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
リプラ丸の内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

錠菓

アサヒ、クラシエが新商品

多様な販促駆使し普及促進

錠菓市場はここ数年、堅調に推移している。小売金額にして500億円市場、メーカー出荷ベースで300億円の市場規模に成長した。その背景として、アサヒグループ食品「ミンティア」、クラシエフーズ「フリスク」、それにモンデリーズ・ジャパンが参戦して高額ゾーンの開拓に成功してきたことが大きい。今秋、アサヒグループ食品はミンティア ブリーズに〝アクアプラス〟シリーズを投入した。さらなる市場活性化につながるか注目される。

錠菓市場は、「フリスク」が市場を創成し、そこへ「ミンティア」が100円の買いやすさで完全に市場定着の地盤を固めてきた。停滞時期も経験したが、ガム市場の退潮傾向とともに、錠菓の利便性とファッション性にスポットライトが当たり浮上してきた経緯がある。

波に乗り始めた錠菓の後押しとなったのが「ミンティア ブリーズ」の開発である。「フリスク ネオ」も登場し、モンデリーズはガムブランド「クロレッツ」で高価格帯のタブレットに挑戦することで、表面的には三つ巴の構図を生んでいる。

中でも、「ミンティア」ブランドが錠菓市場で№1を獲得しており、2018年売上高は販売目標215億円を上回る219億円を達成し、18年連続で過去最高売上げの記録を更新した。そこには〝のどスッキリ〟効果をうたった「ミンティア エクスケア」の貢献もある。

今秋については「ミンティア ブリーズ」の新バージョンとして〝お口スッキリ、息クリア〟を訴求した「クリアプラス」（マイルド、シャープの2品）を9月30日に上市した。それぞれプラスのアイコンと3つの矢を組み合わせたモチーフを配した機能性あるデザインを採用している。

そして「エクスケア」シリーズでは「ハーブミント」と「ヨーグルトミント」を10月7日に店頭発売する。併せて、9～10月にはブランド合計3千800GRPの投下を予定。交通・デジタル広告やサンプリング・キャンペーンなど多様なコミュニケーションで販売を促進する。

一方、クラシエフーズは「フリスク ネオ」シリーズの新フレーバーとして「チェリー」を9月16日に発売開始した。これを記念して「PLAY WORK」キャンペーンを10月16日まで開始している。

同キャンペーンを盛り上げるべく、10月1日には東京でスペシャルゲストにモーリー・ロバートソン氏、大阪では10月8日にロバート・キャンベル氏を招いてトークセッションを行う。バリ島5泊7日ノマドワークの旅が当たるプレゼントキャンペーンや仕事を楽しむためのワークショップも開催するなど、「フリスク ネオ」普及の後方支援を行う。

モンデリーズも負けじと、9月にクロレッツから新シリーズ「フルーツフルタブ」を上市した。同社にとって、これまでにない2つのフルーツ（マンゴー＆ピーチ、ラズベリー＆ブルーベリー）味のタブレットであり、ガムにはないフレーバーを提案している。

このように錠菓は主力3社が新商品開発を継続し、多様な販促手段を通じて市場の活性化を進めている。錠菓市場はさらに成長する可能性を持っている。

登板

甲羅
社長
鈴木 雅貴氏

「甲羅」「赤から」真の全国区に

ブランド価値向上、海外も再強化

カニ料理「甲羅」や居酒屋「赤から」などをチェーン展開する甲羅（愛知県豊橋市）。1969年の創業から50年目を迎えた今年、新たなステージの幕を開ける。この10月1日付で創業社長の鈴木勇一氏が代表取締役会長となり、勇一氏の長男である雅貴副社長が代表取締役社長に昇格。世代交代を進めるとともに、次なる進化に向けた新体制構築を目指していく。

同社は69年、前身となる飲食店を豊橋に開業。高級食材のカニをファミリー層にリーズナブルな価格で提供したいとの想いから、72年に「甲羅」1号店をオープン。03年には新・名古屋名物を創ろうと「赤から」を立ち上げた。その後も多店舗化・多ブランド化を進め、現在グループ総年商約185億円（19年3月期）、国内出店数33業態・373店舗（19年9月末時点）を擁する。

新社長の雅貴氏は、72年1月6日生まれ。大学卒業後は、将来の甲羅グループ承継を見据え大手水産会社に就職。北米エリアを担当し、カニに関するノウハウを学んだ。

その後、コンサルティング会社を経て01年4月に甲羅入社。経営企画部門の立ち上げや海外事業に携わってきた。社長交代に関しては「数年来、話は出ていたが確定したのは今春」だという。

