

清涼飲料水の「いま」がわかる

2014 SPRING

Vol.37



清・飲・彩

SOFT DRINKS REVIEW

一般社団法人 全国清涼飲料工業会

地サイダー &
地ラムネの魅力

「清飲彩」はWeb、モバイルでもご覧いただけます

清飲彩



CONTENTS

Special Feature

04 地サイダー& 地ラムネの魅力

清・飲・彩 調査隊

10 スポーツをする時の水分補給で 大事なポイントとは？

清涼飲料水 気になる数字

11 85.0%

Pick Up! 話題の内側

11 消費税8%に増税 全清飲に「転嫁相談・通報窓口」

これがわが社の「MVP」——大塚製薬株式会社

12 みんなの汗を補おう——健康への使命感が開発の原点

清涼飲料水 エポックメイキング

14 1985年 無糖飲料の幕明け

世界飲みもの紀行

15 所得向上が著しい巨大市場インドネシア

ようこそ、マイホームタウン

16 兵庫県福崎町【大円食品工業株式会社】

全清飲NEWS 2014 SPRING

18 2013年清涼飲料水生産量2千万kℓ突破 / 《THE 世界一展》に清涼飲料自販機が展示中 / コンプライアンス・衛生管理講習会の開催 など

清・飲・彩 2014 SPRING vol.37

「清飲彩」は清涼飲料業界のさまざまな情報を、みなさまに知っていただくため発行している広報誌です。

発行／一般社団法人全国清涼飲料工業会
東京都中央区日本橋室町3丁目3番3号 Tel: 03-3270-7300 (代表)
編集・デザイン／株式会社コンセント

『清・飲・彩』は
ご自宅や外出先でも
楽しめます

パソコンから

- 1 全清飲ホームページ「のみの情報館」へアクセスし、トップ画面にあるバナーをクリックします。
- 2 電子ブック形式でお楽しみいただけます。



<http://j-sda.or.jp/>



スマートフォンから

- 1 全清飲ホームページ「のみの情報館」にアクセスし、トップ画面にあるバナーをクリックします。
- 2 見たい号を選択します。アプリかブラウザからお好きな見方でお楽しみいただけます。

※アプリで見るとは「Acti Book (無償)」のダウンロードが必要です (2回目以降は不要)。



飲料容器の散乱を防止し、リサイクルを促進する活動に全清飲は取り組んでいます。



旬 ワード

近頃よく耳にする旬言葉から
“清涼飲料水の明日”が見えてくる

トクホ飲料



近年の健康志向の高まりを背景に、清涼飲料市場でも特定保健用食品、いわゆる「トクホ」が急速に広がっています。その機能は飲みものの種類によってさまざま。「おなかの調子を整える」「体に脂肪がつきにくい」など、それぞれに特長を備えています。そもそも「トクホ」とは、体に良い影響を与える機能が科学的に立証され、消費者庁が「保健の用途・効果」を表示することを許可した食品や飲料のこと。トクホ飲料には、必ず消費者庁の許可を示すマークが表示されています。

以前はお茶や健康飲料がメインでしたが、2012年にトクホの炭酸飲料が発売されると、たちまち大ヒットを記録。いまやさまざまな分野で登場し、活躍の場面が広がりました。

2008年にメタボ検診が始まって以来、「脱メタボ」を合い言葉に、食事や運動などの生活習慣を見直す人が増加。健康増進に役立つ、かつおいしく飲めるトクホは、そうしたニーズを見事にとらえたと言えるでしょう。例えば脂っこい食事を摂る際にトクホの炭酸飲料を併せて飲んだり、これまで通りの生活習慣に取り入れやすいことも、支持されている一因のようです。少々割高ではありますが他の飲料に比べ、パーソナルサイズが主流なのも特徴です。

まだまだ続きそうなトクホ飲料人気。今後、さらに新たなジャンルへの進出が見られるかもしれません。

「愛される一本」が続々と誕生しています！

地サイダー & 地ラムネの魅力

日本各地から集まつてきた、あんな味やこんなアイデア……。地域の活性化を後押しする存在として、高い人気を誇る「地サイダー&地ラムネ」。今回は、その魅力に迫ります。

ユワッと広がっていく心地よい刺激や、喉を流れていくときの、なんともたまらない爽快感……。私たちの日常に、おいしく、そしてちよっぴり特別なひとときをもたらしてくれる炭酸飲料。本格的な夏の到来に向かって気温がグングン上昇していくこれからの時期は、まさに本領発揮です。

そんな炭酸飲料市場の中でも、目が離せない存在が、サイダー&ラムネのベテランコンビ。それも、「地サイダー・地ラムネ」と呼ばれるカテゴリーが活況を呈しています。その銘柄数を

カウントしてみると、リサーチを開始した2006年の59種類から、13年には約4倍の240種類にまで増加（全国清涼飲料工業会調べ）。その勢いは衰える気配もなく、いまや各地に欠かすことのできない看板商品として、人々に愛されているのです。

長い歴史の中で 飲み継がれてきた存在

性別も年齢層も飛び超えて、支持を拡大している地サイダーと地ラムネ。その歴史をたどってみると、さまざまな興味深いエピソードが浮かび上がってきます。



地サイダーの銘柄数の推移
全国清涼飲料工業会調べ。※地域で自発的に誕生している商品であり、銘柄数は把握ができた商品数である。

サイダーとラムネの違いって何？
実は中身ではなく、「栓」で分けられているんです。サイダーは王冠あるいはネジキャップ、ラムネはガラス玉で栓をしています。

まず、日本におけるサイダー発祥の地は横浜でした。1868年、ノース&レー商会が、シヤンペンサイダーを製造販売したことがはじまりだと言われています。あの童話作家・宮沢賢治（1896-1933年）も、好物の天ぷらそばと共に注文していたのはサイダーだったというの有名な話。当時のサイダーと言えば、現在の物価に換算すると、およそ1200円もする高級品でした。いかにお気に入りだったかが窺えるでしょう。

