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

伏兵は「ジャワティ」か

二大ブランド 激戦の余波で

紅茶飲料

紅茶飲料市場は「午後の紅茶」（キリンビバレッジ）の独壇場で有力な対抗馬がなく長らく無風状態にあった。今年、「午後の紅茶」と「ボス」（サントリー食品インターナショナル）の両ブランドでオフィスワーカーに向けた無糖紅茶のマーケティングが活発化されることで、無糖紅茶の先駆けである「シンビーノ ジャワティストレート」（大塚食品）が再評価される可能性もある。

無糖ブームが起こる遥か昔。「ジャワティ」は大塚ホールディングス初代会長で「ボンカレー」の生みの親である大塚明彦氏の先見の明で開発された。

「88年4月、当時・大塚食品社長であった大塚明彦が米国のある会社の研究所で竣工式に招かれ、そこでの食事会でアイスティーが提供され、これが料理と合っていたのに衝撃を受けたという」（大塚食品の森川慎太郎飲料事業部ジャワティ担当プロダクトマネージャー）。帰国後すぐに琵琶湖研究所で無糖のテーブルドリンクの開発に着手し平成元年（1989年）にジャワティ」を発売した。5月24日に発売30周年を迎えることから「無糖、無香料・無着色、ジャワ島産茶葉100％使用、透き通る鮮やかな琥珀色――という30年続けてきているこだわりを改めて消費者に伝え顧客を増やしていく」。

「シンビーノ ジャワティストレート」

「午後の紅茶」は、新商品の投入と新コミュニケーションの展開で紅茶飲料から遠ざかってしまった〝休眠層〟や新たなユーザーを掘り起こしていく。

「午後の紅茶」の注力商品は「おいしい無糖」と26日に発売される新商品「ザ・マイスターズミルクティー」。

「おいしい無糖」は「まだ飲んでいない方が圧倒的に多いことから、オフィス飲料としてサンプリングを行い実際に仕事中に紅茶を飲んでもらう体験をフックにメディアにも取り上げてもらい（オンタイム（勤務中）にもふさわしいという気づきを与えていく」（キリンビバレッジの加藤麻里子マーケティング部商品担当部長代理）。

「午後の紅茶」CM発表会

その第1弾としての今月から三菱地所のを社員に対し「おいしい無糖」の無償提供を開始。4千本を用意し4週間かけて配布していく。食事との相性も訴求し、店頭ではカレーとのクロスMDを今月中旬から順次展開している。

「ザ・マイスターズミルクティー」は、甘さとカロリーを抑えて紅茶感を強化した微糖ミルクティー。甘さから離れていく20代前半から30代前半の働く女性をメーンターゲットに設定し、新容器を採用してPETコーヒー棚にも提案。「PETコーヒーユーザーは、コーヒーのライトユーザーであり、さまざまなカテゴリーの飲料を飲まれる傾向にあるので、そのような方々に週に何回か飲んでもらえると考えている」（キリンビバレッジの東桃子マーケティング本部マーケティング部商品担当主任）。

「ボス」は「水分補給をしながら快適に仕事がしたいという広義の働く人たちのニーズをとらえた場合、真の意味で働く人の相棒であるためにはコーヒーだけではカバーできない」（サントリー食品インターナショナルの大塚匠ジャパン事業本部ブランド開発事業部課長）との考えから19日に無糖紅茶「クラフトボスTEAノンシュガー」を新発売し、第2弾の「同ミルクティー」の発売も年内に予定している。

「クラフトボスTEAノンシュガー」CM発表会

コミュニケーションは、紅茶の快適さや軽やかさを表現するため、Tシャツを着て快適に軽やかに働く「T―WORK STYLE」を提案。TVCMやクラフトボス限定カラーの「Uniqlo U」のTシャツが当たるキャンペーンを展開していく。