会長との役割分担については「当面大きく変えることはない。会長には引き続き業態開発の中心的存在でいてもらい、私は組織や制度改革などを最優先事項に据える」。

なかでも力を注ぐのが人材育成だ。「これまでは創業者である会長の強いトップダウンの下で組織が動いてきたが、ともすれば受け身一辺倒になる人が少なからずいた。指示待ちではなく、自分で考えて動ける人材を育成する。そのための仕組みづくり、教育制度の充実を進めていく」。

地元・中部地区以外での販図拡大、ブランド認知向上策もこれまで以上に強く推し進めていく。

「国内であれば、東京はやはり情報の中心地。常に最新の情報を収集し、そして自らも発信していくことが必要。そのためには当社店舗のブランド力をもっと高め、真の全国区チェーンにならなければいけない。現在、関東で出店しているのは『甲羅』と『赤から』のみだが、他のブランドも今後は検討していく」。

海外事業も02年に山東省青島に「赤から」業態で1号店をオープンしたが、紆余曲折があり、現在海外FCは台湾の1店舗にとどまっている。

ただ、「近年は日本の甲羅グループ店舗で働く外国人留学生が増えてきた。彼らが卒業、帰国する時には必ず〝母国に甲羅や赤からを作ってくれれば働きたい〟という熱いリクエストをもらう。こうした留学生たちの声にも応えてあげたいし、日本のスタッフにも海外での活躍の場を作っていければと考えている。海外での成長戦略をどう描くかも、私に課せられた大きな宿題だろう」。

【鈴木雅貴氏（すずき・まさき）】▽生年月日1972年1月6日、愛知県豊橋市出身▽94年3月敬愛大学経済学部卒業▽94年4月極洋入社、98年4月オージーエムコンサルティング入社、01年4月甲羅入社、01年4月経営企画部室長、06年6月常務取締役、10年6月取締役副社長、19年10月より現職。

昭和産業

内定式 天ぷら研修

〝サクッ〟と意識も衣替え

昭和産業は1日、来春入社予定の内定者を迎える「体験型内定式天ぷら研修」を本社で開催した。

世界初の家庭用天ぷら粉を発売したパイオニアメーカーとして、「天ぷら」調理体験を通じて、内定者に商品や企業理解を深めてもらうとともに、10月1日の〝衣替え〟にちなみ、「学生から社会人に、意識を〝サクッ〟と衣替えしてほしい」と企画した体験型研修で、今年で4回目。

当日は来春入社予定の36人（男性22人、女性14人）の内定者に加え、神戸・船橋工場で研修を受けるベトナム人留学生2人（男女）が参加。新妻一彦社長、中村圭介専務の代表取締役をはじめ、同社の天ぷらマイスターや先輩社員の指導のもとで、「昭和天ぷら粉黄金」「オリーブオイルライトテイスト」を使い、天ぷら調理にチャレンジした。

あいさつした新妻社長は「穀物ソリューションを展開する当社において、天ぷら粉はフラッグシップ商品であり、イノベーションやチャレンジする姿勢が詰まった製品。来年の発売60周年に向けて、さらなるブランドロイヤリティ向上に取り組んでいく」と語った。

農水省

食品ロス削減へ

小売店で啓発活動推進

農水省は「食品ロス削減月間」の10月、小売と消費者が連動した食品ロス削減への取り組みを後押しすべく、小売事業者の協力を得て、食品ロスの削減に向けた啓発活動を実施する。

国内では、本来食べられるにもかかわらず廃棄される「食品ロス」が年間約643万t（平成28年度）発生。事業系の食品ロス約352万t（規格外品、返品、売れ残り、食べ残し等）のうち、19％にあたる66万tが食品小売業から発生したと推計されている。

小売店での食品ロスの背景には消費者の過度な鮮度志向や購買行動があることから、小売店頭で消費者に呼びかけを行い食品ロス削減への意識を高めてもらうことにより廃棄される食品ロスの削減につなげていく狙い。

農水省は、平成29年度の補助事業として、大手小売と連携し店頭での消費者への啓発資材による食品ロス削減効果を実証。アンケート調査では半数近くの消費者が食品ロス削減に向けた買い物をすると反応。実験店でも廃棄率等が改善したことを確認している。