一方ラムネの登場は、さらにさかのぼって1853年。なんと、あのペリールが率いた「黒船」が浦賀に来航し、日本にコルク栓の炭酸レモネードを持ち込んだことがきっかけと伝わっています。ちなみにラムネというネーミングの由来は、レモネードがなまって変化したものです。明治20年代に入ると、いよいよあの印象的なガラス玉入りの

びんが、国内での生産を開始しました。そうして明治、大正、昭和、平成と、長い長い年月をかけてサイダーとラムネは飲み継がれていき、国民の間に広く浸透。かつては各地に数多くのサイダー・ラムネ屋さんがあったことから、誰もが地域ごとに生産されている「マイサイダー・ラムネ」に親しんで育ってきた時代もありました。現在、残念ながら事業者の数は大きく減少し、以前とは比べものにならないほど消費者の嗜好も多様化しましたが、いままサイダーとラムネは重要な使命を託されています。それは、「地域に密着し、活性化に貢献する」という役割です。

地域の特色を詰め込んだ個性派が目白押し

「地サイダー・地ラムネ」とはこのようなものである」という定義は、いささかありません。だからこそ各社はこだわ

りにこだわりを重ね、自由に創意工夫を凝らし、続々と個性的な商品を生みだしているのです。

例えば、その地域ならではの特産品や観光地のイメージを前面に押し出したもの。アニメのキャラクターとコラボレーションしたもの。驚きの意外性をもつものや、思わずニヤリとしてしまうものなど、全国各地、実に多彩なラインアップが揃っています。

こうしたバラエティに富んだ味わいや目を引くラベルデザインなどに加え、もうひとつ忘れてはならない重要な要素があります。それは、サイダー・ラムネがおじいさん、おばあさん、お父さん、お母さん、そして子どもと三世代に愛飲されている「飲みもの」であること。ときには郷愁を、ときには新鮮な思いを誘うことができます。このように、中味から容器まで、単なる飲みものという枠を超えて、ブランドファの価値や楽しさを提供していることも、地サイダーや地ラムネの魅力でしょう。



清涼感を 楽しみつ 味わって くださいな！
日本ガラスびん協会 認定 ラムネ びんむすめ 塩澤智保さん

その土地のことをもっと深く知ってもらえたり、コミュニケーションが広がるきっかけになったりする……。それが、地サイダー・地ラムネの魅力だと思います。お土産として誰かにプレゼントしたら、「どこで買ったの?」「私もそこに行ってみたい!」と、会話が弾むかもしれませんよ。私自身、商品の開発に携わっていくうちに、変わったサイダーやラムネじゃないと、もうとさめかなくなりしました(笑)。「びん」ならではの清涼感も楽しんでいただきつつ、お出かけ先で地サイダーや地ラムネに出会ったら、ぜひ飲んでみてくださいね!

では、次のページからは、地元へのあふれんばかりの思いをパッケージングした各地の代表的な地サイダー・地ラムネたちを（紹介します。一部では「観光サイダー・ラムネ」という呼び名もあるように、眺めてみればきっと旅をしているような気分にも浸れるのではないのでしょうか。それでは、さっそくみなさんをご案内しましょう!



東日本編

北は北海道から南は沖縄まで、数あるサイダーやラムネ。ここに登場するのはほんの一部ですが、十分このジャンルの奥深さを感じていただけるはず。気になる1本があったら、ぜひお試しあれ!



集まれ! 各地の味自慢



東海

「富士山ラムネ」

富士山の世界遺産登録にあやかって、日本一大きなラムネが登場! みんなでシェアしながら、ワイワイ飲むのがオススメです。



関東

「レモネード」

冷やして爽快、温めてホッとできるレモネード。こだわりのシチリア産レモン果汁を使った、程よい酸味がおいしさを引き出すポイントです。



東北

「牛たんサイダー」

強烈なインパクトを与えるネーミングに負けず劣らず、飲んだときの感触も衝撃的! フワッと「あの香り」が広がります。



北海道

「小樽うみにラムネ」

小樽らしい「うみ」と「うに」のイメージを融合させ、飲みやすい味わいに。海洋深層水とマリンコラーゲンを配合しています。

日本一のサイズを誇っています

現在、当社のラムネは20種ほどですが、もう10アイテムほど増やしたいと考えています。ラムネ屋さん、サイダー屋さんが減っていくなか、大切な火を絶やすわけにはいかないという思いがあるんです。そこで、最近加わった商品の一つが、世界遺産登録をきっかけに考案した「富士山ラムネ」。日本一大きい410mlということは、きっと世界一でもありますね(笑)。水はちゃんと富士山から運んできた天然水。びんは、このためにつくったオリジナルです。味はラムネ味、メロン味、イチゴ味の3種類で、セット販売用の箱も用意しました。お土産として、外国の方の人気の高いようです。テーブルワインのように、みんなでシェアしながら楽しんでもらえるとうれしいですね。



木村飲料株式会社
木村 英文 社長

住所：静岡県榛原郡吉田町川尻1082
電話：0548-32-7555

冷やしてよし、温めてもよし!

ときどき輸入品は見かけますが、あまり国産品は置いてないなあ。そう感じて2011年に発売したのが、この「レモネード」です。厳選したシチリア産レモン果汁を10%使用し、お客さまからいただいた声を生かしながら、甘さと酸っぱさを微調整して完成させました。冷やしておいしいのはもちろん、温めて飲むのが好きという方も多くですね。店頭での試飲を行うときは、ダイレクトな反応を見たいので、できるだけ私自身が立つようにしています。そこで実際にみなさんが飲んで、「おいしい」と納得して買ってくださるのが、やはりうれしいですね。また、メールなどでご意見をいただくのも、とても励みになります。私たちの強みは従業員の団結力。一丸となって、おいしい飲料づくりを頑張ります!



