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
リブラ丸の内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 2019
THE JAPAN FOOD NEWS
購読料　半年33,346円

19年食品業界が始動

時代のうねりに対応し　強固な土台作りの年に

今年53回目を迎える新春恒例の「大阪食品業界　新春名刺交換会」が5日、大阪市の太閤園で開催された。日本加工食品卸協会近畿支部、大阪府食品卸同業会、食品新聞社の共催。近畿圏の卸やメーカーのトップを中心に172社、530人が集った。

大阪に530人が参集

主催者を代表し、岡本均日本加工食品卸協会近畿支部長（伊藤忠食品社長）が「2019年は次々と起こる変化が次の段階へと移ることが予想される。この大きな時代のうねりに対応するには、一企業だけでできることは限定的。業界が一丸となり、地盤を固め次の年につなげていく必要がある。ビジネスチャンスであり日本をアピールする絶好の機会」とあいさつ。

岡本氏

小林氏

乾杯の発声には田原貴之味の素大阪支社長が登壇。「食品業界は生活者の豊かな生活を下支えする役割を担っている。19年も皆さんとともに、マーケットのニーズに応えるため新製品の開発はもちろん、今ある製品を磨き各種サービスと組み合わせながら、お客さまに提案し満足、支持いただける仕事に取り組んでいきたい」と力強く話した。

田原氏

中締めは魚住直之大阪府食品卸同業会会長（伊藤忠食品西日本営業本部長）が「某しょうゆメーカーが鮮度を強調し小容量に対応した容器に変更したことで消費者に受け入れられ、苦戦していた国内事業が好調になった。卸や小売の後押しもヒットにつながったので

魚住氏

はと考えている。メーカーの方には今年もこのような、消費者が幸せになる商品を一つでも多く出していただきたい」と締めくくった。

広島で新春名刺交換会

広島でも7日、「第45回食品業界新春名刺交換会」がANAクラウンプラザホテルで開かれ、業界関係者270人が参集した。主催者を代表し食品新聞社・山口貢社長があいさつに立ち「今年の経済環境は上期が新元号などにより何となく上向き、下期は増税で消費が低迷するかもしれない。それが大雑把な見方だろうが、われわれは前向きに、それぞれが持つブランド力を発揮し事業を拡大していこう」と呼びかけた。

山口本紙社長

続いてオタフクソースの佐々木直義社長の「元号が変わることを活力としながら、新しい時代に食品業界が大きく成長することを祈念する」という発声で乾杯。

最後は三島食品・末貞操社長が「計画を立てるよりイメージ作りを進めることが大事」と話し、中締めを行った。

"森"となり難局打破

東京で酒類食料品業賀詞

酒類・食品メーカーならびに主要卸で構成される酒類食料品業懇話会は5日、東京・中央区のロイヤルパークホテルで恒例の新年賀詞交歓会を開催した。出席者は会員各社のトップら263社900人強。東日本地区の業界新年会としては最大規模。

同会会長の國分勘兵衛氏（国分グループ本社会長）は冒頭あいさつで「昨年は自然災害の多い年だった。年明け後も熊本で大きな地震が発生した。残念だが日本列島では災害が当たり前になりつつある」とし、食のライフラインを担う会員各社にさらなる備えを要望。また、「今年は新しい天皇陛下が即位されるおめでたい年ではあるが、内外で経済的緊張の高まりが予想される。皆さんとともに"森"となってこの難局を乗り切りたい」と述べ、業界としての協調・結束を呼びかけた。

國分会長

続いて会場の29人の年男を代表して味の素社長・西井孝明氏があいさつ。「（今年の干支の）己亥は枝葉を広げた木が次の本格的な成長に向けて力を蓄える年だという。年末年始の新聞各紙もインターネットオブシングス、AI、ロボティクスといった新技術を取り入れて変革に備えるよう、経営者に求めていた。それが進めばシェアリングエコノミーのような競争を超えた企業間の協調も可能になる。今年はまさにそうした"森"を作る年だと思う。業界全体の生産性向上に向け、会場の年男の活躍に期待したい」と述べ、力強く乾杯発声を行った。