きょうの主な内容
「売上げ堅調もコスト厳しく」（冷凍麺特集　6～7面）
「進化し続ける包装餅市場」（包装餅特集　8～10面）

逆光線

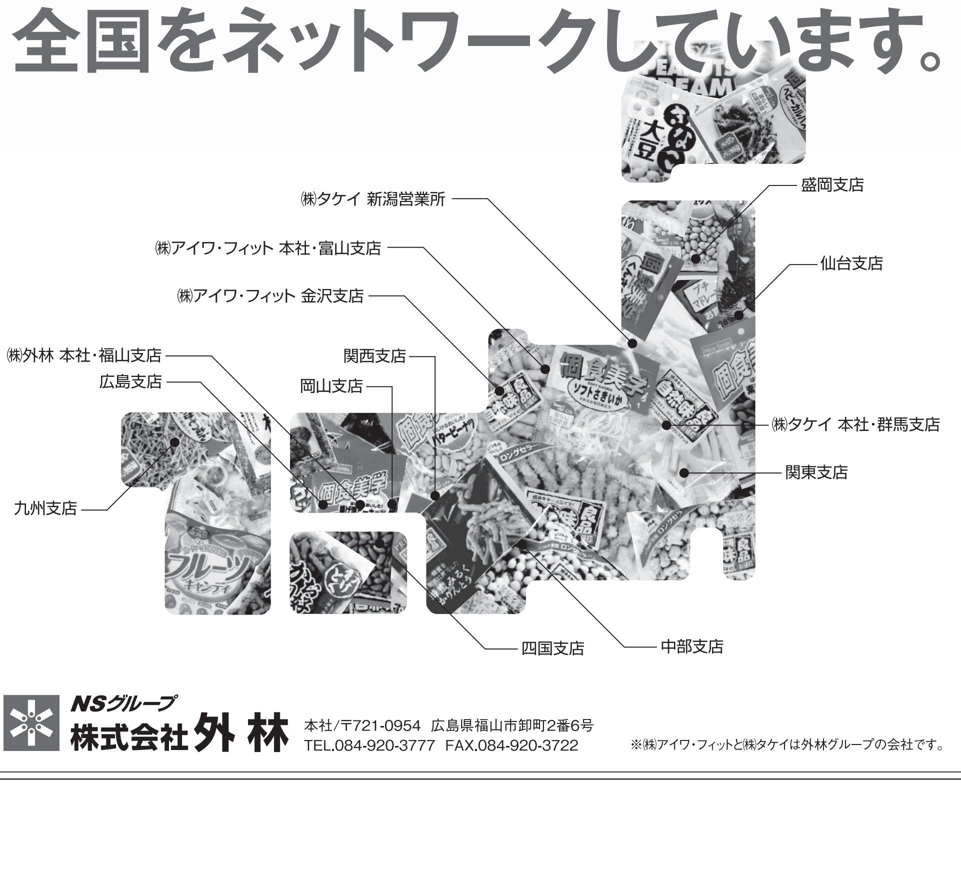
消費税率が10％に変わった数日後。立ち寄ったカフェで、前に並んでいた年配夫婦がコーヒー代を払うのに何やら手間取っていた。得なのはプリペイドかクレジットか、手持ちのカードを数枚取り出し悩んでいる▼席に着いたら、隣には60代と思しき主婦3人組。その中の1人がスマホ決済を上手くこなしたと、あとの2人に得意そうに話している。キャッシュレスに意欲的なシニア世代が意外に多いと感じた▼一方、受け入れる側はどうだろう。増税施行の1週間ほど前、地域卸の経営者に聞いた話を思い出す。得意先の小売店では、税率変更が目前に迫ってもレジの切り替えが済んでいなかったり、ポイント還元の申請をしていなかったりという店が多いという▼たとえ補助があってもレジを買い替えるには余計な費用がかかるし、期間限定の還元策のためにわざわざ申請するのも面倒だ。後継者がいなければ、これを機に廃業を考える店もある。ポイント還元セールなど今は何かと賑やかでお祭り騒ぎの雰囲気もあるが、祭りが終わった後の静けさに、不安な気持ちは拭えない。

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
TEL03-3631-2304代
FAX03-3631-8062

初上
塩昆布茶
お茶の香りと磯の香り。とっても上品なおちつきの味わい。
安田食品工業株式会社
香川県小豆郡内海町安田甲103番地　TEL（0879）82-2225

カレーの流れを変える！
ハイグレード21
カレールウ
NET. 1kg
テーオー食品株式会社TT
本社　東京都豊島区南長崎1-2-4

㈱外林は、お菓子の卸売として
全国をネットワークしています。



NSグループ
株式会社外林
本社/〒721-0954　広島県福山市卸町2番6号
TEL.084-920-3777　FAX.084-920-3722
※㈱アイワ・フィットと㈱タケイは外林グループの会社です。

空にきらめく、星のような
モントワールのお菓子。
山星屋から
みなさまにお届けいたします。
ARISTA
山星屋

株式会社山星屋　www.arista.co.jp
〒542-0081　大阪府大阪市中央区南船場1丁目15番14号　堺筋稲畑ビル3階　TEL：06-6125-2100　FAX：06-6125-2120
〒108-0022　東京都港区海岸3丁目9番15号　LOOP X 4階　TEL：03-6699-1700（代）　FAX：03-6699-1730