川崎飲料株式会社
竹島伸浩 社長

住所：神奈川県川崎市川崎区渡田1-6-3
電話：044-333-4195

思わず笑ってしまうこと請け合い!

仙台名物といえば、笹かまぼこ、ずんだ餅、仙台味噌……。実は、全部サイダーとして試してみたんですが、やっぱり一番インパクトがあったのが「牛たん」でした。牛たんを食べるときには、一緒にテールスープを飲むのが定番。だったら、お弁当にも合うような、塩気のあるスープ感覚のサイダーをつくったら面白いんじゃないか? そんなことをひらめいたんです。試作品は、かれこれ40種ほど。ものづくりへのこだわりに関しては天下一品の開発部長を中心に、半年かけて完成させました。肉の代わりに入っているのはコラーゲン1,000mg。飲んだら炭火の香りがフワッと広がり、思わず笑ってしまうこと請け合いです! これからも、みんなが笑顔になれるような飲みものを届けていきたいですね。



トレボン食品株式会社
鶴戸満昭 社長

住所：宮城県仙台市宮城野区
小田原2-3-18
電話：022-256-4137

やってみるべ! の精神で挑戦中

何か小樽のものを使った商品をつくらう」とスタートした小樽物産協会のプロジェクト。海産物が有名なことから行き着いた素材は「うに」。それを当社のラムネとコラボして生まれたのが「小樽うにラムネ」です。海洋深層水とマリンコラーゲンを使用し、ラムネの酸味や甘み、そして濃厚なうにのバランスに苦心。「うみ」と「うに」がうまく融合し、飲みやすい味わいに仕上がりました。みなさん、最初はビックリされますが、喜んでいただいているようです。ぜひ、ロングランの商品に育てていきたいですね。他にも当社では、ランバダーやクリオネなど、北海道らしいラムネを揃えています。「まあ、やってみるべ」。そんな精神で、いろいろなことに挑戦していきたいと思っています。



野島製菓株式会社
野島 弘 社長

住所：北海道小樽市入船2-25-12
電話：0134-34-0777



集まれ! 各地の味自慢



九州

「柿の栗
スパークリング」

「地域の長年の課題を解決することを目的に着手。イマジネーションをふくらませて、珍しい「柿」のサイダーが誕生しました。



中国

「瀬戸内
レモンラムネ」

広島は国内最大のレモン生産量を誇っています。独特の酸っぱさがクセになると評判のラムネは、主に広島〜岡山エリアで展開中。



関西

「びんラムネ」

懐かしき満点の、「これぞラムネ!」という安心の味わい。この定番を中心に、商品のバリエーションはどんどん広がっています。



北陸

「富山ブラック
サイダー」

ご当地ラーメン「富山ブラック」のスープをイメージして開発。醤油とコショウが織りなす「やみつき感」に、ぜひトライを!

みんなが喜ぶ、それがやりの

福 岡山・田主丸町はフルーツ栽培が盛んな地。例えば「富有柿」は日本有数の生産量ですが、市場に出荷されるのは何割かだけ。残りは捨てられてしまう状況があり、長年の課題だったそうです。それを有効活用するために、醤油メーカーさんがシロップに加工する技術を開発。飲みもののできないかと相談を受けたのが当社だったというわけです。でも、柿には決まった味のイメージがないでしょう? ですから、いかに「柿らしさ」について想像力をふくらませて味をつくるかに注力しました。私たち飲料メーカー、地域、商品を買ってくださるお客さま。広い意味で、みんなのためになる商品をつくれることが仕事のやりがいです。47都道府県すべての地サイダー、地ラムネづくりをお手伝いしてみたいですね。



株式会社友樹飲料
友田 諭 社長

住所: 佐賀県小城市小城町若蔵 2575-3
電話: 0952-72-5588

広島を代表するブランド入りです

当 社の創業は明治30年。私で四代目です。商品は、主に広島から岡山エリアにかけての道の駅やスーパー、高速道路のサービスエリアなどで展開しています。広島らしい1本と言えば、この「瀬戸内レモンラムネ」でしょう。実は、広島県のレモン生産量は日本一。「瀬戸内レモン」としてブランド化されているほどの名物なんです。そこで、広島県産レモンの果汁を使用して開発。独特の酸っぱさがクセになると評判で、果汁が少し沈殿する様子も、本格的な味わいの演出になっていると思います。商品開発で大切にしているのは、いかに独自性や差別化を図るかということ。お客さまのニーズをとらえながら、毎年何らかの提案を続け、地域からの要請などにも応えていくつもりです。



齋藤飲料工業株式会社
齋藤 廣明 社長

住所: 広島県福山市北本庄5丁目7-6
電話: 084-924-6442

あれっ? という表情こそが手応え

ハ タ鉱泉のロングセラーと言えば、やっぱり「びんラムネ」。昭和21年の創業以来、ずっと変わらない味わいは、たくさんの方々の記憶に刻まれていると思います。この定番が支えてくれているからこそ、当社は思いきったチャレンジもできる。例えば2008年、「大阪いうたらやっぱりたこ焼き」ということで、「たこ焼風ラムネ」を発売しました。数千本売ればええかなと思っていたら、予想を超えるヒット。うちは販促物などをほとんど使わないので、商品そのものに認知度を上げていく力があつたということでしょうね。その後、クリームシチューやコーンポタージュ風味などのラムネをどんどん発売中。お客さんが飲んで、「あれっ?」という顔をしたときには、ええ感じや!と手応えがあります(笑)。



ハタ鉱泉株式会社
秦 啓員 社長

住所: 大阪府都島区都島北通1-10-20
電話: 06-6921-5138

あなたも「やみつき」になるかも?

