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 2019
THE JAPAN FOOD NEWS
購読料　半年33,346円

炭酸水 新規ユーザー獲得し拡大

おおよそのシェア構造は「ウィルキンソン」（アサヒ飲料）が5割、「サントリー南アルプススパークリング」（サントリー食品インターナショナル）が2割と推定。以降は「伊賀の天然水強炭酸水」（日本サンガリアベバレッジカンパニー）や「カナダドライ ザ・タンサン」（コカ・コーラシステム）などが鎬迫り合いを演じている構造になっている。

「ウィルキンソン」は08年から11年連続で伸長を続け、15年3月から直近の19年3月までは49か月連続で前年実績を達成した。アサヒ飲料の水上典彦マーケティング本部マーケティング一部炭酸グループブリーダーは「昨年は競合商品が多く発売され苦戦を予想していたが、われわれも市場も2ケタ増となり〝炭酸水戦争〟がいい結果となった」と振り返る。

炭酸水のメーンユーザーは40代で、アサヒ飲料は新規ユーザーとして最も高い伸びをみせる20代に着目。20代女性をターゲットに4月16日に新発売した「ウィルキンソン タンサン ティー」は出足好調で、同日には主力の「ウィルキンソン タンサン」と「同レモン」を刷新。「味をゼロベースで見直した。バーテンダーがハイボールをつくるときに、レモンの表皮面のオイル成分を飛ばして香味づけするツイストという技術を参考に、より本格的においしい炭酸水に仕上げた」と説明する。自販機には今回刷新した「レモン」を新たに導入し「タンサン」との2品体制へと拡充。「タンサン レモン」は味覚も刷新。「味をゼロベースで見直した。バーテンダーがハイボールをつくるときに、ナショナルの「スパークリング」シリーズは昨年、プレーンタイプとレモンフレーバーの定番2品が拡大したことと商品ラインアップ拡大で2倍強伸長。その好調要因については「オフィスや家庭で息抜きがしづらくなる中、より健康なストレス「モクテル」の提案を強化。今年はより力を入れて提案ができた」（川村崇ジャパンマネジャー）。今年は、炭酸の刺激と持続力を強化してリピートにつなげていく考えで中味とパッケージを刷新し3月にリニューアル発売した。

今後は「強炭酸と炭酸が持続するようになったことをCMやSNSなどのデジタル媒体で徹底的に伝えていく。加えて店頭では飲み方提案をすることで飲用機会を増やしていく」方針。店頭ではPOPなどを使ってノンアルコールカクテル「モクテル」の提案を強化。

「2018年清涼飲料水生産数量及び生産者販売金額」によると、炭酸水の生産者販売金額は前年比22・7％増の438億7千100万円、果汁・フレーバー入り炭酸水の生産者販売金額は8・1％増の340億6千900万円となっているためだ。

20代を中心とした新たなユーザーを取り込み炭酸水市場が拡大を続けている。近年右肩上がりで、スーパー・コンビニなど手売りの市場規模は約430億円と推定。これに加えてECでの販売がかなりのボリュームで上乗せになっているとみられる。全国清涼飲料連合会の

刷新した「ウィルキンソン タンサン」と「ウィルキンソン タンサン レモン」

「サントリー南アルプス スパークリング」シリーズ

各社がマーケティング強化

▶「伊賀の天然水強炭酸水」1L

▶「カナダドライ ザ・タンサン・レモン」

アイテムや「混ぜごはん」などの素」などを軸に成長を目指す。

飲料では特に豆乳で399億円、6・8％増を見込む。豆乳については、さまざまな可能性を追求する考え。新しい商品の開発、さらに増産投資に取り組みながら、引き続き高い成長を目指す。

海外の今期業績予想は売上高が前年比3・0％増の1千893億円、営業利益が同0・8％増の125億円。原材料高や広告宣伝費、減価償却費、その他固定費の増加については、いずれも6％を見込む一方、増収効果、体質改善効果で増益につなげる計画だ。

国内の今期業績予想は売上高が前年比3・0％増の1千893億円、営業利益が同0・8％増の125億円。原材料高や広告宣伝費、減価償却費、その他固定費の増加については、いずれも6期連続で過去最高を更新した。

売上高予想を部門別にみると、醤油は499億円で0・2％増、食品は624億円で3・7％増、飲料は565億円で5・2％増、酒類は114億円で2・3％増。

醤油は前期、0・7％の減収となったが、密封容器の「いつでも新鮮」シリーズは2ケタ弱の伸びを見せた。今期も火入れタイプの新商品「特選丸大豆しょうゆまろやか発酵」や減塩タイプを含む「いつでも新鮮」シリーズの成長を目指す。

食品では特に醤油関連調味料で398億円、4・5％増を見込む。踊り場に入っている和風料理の素「うちのごはん」シリーズについても新商品「キャベツのガリバタ醤油炒め」などのボリュームのある主菜を提案する

