2019年
（平成31年）
2月19日
（第三種郵便物認可 昭和23年4月15日）
（毎週火曜日発行）

第3319号
発行所
中部飲食料新聞社
名古屋市中村区名駅5－18－9
電話（052）571－7116代表
FAX（052）571－7118
東京支局
東京都中央区日本橋横山町1-4 203
電話（03）5614－7531
FAX（03）5614－7532

中部飲食料新聞

今号の特集

▷即席麺特集 ⑥～⑦面
▷ジャム・スプレッド・パン用シーズニング特集 ⑧～⑨面
▷新海苔特集 ⑩面

「味の素®」は、うま味調味料です。
さとうきびの糖蜜を発酵させてつくっています。

食品業界

多方面で価格改定

原料はじめ各種コスト上昇

食品カテゴリーの多くで原材料価格や物流費など各種コストが上昇。特に生乳生産コストは国内生乳生産者の経営が厳しく生産者戸数が減少、生乳取引価格が引き上げられる。生産性の向上などの自助努力ではコスト上昇分の吸収は困難であり、価格改定が決断されている。

大塚食品

大型PETボトル2製品（「マッチ1.5ℓ」「シンビーノ ジャワティスト レート レッド2ℓ」）の価格を5月1日出荷分より改定する。1本あたり二〇円の値上げ。

キリンビバレッジ

915mℓ以上のPETボトル容器商品の価格を5月1日出荷分より改定する（「ボルヴィック」・特定保健用食品・業務用専用商品・流通取組み商品を除く）。改定内容は1本あたり二〇円の値上げ。

日清食品

即席袋麺、即席カップ麺、即席カップライスの製品価格を6月1日出荷分より改定する（「お椀で食べる」シリーズ、「チキンラーメン 具付き3食パック」シリーズ、「行列のできる店のラーメン」シリーズなど一部の即席麺製品やカップスープ製品は価格を据え置く）。改定幅は希望小売価格の4～8%のアップ。

明治

市乳部門商品の価格を4月1日出荷分より改定する。対象商品は「明治おいしい牛乳」「明治ブルガリアヨーグルトLB81プレーン各種」など牛乳、ヨーグルト、乳飲料など計111品。改定率は牛乳がメーカー出荷価格の1.5～3.5%のアップ、宅配用商品同2.7～4.6%のアップ、その他飲料・クリーム同1.4～4.5%のアップ、ヨーグルト同2.3～4.7%のアップ。

明星食品

即席袋めん、即席カップめんの製品価格を6月1日出荷分より改定する（「旨だし屋」シリーズ、「評判屋」シリーズ、「至極の一杯」シリーズなど一部の即席めん製品やカップスープ製品は価格を据え置く）。改定率は希望小売価格の約3～7%のアップ。

イオンリテール 新社長に井出氏が決定

イオンリテールの代表取締役社長に井出武美氏（現取締役執行役員副社長営業担当）が3月1日付で就任する。現代表取締役社長の岡崎双一氏は取締役会長に就く。

井出氏の略歴

▽1962年4月4日生まれ▽85年ジャスコ（現イオン）入社▽01年SSM商品本部水産商品開発部長▽03年デリカ商品本部売場開発部長▽04年SSM商品本部水産商品部長▽08年イオンリテール食品商品本部デリカ商品部長▽11年マックスバリュ東北取締役商品本部長▽14年山陽マルナカ顧問▽同年代表取締役社長▽16年イオンリテール取締役常務執行役員食品商品企画本部長▽17年専務執行役員南関東カンパニー支社長▽18年取締役執行役員副社長営業担当

日清食品グループ 明星食品、日清食品冷凍社長交代

日清食品ホールディングスは、明星食品の代表取締役社長に三浦善功常務執行役員（現常務執行役員国内事業担当兼日清食品代表取締役会長）、日清食品冷凍の代表取締役社長に吉田広之執行役員（現米州総代表兼ブラジル日清会長）が4月1日付で就任することを発表した。

三浦氏の略歴

▽1951年3月13日生まれ 広島県出身▽法政大学経済学部卒▽75年日清食品入社▽06年執行役員営業本部東京営業部長▽07年同営業本部長▽同年取締役営業本部長▽08年日清食品常務取締役営業本部長▽09年代表取締役専務取締役営業本部長▽12年日清食品ホールディングス執行役員・CSO兼日清食品代表取締役専務取締役営業本部長▽同年執行役員CBO兼日清食品代表取締役専務取締役営業本部長▽13年取締役兼日清食品代表取締役社長▽15年取締役CBO兼日清食品代表取締役会長▽16年常務執行役員CBO兼日清食品代表取締役会長▽18年常務執行役員国内事業担当兼日清食品代表取締役会長

吉田氏の略歴

▽1963年8月24日生まれ 三重県出身▽大阪府立大学経済学部卒▽86年日清食品入社▽99年タイ日清社長▽05年メキシコ支店支店長▽同年メキシコ日清社長▽11年米国日清社長▽15年米州総代表兼ブラジル日清会長

