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

物流未来
物流をつなぐ、
未来へのスイッチ
JPR
日本パレットレンタル株式会社
https://www.jpr.co.jp/

きょうの主な内容

「今期1～2％増で着地見込み」
（アイスクリーム特集　5～7面）
「地域支える役割模索」
（中国地区　地域卸特集　8～9面）

伊藤園 新ビジネスモデル

抹茶 食品売場ジャックで

伊藤園が「抹茶」を使った新しいビジネスモデルを始動した。横浜高島屋のレストランや喫茶、食料品フロアの約30ブランドで、伊藤園の抹茶を素材にした和菓子や洋菓子、惣菜、パンなど新メニューを販売。3月20日から開かれている「I LOVE MATCHA」イベントには多くの来場者で賑わっている。26日まで開催。

伊藤園の特設ブース

今やメーカーと流通とのコラボレーションは珍しくはないが、百貨店のテナントが特定の素材を使って新商品を開発し、しかも期間限定ながら各テナントが一斉に売り出すケースは初めての動き。直近5年間で2倍に市場拡大（約250億円）している抹茶だからこそできる展開で、特定の素材を使った新たなビジネスモデルとしても注目される。

コラボ商品は、スイーツ系の「抹茶羽二重餅」（清月堂本店）や「抹茶かりんと」（麻布かりんと）、喫茶の「抹茶あずきカフェラテ」（ベルサンパティックカフェ by UCC）、「抹茶クリームあんみつセット」（イノダコーヒー）、ユニークなところでは「謹上蒲鉾・抹茶」（鈴廣かまぼこ）、「抹茶あんかけ」（美濃吉）、「抹茶肉餃子」（皇朝）、「抹茶ホイップメロンパン」（サンジェルマン）など約30社から37メニューが登場。餃子や肉まんなど売り切れ商品が続出した。

抹茶入り 餃子や肉まん大人気

「謹上蒲鉾・抹茶」

「日本が世界に誇る伝統の食文化の一つである抹茶を身近で楽しんでもらうよう、横浜高島屋とコラボした結果、今回のイベントが実現した。モダンでハイカラな文化が残る横浜だからこそ抹茶文化との融合ができた」と武田康伸百貨店一部兼特販部部長。「抹茶のもつ風味やテイスト、デザイン性は特に女性に圧倒的に支持されており、スイーツやドリンクなど本来の食材を邪魔していないのも抹茶の強み」とみている。

イベントでは京都の長屋をイメージした特設ブースで、直営店舗「茶寮伊藤園」で取り扱う「抹茶クリームラテ」などのテイクアウト販売やパウダーインキャップの抹茶飲料「matcha LOVE」などの抹茶関連製品の販売に加えて、自ら抹茶を点てて飲めるワークショップも開設し、順番待ちの場面もみられた。

緑茶飲料に新風か

●サントリー食品インターナショナル●

清冽な「天然水」で需要創造

「サントリー天然水GREEN TEA」

柳井常務

サントリー食品インターナショナルは「サントリー天然水」から緑茶飲料「サントリー天然水GREEN TEA」＝写真」を4月16日に新発売する。「伊右衛門」よりも「天然水」が持つ清冽なブランドエクイティ（資産）のほうが響きやすい緑茶飲料のライトユーザー層を取り込み緑茶飲料の新カテゴリーを創造していくのが狙い。

19日都内で発表した柳井慎一郎常務執行役員ジャパン事業本部ブランド開発事業部長はターゲット層について「急須でお茶を入れる原体験のない20、30代を中心とした麦茶、ブレンド茶、ミネラルウォーターなどの無糖飲料を買い回っている回遊層」と説明した。

ターゲット層のインサイトについては、SNS疲れや育児・介護疲れなどの日々のストレスを背景に「緑茶味は好きだけど苦味・渋味の刺激が少ししんどいときがあり、飲み物くらいストレスなく楽に飲みたいというインサイトがあると考えている」。

この見方を受けて「GREEN TEA」の中味は、緑茶に含まれている爽やかな香り成分であるリナロールという成分を独自技術で最大化させるとともに、苦味・渋味を抑えるために低温で抽出。「この2つの工夫によって今までにない爽快で軽やかな味わいを実現した」。

ストレスフリーでゴクゴク飲める新感覚の緑茶を訴求するため鮮やかな液色も追求。「お茶の成分であるクロロフィルを褐色に変化させないために酵母エキスを使用し緑茶本来の鮮やかな緑色を安定化させた」。茶葉は京都福寿園の茶匠が選んだ国産茶葉を100％使用した。

容器は、上部と下部に清らかな水の流れを想起させる模様を象った新ボトル（PET）を採用。象った部分に光が乱反射して輝いてみえるという。

飲用シーンは食事シーン以外に「オフィスで仕事をしながらの飲用も視野に入れている」。

オフィスに向けては18日新発売した「クラフトボスTEAノンシュガー」でも提案。「『サントリー天然水』や『ボス』などそれぞれのブランドのよいところを生かして、同じオフィスの飲用シーンであっても飲み分けてもらえると考えている」。

一方、緑茶飲料市場のボリュームゾーンである50、60代の“急須世代”に対しては引き続き「伊右衛門」でアプローチしていく。

ニコニコ
海苔のことなら
まず
小浅

グロサリー納品期限緩和

1/3ルール見直しへ

●ヤオコー

ヤオコーは4月から、ドライグロサリー（コメをのぞく）で、センターから店舗への入荷許容期限を見直す。従来はいわゆる“3分の1ルール”で納品期限を設けていたが、これを“2分の1”に緩和する。サプライチェーンの見直しを進め、社会的課題となっている食品ロス削減につなげる。22日にオープンした久喜菖蒲店の会見で、川野澄人社長が明らかにした。