豊 かな自然と、素晴らしい水資源に恵まれた富山。この地で明治29年の創業以来、美味しい水を活かした清涼飲料水を作り続けるトンボ飲料のモットーは、「Drink for Entertainment」です。富山ならではのサイダーを飲んでいただきたいの思いから、昭和初期の味を復刻させたラボンサイダーに続いて、2012年に「富山ブラックサイダー」を発売。黒いスープで知られるご当地ラーメン・富山ブラックの「やみつき感」をイメージして開発しました。醤油風味に、コショウの辛さをプラスした味わいは、誰にでもオススメというわけではありません。10人中3人がおいしいと言ってくださればいい(笑)。2015年には北陸新幹線が開通します。商品を通じて、どんどん盛り上げていけたらと思います。



株式会社トンボ飲料
高島 謙太郎 営業課係長

住所: 富山県富山市下赤江町1-6-34
電話: 076-441-4456

その質問、徹底検証!

清・飲・彩 調査隊



(第5回)

スポーツをする時の水分補給で大事なポイント?

ふだんは見過ごしがちだけど、言われてみるとたしかに気になる……。そんな清涼飲料水に関する素朴な質問を、読者のみなさんに代わって調査隊が調べます!

イラスト/千野エー

寒い冬が終わって、いよいよ春。身も心も、うきうきするな。
本当に、これからは、体を動かすのにもいい季節ね。私もなにかスポーツを始めようかしら?

いいですね。ただ、この時期は体がまだ暑さに慣れていないの

で、体調管理は慎重に。例えば、急に気温が上がった日などは、春でも熱中症などへの注意が必要です。水分補給もしっかりしてくださいね。

はい。のどが渇いたら、ちゃんと水分を摂るようにします。そうですね。でもちょっと待って。今、「のどが渇いたら」と

言ってくれただけ、特にスポーツをするときは「のどが渇く前」からの水分補給が鉄則です。のどの渇きを感じたら、それはもう軽い脱水症状。だから、運動前、そして運動中もこまめに飲みものを飲むようにしてください。

「こまめに」というのは、どれくらいですか?

ある程度真剣にスポーツをするなら、15〜20分おきに、運動に支障のない範囲で摂ってほしいですね。

これには理由があつて、激しい運動をすると、体が水分を吸収するスピードより、汗で体内の水分が出ていくスピードの方が速くなることがあるからです。まとめてたくさん飲むと、体も動かしにくくなるので、飲める範囲でこまめに飲むほうが効果的です。

飲みものの種類は、どんなものでもいいのかなあ。

真水だけを大量に飲むのはお勧めできません。なぜなら、「低ナトリウム血症」というものになってしまふ可能性があるからです。これは、血液中のナトリウムの濃度が薄まることなどにより起きる症状で、最悪の場合、命にかかわることもあります。なので、成分の面から言えば、一定のナトリウムを含んでいることがひとつのポイント。スポーツドリンクの多くは適切なナトリウムを含んでいます。

なるほど、注意しないとイケないですね。ほかに心がけておくことはありますか?

30分以上運動をするなら、糖分の補給も意識してほしいところ。



スポーツをするときは、こまめな水分補給を心がけましょう。



人間の体がエネルギー源として蓄えておける糖分量は限られていて、本当に激しい運動をすれば1時間程度で使い切ってしまう。水分と併せて持続的に補給していくのがいいでしょう。それと最後に、運動後の水分補給。運動後も、発汗や尿で水分は失われるので、単にのどの渇きを抑えるだけでは不十分。体重が減少した量の1.5倍の水分を少量ずつ回数を分けて摂取するのが目安とされています。

いろいろ勉強になりました。先生の教えをしっかり守ってスポーツを楽しみたいと思います!

(結論)

- 「のどが渇く前からしっかりと補給するのが鉄則」
- ナトリウムや糖分を適度に含んだ飲料を摂取する
- 運動後も減少した体重の1.5倍の水分を補給する



質問募集 あなたの気になる質問を教えてください。これぞ! という質問は清飲彩調査隊が調べます。

kouhou@j-sda.or.jp

清涼飲料水 気になる数字

{ 85.0 }

2 012年度のペットボトルのリサイクル率(再生利用率)は**85.0%**。前年度から**0.8ポイント**減少したものの、15年をターゲットにした第二次自主行動計画の目標値を、2年連続で達成する結果となりました。

リサイクルの優等生と呼ばれるペットボトル。卵パックをはじめとするトレーや繊維製品、ボールペンなど、さまざまな用途へ再利用されています。その技術は日々、さらなる進化を遂げ、使用済みペットボトルを再びペットボ

トルとして利用する循環型リサイクル「ボトルtoボトル(BtoB)」も積極的に推進中。例えば11年度のBtoBリサイクル使用量は2万4600トンでしたが、12年度には2万7100トンと、着実に拡大しています。

このほかの飲料容器についても、飲料用アルミ缶のリサイクル率(再生利用率)は**94.7%**(前年度比**2.2ポイント増**)と、過去最高を記録。4年連続で90%以上を達成しました。

このように飲料容器が高リサイクル率を維持できているのは、消費者や自治体による分別・回収活動が、しっかりと根づいているからに他なりません。皆が一丸となった地球環境保護の取り組みは、これからも続いていきます。

2012年度の数字です。
2年連続で目標達成!



ペットボトルは、私たちの身近にある、さまざまな製品に生まれ変わります。

Pick Up!

