

2021年  
(令和3年)  
4月13日  
(第三種郵便物認可)  
昭和23年4月15日  
毎月3回発行  
(第1、第2、第3火曜日)

今号の特集  
▷酒類特集 ④～⑤面  
▷酒類卸特集 ⑥面  
▷かつおパック・削り節特集 ⑧面  
▷スープ特集 ⑨面  
中部飲食料新聞社ホームページ  
http://chuin.net/【業界情報発信中】



第3404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

大正から  
中部 飲食料新聞  
食を伝えて100有余年

# 三給を子会社化

## 給食、中食・惣菜で強み発揮

トーカーンは愛知県岡崎市の給食向け食品卸売業「三給株式会社」の全株式を4月12日に取得し、会社化した。なお、三給には全株式を保有する子会社の株式会社ヒカリがあり、ヒカリもセントラルフォレストグループのグループ会社となった。また、株式取得後に三給の代表取締役社長の林元造氏は代表取締役を退任、新たに神谷亨氏(セントラルフォレストグループ)専務取締役兼トーカーン取締役)が代表取締役会長に就任した。林元造氏は

### 加藤産業 ベトナムでの流通事業強化

加藤産業はベトナム社売業として企業規模を確立するとともに、次世代の成長を見据えて機能強化を図るため、経済成長に伴い小売市場の拡大するアジア地域での食品流通事業の展開と構築を進めてきた。SMRCはベトナム南部を営業地域の中心に展開する卸売企業。加藤産業グループは

### ココ・コーラ 新カフェアブランド「コスタコーヒー」

ココ・コーラシステムは、ヨーロッパ最大のカフェアブランド「コスタコーヒー」のPETボトルを4月26日に発売する。「コスタコーヒー」は1971年にイタリア人兄弟によりロンドンで誕生。品質と手淹れにこだわったカフェアブランドとしてイギリスで2700店舗以上、ヨーロッパを中心とした海外41カ国で1100店舗以上のカフェアを展開。2010年から11年連続でアレグラ・ストラテジーズの「英国及びアイルランドで最高ブランド・コーヒー」の称号をヨップ・チェンにも選ばれ続けている。家庭用コーヒー豆、容器入りコーヒーなどの展開も行っているほか、コーヒー豆は100%レインフォレスト・アライアンス認証を受けるとともに、社会課題解決にも取り組んでいる。19年にザ・ココ・コーラカンパニーの一員となった。日本では業務用として

### サントリーウイスキー「知多」 約4年ぶりにTVCCM投下

サントリーウイスキー「知多」は3月23日から再発売したことに合わせ、「知多」として約4年ぶりとなる新作TVCCMを4月4日から全国でスタートしている。「知多」は15年に発売し、軽やかな味わいとほのかな甘い香りが広く支持を得る。特に炭酸水で割った「知多風香るハイボール」は和食をはじめ様々な料理との相性も良い。今回、自宅でも気軽に楽しめる350mlのハイボールが再登場。700mlと同じく同社のウイスキーづくりで培ってきた多彩な原酒づくりと匠の技で仕上げたこだわりのウイスキーと消費者の接点拡大を図る。新TVCCM「風と飛行機」ハイボール」篇は引き続き佐藤健をイメージキャラクターに起用。白い砂と空が広がるノスタルジックな空間で、砂に埋もれた小さな飛行機の翼に腰掛けた佐藤がハイボールの「知多」をグラスに注ぎハイボール

### 街角経済 三無の活動から

コロナ禍のなかで迎えている今年の昇給シーズンである。この期待は収益状態に比例する。今は「コロナ不況」のなかにあつて、厳しい経営の企業は多い。それだけに企業の活動は新しい発想が求められる。そこには迎えている昇給に如何に原資を生み出すかに始まる。小規模企業には、どんな考えと取り組みが必要なのだろうか。それは全て「働く人が一体になって繁盛アイデアを出し合い、合理化や販売促進活動を改善する社内運動の強化である。経営の合理化は「無理無く、ムラ無く、無駄を無くす」ことが基本である。この基本は「三無の法則」として広く知られている。消費不振の今、競争激化が進み、収益が低下するなかで昇給原資を生み出すには再度、「三無」の挑戦を強化する必要がある。収益の引き上げにも活用したい「三無運動」の強化活動である。(大橋隆士)

### 日清オイリオグループ グループビジョン2030策定

日清オイリオグループは、2030年での目指すべき姿「日清オイリオグループビジョン2030」の説明会を3月31日に東京本社で開催した。久野貴久社長は「植物のチカラ」と「油脂をさらに究めた強み」で食の新たな機能を生み出すプラットフォームの役割を担っていく。「油脂」を素材として提供するだけでなく、当社の持つ強みを活かして、他の食品メーカーや素材メーカーなどが参画し、新たな価値を創造できる仕組み

