

食品新聞

発行所 食品新聞社
http://www.shokuhin.net/
大阪府北区西天満5-10-17
電話 06(6361)4972
東京 都府中 区大塚1-1-1
電話 03(3552)3756-4031
名古屋 市中区丸の内2-10-11
電話 052(221)5391
支店 広島・福岡
©食品新聞社 2020
THE JAPAN FOOD NEWS
創刊 1948年3月31日

毎日あなたの食卓に
サクラ印ハチミツ
加藤美峰本舗

きょうの主な内容
一致団結「令和時代の飛躍」
中部新春特集 PART1 4頁8面

タテマツ 招き猫
株式会社 豊島屋
TEL086(522)2148 FAX086(522)2149
Eメール info@teshimaya.co.jp

飲料 供給体制を強化



物流トラック

台風・豪雨など予測できない天災に備え

飲料各社が供給体制を強化している。台風や豪雨の大規模な天災や、その影響による物流コストの増大が、その背景にある。一方で、上昇し続ける物流コストを抑制する狙いもある。

物流費高騰も背景

コカ・コーラボトラーは今年にかけて新・無菌月の竣工を予定している。2018年西日本豪雨や2019年三原市の工場と隣接する物流拠点を浸水し、その復旧や製品供給能力の強化を急ぐ中で進めている。同社は19年を基盤構築年として、2020年には新ラインを増設し5年と位置づけ、19年か

工場・ライン名	稼働日・稼働予定日
1 京都3号ライン	19年2月稼働
2 熊本1号ライン	19年3月稼働
3 京都2号ライン	19年10月稼働
4 白州1号ライン	20年4月竣工予定
5 蔵王6号ライン	20年5月竣工予定
6 広島1号ライン	20年6月竣工予定
7 広島2号ライン	20年6月竣工予定

物流面については「従来の物流破綻を教訓に、来は工場周辺に在庫して昨春から輸送力強化の取組が、18年夏に人手不足と自然災害による物流コストの増大を踏まえ、19年には消費地に近い工場に在庫を増やす計画となっている。ブランドの中で、自然災害が頻発するエリアは、21年には長期化している。21年には長期化している。21年には長期化している。

東京五輪 約6割が自宅観戦

味の素「勝ち飯」スタジアムで新提案

味の素は「勝ち飯」スタジアムで新提案。味の素は「勝ち飯」スタジアムで新提案。味の素は「勝ち飯」スタジアムで新提案。

20年アサヒビール戦略

2020年のアサヒビールは長期経営方針のもと、消費者が普及から多様化するもの戦いが、今年は前年並と、ビールに注力する。しむ酒類の約8割は、消費から、経験や体験から、経験や体験から、経験や体験から。

味の素は「勝ち飯」スタジアムで新提案。味の素は「勝ち飯」スタジアムで新提案。味の素は「勝ち飯」スタジアムで新提案。

アサヒビール 目標と実績

	20年目標	前年比	19年実績	前年比
ビール計	6,680億円	100%	6,839万円	94.5%
スーパードライ	8,470万円	101.4%	8,355万円	96.4%
発泡酒計	1,090万円	98.4%	1,319万円	94.9%
スタイルフリー	1,090万円	98.4%	1,108万円	97.3%
新ジャンル計	1,930万円	102.4%	1,884万円	94.4%
クリアアサヒ	6,680億円	100%	6,660万円	96.1%

ノンアルビール

	20年目標	前年比	19年実績	前年比
ノンアルビール	336億円	101.5%	331億円	99.7%

2020年のアサヒビールは長期経営方針のもと、消費者が普及から多様化するもの戦いが、今年は前年並と、ビールに注力する。しむ酒類の約8割は、消費から、経験や体験から、経験や体験から。

消費者インサイト探索 「SD」のファン増やす

ライオンが「SD」のファンを増やす。ライオンが「SD」のファンを増やす。ライオンが「SD」のファンを増やす。

ライオンが「SD」のファンを増やす。ライオンが「SD」のファンを増やす。ライオンが「SD」のファンを増やす。

逆光線

成人のシグナル。成人のシグナル。成人のシグナル。成人のシグナル。

からだにうれしい、ごまかけ習慣

ShinSei

株式会社 真誠(しんせい) 〒481-8526 愛知県北名古屋市片場新町29 TEL(0568)23-3311 FAX(0568)22-4245