話題の内側

押さえておきたい
話題のニュースを解説します。

消費税8%に増税 全清飲に 「転嫁相談・通報窓口」

会員各社が円滑かつ適正に消費税の転嫁を行えるよう環境を整えることが目的で、この相談窓口は、転嫁拒否などの行為、例えば消費税引き上げ相当額を負担させられたりしたの減額や買いたたき、優越的地位の濫用行為などによる商品購入や役務利用、利益提供などの要請、本体価格での交渉の拒否など、経営が不当に圧迫される行為などについて相談を受け付けます。

全清飲 転嫁相談・通報窓口

電話：03-3270-7300 担当：岩尾・久保田



内閣官房、内閣府、公正取引委員会、消費者庁、財務省がまとめた冊子。HPでもダウンロードできます。消費税率引上げの趣旨や消費税の性格などの基礎知識から特措法の解説までイラスト付きでわかりやすくまとまっています。

4 1月1日から消費税が5%から8%へ増税されました。全清飲では、「消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為は是正等に関する特別措置法」(以下、特措法)に対応して、「転嫁・表示カルテル」の届出とともに、会員を対象として、転嫁拒否の行為などに対する相談・通報窓口を全清飲内に設置しています。

内閣府が設置している「消費税価格転嫁等総合相談センター」も同様の機能がありますが、「常日頃から交流のある我々なら敷居も低く、気軽に相談してもらえらる(全清飲)というのが設置の理由です。受け付けた相談・通報については、公正取引委員会、農林水産省、また必要に応じて中小企業庁へ全清飲より会員名は匿名で通報することとなっております。

会員から相談を受けた内容については、漏えいなどがないよう事務局において厳重に管理しています。なお、この転嫁相談・通報窓口は特措法が適用される2017年3月31日までの間、継続いたします。

Key Point ①



DVD「熱中症予防の落とし穴」(日本生気学会)への制作協力など、各関連団体と連携しながら、「熱中症を知って防ぐ」ための活動を展開しています。

Key Point ②

水分補給は「素早い吸収」と「体内でのキープ力」がポイント。汗に近いイオンバランスと適切な糖質によって、スムーズな補給をサポートします。



「ポカリスエット」 3つのターニングポイント

生きていくための源は水分
思い知った経験が開発の契機に
人は、常に水分を失っている。南米で苦しんだ研究者の体験が、「飲む点滴」という斬新な発想へと発展。

「**非常識を常識に**」するため
3000万本を配布

1980年、販売開始。「必ず健康に役立つ」との信念で、大規模なサンプリングを敢行し、思いを届けたことで大ブレイクに。

時代のニーズに応えて誕生した
「もうひとつのポカリスエット」

人間の味覚は時代とともに変化。さらなる水分補給への貢献を目指して、「ポカリスエットイオンウォーター」が誕生。



社員が講師を務める 熱中症対策セミナー

2001年より全国の小・中学校を中心に開講している「大塚アカデミー」のワンシーン。社員による熱中症対策セミナーを通して、水分補給の正しい習慣化について発信しています。

これが
わが社の

MVP

Project・Place・Product・Person



大塚製薬株式会社

みんなの汗を補おう
健康への使命感が開発の原点

水分補給時の代表的な飲料として定着している「ポカリスエット」。「汗」に着目した独創的なアイデアの奥には、健康に貢献したいという信念がありました。

人

人間の体は、その約60%が水分。水は生命活動に不可欠なものです。実は、「生きているだけで水分は失われている」とは、あまり知られていないのではないのでしょうか。汗をかくのは、スポーツや入浴の場面に限らないのです。

「汗などで失われた水分を補う最適な清涼飲料水を開発しよう。そんなコンセプトでスタートしました」

1980年4月に発売された「ポカリスエット」。この、さまざまな意味で「非常識」だった飲料の歴史を教えてくださいるのは、大塚製薬製品部の浅見慎一さんです。発端は、同社の研究者が南米へ出張した際に経験した出来事でした。現地で体調を崩し激しい下痢で苦しむ彼に、医師は「とにかく水分を摂れ」と炭酸飲料を勧めたそうです。「そこでひらめいたのが、水分補給に適した飲みものがあつたらいいの」というアイデア。当社はもともと輸

飲料業界にあつて、ぜんぜん甘くないじゃないか、こんなものにお金なんて払えないと。さらに暖色系が好まれるなかで、ブルーを基調としたパッケージデザインだったことも、敬遠される要因になってしまったのです」

でも、人は必ず汗をかく。「ポカリスエット」は世の中の役に立つはずだ。そんな確信があつたからこそ、大塚製薬の社員たちは突き進みました。

「思いを伝えるために、全国で計3000万本のサンプリングを行いました。水分補給の必要な理由とともに、飲んで試してもらおう。そして、日常に当たり前にある存在としてなじんでもらいたい。非常識を常識に変えよう」と地道な取り組みが続きました」

さらなる進化を遂げるポカリス 熱中症対策も積極的に推進

部活中の学生に。建設現場で働く人々に。道行く主婦に。あらゆるシーンで「ポカリスエット」を手渡したかいて、発売2年目には見事にブレイク。以来、30数年にわたり、数え切れないほどの量の汗を補ってきました。そして2013年4月には、「ポカリスエットイオンウォーター」が誕生。軽やかな甘さでカカリも従来の半分以下です。浅見さんによると、「昔は甘くないと言われたポカリスエットの味を、今は甘いと感じる人がいる。人間の味覚も変化しているのだ

液を手がけてきた企業。そこから発展したというわけです」

7年もの年月をかけて完成！ 待っていた反応とは？

汗を補う飲料をつくる。それは「健康を守る飲料をつくる」ことを意味します。まず、着手したのは徹底的に汗を研究し尽くすこと。そして、もちろん「おいしい」味に仕上げる。製品化にこぎ着けたときには、実に7年もの年月が流れていました。しかし、「ポカリスエット」は、少々斬新すぎたようです。

