

# 食品新聞

発行所 食品新聞社  
http://www.shokuhin.net/  
大阪府北区西天満5-10-11  
電話 06(6361)4972等

### 自然の恵みを美味しく 皆様にお届けしたい。

# 青のり

青のり専門問屋  
株式会社カメセ水産

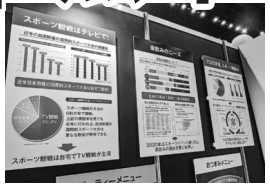
### 九州新春

くもりのあはれ  
九州新年賀詞交換会、  
新たな年吹きと繁栄の  
始まりを願う年。

## 五輪はテレビ観戦6割

昨年9月から11月まで開かれたラグビーW杯日本大会。日本戦のテレビ平均視聴率は試合によって30〜40%台と高視聴率を保持。一般的なスポーツ観戦場所（アンケート）でもテレビ観戦が60%を占め、試合会場20%、ネット10%とテレビ観戦が圧倒。「東京五輪は家で観戦。とくに自国開催にさらに数値が高まる」（日本アクセス）とみられている。

## 「肉食、家飲み」に「標準」



日本アクセスの展示会

### 業界が期待する「五輪特需」

品が主流になる。そこで、提案を開始。今夏は「標準」の傾向に拍車をかける。家庭用「パン工房」食、家飲みを焦点とした。また、大小売も内食に新アイテムを加えて強化。食向けに、簡便な調理、家庭での食事をサポートする。日本アクセスは、今年、抜きを手に作り料理を増やすと予測する。コロナ上平明の注目キーワードの一つは「基本」。「観戦時の食需要」に「冷凍ミルキット」「ラタトゥユ」「煮込み」はもちろんだ。ハンバーグ、「たっぷり」野菜系「ミネストローネ」を展開。味の素社は、独自の圧力スチーム調理パウチで、かたまり肉メニューがレンジで簡単にできる。圧力スチームクッキング調味料「ステーキ」を発売する。

## 「内食、家飲み」に「標準」

品が主流になる。そこで、提案を開始。今夏は「標準」の傾向に拍車をかける。家庭用「パン工房」食、家飲みを焦点とした。また、大小売も内食に新アイテムを加えて強化。食向けに、簡便な調理、家庭での食事をサポートする。日本アクセスは、今年、抜きを手に作り料理を増やすと予測する。コロナ上平明の注目キーワードの一つは「基本」。「観戦時の食需要」に「冷凍ミルキット」「ラタトゥユ」「煮込み」はもちろんだ。ハンバーグ、「たっぷり」野菜系「ミネストローネ」を展開。味の素社は、独自の圧力スチーム調理パウチで、かたまり肉メニューがレンジで簡単にできる。圧力スチームクッキング調味料「ステーキ」を発売する。

## 業界が期待する「五輪特需」

品が主流になる。そこで、提案を開始。今夏は「標準」の傾向に拍車をかける。家庭用「パン工房」食、家飲みを焦点とした。また、大小売も内食に新アイテムを加えて強化。食向けに、簡便な調理、家庭での食事をサポートする。日本アクセスは、今年、抜きを手に作り料理を増やすと予測する。コロナ上平明の注目キーワードの一つは「基本」。「観戦時の食需要」に「冷凍ミルキット」「ラタトゥユ」「煮込み」はもちろんだ。ハンバーグ、「たっぷり」野菜系「ミネストローネ」を展開。味の素社は、独自の圧力スチーム調理パウチで、かたまり肉メニューがレンジで簡単にできる。圧力スチームクッキング調味料「ステーキ」を発売する。

## 容器を環境配慮型へ

ひかり味噌  
オーガニック製品6品で



同社は、有機素材「有機素材」を積極的に採用し、環境に優しい製品を開発している。オーガニック製品6品で、消費者の環境意識の高まりに応える。また、有機素材を積極的に採用し、環境に優しい製品を開発している。

## 日本フードサービス協会

### 19年のJF外食売上高1.9%増

2019年1月-12月全店データ

項目	売上高	店舗数	客数	客単価
全体	101.9%	101.9%	101.9%	101.7%
洋食	103.4%	101.4%	101.9%	102.1%
和食	101.9%	101.9%	101.9%	101.7%
中華	102.7%	101.7%	102.0%	100.7%
焼肉	104.7%	102.2%	104.1%	100.5%
ファミリーレストラン	101.6%	101.1%	101.8%	100.2%
居酒屋	102.6%	100.8%	103.5%	103.1%
喫茶	98.4%	97.3%	94.7%	101.8%

## 逆光線

今シーズ込む作戦に出ようとして、各社が競争を激化させている。一方、メーカーは、酒類や食品パッケージのデザインを刷新し、消費者の注目を集めている。また、環境配慮型パッケージの開発も進んでいる。



グローバルセールス  
山崎次郎社長

## アジアの食品流通事情

前記説明した4つの営業風土に合わせた営業方法の最後は「飛び込み営業」である。これは、飛び込み営業の営業方法である。これは、飛び込み営業の営業方法である。

## 最も効果・効率の良い海外営業方法

英語の資料を準備して、インターネットや記載言語が読めない国にデモを行う。これは、最も効果・効率の良い海外営業方法である。これは、最も効果・効率の良い海外営業方法である。

## 逆光線

今シーズ込む作戦に出ようとして、各社が競争を激化させている。一方、メーカーは、酒類や食品パッケージのデザインを刷新し、消費者の注目を集めている。

## トマトの会社から、野菜の会社に。

いよいよ人生100年。これからの時代を生きる子どもたちが長い人生を健康で過ごすために日々の野菜は欠かせません。しかし今の日本人は、1日に約73gも野菜の摂取が不足しています。食生活の変化や多忙なライフスタイルなど理由はさまざまですが、カゴメはその問題を全力で解決しようと考えています。みなさまの声を聞き、野菜と人々の暮らしとの関係を見つめ直し、手軽においしい野菜を摂ることができる商品をつくりたい。カゴメはこれからもトマトはもちろん、あらゆる野菜を使った新たな商品を次々と生みだし、さらには農業全体をもっと元気にする取り組みにも力を入れることで、この国の野菜不足を解消し、みなさまの健康をサポートし続けたいと考えています。

### ニッポンの野菜不足を0にする。

## 地域に寄り添い、「食」の未来を輝かす。

私たちが、いま取り組んでいるのが「地域密着 全国卸」。

地域に根ざした食文化やニーズを的確にとらえ「地域の食」をリード。

これからも、もっと身近で、もっと頼れるパートナーとして。

KOKUBUが培ってきた全国卸機能を、より高いレベルで発揮します。