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代
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代
（支局）広島・福岡
© 食品新聞社 2019 THE JAPAN FOOD NEWS
購読料 半年33,346円

きょうの主な内容
「ヤマサ醤油、ストレートつゆ拡充」（調味料版 6面）
「多様なライフスタイルへ提案」（ニッポンハムグループ展示会 8面）

ドリップコーヒー
引っ張るだけで開封
特許技術やアロマで新提案

今春に向けて新コンセプトのドリップコーヒー（一杯抽出型レギュラーコーヒー）が発売される。ドリップコーヒーは、ドリッパー（抽出部分）がコーヒー抽出液に浸されやすいハンガータイプと、抽出部分がカップの上にあり抽出液に浸されにくい上置きタイプに大別される。主に、前者が日常的に飲用しやすい値頃感、後者が付加価値型の特別な一杯が訴求ポイントとなっている。今回、この両タイプから新提案が行われる。

片岡物産は、これまでに付加価値タイプとして「モンカフェ」と「ラバッツァ」をラインアップ。買いやすさを打ち出したハンガータイプは通販限定販売の「カフェミオ」がある。

今回、2月19日から小売向けに出荷開始するのは、この「カフェミオ」で培った技術を使って開発された「匠のドリップコーヒー」シリーズ。「リッチブレンド」と「モカブレンド」の2種類を用意し、ともに10袋入りで希望小売価格は税別350円。「モンカフェ」10袋入りが500円か560円であるの対し割安な価格設定となっている。

片岡物産の特許技術「クイック・オープン方式」

特筆すべきは、抽出部分に「カフェミオ」で好評の「クイック・オープン方式」を採用した点。これは、カップにかけるフックを優しく引っ張るだけでフィルターの口が大きく開くもので、これによりフィルターを切り取る手間が不要となる。値頃感のあるハンガータイプとしては唯一無二の技術といえる。

狙いは「モンカフェ」の価格帯に比べて若干低価格志向でありながらも、マグカップでおいしいコーヒーを飲みたい層の獲得にある。

マグカップでの飲用を意識し、1袋当たりのコーヒーの量は、一般的な8gよりも多い9gにした。コーヒー豆はコーヒー鑑定士が厳選した上質豆をブレンドし、「モンカフェ」と同じく工場で挽いた直後に1袋ずつ密封した。昨年、北海道でテスト販売したところ「好調だった上に『モンカフェ』の売上げも落とさなかった」（片岡物産）という。

片岡物産の新商品「匠のドリップコーヒー モカブレンド」

付加価値タイプは、引っ張るだけでフィルターの口が開くものが多い。同タイプで、女性をターゲットに女性社員によって商品設計されたのがキーコーヒーの新シリーズ「ドリップ オン アロマポケット」。同商品は、焙煎したコーヒー豆に含まれるさまざまな香気の中で、女性に親しみのあるベリー系とチョコレート系の香りに焦点を当てて配合と焙煎を駆使して「コーヒーで感じる芳醇ベリー」と「コーヒーで感じる大人ショコラ」を開発。3月1日に新発売される。

キーコーヒーの新シリーズ「ドリップ オン アロマポケット」

同商品では女性層獲得のため売り方にも工夫しサンプリングも予定している。1箱当たり3袋入りで箱のサイズを小さめにして鞄や机に入れやすくするとともに、1袋からでも販売できるようにしてトライアルを促進していく。売場も「レジ前に置いてもらえるように専用什器を用意する。レジ前やドラッグストアの化粧品棚の横など、ターゲットの方が買い物をして一回試してみようと思える売場を考えている」（キーコーヒー）。

神戸工場が完成
生産能力1.5倍に
●六甲バター●

六甲バターは4日、神戸工場（神戸市西区見津が丘6―7―1）の竣工式を行った。4月から生産を開始し、現在の主力工場である稲美工場（兵庫県稲美町）から20年5月までに生産設備を順次移設する。同工場の完成により同社のプロセスチーズの生産能力は現在の1・5倍の年間4万tとなる。保税工場の認証も取得し、海外輸出を行う生産拠点、東洋一のプロセスチーズ工場にすることも視野に入れている。

三宅社長

プロセスチーズは食の欧米化や健康志向の高まりに加え、家飲み需要の高まりから市場が拡大。同社も既存工場はフル稼働の状態が続いており、設備を増設する余地もないことから新工場を建設することとなった。

神戸工場は同社では初のMES（生産物流管理システム）を導入、AIやIoTを導入した生産性が高くエネルギー効率に優れた工場となっている。主力商品のベビーチーズをはじめ家庭用・業務用含め300アイテムを超える商品を効率よく生産する体制を整備した最新鋭の工場で、来年にはFSSC22000の取得を目指している。また研究開発部門も充実させ、健康志向や嗜好性の多様化などに対応した商品などの製品化までのリードタイムの短縮も図る。

工場見学施設の「QBBプロセスチーズパーク」を併設し、秋以降に一般見学者や小学生の社会科見学を受け入れる予定。

三宅宏和社長は「昨年12月に創業70周年を迎えた節目の年に新工場が竣工し感激している。神戸工場はプロセスチーズ製造技術を結集した。品種の多さ、品質の高さでは日本一のプロセスチーズ製造工場として国内はもちろん海外への輸出も視野に入れている」とコメントした。

神戸工場は神戸テクノ・ロジスティックパーク内にあり、敷地面積約5万1千500㎡、3階建て延べ4万7千㎡。投資金額は約253億円（土地除く）。

日清食品
即席麺4年半ぶり値上げ
6月1日出荷分から実施

即席麺が4年半ぶりに値上げされる。日清食品は5日、6月1日出荷分から、一部製品を除く即席袋麺と即席カップ麺、即席カップライスのメーカー希望小売価格を4～8%引き上げると発表した。