「お客さまとのコミュニケーションのあり方を、もっと探っていきたくてですね」と言う浅見さん。



す。時代のニーズに合わせるべく、さらなる進化を遂げたというわけです。関連して、90年代に入ってから注力してきた熱中症対策の啓発活動も、ますます活発化。その中心は、社員が「講師」となり、学校などで正しい水分補給の知識を発信する「大塚アカデミー」。これまで延べ3500校、70万人が受講しました。これも「健康にかかわる企業としての、私たちの使命です」と、浅見さんは語ります。

「例えば、おいしかった、助かった、ありがたう、とお礼を言うただけに当社へ電話をくださった方がいる。それだけポカリスエットが役に立っているということですから、大きなやりがいを感じています。みなさんの水分補給は、私たちの責任」。それくらいの気持ちをもっています」

企業Data

大塚製薬株式会社

住所：東京都千代田区神田区町2-9
設立：1964年8月10日



写真は東京本部：品川グランドセントラルタワー

企業理念は「世界の人々の健康に貢献する革新的な製品を創造する」。疾病の治療から日々の健康増進までを目指した、トータルヘルスケアカンパニーとして事業を推進。

「Project (プロジェクト)」「Place (場所)」「Product (製品)」「Person (人)」の4つの側面から、企業を活性化させる「MVP」の背景に迫ります。



フードコートでも世界各国の飲みものが売られている。

ジャワ島西部の都市・バンドンのショッピングモールにて。

東インド会社主導で始まった
コーヒー、紅茶の栽培

インドネシアは長年オランダの植民地であり、1830年頃から東インド

会社主導でコーヒー栽培が始まりました。ジャワコーヒーはかなり細かい粉末のため、直接お湯を注いでよくかき混ぜ、上澄みを飲むのが一般的です。少し遅れて紅茶の栽培も始まりました。世界の貿易を担うオランダとしては、儲かる商品を自ら作ることに利益に直結したでしょう。ただインドネシアの紅茶は、当時栽培が始まったインドやスリランカほど品質が良くなかったため、世界の主流にはなれませんでした。それでも現在も綿々と紅茶の栽培は続いており、1955年にアジア・アフリカ会議が開催されたバンドンの郊外でも、100年以上にわたる紅茶が作られています。

茶園を見学すると、かなり平たい部分に大規模な茶畑があり、茶葉を摘む労働者は何と1500人もいるとか。いくら広いと言ってもその数は多過ぎ。



バンドン郊外にある大規模な茶園。



所得向上が著しい 巨大市場インドネシア

近年、経済発展が著しいインドネシア。従来のコーヒーと紅茶の生産国から2億4千万人の人口を抱える巨大市場へと変貌。注目されるこの国の現状に迫りました。

文/須賀勇 イラスト/瀧口イタル

数年ぶりにインドネシアへ行きました。首都ジャカルタの交通渋滞は想像を絶する自動車の量で凄かったです。暑さの中では水分が欲しくなり、最近増加している日系コンビニに飛び込むと「ポカリスエット」が目に入り、思わずゴクリ。値段は日本の半額程度でしょうか。その後も街の至る所でポカリがあることに気づきました。理由を聞いてみたところ、お腹を壊したときに医者に「必ずポカリを飲め」と言われるそうです。水分吸収性が高く、甘く飲みやすいことに現地の医療関係者が気がついた結果、広まったようですよ。

会社主導でコーヒー栽培が始まりました。ジャワコーヒーはかなり細かい粉末のため、直接お湯を注いでよくかき混ぜ、上澄みを飲むのが一般的です。少し遅れて紅茶の栽培も始まりました。世界の貿易を担うオランダとしては、儲かる商品を自ら作ることに利益に直結したでしょう。ただインドネシアの紅茶は、当時栽培が始まったインドやスリランカほど品質が良くなかったため、世界の主流にはなれませんでした。それでも現在も綿々と紅茶の栽培は続いており、1955年にアジア・アフリカ会議が開催されたバンドンの郊外でも、100年以上にわたる紅茶が作られています。

インドネシアの労働生産性の現状がよくわかる現場でした。ちなみにインドネシアでは近年労働者の権利向上が著しく、進出している日系企業も労務対応に追われており、賃金も平均で年40%も上昇しているようです。なお、この茶畑では日本煎茶も作られており、日本に輸出されていました。

2億4千万人の人口を抱えるインドネシア、その9割はイスラム教徒です。従来水やコーラを飲んでいた彼らに今、世界中のメーカーが注目し、砂糖入りのグリーンティーやフルーツティーなどの飲料を売り込んでいます。栽培拠点としての活用を考えると同時に、所得向上が著しい大市場をいかに取り込むか、コンビニの発展とともに注目です。



コンビニで売られていた砂糖入りのグリーンティー。



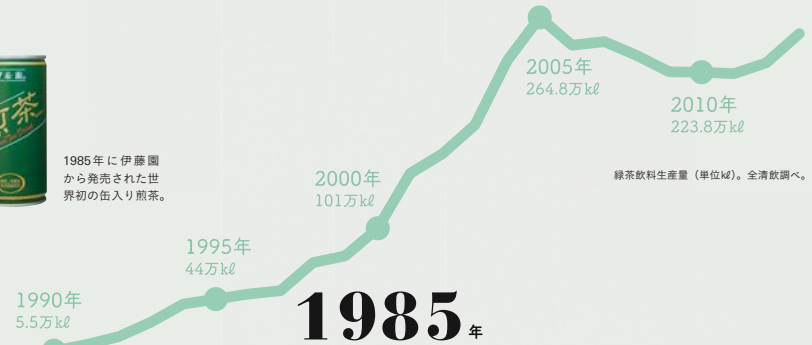
Historical Moment

清涼飲料水 エポックメイキング vol.5

未来を生み出すヒントは過去にある。歴史的な出来事にタイムスリップ！



1985年に伊藤園から発売された世界初の缶入り煎茶。



緑茶飲料生産量 (単位kg)。全清飲調べ。

1985年 世界初の缶入り緑茶飲料発売 無糖飲料の幕開け

1985年、世界初の缶入り緑茶飲料「缶入り煎茶」(伊藤園/89年に「おしお茶」に変更)が発売され、緑茶飲料の歴史が始まった。無糖の茶飲料としては80年に伊藤園、81年にサントリーがウーロン茶飲料を、83年にポッカコーポレーション(現・ポッカサッポロフード&ビバレッジ)が「ほうじ茶」を発売しており、それに続いていること。

