隔日刊
食品新聞
発行所　食品新聞社
http://www.shokuhin.net/
大阪市北区西天満5―10―17
郵便番号　530-0047
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

メルシャン

日本ワイン市場牽引へ

3ワイナリー体制構築

長林社長㊨とワイナリー長ら

メルシャンは23日、日本ワイン事業の近況や戦略について発表した。会見した長林道生社長は「日本ワインはこれからのワイン市場を活性化する最大のキーになる。ここ数年の市場は目覚ましい伸びを示し、国内ワイナリーも300を超えた。一方でワイン市場における構成比は4%とまだ低い。シャトー・メルシャンが先陣を切って市場を牽引するとともに、業界で切磋琢磨していきたい」と表明。ワイン事業は5大ブランドに戦略を集中し、デイリー、中価格帯、ファインの全領域で成長性の高いポートフォリオ構築を目指す方針を説明した。

同社の1―4月の日本ワイン販売数量は、前年同期比130%。このうち主力「シャトー・メルシャン」は143%と躍進している。またワイン全体でもデイリーが2%増、ファイン32%増と好調な一方、チリワイン「カッシェロ・デル・ディアブロ」を中心とした中価格帯は11%減と苦戦。ただ、これは日欧EPA発効の影響による一時的なものとみており、下期以降の挽回を見込む。

同社では日本ワインのトップランナーとして、海外への輸出や情報発信を通して国際的な評価を獲得することで、国内の需要も盛り上げたい考え。「日本のウイスキーが海外で評価されて日本人が改めてその価値に気づいたように、ワインでも同じことをやっていきたい」（長林社長）。

昨年9月には桔梗ヶ原ワイナリー（長野県）がオープン。今年9月にオープンする椀子（同）、昨年にリニューアルした勝沼（山梨県）と合わせ、ファン拡大やグローバルブランド化を目指した3ワイナリー戦略を推進する。

周囲をブドウ畑に囲まれた椀子ワイナリーは、03年に農園が開園して以来、地元の人々とともに造成・植栽を進めてきたブドウ生産の拠点に誕生。初年度5千ケース（720ml×12本換算）の生産を計画し、最終的に1万ケースへの拡大を見込んでいる。

来訪者には栽培から醸造まですべてを公開し、地元・上田市の農産物を使ったおつまみをワインとともに提供。地域社会の活性化にも一役買う。遊休農地の再活用などとともに、事業を通じて社会課題を解決するCSV経営の実現を図る。

「かつては世界のワインと戦えるよう無理な抽出を行った時期もあったが、そうではなく日本庭園のようなバランスの取れたワインを造りたいという思いがある。ひと言でいえば『調和』。日本のテロワール（風土）を生かし、地域社会の調和も大切にすることをフィロソフィーとしていきたい」（前田宏和マーケティング部長）。

世界の海苔を…
世界の人々に
―国際海苔問屋、技術と信頼の―
株式会社ヤマコ
本社　〒446-0061
愛知県安城市新田町小山119番地の1
TEL(0566)76-7611　FAX(0566)76-7788
中国
連雲港雅瑪珂紫菜有限公司
TEL0518-2340617　FAX0518-2340617

きょうの業界天気図

食酢

☀ はれ

健康機能の認知・理解向上で需要増。調味酢・飲料が牽引。

きょうの主な内容

6～7　食酢特集

「お～いお茶」9千万箱

感謝と還元で発売30周年施策

伊藤園

伊藤園の緑茶飲料「お～いお茶」ブランドは前期（4月期）過去最高となる9千万ケースの販売数量を記録した。

販売実績世界一　ギネス世界記録に認定

18年暦年（1―12月）では「ナチュラルヘルシーRTD緑茶飲料（最新年間売上げ）」販売実績世界一」としてギネス世界記録に認定された。この大台突破について、23日都内で発表した志田光正マーケティング本部本部長は「30年間のご愛飲の積み重ねだと思っている」と感謝の意を表した。

「お～いお茶」は今年2月1日に発売30周年を迎え、現在、夏場の最需要期に向けて発売30周年施策を矢継ぎ早に展開している。

30周年施策の通底にあるのが感謝と還元。「もっとお客さまが素直に喜んでくださることをコツコツとやっていきたい。若い人にも女性にも幅広い人に飲んでもらうことを1つテーマに掲げ、さまざまなキャンペーンを還元のつもりで展開している」と説明した。

直近では5月27日に日本全国ご当地パッケージを発売開始。これは地域密着をテーマに47都道府県ごとの日本を代表する名所や名物をパッケージにデザインしたもので、1本につき4都道府県分（一部商品は3都道府県分）を掲載し「お～いお茶　緑茶」「同　濃い茶」「同　ほうじ茶」各12種類ずつ販売していく。

地域密着では10年から実施している「お～いお茶　お茶で日本を美しく。」キャンペーンを重視。「流通さまや学校、老健施設の方などを含めて皆さまで活動し地域の方が喜んでくださる活動を積極的にやっていきたい」という。

商品面では30年前から一環して〝自然・健康・安全・よいデザイン・おいしい〟の5つを重視して商品とブランドを磨き続けている。

バリューチェーンの最初の柱となる原料茶葉については、品質・環境の観点から20年をめどに「お～いお茶緑茶」の原料茶葉すべてをGAP認証取得農園で生産された茶葉にしていく。

5月27日から発売する「お～いお茶緑茶」は中身と容器を刷新。中身は、茶産地育成事業で開発された旨み茶葉を使用し「旨み成分を約20％高めて、さらにまろやか、さわやかになった」。