### 売上成長「収益向上」基盤強化の具体策

「売上拡大」のシナリオとして、生活者の課題解決や満足度向上につながる生活者理解の深化、油脂の価値向上や業績にも関連する食用油のポジティブな情報発信、エビデンスやストーリー、プロモーションによる機能性素材マーケティングの新市場創造などの「油脂のさらなる価値向上」で一〇〇億円、「国内に加え東南アジアや中国、欧州さらに北米などにおけるソリューションM&A」

### ベトナムでの流通事業強化

加藤産業はベトナム社売業として企業規模を確立するとともに、次世代の成長を見据えて機能強化を図るため、経済成長に伴い小売市場の拡大するアジア地域での食品流通事業の展開と構築を進めてきた。SMRCはベトナム南部を営業地域の中心に展開する卸売企業。加藤産業グループは

### ココ・コーラ

ココ・コーラシステムは、ヨーロッパ最大のカフェアブランド「コスタコーヒー」のPETボトルを4月26日に発売する。「コスタコーヒー」は1971年にイタリア人兄弟によりロンドンで誕生。品質と手淹れにこだわったカフェアブランドとしてイギリスで2700店舗以上、ヨーロッパを中心とした海外41カ国で1100店舗以上のカフェアを展開。2010年から11年連続でアレグラ・ストラテジーズの「英国及びアイルランドで最高ブランド・コーヒー」の称号をヨップ・チェンにも選ばれ続けている。家庭用コーヒー豆、容器入りコーヒーなどの展開も行っているほか、コーヒー豆は100%レインフォレスト・アライアンス認証を受けるとともに、社会課題解決にも取り組んでいる。19年にザ・ココ・コーラカンパニーの一員となった。日本では業務用として

### サントリーウイスキー「知多」

サントリーウイスキー「知多」は3月23日から再発売したことに合わせ、「知多」として約4年ぶりとなる新作TVCCMを4月4日から全国でスタートしている。「知多」は15年に発売し、軽やかな味わいとほのかな甘い香りが広く支持を得る。特に炭酸水で割った「知多風香るハイボール」は和食をはじめ様々な料理との相性も良い。今回、自宅でも気軽に楽しめる350mlのハイボールが再登場。700mlと同じく同社のウイスキーづくりで培ってきた多彩な原酒づくりと匠の技で仕上げたこだわりのウイスキーと消費者の接点拡大を図る。新TVCCM「風と飛行機」ハイボール」篇は引き続き佐藤健をイメージキャラクターに起用。白い砂と空が広がるノスタルジックな空間で、砂に埋もれた小さな飛行機の翼に腰掛けた佐藤がハイボールの「知多」をグラスに注ぎハイボール

### 街角経済

コロナ禍のなかで迎えている今年の昇給シーズンである。この期待は収益状態に比例する。今は「コロナ不況」のなかにあつて、厳しい経営の企業は多い。それだけに企業の活動は新しい発想が求められる。そこには迎えている昇給に如何に原資を生み出すかに始まる。小規模企業には、どんな考えと取り組みが必要なのだろうか。それは全て「働く人が一体になって繁盛アイデアを出し合い、合理化や販売促進活動を改善する社内運動の強化である。経営の合理化は「無理無く、ムラ無く、無駄を無くす」ことが基本である。この基本は「三無の法則」として広く知られている。消費不振の今、競争激化が進み、収益が低下するなかで昇給原資を生み出すには再度、「三無」の挑戦を強化する必要がある。収益の引き上げにも活用したい「三無運動」の強化活動である。(大橋隆士)

### 三無の活動から

コロナ禍のなかで迎えている今年の昇給シーズンである。この期待は収益状態に比例する。今は「コロナ不況」のなかにあつて、厳しい経営の企業は多い。それだけに企業の活動は新しい発想が求められる。そこには迎えている昇給に如何に原資を生み出すかに始まる。小規模企業には、どんな考えと取り組みが必要なのだろうか。それは全て「働く人が一体になって繁盛アイデアを出し合い、合理化や販売促進活動を改善する社内運動の強化である。経営の合理化は「無理無く、ムラ無く、無駄を無くす」ことが基本である。この基本は「三無の法則」として広く知られている。消費不振の今、競争激化が進み、収益が低下するなかで昇給原資を生み出すには再度、「三無」の挑戦を強化する必要がある。収益の引き上げにも活用したい「三無運動」の強化活動である。(大橋隆士)

### 元禄12年創業 鰹節専門店の削り節

選び抜かれた 良質の本枯鰹節  
削りたてのおいしさをそのまま新鮮パック  
柔らかい口当たりと豊かな味わい  
この国の味、ここから。  
株式会社 にんべん 名古屋市中区錦三丁目1番30号 錦マルエビル2階  
東海出張所 www.ninben.co.jp

どこで買っても酒の美味さは一緒。  
私たちが運んでいるお酒はどこで選んでも品質に問題がなければ美味しさは変わりません。そこで私たちはお酒だけではなく「何か」を届けることにしました。造り手の想いを伝える、お客様の気持ちに寄り添う。私たちの運ぶお酒には「お酒を通して対話をする事で少しでも豊かな明日になってほしい」という思いが込められています。  
酒類・食品 総合卸 株式会社 秋田屋