日本人にとって、最もなじみの深い緑茶飲料の誕生を待たなかったのは、茶に含まれるタンニン(カテキン)の酸化(変色や風味が変わる)が理由。この問題を、伊藤園では蓋をする際に、酸素と窒素を置換することで解決。開発着手から10年を経過してようやく世界初、無香料・無調味の緑茶の飲料化にこぎつけた。

ただ当時のお茶は食堂などでサービスとして出されるもので、有価飲料として「お金を出す」ということに戸惑いを感じる時代だった。徐々に消費者ニーズは健康・自然志向に加え、簡便化やコンビニなどの弁当のお供として脚光を集めていった。緑茶飲料市場が巨大市場を確立した背景には、①伝統飲料であり味覚が好まれた②健康志向で需要が拡大③ペット容器(再投可)との親和性の高さ④コンビニでのウィズフード性⑤冷たいお茶を飲むという新習慣の定着、などの複合要因による。その生産量は05年をピークに減少、12年から再び上昇に転じている。13年は前年比5.5%増加の24.4万kg、緑茶飲料は茶系飲料の中でもナンバー1の市場でシェアは44%とダントツ。今年もトクホ製品など高付加価値商品の登場などにより拡大基調で推移していくと見られている。

さらに、日本国内のみならず、欧米、アジアなどでも商品化が進み、消費されている緑茶飲料。国内における茶葉の緑茶飲料原料使用は茶葉生産量全体の2/3割(推計)にとどまっていることから、潜在需要はまだ大きい、と見てよいだろう。

1985年の出来事

- 1月15日 第55代横綱の北の湖が引退発表
- 3月17日 つくば博開催
- 3月25日 オレンジカードの利用開始(首都圏)
- 4月1日 電電公社と日本専売公社が民営化、NTTとJTに
- 5月17日 男女雇用機会均等法成立
- 6月8日 大崎門橋が開通
- 10月11日 国鉄分割・民営化決定(1987年4月1日付)

よう来たのう
マイ
ホームタウン

兵庫県福崎町
「大円食品工業株式会社」

この場所だからできることがある！
そんな熱い想いを抱えた
後継者たちをご紹介します。

私が
ご案内
します！

経営企画室マネージャー
の
藤本将矩さん

2006年入社。29歳。大阪事務所勤務。
「これまでに経験していないこと、新しいことに取り組むのが楽しい」と、
意欲的に営業活動にまい進。

みなさんも
カッパたちに
会いに来て
みませんか？



ゴ ボコボコボ……「あつ、出てきた！」と子どもたちが指さすのは、池から上半身をのぞかせている1体のカッパ像。辻川山公園の池に、30分に一度出没する人気者です。

町の公式キャラクターもカッパがモチーフとなっている兵庫県福崎町。こは、「日本民俗学の父」と呼ばれ、



自ら「日本一小さい家」と表現した柳田國男の生家。周囲には記念館が建ち、カッパ像が設置されている辻川山公園もすぐ近くです。

カッパ研究などでも知られる柳田國男が誕生した地です。その生家や記念館のほか、趣深い社寺や自然など、実に味わいのある雰囲気包まれています。「当社の主力は炭酸飲料です。中国山系一帯では多くの炭酸泉が湧き出しているせいか、この地域の水とは相性がいい。そのおかげで、ダイエンさんでつくるものはおいしい」と言われたことがあります。

大阪事務所を拠点に営業活動を行っている藤本将矩さんは、大円食品工業（以下ダイエン）の3代目。同社の成り立ちを、次のように語ります。

「もともと原料や資材を扱う会社と共同で事業を興し、びん工場としてスタートしました。ごく初期からOEM特化という方針を固め、まずは技術を磨こうと考えたそうです。そうして、お取り引きのあるメーカーさんにさまざまなことを教わりながら、力をつけてきました」

藤本さんがダイエンの1員になったのは2006年のこと。東京で広告代理店に勤めた後、「やはり生まれ育った土地で働きたい」との思いが募り、そこへ声をかけたのが父である社長藤本栄一郎さん。「次の仕事が見つかるまで、ここで働いてみたら」という言葉に誘われて入社。現在に至るというわけです。

「当社の昔の資料をたどっていくと、本当にいろいろなドリンクをつくってきたことが分かります。その中には、現在開発を進めている商品に近いタイプ



ブのものの記録もたくさん残っている。つくづく、経験値が大きいことを実感しますね」

OEMによって数多くの期待に応えてきた背景には、同社の「提案へのこだわり」があります。「このようなものをつくってプレゼンをしたことがあるそうですよ」と藤本さんが見せてくれたのは、びんをかたどった木型。「自販機で売られているのが缶ばかり



木でつくった自販機用びん入り飲料水の試作品。ダイエンは、いち早くこのアイデアに着目しました。

ダイエンなら安心！
そんな声を増やしたい

何事にも積極的に取り組む姿勢はダイエンの血となり肉となり、脈々と受け継がれています。

「私自身、モットーとしているのは、無理だとは言わずに必ず挑戦するということ。他社がなかなか引き受けられないような難しい依頼こそ、できるだけやってみることを心がけています。まあ、製造の現場はイヤな顔をするのですが（笑）、それをチームワークで乗り越えていくことが、会社の財産になると思うんです」

