



## お客さまとともに

急速な高齢化、労働人口の減少、働き方改革など、私たちのワークスタイル、ライフスタイルは近年大きく変化しつつあります。マルハニチロは、こうした変化と向かい合い、時代が求めるおいしいしあわせをお届けしています。

高齢化が急速に進展する日本。2025年には、1947～1949年の第一次ベビーブーム期に生まれた800万人の人々、いわゆる“団塊の世代”が75歳以上の「後期高齢者」となります。マルハニチロは「食」を通じて高齢社会に貢献していきます。

## IN FOCUS

# まごころ込めて、おいしさへ、まっすぐ。 ヤヨイサンフーズのやわらか食「ソフリ」。

日本の総人口は、2008年の1億2,808万人をピークに減少しはじめ、2015年には1億2,711万人に、2016年には1億2,698万人へと、着実に減少していています。

総人口に対する65歳以上の高齢者の割合を「高齢化率」と言い、この比率が7%以上の社会を「高齢化社会」と、そして14%以上の社会を「高齢社会」と位置付けられていますが、日本の高齢化率は2013年には25.1%となり、総人口の4人に1人が高齢者となりましたが、この比率は2035年には33.4%で3人に1人に、さらに2060年には39.9%で2.5人に1人が高齢者となることを見込まれています。

マルハニチログループでは、急速に高齢化が進むなか、お客さまにお届けすべき“おいしいしあわせ”とは何かを考え、新商品の開発に注力しています。その成果の一つが、グループ会社のヤヨイサンフーズが2004年に開発したやわらか食「ソフリ」です。この商品は、「食べる喜びと楽しさを提供し、潤いのある生活を送っていただきたい」という想いから誕生したやわらか食ブランドです。コンセプトは「やさしい×おいしい×たのしい」。開発にあたっては、食べる方はもちろん、調理する方、お世話する方にも配慮したやさしい商品をめざしました。また、素材のおいしさをしっかり活かし、味と香り、風味のある商品に仕上がっています。さらに、食欲をそそる彩り豊かな商品をラインナップ、お正月やクリスマス、七夕など季節の行事メニューなどにもアレンジができ、食べる楽しさを提案しています。

「SF とけないアイスデザート35(バニラ風味)」  
室温でも液状になりにくく、なめらかな食感を維持する新しいデザートです。



「おせちで祝うお正月メニュー おせち御膳」  
高齢者の方々に人気のあるお餅の風味を再現した「お餅風ムース」を開発。お正月気分を満喫いただける商品をお届けしています。

## VOICE

### すべての方に食べる楽しみと生きる喜びを。

私たちは、「ソフリ」をお客さまに召し上がっていただくに際して、豊かな彩り、香り・風味を大切にしています。食べるのが難しくなった方にも、「安心しておいしく食事をしていただき、食べる楽しみと生きる喜びを提供したい」という私たちのまごころが込められています。私は入社1年目より「ソフリ」の商品開発に携わり10数年になりますが、その思いとともに商品開発に取り組んでいます。商品化までの道のりは長く、苦労も多いですが、お客さまからのお礼のお手紙やお言葉が励みになります。自身が開発した商品を通じて栄養士・管理栄養士や調理に携わる方、患者さまのお役に立てることが私のやりがいです。

(株)ヤヨイサンフーズ 商品開発部 第2課 管理栄養士 鈴木 まや

