ら、「伊右衛門ラベルレ」数量限定発売する。容量 に先立ち、14日によ大削ーナショナルは21日か をコンビニと交通売店で 格は税別140円。これサントリー食品インタ | ス(首掛式ラベル付)」 | は600㎡を望小売価

里 にた立ち、4日には大副 to 体 ( 緑茶 ) が発売され た to た。

だわった」

(サントリ

、サントリ ない穏やかな渋みを両立 、香りにこ かな香り・旨みと雑味の

の 品はこの水色を最大限に T 体感してもらうことを目 し

味

点がポイントとなっ

切り「淹れたての緑茶の

門」発売開始以来最大と

なるリニューアルに踏み

やかな緑色の

水色をアピー

ル

良さを最大 の比率で使

体史上最大

■サントリ

食品インターナショナル■

からラベル

ス 西 品

番茶を

福寿國茶郡

伊右衛門 525

色の水色(すいしょく)中味を見直し、現行の茶

本 伊

言われる一

GMS・食品SM2月単月既存店伸長率

売上高

104.2%

103.3%

ヨークベニマル 104.0% 102.8% 101.2%

102.3%

ケット協会 (川野幸夫会|急事態宣言の発出を受|

長、

日本スーパーマー

| 7都府県を対象とする緊 | 多数寄せられるという緊

置。 追した状況を受けた措

要請は「過剰報道を控

ケット協会(横山清会

染症の感染拡大が続き、新型コロナウイルス感

っている」という叫びもりの状態で日々業務を行

ている」という叫びも

めなどによる品薄、欠品

場従業員からも「ギリギ

|感染拡大対応事項や要望

が増大する一方、買い占 質になっており、店での

┗協会 (田尻

会た。

.日本スーパーマ|る異例の協力要請を行っ|事業継続も危ぶまれ、

111.0% 108.0% 102.79

102.4% 100.0% 102.39

客数 客単価

企業名

イオン北海道

イオン九州

ダイイチ

ヤマザワ

アクシアル ベルク

ヤオコー

ライフ

バロー

MV東海

MV九州

ウイルス報道に関する

|枯渇しつつあり、今後の|

びかけていただきたい

買物客に冷静さを呼

追われる一方、従業員がえ、の店頭では過剰な要求に

いなげや

平和堂

イズミ

「伊右衛門ラベルレス(首掛式ラベル付)」

|茶)では44年の

伊右衛

中味は、香り成分や旨 | 実に表すのが鮮やかな緑 | では茶色の水色だったの

本体 (緑

GMS・食品SM3月単月既存店伸長率

104.3%

87.89

92.4%

企業名

P和堂

イオン九州

ヨークベニ

ベルク

ヤオコー

イフ

ベロー

MV東海

MV九州

異例

の協力依

頼

感染者の拡大などを受

買物客が過度に神経

クの着用、

緊急事態宣言の発出、

営業継続に向

なげや

売上高 客数 客単価

103.9% 100.0% 103.99

112.9% 100.2% 112.6%

103.2% 97.3% 106.1%

新型コロナウイルス感染

94.4% 100.2%

97.8% 104.1%

3月小

「外出自粛の影響によ

の影響が現れた形だ。 一要請などによるマイナス

よりプラス」 (ヨークベ

め需要でプラスも、アリ (イトーヨーカ堂)、オ等のSCはマイナス」

は、不要不急の外出自粛|に対し、客単価112・

高構成比が高いGMS 78・2%。 非食品の売上

オコー客数100・2% |客単価106・1%、ヤ も客数97・3%に対し、

岡市博多区、柴田祐司社

イオン九州(本社・福 | 億円規模となり、九州最 |

「巣ごもり需要に対し、

が、GMSは衣料が苦っが、GMSは衣料が苦っ

(ユニー)