〝面白みや驚き〟〝少しテンションを高めたい〟といったことが無糖茶の潜在ニーズと判断し、「TEAノンシュガー」は新技術で高濃度に香りを抽出してキレを高めながら紅茶の渋みを低減させた。

自然な甘さでリフレッシュできる飲料で差別化を図る「紅茶花伝クラフティー」（コカ・コーラシステム）は4日からTVCMやLINEサンプリングなどを展開している。

創業の地に再進出

地元住民1千人が開店待ち

イトーヨーカ堂

イトーヨーカ堂が創業の地・千住（東京都足立区）に再進出した。15日、北千住駅西口アーケード通りの一角に食品スーパー業態の「イトーヨーカドー食品館千住店」を出店。同エリアでの営業再開はDS業態ザ・プライス千住店の撤退以来3年ぶりで、ヨーカ堂ファンの多い地元は大いに湧いている。オープン初日は朝9時の開店前から近隣の主婦やシニアら約1千人が詰めかけ、入場制限が絶えない異例の盛況となった。

食品館千住店はザ・プライス千住店の跡地に建ったマンション1～2階にテナントとして入居。売場面積は992㎡と近年の食品スーパーとしては小規模だが、「単品管理・死に筋カットといったヨーカ堂の原点に回帰」（川島隆平店長）し、約6千600アイテムの限られた品揃えの中で地域密着のユニークなMDを強力に打ち出している。

区内の北足立市場と連携し、新鮮な野菜・果物を豊富に揃えるほか、惣菜部門でも地場野菜の千寿葱を使ったかき揚げなどでご当地色を強調。主力顧客のシニア・共働き世帯の簡便調理ニーズに応えるミールキットなども充実させた。2階イートインスペースには写真で千住店の歩みを振り返るギャラリーも設けた。

イトーヨーカ堂は1946年、現セブン&アイHD名誉会長・伊藤雅俊氏の母と兄が千住の地で2坪の洋品店を開いたのが始まり。その後、48年に現在の食品館の場所に移転。60年にセルフサービス方式で食品の販売にも乗り出し、総合スーパー「イトーヨーカドー」の礎を築いた。

千住の象徴だった同店（イトーヨーカドー千住店）はリーマンショック直後の09年に低価格特化型のザ・プライスに転換。この店が老朽化を理由に16年4月に撤退すると、半年後に近隣のトポスも閉店。デイリーな食品を総合的に扱う有力店が中心市街地から消滅し、ヨーカ堂の早期再進出を求める声が挙がっていた。

15日のオープニングセレモニーには千住で長年汗をかいた伊藤名誉会長も出席。テープカットを見守る地元住民の中には、創業期のヨーカ堂を知る世代も多かった。

乳児用液体ミルク 明治も発売開始

明治は4月下旬から、乳児用液体ミルク「明治ほほえみ らくらくミルク」（240㎖、税別215円）＝写真＝を全国で新発売する。これに先立ち、3月下旬に一部施設で先行発売する。国内メーカーによる乳児用液体ミルクの発売は、江崎グリコが今月11日に発売開始した「アイクレオ赤ちゃんミルク」（125㎖、税別200円）に続き2件目。

乳児用液体ミルクは、お湯で溶かすことや、70℃以上に温めるといった調乳作業が不要。哺乳瓶に移し替えることにより、すぐ飲むことができる利便性の高い商品。

昨年8月の法整備により国内での製造・販売が可能となったが、同社は今月5日、乳児用液体ミルクの特別用途食品としての許可を取得したことで発売開始する。

商品特徴は「災害時に備えるための備蓄用途を考慮した商品。本当に生産者に寄り添うのであれば一回限りあるいは一年限りの展開はありえない。生産者の安定的な収入に寄与するためには一度やると決めたのならばやり続けなければならない。「生産者への貢献」を謳うには、それくらいの覚悟が必要だ▼〝社会課題の解決〟というフレーズも最近よく耳にする。働き方改革や共働き世帯に適した時短化商品やサービスの提案も有難い。待、いじめ、放射能汚染、白血病といった問題・病気の解消に少しでも貢献できるような提案が出てくれば、私は絶対ファンになる。