登板

トリイパン粉
社　長
佐々木　元康氏

中部でシェアNo.1目指す

営業強化や品質向上を推進

大手証券会社から食品メーカーへの転身は予想外の未来だった。証券会社ではリテールと言われる法人、個人への営業活動に奔走。難波、銀座、名古屋と重要な支店に配属され、同期の中では早い時期に特進で課長代理に昇進。将来を嘱望され、自身も証券会社で働き続けることに迷いはなかった。

しかし、トリイパン粉社長の次女とは知らずに伴侶となる人に出会ったこと、3人姉妹だったため後継者問題を抱えていたことなど一連の流れが「これは運命だと思った」とトリイパン粉入社を決断。ちょうど、2人目の子供が生まれる前で、転勤族から1か所に居を構える良いタイミングでもあった。

入社後は扱う商品が株や投資信託などからパン粉に変わったが、「もともと営業が好き。営業は人。信頼関係を築いて販売するのは証券会社も食品メーカーも同じ」と積極的に営業に回った。自身の父親も食品業界で働いていたことから戸惑いもなかった。

同社は売上げの約9割が業務用で、大手の冷凍食品メーカー、加工食品メーカーなどが主要取引先だ。「大手メーカーと取引ができるのは業界でも数社。これまでの従業員が開拓してくれたお陰と創業からのたゆまぬ営業努力と技術開発の賜である」と敬意を表する。

ただ、パン粉の用途はフライものがほとんど。惣菜のニーズは高まっているものの人口減少を踏まえ、フライもの以外の需要創造も模索するが、「パン粉を大量に使用する業界が限られている」と用途拡大の難しさを実感。遠方に配送するには物流効率もネックとなる。

また、将来的には工場の新設など課題もあるが、「現状では市場が今後、どうなっていくか予測できない。時代に合わせて臨機応変にやっていくしかない」と環境を注視しながら変化にスピーディーに対応していく構えだ。

当面は「中部地方でシェアナンバー1になること」をビジョンに掲げる。既存取引先との取り組み強化や新規開拓、品質向上、技術開発の推進などにより一層のシェアアップを目指していく。

◇　◇

1978年1月5日生まれ、大阪府高槻市出身。2012年トリイパン粉入社、15年常務取締役、17年専務取締役、18年10月から現職。座右の銘は「人間万事塞翁が馬」。趣味は一昨年から子供たちと始めた空手。

■北海道糖業　トップ交代■

嶋田一郎専務が新社長

葛西社長は相談役へ

北海道糖業は20日、6月14日の株主総会で嶋田一郎専務の社長昇格を内定したと発表した。葛西達夫社長は相談役に就任する。葛西氏は2011年から7年半社長を務めた。

嶋田一郎新社長の略歴＝1981年北海道大学農学部卒、同年北海道糖業に入社。経営企画部長を経て、05年に取締役就任。13年常務取締役、16年取締役専務執行役員。19年6月代表取締役社長就任予定。

嶋田新社長

〈北海道糖業の新役員体制〉代表取締役社長・嶋田一郎▽取締役専務執行役員、生産本部長、札幌支社長、経営企画部管掌・工藤雄▽取締役専務執行役員、総務人事本部管掌、バイオ事業本部管掌、三井製糖常務執行役員・小塚智弘▽取締役常務執行役員、営業本部長・阿部正▽取締役常務執行役員、コンプライアンス担当、管理本部管掌・落合顕久▽取締役執行役員、生産本部副本部長、香川秀吉▽相談役・葛西達夫

〈新執行役員体制〉常務執行役員生産本部道南製糖所長・泰泉寺敦▽上席執行役員生産本部本別製糖所長・高橋秋二▽執行役員管理本部長兼経理部長・板垣浩▽同総務人事本部長・小川賢二▽同経営企画本部長・山本康人▽同バイオ事業本部長兼バイオ営業部長・亀田喜郎▽同生産本部北見製糖所長兼製糖副所長・林浩一

逆光線

オジサンが何をいまさらという気もするが、誉田哲也の「武士道シクスティーン」は何度読み返しても面白い。この作家としては極めて珍しい青春物なのだが、読み進めるうちについつい高校生時分に引き戻される▼中年期に入ってから自らの思春期を振り返ることほど気恥ずかしいことはないが、その一方で爽やかで楽しい青春物を読むのは好きだ。先日、同世代の友人たちと会食をした折、実年齢と精神年齢が乖離しているという話題となった。皆、50歳を超えた年齢だが、実のところ各人が感じている自身の精神年齢は、30歳代半ばのイメージだった▼私自身もいまだに20年前と大して成長していないように思う。しばしば、このままで良いのだろうかと悩む。こうした乖離はかつての50歳代にはあったのだろうか▼このギャップを修正する方が宜しいのか、このままでいいのかは迷うところだが「少子高齢化の社会で、上がたくさん詰まっているのだから成熟できないのも当然だ」との考えを得た。なるほどなあ。

至福の瞬間を届けたい。

ハーゲンダッツのアイスクリームは、
濃厚なので、溶けるのにちょっと
時間がかかるのです。 冷凍庫から出したら、
食べごろまでお待ちください。
ひとくち食べたときの、豊かな香りと味わい。
それは、何にもかえがたい幸せな瞬間です。

Häagen-Dazs

ハーゲンダッツ ジャパン株式会社　www.haagen-dazs.co.jp