新日本SM同盟結成の狙い

SMの閉塞感打開へ突破口

HC、DgSなど全国展開へ

バローホールディングス
社長兼会長　田代　正美氏

この人と30分

アークス、バローホールディングス、リテールパートナーズが資本業務提携契約を締結し、「新日本スーパーマーケット同盟」を立ち上げた。3社は地域密着型の独立系食品流通企業であり、北海道・東北、東海・北陸、中国・九州と日本列島を縦断する約1兆3千億円の流通グループとなる。田代正美会長兼社長が提携の狙いや今後の方向性について語った。

○…スーパーマーケット（SM）は人口減少、業態を越えた競争によも存在できなくなるのではないか。さらに広いエリアで展開しなければ非常に厳しいのではないかと感じていた。

当社はSMのほか、ホームセンター（HC）、ドラッグストア（DgS）、スポーツクラブを展開。各事業の基盤が整ってきたことから全国展開に入りたいと考えていた。その一歩として先般のダイユー・リックホールディングスとの提携があった。

○…われわれの業態はS&Bが宿命。（スクラップする場合）単に店を放棄するのでなく、スポーツクラブやDgSなど他の業態に転換できる立地もある。同盟当社にとっても全国展開のきっかけになる。

○…業務提携の内容に2社はSM事業だけだ

が、当社は製造小売も含めた小売周辺事業も有している。両社ともスポーツクラブのFC出店に興味を示しており、当社の経営資源が非常に価値あるものと認識されている。今回、3社が提携することで店舗がない県は鳥取と沖縄のみとなり、当社にとっても全国展開のきっかけになる。

○…業務提携の内容については、当社とダイユー・リックHDとの提携により、ペットショップが業界2位のシェアに店舗開発など共同で研究していく。

○…一番面白くないのはこれから詰めてしてきたが、当社のHC、DgSも含めれば十分共同開発ができるだろう。その他、カード事業、決済事業、次世代型店舗開発など共同で研究していく。

○…売上規模は3社で1兆円を超えるが、まだボリュームが足りないと見込まれ、両社への商品供給、または共同開発を進めたい。また、SMの日用雑貨も異業態にシェアを奪われ、売場を縮小しているが、資源循環のあり方を全体で見直さなければならない現実心が高まっている▼スターバックスやマクドナルドなど世界的チェーンは使い捨てプラ製品を紙製に切り替える方針を打ち出した。大量のプラスチック製品の中で、ごく一部のストローだけが注目されているプラごみは、2050年までに魚の総重量を上回るといわれ、環境保護の側面からも関心が高まっている▼プラスチックごみ問題がクローズアップされている。世界の海を漂流する

逆光線

海洋プラスチックごみ総排出量は899万t。このうち759万tは有効利用され、日本の廃プラ有効利用率は84%と世界的にも高いが、マテリアルリサイクルとして再生利用された206万tのうち、138万tは海外に輸出されている▼しかし、世界最大の廃プラ輸入国であった中国は、18年に外国からの輸入を禁止した。アジア各国でも同様の動きが広がりつつあり、受け入れ先を失った先進国は従来手法の見直しが迫られている。SDGsの開発目標である「持続可能な生産と消費のパターンを確保する」には、生活者の意識変革と新たな仕組みを考える時期を迎えている。

きょうの主な内容

「有力企業最新売上げランキング」（メーカー部門　4～7面）
「2019年　年頭に思う」（8面）

カメセの青のり
自然の恵みを美味に育んで、皆様にお届けしたい
青海苔専門問屋
株式会社カメセ水産
東京都上野区城2-1-4-6
TEL03-3631-2034
FAX03-3631-8062