株式会社元気の株式取得

●エア・ウォーター●

青森県産にんにく強化

エア・ウォーター（AW）は、無添加・無加水・自己発酵の「熟成黒にんにく」を製造・販売する株式会社元気の株式のうち63％を2月1日付で取得し、子会社化した。

元気は、国内で初めて「黒にんにく」を製造した企業であり、主に青森県産のにんにくを原料に、独自の無添加・無加水・自己発酵の製造方法による「熟成黒にんにく」を製品化している。AWは「元気を子会社化することにより、同社の調達ルートを通じて青森県産にんにくの調達力が高まることで、当社グループが有する青果物の仲卸・小売事業とのシナジー効果が見込める」としている。

■元気の概要＝設立2003年7月、本社所在地・三重県北牟婁郡紀北町河内2番地1、代表取締役社長・濱野濱助、資本金3千500万円、従業員数26人（2019年1月末現在）、売上高8・5億円（2018年6月期）。

逆光線

社会活動と運動させた事業活動とは将来の種撒きである。商品の販売を通じた寄付活動は、その受け取り手や消費者の脳裏に刻まれ「商品・ブランド・コーポレートイメージの向上につながる可能性がある。小学生を対象にした工場見学も然りで、そこでいかに深い体験をしてもらえるかがファンづくりのカギとなる▼社会活動との連動のポイントは〝継続〟。ここで企業の本気度が見極められる。例えば生産者への貢献を謳った地産地消型のエリア限定商品。本当に生産者に寄り添うのであれば一回限りあるいは一年限りの展開はありえない。生産者の安定的な収入に寄与するためには一度やると決めたのならばやり続けなければならない。「生産者への貢献」を謳うには、それくらいの覚悟が必要だ▼〝社会課題の解決〟というフレーズも最近よく耳にする。働き方改革や共働き世帯に適した時短化商品やサービスの提案も有難い。待、いじめ、放射能汚染、白血病といった問題・病気の解消に少しでも貢献できるような提案が出てくれば、私は絶対ファンになる。

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
東京都江東区猿江1-4-8
TEL 03-3631-2304㈹
FAX 03 3631 8067

きょうの業界天気図
ヨーグルト
くもり
機能性足踏みで踊り場続く。ライトユーザーの取り込みカギ。
きょうの主な内容
4～5 ヨーグルト特集
6～7 業務用油特集

静 粉わさび・静わさび
株式会社 静わさび
東京都文京区根津二－四－三
TEL〇三（三八一八）五八〇五

人も地球も健康に Yakult
トクホのソフール、
乳酸菌 シロタ株で
腸内環境を改善。
良い菌を増やし、悪い菌を減らす
乳酸菌 シロタ株を10億個*以上摂れるトクホの「ソフール」。
カルシウムも一緒に摂取できる、ハードタイプのヨーグルトです。
口当たりも良く、おいしくお召しあがりいただけます。
＊1個（100ml）あたり

ソフール プレーン　ソフール LT　ソフール ストロベリー
ソフール
消費者庁許可 特定保健用食品
はっ酵乳 各100ml 各100円（税別・メーカー希望小売価格）
○許可表示：生きたまま腸内に到達する乳酸菌 シロタ株（L. カゼイ YIT 9029）の働きで、良い菌を増やし悪い菌を減らして、腸内の環境を改善し、おなかの調子を整えます。
○1日当たりの摂取目安量：1個
［食生活は、主食、主菜、副菜を基本に、食事のバランスを。］
ヤクルトお客さま相談センター 0120-11-8960（イイヤクルト）（受付時間 9:00～17:30 土・日・祝日・夏季休業・年末年始を除く）
株式会社ヤクルト本社／〒105-8660 東京都港区東新橋1-1-19