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

永谷園の
お茶づけ海苔

スティック商戦本格化
首位AGFが価値伝達加速

11月の需要期に突入し、スティック製品の店頭展開とマーケティング活動が本格化している。コーヒー、紅茶などのスティック製品は、少人数世帯の増加に伴うパーソナル需要の高まりに対応して市場規模を拡大。18年で300億円強にのぼり、今年4－8月では金額ベースで一ケタ後半、杯数ベースで二ケタ伸長したとみられる。杯数の伸びが金額の伸びを上回っていることが一端を示すように、1箱20～30本入り大容量タイプの低単価販売が業界の課題。1杯当たりの価値を高めるべく、1箱10本以下の小容量タイプ強化に向け各社が動き出している。

価値増強へ小容量強化

金額ベースで同市場の6割弱のシェアを握る味の素AGFはこの秋冬、スティックユーザー1それぞれのニーズに合わせた商品を投入してスティック製品市場の価値を増強し、市場の再活性化を図っている。

〈ブレンディ®〉スティックシリーズの付加価値タイプとなる〈ブレンディ®カフェラトリー®スティック〉シリーズでは、女優の北川景子さんを継続起用した新TVCM「私との時間を濃厚に」編を4日に放映開始した。

女優の北川景子さんを継続起用したへブレンディ®カフェラトリー®スティック〉シリーズの新CM㊤、へブレンディ®カフェラトリー®スティック〉シリーズの新商品など㊦

〈カフェラトリー〉シリーズは、お湯を注ぐだけで手軽に専門店品質の濃厚な味わいが楽しめるというコンセプトと継続した新品種の投入が支持され、発売から3年を経た現在で全20品種、売上金額は約2倍（初年度比）へと拡大している。

この秋冬、同シリーズからは「濃厚ヘーゼルナッツラテ」「濃厚ほうじ茶ラテ」「濃厚シンジャーミルクティー」「濃厚クリーミーカフェラテデカフェ」の4品を新発売した。

ボリュームゾーンである〈ブレンディ〉スティックシリーズも、全ての既存品を刷新し価値増強を図った。

同シリーズのコーヒー系は全て中身に磨きをかけコーヒー感の引き上げとミルク感・ボディ感の向上を図り、「紅茶オレ」「ココア・オレ」「抹茶オレ」のノン・コーヒー系もエンハンサー技術を導入・強化して品質を向上させた。

新シリーズとしては「〈ブレンディ®〉ロースターズ&〉スティック」を発売。同シリーズは、甘さを加えることなくミルクだけを少量加えてコーヒーの風味を引き立てた点が特徴で、コロンビア・モカ・キリマンジャロ・ブラジルの産地豆の特徴を生かした4品種を取り揃えている。

対するネスレ日本はプレミアムとウェルネスに対応した新商品としては、ファンケルと共同開発したスティックタイプのドリンク4品「ネスレ ブライト コラーゲンミルクタイプ」「ネスレ ブライト GABAミルクタイプ」「ネスレ ケール抹茶ラテ」「ネスレ カロリミットほうじ茶ラテ」を展開している。

ウェルネスで新機軸を打ち出したのは、ドラッグストアで発売開始された花王の「sonaeウィルバリア ホットエッセンス」。

同商品は「ヘルシア」ブランドで培ったカテキンの研究を応用して開発され、40㎖のお湯で溶かして飲むと、温かな〝とろみカテキン〟がじんわり行き渡り、飲用後にスッキリ感が長続きするようになっている。

紅茶ポリフェノールに着目したのは三井農林。国産粉末りんご果汁に紅茶ポリフェノールを10㎎加えた「日東紅茶 デイリークラブ 紅茶ポリフェノール入りホットアップル」を新発売した。

紅茶ポリフェノールは、インフルエンザウイルスに取りつく感染力を奪う抗インフル作用のほか、血中コレステロール上昇抑制作用や抗菌・消臭作用などさまざまな作用があるとされる。

森永製菓は〝血流を改善することで血圧が高めの方の血圧を下げる〟〝運動時の身体の柔軟性や筋力・バランス感覚を維持する〟〝便通が気になる方のおなかの調子を整える〟――の3つのヘルスクレームを持つ機能性表示食品「森永ココアカカオ9Oスティック」を新発売した。

嗜好系の新商品はAGF、ネスレ日本の2強以外からも多彩に発売されている。

キーコーヒーは、レギュラーコーヒー専業メーカーのインスタントコーヒーミックスとして「カフェラテ贅沢仕立て」「カプチーノ贅沢仕立て」を発売している。

片岡物産はスティックの新商品として「黒みつ抹茶ミルク」と「ほうじ茶ミルク」を3本ずつアソートした「〈辻利〉京ラテ 黒みつ抹茶ミルク」と「〈辻利〉京ラテ ほうじ茶ミルク」を展開している。

三井農林はデザート棚への提案として「きなこ香る黒ごまミルク」を投入し、ココア棚に近いものとしては「チロルチョコ×日東紅茶 カフェモカ」と「チロルチョコ×日東紅茶 ストロベリーラテ」の2品を新発売した。