ごぼう茶成長、今期も4割増

通販 市販 それぞれ新製品

あじかん

あじかんのごぼう茶事業が拡大している。ごぼう茶を軸としたヘルスフード部門の前期（18年3月期）の売上高は32億7千万円。前年の18億円から78％増と大きく伸長した。今期は伸び率こそ鈍化したものの、第3四半期まで前年比41％増と引き続き高いペースで成長している。

従来の通販に加え一般流通向け、販路が広がっており、全国の主要ドラッグストアに導入が進んだ。この春は新たに、機能性表示食品と瀬戸内レモンブレンドの2品を投入。それぞれのチャネルに向け、商品ラインアップを強化する。

寿司店をはじめとする業務用ルートで商売を拡大してきた同社が、一般消費者向けの商品として「ごぼう茶」の通販を始めたのは2010年。もともと主力の玉子製品のほかに、きんぴらなどの野菜加工品を製造する中で、ごぼうの機能性に着目し研究を重ねていた。

12年には初の市販用ブランド「ごぼうのひみつ」を立ち上げ、ごぼう茶とごぼうスープを商品化。その後、ごぼうチップスなど関連商品を拡大し、14年にはごぼう茶の製造方法に関する特許を取得した。

16年3月期にはごぼう茶の売上高が10億円を突破。このころから、ドラッグストアなどへの販売にも本腰を入れる。17年に竣工したつくば工場では、ごぼう茶の一次処理を行う設備を導入し生産能力を高めた。

今回発売したごぼう茶2品のうち、通販限定の「ごぼうのおかげ」は同社初の機能性表示食品で便量改善の機能を表示。2g×30包入りで、通常購入価格3千702円（税込み）。

もう一方の「焙煎ごぼう茶 瀬戸内レモンブレンド」は瀬戸内産レモンピールを加えたブレンド茶。一般流通向けに販売する。1・2g×15包入りで希望小売価格800円（税抜き）。

今回の新商品投入について同社総務部では「通販の伸びが鈍化しており、機能性表示食品を投入することで再び拡大を目指す」と説明。レモンブレンドに関しては「ごぼう茶の主力購買層は60代以上がメーンだが、より若い女性を意識したパッケージやフレーバーで購買層を広げたい」としている。

「焙煎ごぼう茶 ごぼうのおかげ」

「焙煎ごぼう茶 瀬戸内レモンブレンド」

逆光線

火山の噴火予知を研究していた科学者が予知に失敗した。だが、地元の人々からの信頼が揺らぐことはなかった。なぜか。彼が盆も正月も休みなく、毎日火口を見に行っていたのを人々が知っていたからだ▼現在、多くの企業を悩ます物流費を抑えるには、配送頻度の見直しが避けられない。しかし、小規模の病院や施設が多くの在庫を抱えるのは難しい。そこに日々食材を届けるのは地元の卸業者だ。毎日来るので、職員よりも冷蔵庫の中身を熟知している。うっかり注文を忘れたとしても、翌日にはきちんと持ってきてくれる▼鷲田氏は「かつては経済人にも矜持があった」と、新紙幣で話題の渋沢栄一を引き合いに出す。自社や個人の利益のためではなく、国のために行動したと評する。新しい元号がスタートした今、こうした経済人の矜持がどれほど保たれているかは分からない。だが、多くの現場は矜持ある人々によって支えられている。

新社長に黒崎正吉氏

味の素冷凍食品

黒崎新社長

味の素冷凍食品は4月1日、6月下旬付で吉峯英虎社長が退任し、後任に味の素の黒崎正吉常務執行役員が就任すると発表した。

※　※

黒崎氏は1960年生まれ（59歳）。85年に早稲田大学法学部卒業後、味の素に入社。11年海外食品部長、15年執行役員食品事業本部副事業本部長を経て、17年から常務執行役員ラテンアメリカ本部長兼サンパウロ事務所長、ブラジル味の素社長を務めている。

キッコーマン 国内、海外で成長 今期も過去最高更新へ

キッコーマンは2020年3月期業績予想として売上高4千735億円（前年比4・4％増）、営業利益397億円（同3・3％増）を掲げた。国内、海外ともに増収増益を計画。前期に続き売上高と営業利益段階で過去最高の更新を目指す。

同社の19年3月期売上高は4千536億円で前年比5・3％増、営業利益は384億円で同5・2％増となった。売上高は2期連続、営業利益は5期連続で過去最高を更新した。経常利益と親会社株主に帰属する当期純利益

きょうの主な内容
「『曲がり角』鮮明に」（CVS版 3面）
「各事業会社インタビュー」ほか（カメイG創業150周年記念特集 4～10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
東京都墨田区墨田3-1-4-8
TEL 03-3631-2604㈹
FAX 03-3631-8062

House
まもり高める乳酸菌
L-137
おなじみのカレーやデザートで。手軽なドリンクやゼリーで。
または、お好きな料理や飲み物に入れて。
乳酸菌を食事で。家族の健康をサポート。
これがハウスの乳酸菌！
毎日色々な形で摂取できるので、
無理なく続けられます。
こんな方へおすすめ！
✔ 自分や家族の健康管理が気になる方
✔ 忙しい時期が続く方
✔ 季節や気温の変化が気になる方