パンなどの売上げも好調 ッグストアは好調だった 学校休校で、牛乳や菓子 どを扱う食品SMやドラ

| 03・5%に対し、衣料 | 103・5%に対し、衣料 | 103・5%に対し、表料 | 103・

4品106%、住関品1 価107・1%、バロー 時刊別既存店売上高は、 数90・8%に対し、客単 実際、ユニーの3月度 フコーポレーションは客

が売上げに大きく寄与。

「食品、日雑な

に衣料部門が苦戦した。

のは客単価の増加。ライ

九州最大の小売誕生

19号 シナジー効果発揮

(ユニー)といったよう | 績を上回った。共通する

となるなど軒並み前年実

|単価を細分化して公表し||ルト食品、頻度品/牛乳、いる影響とみられる。客||昇。ミールキット、レト||でまとめ買いが増加して||上高が107・1%と上

東京・日本橋

スタ、米などの加工食品 | げに大きく影響した。

で、缶詰やカップ麺、

(SM) はまとめ買いをはじめとする客単価のアップにより前年実績を上回った。

伝話やカップ麺、パ型コロナウイルスが売上(ユニー)といったよう「巣ごもり需要の増加」ニマル)など、3月も新 | 業に係る商品は苦戦」

=は、衣料品の低迷などを受け総合スーパー(GMS)の売上げが伸び悩む一方、食品スーパー

、総合スーパー(GMS)各社約99%」(イオン)。小売大手の3月度既存店伸長率=

表

え、不要不急の外出自粛 (西日暮里)の既存店売 食機会の減少などに加 堂のIYネットスーパー 症の感染拡大を受けた外 についてはイトーヨーカ

持が高い」(イオン)と

。3月の既存店売上高は、食品スーパー (SM) 各社が前年比約107%、ドラッグストア10

、アフターコロナ、も視野に

数103・3%。 買上点

方、ネットスーパ

単価が上がっている。 ルネスは好調で、

的な変化も予想される。

計値) を公 を監

客数、

騒動が収束後、 に、新型コロナウイルフ

ロ14 日 日 、 食 品 平

クスバリュ九州は1品単 買上点数105%、マッ 1品単価111・5%、 海の3月既存店客単価は

グ、GMSの食品やウエ

緊急事態宣言の発出を受

ラインシフトも早める」

応する必要がある、オン

して不明としている。

しいるマックスバ

卵等)

が伸長したことが

が再認識されるのではな

いか。そうした変化に対

売上高を押し上げた。

7都府県を対象とする

## 隔 $\Box$

非食品の低迷が影響

発行所 食品新聞社

刊

発行所 良ご利用性 http://www.shokubin.net/ 大阪市北区西天第5-10-17 東度番号 330-0047 電話 06 (385) 49720 東京市中央区入船1-9-8 銀任番号 104-0042 電話 03 (3552) 3756-4031 名店曲中北区入印2-10-11 リブラルの内8 (305) 銀任番号 40-0002 電話 052 (221) 5391門 (文 前) 広島・福岡 ② 食品新聞社 2020

自然の恵みを美味に育んで 青のり

皆様にお届けしたい

青海苔専門間屋 株式カメセ水産 東京称点東区線エリ-4-8 F1 (03-3631-2304-) FAX(3-3631-8062-)

野菜飲料

はれ

昨年の低迷から健康 性や体調管理の高ま りにより急展開。

∼ ▼ 野菜飲料特集

はかなり変わる。

が、他方「゛アフターコ はジャスダック上場を廃の需要が続く見通しだ い、マックスバリュ九州品を中心とする小売業へ | 任する。今回の合併に伴いうように、引き続き食 | 会社の社長は柴田氏が就

