隔日刊
食品新聞
発行所　食品新聞社
http://www.shokuhin.net/
大阪市北区南森町2－3－30
郵便番号　530－0054
電話　06（6361）4972㈹
東京都中央区入船1－9－8
郵便番号　104－0042
電話　03（3552）3756-4031
名古屋市中区丸の内2－10－11
リプラ丸の内6　305号
郵便番号　460－0002
電話　052（221）5391㈹
（支　局）広島・福岡

© 食品新聞社 2018
THE JAPAN FOOD NEWS
購読料　半年33,346円

永谷園の
お茶づけ海苔

2018年清涼飲料回顧

販売過去最高も災の一年

夏場　猛暑と自然災害で物流破綻

2018年飲料業界は、記録的な猛暑で夏場に過去最高の出荷量を記録した。年間生産量は4年連続で過去最高を更新し、生産者販売金額は初の4兆円の大台突破が確実視される一方、物流・収益面では大きな課題を残す一年となった。

猛暑による需要急増と西日本豪雨をはじめとする自然災害に起因する物流の混乱が重なったことで、人海戦術やトラックの急場の確保、イレギュラーな輸送などを余儀なくされ収益を逼迫させた。

飲料ビジネスは、夏場の最需要期に備えて冬場から作り貯めを行い、消費地に近いところに在庫しておくのが定石。このため物流量が多く、加えて、商品1つ1つが重たく、移動距離も長い傾向にあることから、物流の混乱の影響をもろに受けやすい業界と言える。

「猛暑で商品が良すぎるくらいに回転する中、これに対応すべくトラック輸送と海上輸送に変えて利益度外視で商品を運ぶことに専念した。想定外だったのは九州で品薄になったことで、沖縄県名護市にある飲料生産工場から鹿児島へ海上輸送して最大限努力したが対応しきれずにご迷惑をおかけした」と振り返るのは伊藤園の本庄大介社長。

同社は今後も想定外の天災は起こり得るとの見立ての下「われわれには協力工場が全国48か所以上ある。工場と物流本部で、つくるべき商品どこに運ぶかを再構築し、しっかりお客さまのところにわれわれの商品が届くようにしていく」。

アサヒ飲料の岸上克彦社長も「来年に向けた考え方としては、工場と倉庫の配置、物流の距離を一から見直し、今年のようにお客さまにご迷惑をかけることがないようにしていく」と述べる。

大手メーカーの製造拠点で西日本豪雨が直撃したのは、コカ・コーラボトラーズジャパン。本郷工場（広島県三原市）と隣接の物流拠点が浸水し災害による損失79億円を特別損失に計上した。

吉松民雄社長は、年間で安定した気候とされるエリアでの被災を受け「水災の保険はあるが基本的には保証の上限額が大変厳しく、掛け金が高い。しかし、実際にこういう状況になったことから全製造拠点を含め再度検討していく」と語った。

物流費の高騰については費目ごとの対応を検討する。「庫内作業費用、拠点間の移送・輸送費用、セールスセンターへの輸送費用などの各部門で今やれることを考え、次年度の事業計画にしっかり反映させていく」と説明した。

■2018年清涼飲料業界10大ニュース■

（1）	生産量4年連続で過去最高を更新、生産者販売金額は初の4兆円突破へ
（2）	自然災害で物流大混乱。西日本豪雨により鉄道網寸断、猛暑も加わりトラック不足が深刻に
（3）	全清飲が「プラスチック資源循環宣言」、2030年度ＰＥＴボトル100%有効利用目指す
（4）	炭酸水市場が11年連続伸長。新製品も相次ぐ
（5）	緑茶など茶系飲料が続伸。麦茶やほうじ茶の伸びが顕著に
（6）	西日本豪雨、北海道地震など被災地への飲料供給に業界が協力
（7）	各社の市場参入と多様化でＰＥＴコーヒー拡大
（8）	ＨＡＣＣＰ制度化を受け「清涼飲料水の製造における衛生管理計画手引書」が完成
（9）	自販機の付加価値サービスが加速（スマホアプリ活用、温度帯、異業種コラボなど）
（10）	食品ロス削減に向けて、全清飲が「賞味期限年月等表示化」自主ガイドラインを策定・公表
（次点）	地サイダー・地ラムネ、催事や銭湯企画などで需要拡大