容器は環境に配慮し、再生PET樹脂を使用した100％リサイクルペットボトルを一部エリアから採用していく。

23日発表した志田本部長とゲスト出演した女優の中谷美紀さん

日本全国ご当地パッケージ

仕掛人

コルレオーネ・インベストメント・ジャパン

中村　武治社長

「ブランド体験の場」

空間をメディアに

価値伝達

あるブランドの価値を多くの人に知ってもらいたい時に、単にその情報を広告やメディアを通して伝えるだけでなく、実際にブランドを体験できるリアルな場を作る。現在では一般的になったこの手法を、日本に根付かせるために奮闘した人物がいる。

「アパレル企業から独立し不動産事業を始めたいと考えていた10年ちょっと前、渋谷スクランブル交差点の大型ビジョンをふと見上げて気付いた。『これはメディアの一種だが、通常のメディアではない。いわば不動産がメディアになっている』と。自分がやる不動産はこれだと思った」。

体験型企業アンテナショップ事業を展開するコルレオーネ・インベストメント・ジャパンの中村武治社長は語る。

当時、米国で産声を上げたばかりのiPhoneは、日本では上陸前夜。SNSも各社のサービスが始まろうとしていた黎明期だ。だが中村氏の脳裏には、消費者がスマホで撮った写真を自らSNSで発信する日本の未来像が浮かんだという。「ユーザーに自ら発信してもらうことで、スペースをメディア化できる」。そう考えた。

以来〝スペースをメディア化する男〟を自称し大手広告代理店に話をもちかけるも、前例のない提案に当初は戸惑われた。やがて熱意が通じて任されたのは、ある大手メーカーの画期的新製品を飲食店向けにPRするプロジェクトだった。

東京・銀座の目抜き通りに、製品を体験できるバーを期間限定で出店する――。そんな構想を立てた。「今でこそポップアップストアなどと呼ばれるようになったが、ある場所を短期間だけ借りるような契約書を当時の不動産業者は持っていなかった」。

ビルを建てる予定だったオーナーを何とか説得して3か月だけ待ってもらい、出店にこぎつける。たちまち2時間待ちの行列ができた。その光景を目にした人々は、折りしもブームとなり始めていたツイッターで次々と拡散。それを見た全国の飲食店オーナーから、注文が殺到する。最初の成功事例だった。

その後も同様の手法によるPRを次々と展開。中でも誰もが知る企業ブランディングの大成功事例となったのが、12年にオープンした「丸の内　タニタ食堂」だ。社員以外も利用できる食堂としてオープンした同店をきっかけに、タニタは健康医療機器メーカーにとどまらない一般への知名度とブランド力を獲得。現在では食堂のFC展開を始めるまでに成長した。

昨年7月には〝しょうゆもろみ〟などの発酵食品を販売する「こころダイニング」を、キッコーマン初の体験型企業アンテナショップとして東京・吉祥寺にオープン。商品開発から店舗オープン、その後のプロモーション計画までを一貫して手掛けている。

昨秋、東京・有楽町にオープンしたキッコーマンの体験型レストラン「KIKKOMAN LIVE KITCHEN TOKYO」も、同社がプロジェクト参加。現在進行中のプロジェクトも多数あるという。

「広告代理店だけでは理想的なユーザー体験スペースを確保できない。そして不動産ディベロッパーは所有する自社物件を売ることしか興味がない。当社では企業が何をユーザーに伝えたいのか、そのためにどんなロケーションなら最高のパフォーマンスが得られるかを考え、実際にそのリアルスペースを押さえる。そこでどんな体験をしてもらうかというコンテンツのデザインまで行う。2020年からは5Gがスタートしテクノロジーの進化で新たな顧客体験デザインも可能になる。ユーザーの体験をリアルとデジタルで融合していく。当社はこんなことができる日本で唯一の不動産屋だ」と中村氏は自負を語る。

◇　◇　◇

コルレオーネ・インベストメント・ジャパン＝東京都中央区銀座8―12―15　全国燃料会館4F　TEL03―5550―0575　http://corleone-investment-japan.co.jp/

逆光線

東京五輪の抽選チケット申し込み受付が明日で終了する。大好きなサッカーを観ようと、受付開始の5月9日にアクセスしたが、大混雑で販売サイトにつながらず、その日は断念した▼10日深夜に販売サイトへつながり、チケット購入ページまで辿り着いたが、最後の電話番号認証で電話がつながらない。繰り返しかけたが、1時間ほどで心が折れた。ようやく申込み完了したのが3日目の11日で、この頃になるとチケット購入ページまで日中でも待たされずにつながった▼抽選なので何も慌てて申し込む必要もないが、やはり心理的なもので「早めに申し込んでおきたい」という人が自分も含めて多かったのだろう。思えば02年の日韓W杯でもチケット取得にはやきもきさせられた▼完売されたはずのチケットがなぜか大量に売れ残っており、臨時に設けられた販売所へ買いに行ったのをおぼえている。チケット取得のドタバタも含めて今では良い思い出となっているが、それも最終的に試合を観られたから。東京五輪が良い思い出になるのか、来月20日の抽選結果発表が楽しみだ。

愛は食卓にある。kewpie

袋のままレンジでチンしてかけるだけ。お手軽パウチのパスタソース。

封を切らずに電子レンジでそのままあたためるだけで食べられる、レンジ対応パウチ入りのパスタソースが新発売。大人から子どもまで楽しめる、やさしい味わいに仕上げました。

キユーピー　カルボナーラ　なめらかチーズ仕立て
キユーピー　ミートソース　フォン・ド・ヴォー仕立て
キユーピー　たらこクリーム　なめらかクリーム仕立て

www.kewpie.co.jp/pasta_sauce

kewpie 100 years, start!
やけどに注意!
蒸気口
封を切らずに立てたまま
持つ
2人前
袋のままレンジでチンするだけ
調理例
封を切らずに立てたまま
2人前