は、新型コロナウイルス

の見通しが立てにく の感染拡大の影響で今後

平成29年度食品ロス量 前年比5%減の643万 t

革を進めるGMS業態に

小売、特に事業構造改

品ロス量は の食 減の約6. ると、平成

2万せ、こ **前年比5%** 関連事業者

から発生する事業系食品

ロナ、を視野に入れた取ついては、、アフターコ

分であることから、持株 益改善に一定のめどが立 ったことから今回の合併 傘下事業会社の組織が ずれも食品ロス量の推計 ロス量は7%減の約32

お好みの量が絞り出しやすく、

なめらかなくちどけ。

会社による経営統合でな

|基本合意し、昨年9月1 日付で経営統合する計画

決めていた。2020年昨春に統合時期の延期を 込んでいた事情を鑑み、 2月期決算において、イ

与している。 日、9月1日付でイオン コスト面の両軸でシナジの外といったように、い 州 (本社・福岡市博多 経営資源を有効活用しなに対し、客単価112・ 長)とマックスバリュ九 ことになる。それぞれのに対し、客単価112・ 長)とマックスバリュ九 ことになる。それぞれの |トータルの売上高は4千| に統合に向けて各社間で|・2倍に大きく伸長。収|た。今回の合併によって| 当初は2018年10月| オン九州の経常利益が3 **大の小売企業が誕生する** を進めていたが、イオン

効果を発揮していく意

の通り小中高校の休校を|を合併する旨を発表し 客単価の上昇は、前述|ストア九州を含めた3社

を買物客に理解いただき|がある中、生活必需品の

販売などライフラインと

営業を継続している現場 しての責務を果たすべく

を確保したい」 たい」「店の安心・安全

替える。また、イオン九 から、新会社の社名を 吸収合併する方式に切り 社になり2社を段階的に 州を存続会社とすること く、イオン九州が存続会

新 量、 は2%減の284万t。 降最少。家庭系食品ロス

量)、年間約48kg(年間 (茶碗約1杯のご飯の ロス量は1日約1329 =約5kg) に相当する。 事業系食品ロス量は大 国民一人当たりの食品

スの確保なども訴えた。 のソーシャルディスタン に、来店客に対し、マス| 、の理解を求めるととも レジに並ぶ際 | ことから、 今後より の食品ロス削減が求めら 食品ロス削減目標とし

があり、この中で家庭 立体型の大きく3つの で平型・ブリ 不織布の2種類、 用はフィルター部分の 療用・産業用の3種類 マスクには家庭用・医 生産に乗り出して ランドやデザイナーが 工業連合会によると、

「店の営業継続の大切さ いう状況下、感染の危険 る事態も増加傾向にあ 等に対し、買物客が店員 影響が出ているという。 現場店員の士気にも

BPETU5215BPE てもらうための<br />
工夫も施 ルをめくって水色を見 に関しては、ロールラ

縁起の良い絵柄を配し、 の4面には、招き猫・フ

これについては「あく

で緑茶であることを強調 をフルシュリンクラベル まで水色を見てもらうた の絵柄をデザインした。 ラベルの裏側にも8種類

的な結果として分

で、淹れたてのような豊 で、今回のラベルレス商 ルではロールラベルにした焙煎技術と抽出方法 色の水色(すいしょく) していたが、リニューア 信の表れでもある」と胸し出した。われわれの自 て緑色の水色を前面に押

現を予感させるデザイ

がラベルを剥がした新現行の525㎡で、中央問门本体(緑茶)。左が門」本体(緑茶)。左がのたるで、中央のいかのが、中央のいが、中央のいいのが、中央のいいのが、中央のいいのが、中央のいいのが、中央のいいのが

クを外したら、 深く生活に根付いてい とが一義だが、 くだろう▼体を守るこ

や防寒・保湿のニーズ タイプに分けられる▼ 後もカゼ・花粉症対策 表明に心強く思う。マ 理想だが、その見通し

できることといえば、 マスク」で見られるよ 既出の「緑茶カテキン

ナウイルス る。既にさまざまなブ ン追求の動きもみられ

|幅減となったが、同省で やみつきの旨さと辛さが楽しめる NEW 新発売!! 禁断の味 濃厚旨辛製法\*で黒胡椒や調味料の「食欲をそそる香りとコク」を 引き出し、濃厚なおいしさをギュッと閉じ込めた、やみつきになる 旨さです。

一度食べたらやみつきになる「禁断の味のヒミツ」とは?

1 黒胡椒のピリっ!とした辛さ 2 オニオンとガーリックの旨み

\*特許出願中

濃厚旨辛製法\*で実現した食欲をそそる コクのある美味しさ









ちょっとつけるだけで、 しっかりおいしい。

焼き肉だけじゃない! 他にもやみつきになる 禁断の レシピ



黒チーズトンカツ

黒チーズトースト