人事異動に定量目標

国分グループ　成長分野へ戦力振り向け

国分G本社國分晃社長

分野への人材シフトに定量目標を設ける。BPRロジェクト）の総仕上げとなる「シンプルな業務プロジェクト」を推進中。同プロジェクトを通じて経理・営業サポート業務の集約・合理化を進める傍ら、今年はRPA（ロボティック・プロセス・オートメーション）による定型業務の自動化やテレワークの拡大に向けたIT投資を本格化させている。

生産性の向上によって人手不足への対応力を高めつつ、進行中の長期5か年計画で成長分野に位置付ける戦略5業態（①健康・介護②ネット／通販③中食④外食⑤メカー）に人的資源を振り向けるのが狙いだ。

既に施設給食向け戦略物流拠点の責任者に中堅営業担当者を抜擢するなど、従来の食品卸の常識にとらわれない異動も散見されるが、次年度は既存事業領域からの異動人数について定量目標を設けることで、こうした戦力再配置を加速。「生産性向上の成果を確実に引き出す」（国分グループ本社社長・國分晃氏）考えだ。

ポートフォリオ経営の一環として強化部門への人材シフトを掲げる企業は多いが、具体的な異動目標を経営計画に織り込むケースは珍しい。RPAなどの生産性向上技術が高まる中、新たなマネジメント手法として注目を集めそうだ。

国分グループは次年度（19年12月期）から成長

海外プレミックス事業を拡大

日本製粉グループ　タイ、中国で生産能力増強

日本製粉グループは、プレミックスの海外展開を加速させる。中国ではかねてから建設を進めていた、上海金山日粉食品有限公司（以下、金山日粉）のプレミックス工場が稼働。タイでは、現地法人NIPPN（Thailand）Co；Ltd（以下、NPT社）のプレミックス生産能力増強が完了。成長するアジア市場において、プレミックスの事業展開を拡大する。

中国では既存の上海日粉食品有限公司に続き、金山日粉のプレミックス工場（年間生産能力8千400t）が10月に稼働を開始した。投資額は約17億円。これにより、中国でのプレミックス生産能力は約2・3倍に拡充した。

タイではNPT社において8千tの生産能力を増強。生産能力は2万8千tとなり、倉庫新設、工場事務所の増設も完了した。投資額は約4億円。タイNPT社では、冷凍食品工場の建設も検討しており、生産体制の強化とともに、タイでの事業展開を加速させる。

中国、タイをはじめアセアン地域では経済発展に伴い、プレミックス製品の需要が年々高まっては、他の海外事業についても引き続き強化し、海外におけるさらなる業容拡大を図るとした。

■上海金山日粉有限公司▽所在地＝中華人民共和国上海市金山工業区▽資本金＝1千200万ドル（日本製粉100%）▽代表者＝董事長兼総経理・中橋和久▽事業内容＝プレミックス製品の製造▽敷地面積＝1万5千㎡▽生産能力＝8千400t▽稼働時期＝18年10月

■NIPPN（Thailand）Co；Ltd▽所在地＝タイ国パトンタニ県ナワナコン工業団地▽資本金＝2億バーツ（日本製粉100%）▽代表者＝取締役社長・齋藤浩二▽事業内容＝プレミックス製品の製造▽敷地面積＝2万4千㎡

再上方修正目標を突破

「アサヒ贅沢搾り」　RTDで新たな設備投資も

アサヒビールのRTDド「アサヒ贅沢搾り」の（缶チューハイ）ブラン販売数量が12月中旬に400万箱（250㎖×24本換算）を突破した。3月発売から好調に推移し、1か月で100万箱を突破。当初年間目標の200万箱は4月末に300万箱へ、8月末には400万箱へ上方修正している。

同社の調査ではプラン ドイメージとして「果汁感」「果実感」「果汁のみずみずしさ」などがあり、「果実1／2個分の果汁」「果汁をたっぷり使用」といった中身への満足度も高いとする。