サントリー「ザ・プレミアム・モルツ」〝洗浄不要〟の「神泡」サーバー

サントリービールは19年「ザ・プレミアム・モルツ 戦略説明会」を2月6日、都内で行った。「ザ・プレミアム・モルツ」ブランドは昨年よりビール特有の価値である泡に焦点を当て、こだわりの素材・製法・注ぎ方によるクリーミーな泡＝『神泡』のプロモーションをスタート。山田賢二社長は「業務用では『神泡品質』提供店で約2億杯の接点を創出。神泡提供店は非提供店と比べ杯数で2%プラスと売上に貢献した。家庭用は神泡が家庭でもできる『神泡サーバー』を使ったプロモーションを行い、お客様とは550万接点、1人当たりの購入容量前年比は活動前と比べ3pt増と成果が出ている。TVCMなどコミュニケーション活動も実施。18年の『ザ・プレミアム・モルツ』販売数量はビール市場が5%減と予想するなか前年同と健闘した」と説明。さらに、泡への気づき・意識を通じた同ブランドイメージの〝おいしさ〟のアップにもつながった。

名古屋～東京の新幹線内でのプロモ等多彩な施策

今年も「認知率は高く経験率はまだ伸びしろが大きい。消費者の『神泡』体験接点をさらに増やすとともに、消費者のビール選択基準を泡に変えるべく、年間を通じ様々なプロモーションを展開する」（山田社長）。主な施策は①新型神泡サーバー導入（年間400万個投入予定）②東海道新幹線（一部車両）での〝神泡〟提供③「泡アート」展開（年間700台投入予定）④「神泡BAR」オープン⑤全国の食イベントへの〝神泡〟ブース出展⑥新TVCM「神泡か、神泡じゃないか。」「缶から神泡・発明」篇投入など。

新型の電動式の神泡サーバーは缶そのものを超音波で振動する〝洗浄いらず〟の最新式。3月19日から全国のスーパーなどでサーバー付き商品を数量限定で発売。電動式は12缶以上、手動式は2缶以上。東海道新幹線は洗浄要らずの電動式サーバーを使用した神泡体験シーンを提供。東京～名古屋間を走る東海道新幹線の一部列車で専任バーテンダーが電動式サーバーで注いだプレモルとおつまみのセットを販売する。泡アートは専用機材による画像やメッセージを泡の上にプリント。SNSなどにも適したビジュアル。

アサヒグループHD 英国のプレミアムブランド取得

アサヒグループホールディングスは、子会社のAsahi Europe Ltdが英国のFuller, Smith & Turner PLC社が保有するプレミアムビール・サイダー事業及びその他関連資産を取得した。

これによりロンドンを中心に高い認知度を誇るプレミアムエールブランド「London Pride」、成長カテゴリーのプレミアムラガー市場で高い成長率を示す「Frontier」、プレミアムサイダー「Cornish Orchard」などを取得、プレミアムブランドのポートフォリオの拡充と欧州事業の事業基盤を活用することによるシナジー創出を図る。

街角経済

腕の見せどころだ

今冬は多くの地域が暖冬である。生活者にとっては暮らし易いが、商売する立場では厳しい冬となっている。

閑散期であるから棚卸しも容易に出来るからか？2月に決算期を迎える流通企業は多い。昨冬は野菜が高値だったが、今冬は安い。買物頻度が高く、集客効果も大きい季節商品が安くては、「困ったときは野菜の価格引き下げが全てだ」という大安売りの呼びかけが出来にくい売場模様である。

今年は昨年に比べれば暖冬と言われるように山々には雪が少ない。こんな年は冬野菜が順調に育つから相場は安くなる。冬の消費は鍋料理などが盛んとなるが、最近は減少してきているようで、代わってお惣菜が食卓を飾る傾向が目立ってきている。

大いに売りたいが、営業日数は少ないし野菜も安ければ、ここは蓄積している販促活動の腕の見せどころである。

（大橋隆士）

New
忙しい朝の時間も、ふんわりやさしい気持ちになれる、
やわらかいホイップタイプのクリーム。
パンにぬるホイップクリーム ふんわりなめらか
パンにぬるホイップクリームは、トランス脂肪酸の原因となる部分水素添加油脂不使用。安心をロゴで訴求します。
部分水素添加油脂不使用 トランス脂肪酸量の低減に取り組んでいます

バナナ&チョコクッキーのポイント
1 サクサクとふんわりのふたつの食感!
チョコクッキーのサクサクの食感と、まろやかなバナナ風味のクリームのふんわり食感をお楽しみいただけます。
2 お子様に人気の組み合わせ!
人気の組み合わせを、チョコクッキーとバナナ風味クリームで再現しました。カルシウム入りで、お子様にもピッタリ!
SONTON ソントン株式会社 http://www.sonton.co.jp/
東海販売部 愛知県名古屋市中区丸の内1-17-19 キリックス丸の内ビル ☎052-728-0500

新発売！
愛知商業高校×スドージャム
共同開発商品
蜜ベリー いちご ブルーベリー

蜜ベリー いちご
蜜ベリー ブルーベリー
愛知商業高校の生徒の皆さんとスドージャムがコラボさせていただき、ハチミツ入りのすっきりとした甘さが嬉しい、2つの味の「蜜ベリー」を開発しました。
商品特徴
ジャムの人気フレーバーいちご・ブルーベリーに、様々な効果のあるハチミツを加え「誰からも好かれる、美味しくて体に優しいジャム」をコンセプトに開発しました。
綺麗な色で思わず食べたくなるいちご、大粒の果肉が嬉しいブルーベリー、どちらも甘さは控えめ、ほんのりハチミツの香る商品に仕上げました。
SUDO 株式会社スドージャム
本社／長野県松本市大字笹賀5958番地 ☎(0263)26-6811(代表)
東京支店／☎(03)3711-7446(代表) 名古屋営業所／☎(052)901-8396
大阪営業所／☎(06)6773-6601 http://www.sudo-jam.co.jp