

2026年
(令和8年)

4月16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木曜日)

今号の特集

- ▷飲料特集 ⑧～⑩面
- ▷蜂蜜特集 ⑪面
- ▷冷凍食品特集 ⑫～⑬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】



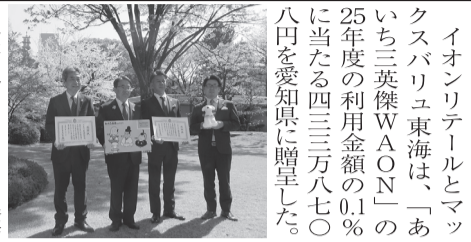
第3577号
発行所
中部飲食料新聞社
名古屋市中村区名駅5-18-9
電話 (052)571-7116代表
FAX (052)571-7118
東京局
東京都中央区日本橋横山町1-4 203
電話 (03)5614-7531
FAX (03)5614-7532

大正から
食を伝えて100有余年

中部飲食料新聞

イオン三英傑WAON

寄附金贈呈式開催 愛知県の文化振興に貢献



イオンリテールとマックスバリュ東海は、「あいち三英傑WAON」を発行し、25年度の利用金額の0.1%に当たる四三三万八七〇八円を愛知県に贈呈した。

ことを目的に「あいち三英傑WAON」を発行した。なお、イオンが各地の自治体と連携して発行する「当地WAON」は「電子マネーの寄付金プログラム」で提携している自治体数の記録として今年3月に193自治体としてギネス世界記録に認定。愛知県と発行する「あいち三英傑WAON」を含めた「当地WAON」195券種がギネス世界記録の認定対象となっている。

4月3日には愛知県公館で「文化振興基金へのイオングループ寄附金贈呈式及び愛知県感謝状贈呈式」を開催。イオンリテール・大杉尚裕執行役員中部カンパニー支社長、マックスバリュ東海

愛知県とイオンは連携と協力に関する包括協定を締結しており、双方の持つ資源を有効活用し県民のさらなる活性化と県民サービスの向上に協働で取り組んでいる。その一環として県の文化振興を推進する活動を応援する

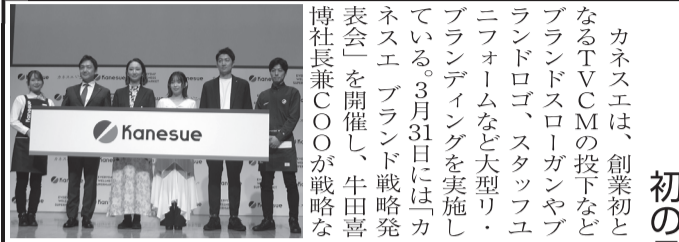
作道政昭社長から愛知県・大村秀章知事に寄附金贈呈され、大村知事から大杉執行役員中部カンパニー支社長、作道社長に感謝状が贈られた。大村知事は「イオングループには長年に亘り愛知県の文化振興に支援いただき、国際芸術祭「あいち」の開催などに役立てており感謝申し上げます。今回の寄附金も愛知県の文化振興に引き続き大切に使用していきたい。また、地産地消の推進、愛知県産の農林水産物の販売、さらには毎年開催される「あいちいちごフェア」などの大々的なPRイベントも行ってもらっていることにも感謝したい」とお礼の言葉を述べ、大



たいまつ食品
新社長に田辺専務が内定

たいまつ食品は、6月1日付で代表取締役社長に田辺大介専務取締役営業本部長が就任、樋口元

カネスエ 大型リ・ブランディング 初のTVCMを投下



カネスエは、創業初となるTVCMの投下などブランドスローガンやブランドロゴ、スタッフユニフォームなど大型リブランディングを実施している。3月31日には「カネスエブランド戦略発表会」を開催し、牛田喜博社長兼COOが戦略などを説明した。

同社は1902年に「より良い商品をより安く届けたい」の想いから愛知県一宮市で創業、現在は愛知県をはじめ、三重県、岐阜県、静岡県、滋賀県に約100店舗を展開、魅力的な価格やPBの品揃えなどで支持を得る。今回、時代の流れとともに変化を遂げる消費者ニーズに合わせて新ブランドスローガン「EVERYDAY WELLS」を掲げ、地域の生活を豊かにするウェルネスファーストなスーパーマーケットを目指す。

「ローコストを活かしながら時代に合わせた視認性を上げたロゴに刷新。ユニフォームについても多種多様に新調し、働き方など各自のスタイルで選べる仕様とした。新TVCMは地元東海の三重県出身の宮崎優を起用、日常のふとした瞬間に「カネスエ」の存在感を3つのシーンで描いた。音エーションを描いた。音楽には同じく東海・三重県出身のMs.OJJAが書き下ろした「ハッピー&ラッキー」を採用した。宮崎優は「三重県出身であり地元の企業のCMに出演できるのはうれしい」と述べた。また、宮崎優が同社人気PBの食べ比べなどを実施し、

会場を盛り上げた。牛田社長は「当社はロープライス・ローコストオペレーションの2つを掲げ、特にロープライスはセントラルファクトリー・物流・PBの全てを省き実現している。14周年の今年、「EVERYDAY WELLS」を刷新し新たな姿となる」と挨拶した。また、牛田社長は「当社店舗は余裕のある通路幅や見つけやすい陳列と品揃えも特徴であり、時間が重要視されるなかで買いまわりのスピードも支持につながっている」と述べた。

「サントリー」ギルティ炭酸NOPE」
発売1週間で2千万本突破

サントリーパレヅジ&フーズは、3月24日に発売した「ギルティ炭酸NOPE」が、令和以降最大のヒットとなった。

同商品は、近年のストレス社会が進む中で、健康志向と対極にある「後ろめたさを感じつつ、つい自分を甘やかしてしまふ」「ギルティ消費」に

着目した、甘濃く、やみつきになる味わいが特徴の炭酸飲料。SNSなどでも「どんな味なのか気になる」「パッケージがオシャレ」「やみつきになる味わい」など「消費者から大きな反響をいただいている」という。

同社は好調要因として、消費者から「フルーツとスパイスの味がクセになる」「何味と一言で言えないがうまい」など99種以上のフレーバーを掛け合わせた複雑な味わい、こつりしたラーメンやピザなど、ギルティフ

「東洋水産」
即席麺の価格を、7月1日納品分より改定する。対象は即席カップ麺。即席ワンタン(即席袋麺及び一部即席カップ麺は改定なし)で4～11%の値上げ(一部オープン価格商品は10%の値上げ)。

健康飲料・食品カテゴリー16品の価格を、6月1日納品分より改定する。対象ブランドは「ウコンの力(ドリンク)、顆粒」「メカシヤキ」「ネルノダ(ドリンク)」で、約10～20%の値上げ。

「明星食品」
即席袋めん・即席カップめん・即席カップスープの価格を、6月1日出荷分より改定する。6～10%の値上げ(オープンプライス商品は9～12%の値上げ)。

「ハウス」
健康飲料・食品カテゴリー16品の価格を、6月1日納品分より改定する。対象ブランドは「ウコンの力(ドリンク)、顆粒」「メカシヤキ」「ネルノダ(ドリンク)」で、約10～20%の値上げ。

25年
と
No.1
本格炒め炒飯

お買い求めは冷凍食品売り場で

株式会社ニチレイフーズ