「チロルチョコ」2品はともに子供の成長を考えカルシウムとビタミンDを入れて、牛乳でもおいしく飲めるようになっている。

ネスレ日本がファンケルと共同開発したスティックタイプのドリンク4品

キーコーヒーの「カフェラテ贅沢仕立て」と「カプチーノ贅沢仕立て」

世界的な健康課題解決で成長加速
味の素

西井社長

味の素社の西井孝明社長は6日、2020年3月期中間決算発表の中で、次期中期経営計画に向けた重点戦略である海外調味料事業の進捗状況を発表した。海外食品は、うま味調味料を基盤に市場規模の大きい風味調味料と成長性の高いメニュー用調味料の拡大に注力し、セイボリー事業の拡大を図っているが、これらに集中したことで中間期はうま味調味料（ベトナムを除く）が6％増、風味調味料は4％増、メニュー調味料は11％増を達成した。

海外食品は主要国のGDP鈍化やローカル競合企業の出現など環境変化が起こっているが、復元力のある事業と認識。そる」。

創業60周年へ向け
新スローガン
フジッコ

フジッコは来年の創業60周年へ向け、新たなスローガンを策定した。

――

「おいしさ、けんこう、つぎつぎ、わくわく。」というもので、前半の「おいしさ、けんこう」は同社の変わることのないものづくり、後半の「つぎつぎ、わくわく」はチャレンジ精神を表す。後ろの赤いラインは新しいアイデアを発信し続ける創造力を象徴する。今月7日から順次使用している。

おいしさ、けんこう、
つぎつぎ、わくわく。
フジッコ
Make You Smile with Good Meals
FUJICCO
日本語表記㊤と英語表記㊦

逆光線

コンビニのイートインコーナーで一服しようとマシンでカウンターをいれて席についた。レシートを持ってレジに並び直すのもそうだし、手続きする店員にとっても煩わしいように思えたので、席をたった。仮にそのまま居座っていたとして、果たして店員は注意しにやってくるだろうか。ただでさえ人手不足で効率を追い求められている中で徴税まで全うするインセンティブは皆無だと思う▼この一例からも軽減税率は現実を想定し切れていない机上の空論のようだが、消費マインドの維持には一定の役割を果たしているのかもしれない▼対象商品やシーンによって増税になったりならなかったりすることで増税の感覚は薄まり、特に生活に欠かせない食料品が軽減税率制度対象であることが消費マインドの維持に貢献しているようだ。

この人と30分

外食業態へ初参入
人の成長こそ会社の成長
まつおか　社長　松岡　まち子氏

デパ地下を中心に惣菜店約60店舗を展開する「まつおか」。17年に創業30周年を迎え、今年には初めての外食業態へ参入するなど、新しい挑戦を続ける松岡まち子社長に話を聞いた。

忙しい主婦に代わって〝おふくろの味〟を提供しようと和惣菜の店「まつおか」はすべて店内調理。素材と味に徹底的にこだわり、現在は北海道から九州まで全国展開できるまでに成長した。今年6月に発表した第三次中期経営計画では、22年までの3年間を「100年企業への土台作り」と位置付け、さらなる改革を進める決意を示した。

外食業態への参入は、「まつおか」のブランド力向上に加え、事業拡大に向けて重要な要素と考えている。店内は落ち着いた雰囲気で空間演出にこだわった。オープンキッチンの新業態「tacurry」を出店する。スパイスについては、専門家のシャンカール・ノーグチ氏が監修。

焼き鯖、生姜焼き、ひじき、きんぴらなど、これまで和惣菜として「まつおか」が提供してきたものをスパイスとマッチングさせた。晩ご飯のおかずとして単品でテイクアウトもできるが、店内マカレーの新業態「tacurry」を出店するとスパイスと惣菜とキーマカレーを掛け合わせたスパイスを掛け合わせて東京・恵比寿に惣菜とスパイスとマッチングさせた。

さらに、12月3日には来店するなど好調な滑り出し。じっくりと時間をかけて地域に根付かせていく。

さらに、12月3日には「スパイス惣菜」とキーマカレーの新業態「tacurry」を出店する。スパイスについては、専門家のシャンカール・ノーグチ氏が監修。

一方、新業態参入に当たって人材の育成・確保が課題とされたが、働き方改革が取り上げられる以前から、人材育成や就労体制の改善など積極的に取り組んできたことが役に立っている。

年末年始をはじめ年間を通じて多忙な惣菜業態だが、全社員に対し「5日間の連続休暇」を義務付け。有給休暇も積極的に取らせている。

社内評価では、決められた時間内で業務を行うほど高評価が得られるため、生産性も向上した。

売上げや業務改善への努力などが高評価の管理職には、リフレッシュを兼ねた海外研修を毎年実施。今年はタイ・バンコクへ4日間。昨年11月にオープンした高島屋などを視察したほか、現地の料理を味わい、食文化の違いなども学んだ。

このほか、社員の募集についても専門家を顧問につけ、アドバイスを受けながら進めることで、安定的な人材確保が可能になった。

今後、100年企業に成長していくためには「人の成長」が欠かせない。40周年、50周年と一歩一歩着実に、地に足をつけて従業員と一丸になって前進していきたい。

きょうの主な内容

「壱番屋、コメダ、物語が増収増益」（中京外食業務用特集　4～7面）
「10月市況は9％増」（アイス版　8面）

おいしい
オリゴ糖

オリゴ糖は有用菌の増殖源
（善玉菌）

5種類のオリゴ糖をブレンド
発売から22年目。ロングセラーのオリゴ糖
お手頃価格のオリゴ糖
ヨーグルトによくあうオリゴ糖

ヨーグルト
プロバイオティクス
＋
オリゴ糖
プレバイオティクス
＝
シンバイオティクス

おいしい腸活
株式会社加藤美蜂園本舗　www.sakura-honey.co.jp