



清涼飲料業界

社会課題対応研究会発足

物流、GHG、食品ロス等研究

アサヒ飲料、伊藤園、キリン、パナソニック、コカ・コーラ、サントリー、食品イーターナショナルの清涼飲料5社は、「物流2024年問題」や「温室効果ガス(GHG)」排出量の削減、「食品ロス問題」などの各社会課題に対し、飲料業界全体で取り組む「飲料業界社会課題対応研究会」を発足した。近年、トラックの輸送能力不足などの物流問題や環境負荷の低減、食品ロス削減などが大きな社会課題となる。研究会では個社単位では解決が難しい社会課題に協働で取り組む。共通認識や対応策を検討。諸課題の改善に繋げることを目的とする。まずは重量がありトラックの使用台数も多いが重要なライフレインでもあり、安定的に供給できる状態の維持を目指す「物流」領域、事業活動で排出される温室効果ガスの削減など「環境」領域、ムダの無い最適な在庫管理や効率的なサプライチェーンの構築など「食品ロス」領域での課題解決を検討。3課題に対して、5社の物流部門、製造部門、R&D部門などが部門横断型の研究会を設立。5社の代表者が登壇。アサヒ飲料・米女太一社長



飲料業界「社会課題対応研究会」発足

井村屋 6件の記念日新たに制定

井村屋は、6件の記念日を申請して新たに制定。これを受けて日本記念日協会による記念日登録授与式を、11月26日に本社で開催した。村屋カステラの日(11月1日)、「ぜんざい・おしるべ」の日(2月8日)の6件。「えいようかんの日」は災害対策の意識を高めるため、防災の日「防災用品点検の日」に合わせた。「わらびもちの日」は旬の時期と「ぶるぶる」の語呂合わせで4月26日とし、「氷みつの日」では6月1日が「氷の日」として「井村屋ゆであずき」の由来とする。「井村屋ゆであずき」の記念日を登録した企業は初だ。



新しく登録された記念日は「えいようかんの日」(3月1日・6月1日・9月1日・12月1日)、「わらびもちの日」(4月26日)、「氷みつの日」(6月1日)、「井村屋ゆであずきの日」(10月1日)、「井村屋ゆであずきの日」(10月1日)の10月と毎日1日、あずきの日と組み合わせた日付。「井村屋カステラの日」は相性の良い「紅茶の日」と同日。「ぜんざい・おしるべの日」はあずき入り「お事汁(おこと)

「えいようかんの日」(3月1日・6月1日・9月1日・12月1日)、「わらびもちの日」(4月26日)、「氷みつの日」(6月1日)、「井村屋ゆであずきの日」(10月1日)、「井村屋ゆであずきの日」(10月1日)の10月と毎日1日、あずきの日と組み合わせた日付。「井村屋カステラの日」は相性の良い「紅茶の日」と同日。「ぜんざい・おしるべの日」はあずき入り「お事汁(おこと)

藤園・中野悦久取締役専務執行役員生産本部長は「物流、環境などの課題の解決は社会的な問題でもある。清涼飲料業界は競争が激しいが、非競争分野で各社の知見や経験を持ち寄ることは大きな意義がある」と述べた。コカ・コーラ、サントリー、食品イーターナショナルの最高経営責任者兼経営戦略本部長は「各社が個別で同じ様な課題に対し同じ様なアプローチや取り組みを行うことは効率、効果が良くなる」とも考えられる。各社の壁を取り、知見を集結し共通の課題に取り組むことを期待する」と説明。伊

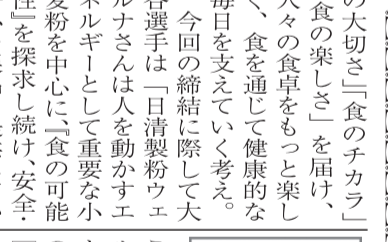


イトオン

イトオンは、11月15〜17日の3日間、イトオン熱田熱田並びにイトオン熱田店にて「いいともあいちフェア」を開催した。同社は12年より愛知県ト、次郎柿といった農産物や愛知のブランド牛「みかわ牛」、地酒などを販売。また同社と名古屋大学、JAあいち経済連の3者が共同し、来春より販売する県産品を使用した弁当の開発に取り組みしており、その一環として名古屋大学との

日清製粉ウェルナ 大谷翔平選手と広告出演締結

日清製粉ウェルナは、ロサンゼルス・ドジャース所属の大谷翔平選手と広告出演契約を11月19日に締結。大谷選手を起用した広告コミュニケーションを順次展開していく。同社は広告起用の背景として「大谷選手のプレーにおける活躍だけでなく『良いパフォーマンスを発揮し、更なる挑戦をするために、食に向き合いながら体づくりや食事栄養にこだわる』という姿勢に共感を抱いている」とあり、「食の大切さや、食を通じて楽しさ、栄養の摂り方の探求には終わりはないと考えており、食を通じて健康的な毎日を支えていく考え。今回の締結に際して大谷選手は「日清製粉ウェルナさんは人を動かすエネルギーとして重要な小麦粉を中心に『食の可能性』を探求し続け、安全、安心な製品を提供している」とコメントした。



大谷翔平 日清製粉 WELNA はじまる。

これからは日清製粉ウェルナさんの良きパートナー企業として、一緒に「食の大切さ」をより多くの方へお届けしていきます」とコメントした。

関西戦線異状アリ

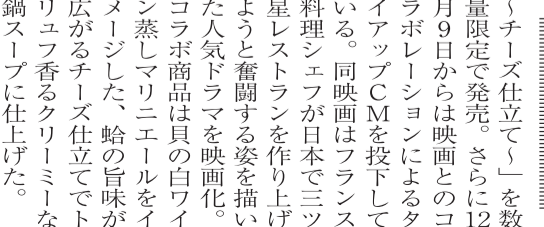
大阪の中心部から電車で約1時間半の人口減少が続く我が実家の近くに、場違いな温泉付きの大規模なホテルがオープンした。どこにそんな需要があるのだろうかと思っていたが、聞けば大阪関西万博を当て込んでとの事だ。関西圏は、色々あったOKストアが1号店をオープンしたほか、中部勢もパローが今や堺市にまで進出。最近では11月28日にカネエエが滋賀県に関西1号店をオープンするなど相次ぎ参戦。地場SMと域外SMの新たな戦いの幕が切られて落としていく。それもこれも万博の期間中、また閉幕後の経済活性化を見込んでのことか。愛知万博では開催エリアを中心にユニークな各社が新規出店、同地域は大きく発展した。今回も開催地域、近畿一円での大きな発展がなされるのだろうか。

いなば食品(第2四半期決算) 増収増益、高い成長継続

いなば食品は、会計基準29号に基づく「24年度第2四半期の業績」連結グループ業績と来期経営目標を発表した。「24年度第2四半期(4月1日〜9月30日)業績」は、売上金額六九四億七〇〇万円の前年同期比27%増、営業利益六〇億七八〇〇万円の38%増、

いなば食品(第2四半期決算) 増収増益、高い成長継続

前年比29%増、営業利益一四五億円の23%増、経常利益が一五六億円の6%増、純利益が一七億円の100%増を予想する。同通期においては、値上げの一巡や社会変化による犬猫スナック市場での在宅需要の大幅減少などにより、年初目標の達成は困難な情勢にある。「25年度(25年4月1日〜26年3月末)経営計画」は、売上金額一八三



Mizkan