



ラウンド輸送開始

日清食品と伊藤園は、持続可能なサプライチェーンの構築を目指し、往路だけでなく復路の車両活用にも着目した。循環型の物流連携を強化する。この一環として7月22日から往路は伊藤園の茶葉、復路は日清食品の即席麺を運ぶ「ラウンド輸送の毎日運行」を開始した。



両社はこれまで「空き」から日清食品の在庫拠点(愛知県春日井市)に即席麺を輸送する。これまで空車で運行していた区間を短くする事により、ト

物流連携も検討する。日清食品は「当社は生産と販売の連携など自社内の取組みに加えて、他社との共同輸送推進などによりサプライチェーンの効率化と持続性向上に取組んでいる。今後も業界や業種を横断する取組みを多角的に推進し、社会課題となる物流クライシスの解決に貢献していきたい」とコメントした。

カゴメ「野菜をとろうフォーラム」

山口社長「多くの人に楽しく野菜を摂って欲しい」

カゴメは、日本人が野菜摂取量の不足を理解し野菜の重要性を訴求することで、日本の野菜不足をゼロする。を指す「野菜をとろうフォーラム」を展開。この一環として同趣旨に賛同した企業や団体と野菜の魅力の発信や野菜摂取の拡大に繋がる「野菜摂取推進プロジェクト」を実施。7月15日には都内でプロジェクトの取組みの1つとなる「野菜をとろうフォーラム」を開催した。

山口社長 生活習慣病の予防や症状の改善に野菜の栄養素が密接に関係していると考えられる多くのエビデンスが報告されている。しかし、国の調査では1日の野菜摂取量の目標量は350gとなるも実際は280gしか摂取できていない。カゴメと野菜について楽しく学ぶ人々に健康な毎日を



「野菜をとろうフォーラム」では山口社長が主催者挨拶を行い、第1部ではベジタブル&フルーツアドバイザーのこみスターの

サントリーHD

インドに現地法人を設立

サントリーホールディングスは、経済成長著しいインド市場で酒類、飲料、健康食品の事業基盤を確立し成長を加速することを目的に、現地法人「サントリーインド」を設立、今年7月より事業を開始した。



サントリーグループは、や中東、アジアとの人的、文化的なつながりに加えて地政学的にも要衝である市場。インド市場では既にサントリーグループがスビッツ社が酒類事業を展開しており、飲料、健康食品でも事業基盤を築く。今後、シナジーを発揮しながら投資やパートナーリングを通じて食品酒類総合企業としての

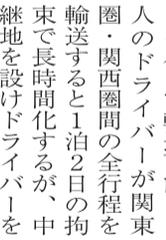
味の素AGF「ちよと贅沢な珈琲店」

味の素AGFは、「ちよと贅沢な珈琲店」シリーズの新TVCM「わりの珈琲店」は、このドアの向こう」篇を7月29日より関西エリアで放映、またAGF公式YouTubeチャンネルにて配信している。

「ちよと贅沢な珈琲店」シリーズは、珈琲店のマスターが淹れたような本格的な味わいや、珈琲店のような贅沢な時間を愉しめるブランドとして、レギュラー、インスタント、スティックブランド

食品メーカーなど11社 「ツジツマシアワセ」P J始動

味の素社、味の素冷凍食品、江崎グリコ、エスビー食品、キッコーマン食品、J-オイルミルズ、日清食品ホールディングス、明治、マルハニチロやレシビ動画メディア運営会社のエブリリーなどが参画する、栄養バランスの良い食生活を楽しく実践する提案「ツジツマシアワセ」プロジェクトがスタートした。



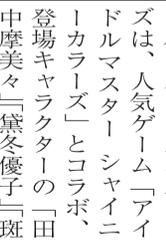
パン(梅)が運行する「ダブル連結トラック輸送」は、サントリーグループは、ダイキン工業と共同で、鴻池運輸とNEXT Logistics Japan

「ツジツマ」を合わせることで、7月19日より参画企業が作成した「ツジツマシアワセ」メニューを検索できるポータルサイトを公開。閲覧者はスマートフォンなどで最新の食生活(野菜が不足している、塩分を摂りすぎている、等)や料理名・食材から「ツジツマシアワセ」メニューを検索することができる。掲載メニューには、それぞれの栄養バ

「サステナビリティ」を中期ビジョン2030」を中期

ヤマキ徳一番花かつお

ヤマキは国内の削り節カテゴリーにおいて13年連続で購入金額No.1となる「徳一番花かつお」が発売30周年を迎える。これを記念して「徳一番シリーズ」がとうきょう「徳一番」を6月より開始し、同第2弾として8月1日より9月30日まで実施している。



「メガシャキ」で人気ゲームとコラボを実施

ハウスウェルネスフーズは、人気ゲーム「アイドゥルマスター」シリーズとコラボ、登場キャラクターの「田中摩美々」・「黛冬優子」・「斑鳩ルカ」の3人をアンバサダーに起用したキャンペーンを7月22日より9月30日まで実施している。

「サステナビリティ」を中期ビジョン2030」を中期



高度情報化の影で 最近の天気予報を良く聞いていると、結局どっちなの?と思うことがある。「明日は晴れのち曇り、ところによっては雨が降るでしょう。念のため折り畳み傘を用意しておいた方がいいかと思えます」と昔の様に、晴れでしょう、雨でしょうと言ってしまうと「天気予報を信じていたのに洗濯物が濡れてしまったじゃないか!」などのクレームが来るのか、曖昧な表現が増えたように思う。夏の風物詩の花火。最近はお音がうるさいとのクレームで開催を再考する例もあるという。幼稚園の屋外活動や朝のラジオ体操等にもクレームが来て、屋内での開催も増えているという。

情報機器の発達で誰もが社会に意見を述べられる時代となった一方で、新たなクレームへの対処が必要となっている。カスタマーハラスメントへの対応策がようやく本格的に議論され始めた事は明るい話題だろう。

今回、3月のリニューアルで強化した酸味と冷涼感によるシャキッと感のイメージアイコンである稲妻をモチーフに、新たに描き下ろしジュエルの制作。商品購入でオリジナル描き下ろしグッズの当たるキャンペーンに加え、Xでのフォロー＆リポストキャンペーン、ゲーム内での限定アイテム配布を行っている。



今回、3月のリニューアルで強化した酸味と冷涼感によるシャキッと感のイメージアイコンである稲妻をモチーフに、新たに描き下ろしジュエルの制作。商品購入でオリジナル描き下ろしグッズの当たるキャンペーンに加え、Xでのフォロー＆リポストキャンペーン、ゲーム内での限定アイテム配布を行っている。