新価格は、「チキンラーメン」など袋麺が1食税別111円（同105円）、「カップヌードル」などのカップ麺レギュラー品が税別193円（現行180円）など。

今回の価格改定は、具材、包材などの原材料や資材価格が高騰していることに加え、製造労務費、物流費などの上昇を受けた措置。

「チキンラーメン」「日清出前一丁」「日清ラ王」などの袋麺、「カップヌードル」「日清のどん兵衛」「日清焼そばU.F.O.」をはじめとするカップ麺の主力ブランドのほとんどの製品が対象だが、「お椀で食べる」「チキンラーメン具付き3食パック」「あっさりおいしいカップヌードル」「行列のできる店のラーメン」シリーズなど即席麺製品の一部とカップスープ製品は価格を据え置く。

昨年7月、製パン最大手の山崎製パンが輸入小麦価格の3期連続（当時）での引き上げ、原材料ほか、エネルギー、物流、人件費などの上昇を理由に一部パン製品の値上げを実施。昨年11月から12月にかけては東洋水産、シマダヤ、日清食品チルドのチルド麺大手3社が同様の理由で今春からの値上げを発表している。

日清食品はこれまで、増大するコストを企業努力で吸収してきたが、日清食品ホールディングスの第3四半期決算では、原材料価格と物流費の高騰などを受け営業利益が減益となるなど収益構造は厳しさを増している。

軽減税率が適用されるとはいえ、10月1日の消費税率引き上げもにらみ、このタイミングでの価格改定という判断に至ったものと見られる。

大原PPIH社長
転換店は絶好調
進捗状況に自信

パン・パシフィック・インターナショナルホールディングス（旧ドンキホーテホールディングス）の大原孝治社長兼CEO＝写真＝は6日、都内で開催した第2四半期決算・事業説明会の席上、ユニーからMEGAドン・キホーテUNYに業態転換した6店舗の今期業績（3～1月）について「絶好調」と語り、業態転換店の進捗状況に自信を示した。

業態転換した6店は、売上高183%、客数158%、粗利159%と計画以上で推移している。業態転換については、19年度に約20店、今後5年以内に約100店を計画しているが、これについて大原社長は「前倒しで達成したい」と語り、業態転換のスピードを加速、業態転換に伴う収益改善により、5年後の営業利益を約200億円（試算）上積みする考え。

「商圏が広がりにくい店は業態転換の効果が薄い」（大原社長）とし、アピタ・ピアゴの屋号のまま営業する既存店80～90店については、「個店主義」「チェーン主義を継続」という2パターンで、あらゆる面から精査中とした。

なお、ユニーの完全子会社化を受け、パン・パシフィック・インターナショナルホールディングスの通期業績予想を売上高1兆3千700億円、営業利益630億円、経常利益650億円、四半期純利益480億円に上方修正した。

三浦日清食品会長
明星食品の社長に

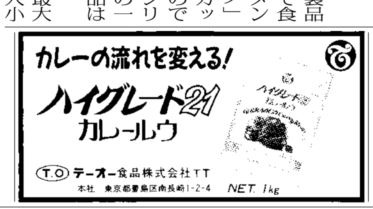
明星食品の次期社長に、三浦善功日清食品ホールディングス常務執行役員国内事業担当兼日清食品代表取締役会長＝写真＝が就任する。4月1日付。

三浦氏は51年3月13日生まれの67歳。広島県竹原市出身。法政大学経済学部を卒業後、75年4月に日清食品（現・日清食品ホールディングス）入社。日清食品常務取締役営業本部長（08年10月）、代表取締役専務取締役（09年6月）、日清食品ホールディングス取締役兼日清食品代表取締役社長（13年4月）、取締役グループ営業責任者兼日清食品代表取締役会長（15年4月）などを経て、18年2月から現職。

日清食品冷凍
次期社長に―HD米州総代表

日清食品冷凍の社長に、4月1日付で吉田広之日清食品ホールディングス米州総代表兼ブラジル日清会長＝写真＝が就任する。

吉田氏は63年8月24日生まれの55歳、三重県出身。大阪府立大学経済学部を卒業後、86年4月に日清食品（現・日清食品ホールディングス）入社。タイ日清社長（99年4月）、メキシコ日清社長（05年10月）、米国日清社長（11年4月）、米州総代表（15年4月）などを経て、15年9月から現職。

逆光線

会社の本棚に「見える化」を解説したビジネス書があったので手にした。「見える化」「可視化」は企業活動における問題解決の一助として知られる。部分最適でなく、全体最適へ導くのが最終目的だそうだ。だが、もう一つ、副産物もある▼それは、全社員に社業の目的を知らしめることだ。知らしめた上で目的に向かい一丸となることだ。しかし、そこに至るには障壁がないでもない。「部分最適」と「全体最適」の対立だ▼かつては、部分最適だけで事業規模を拡張できる時代があった。一部の企業では今でも成立しているかもしれない。だが、一見順風満帆に見えても企業としてのあり方が正しいわけではない。必ず行き詰まる時がくる。自分たちの働く環境さえ良好ならば他の部署のことは関知しない、という考え方は通用しない▼食品業界でも働き方改革に対応したさまざまな対応が進められているが、中小ではまだまだ頭を悩ませる経営者も少なくないようだ。同業他社との協業を含めビジネスモデルの見直しがいよいよ求められる。