店頭のみならずSNSなどデジタルでの発信や販促も認知率向上に効果的だったとみており、LINEでのマイレージキャンペーンやサンプリングを実施したところ、終了後の継続購入に貢献したという。18日には「同期間限定ブラッドオレンジ」を投入している。

同社は福島工場に、ビール類などを製造する既存のラインでRTD製造を可能にする設備投資（14億円）を実施するとしており、また調合タンクやカーボネーション設備を導入して19年3月以降順次製造を始める。これらの投資により、RTD製造能力は18年比約2割増となる。

まっ赤なドライカレー

カゴメ　中四国支店　給食、売場と連動し提案

店頭販促

トマトソースを使った真っ赤なドライカレーを生徒が考案するものが、広島県廿日市市の小学校の給食に登場した。14日、廿日市市内4つの小中学校で提供されたのは、広島県が進める食育事業「ひろしま給食1日1品」。同プロジェクトは広島にちなんだメニューを生徒が考案するもので、今回のメニューは広島県と協定を結ぶカゴメが、応募のあった5千1のメニューから選出した。

給食に登場

大野東小学校6年生の林凜咲さんが考案。廿日市市の小学生が賞を獲得したのは今回が初めて。ネーミングには広島カープの今年のキャッチフレーズ、〝℃℃（ドドド）〟を取り入れた。

翌15日には、ゆめタウン廿日市・食品売場のカレーエンドでルウなどと一緒に「カゴメ基本のトマトソース」を並べ、同メニューの試食販売を展開。県内のイズミ全店でも販促を実施した。

カゴメ中四国支店・営業推進課の矢花厚課長は今回のメニューについて「フライパンを使い10分で調理できる時短メニュー。野菜もたくさん使っている」と特徴を説明。「プロジェクトに協賛してもらえる量販店も増えており、今回は学校給食と店頭を連動させることができた。今後も地域に根差した産学官の取り組みを進めていきたい」と話している。

逆光線

世間話で「週末の家族サービスは」と聞くのは常套句だ。家人からも「たまの休みくらい家族サービスしてよ」などと言われて閉口している読者も多いと思う。これまで、一家を支える働き手が「サービス」しなくてはいけないのか、と感じてきた。

「こちらがサービスしてあげた」という言葉はそぐわない。サービスの究極の目的は「顧客満足」。家族は血族であり、もっとも大切な運命共同体だ。その中に「サービス」を持ち込むならば、家族の意味が消失する▼それでもだ。「家族サービス」を求められたら、三波春夫ではないが、神様にどころか喜んでもらえるかも考えるしかない。コントロールできる有形・無形の能力や気遣いを総動員して行う。だが、企業の顧客サービスと同じく、でき得る範囲で行わなければビジネスとして成立しないし、サービスを維持できない。対価以上のサービスはしてはならないのである▼従って、夫はできる範囲で家族に愛情を注ぐ。「愛情表現はサービスという形でやるものではない」と家人に告げたずっとあった▼詰まるところ「家族サービス」という言葉が悪いのである。家族と楽しい時間を共有するという行為に、「サービス」という言葉はそぐわない。サービスの究極の目的は「顧客満足」。家族は血族であり、もっとも大切な運命共同体だ。その中に「サービス」を持ち込むならば、家族の意味が消失する▼それでもだ。「家族サービス」を求められたら、三波春夫ではないが、神様にどころか喜んでもらえるかも考えるしかない。コントロールできる有形・無形の能力や気遣いを総動員して行う。だが、企業の顧客サービスと同じく、でき得る範囲で行わなければビジネスとして成立しないし、サービスを維持できない。対価以上のサービスはしてはならないのである▼従って、夫はできる範囲で家族に愛情を注ぐ。「愛情表現はサービスという形でやるものではない」と家人に告げたずっとあった▼詰まるところ「家族サービス」という言葉が悪いのである。家族と楽しい時間を共有するという行為に、「サービス」という言葉はそぐわない。サービスの究極の目的は「顧客満足」。家族は血族であり、

きょうの主な内容
「気温低下遅れ低調な出だし」（昆布茶特集　4～5面）
「今年もいろいろありました」（つけもの版　8面）