大円食品工業株式会社

兵庫県神戸市福崎町西治字拜尾 862-23
☎0790-22-5420

1977年創業。従業員は35名。福崎工業団地にて事業を展開し、炭酸飲料をはじめ、乳飲料、茶系飲料、防災用備蓄飲料水など、幅広く製造可能。社名には、「大きな円（緑）を結ぶ」との思いが込められています。



開発一号は栄養ドリンクタイプの炭酸飲料でした。以降、生産設備の増強や商品開発室の設置などに取り組み、多岐にわたるオーダーに応えてきました。



上・兵庫県の名物・御座候（ござそうろう）。回転焼きのあずきは北海道十勝産で、赤あん、白あんの2種類。アツアツでどうぞ！/左・福崎町はヘルシーな食材「もち麦」の名産地。写真は「もちむぎのやかた」の人気メニュー「ざるとろろ」。独特の香ばしさが新鮮です。

なるほど!? 県民学 兵庫県編

実は…兵庫は日本一「めんだらけ」の県なんです！

総人口は全国7位、GDPは全国8位、面積は12位。国内で上位の規模をもつ兵庫県の自慢はさまざまなものがありますが、そのひとつが手延べそうめん。年間生産量2万4,137トンと日本一を誇っており、たつの市、宍粟市、太子町ほか、いわゆる播州地方を中心につくられている名物として親しまれています。

さらに兵庫県は、そうめん類を含め、うどんや日本そばといった主要な乾めん類の総生産量についてもトップ。気候や水など、恵まれた環境を生かして発展してきました。兵庫に出かけたのなら、めんを食べずに帰るわけにはいきませんね！

出典：農林水産省「平成21年度米麦加工食品生産動態等統計調査」より

手延べそうめん	1位
ひやむぎ	2位
日本そば	4位
乾めん類 都道府県別生産量合計	1位

刊行情報

刊物へのお問い合わせは、次の電話番号までご連絡ください。TEL: 03-3270-7300



『ソフト・ドリンク技術資料』
No.172
(2014年・第1号)
4月末刊行

新しい研究成果などに関する論文を、豊富に掲載しています。
体裁: B5判、約100ページ
定価: 4,620円 (年間購読料: 9,250円 (計3冊。4月末、8月末、12月末発行予定))
会員割引価格: 3,080円 (年間購読料: 6,170円) ※全清飲、日清研究会のみ適用



『日本清涼飲料研究学会講演集』

昨年10月に開催した「第23回研究発表会」の講演集。
体裁: B5判 定価: 5,140円
会員割引価格: 3,080円
※日清研究会のみ適用

編集部より

全清飲の事務所がある日本橋。新名所としてコレド室町2&3がオープン！また真向いの日本橋三越本店のライオン像が設置されてから100年。話題を提供し街全体が賑やかです。現在20代目の日本橋は、五街道の起点として江戸幕府開府と同じ1603年に完成。コレド室町は歴史的な雰囲気も感じる洗練された空間ですが、日本橋ならではの老舗もおススメです。饅のどろけるように濃厚な味わいや、ほっと心が癒される饅の香りに脈々と続く街の鼓動を感じることができます。

〈お願い〉本誌ご送付先の変更など

本誌ご送付先に変更などがございましたら、お手数ですが下記までご連絡ください。

〒103-0022 東京都中央区日本橋室町3丁目3番3号 CMビル3階
一般社団法人 全国清涼飲料工業会
「清飲彩」編集部
TEL: 03-3270-7315 FAX: 03-3270-7306



第46回 HACCP 講習会

2 から3月にかけて、兵庫、東京、九州、北陸、北海道、東海の組合などにおいて中小企業を対象にコンプライアンス・衛生管理講習会を開催し、一般的衛生管理、表示方法、新しい表示制度の動き、清

涼飲料水の規格基準改正などについて研修をしました。質疑応答も活発で、有意義な講習会となりました。
HACCP講習会を開催
清涼飲料水の第46回 HACCP講習会を2月5〜7日、東京で開催しました。2000年から毎年実施しており、修了者は述べ4400名を超えております。
この講習会は、より安全な清涼飲料水を製造するためのもので、1日の講義と2日間のグループ演習から構成されています。なお、修了者には「HACCPシステムについて相当程度の知識を持つと認められるもの」の資格が与えられます。

技術

コンプライアンス・衛生管理講習会などの開催

清涼飲料水の規格基準改正などについて研修をしました。質疑応答も活発で、有意義な講習会となりました。
HACCP講習会を開催
清涼飲料水の第46回 HACCP講習会を2月5〜7日、東京で開催しました。2000年から毎年実施しており、修了者は述べ4400名を超えております。
この講習会は、より安全な清涼飲料水を製造するためのもので、1日の講義と2日間のグループ演習から構成されています。なお、修了者には「HACCPシステムについて相当程度の知識を持つと認められるもの」の資格が与えられます。

13

統計

2013年清涼飲料水生産量2千万kl突破、4年連続更新

年の生産量は、前年比2.4%増の2023万2千klで初めて2000万klの大台に到達し、4年連続で記録を更新。生産量が1000万klに到達したのは1990年であり23年で市場は倍に成長しました。また生産者販売金額は0.9%増の3兆6678億円です。メーカー各社の積極的なマーケティング活動の展開に加え、早い梅雨明けや夏場の天候要因も追い風となり9月の天候不順を払しょく。また、12年に続いて特定保健用食品の飲料のさらなる拡大や、従来のスポーツドリンク以外の品目(果実、乳性飲料)でも発売された熱中症対策飲料の浸透など、健康意識ニースの一層の高まりを裏付ける一年でした。
品目別では炭酸飲料が5.2%増で業界を牽引し、7年連続で伸長。特に、割り材だけでなく直接飲用が増加した炭酸水は6年連続の大幅増。果実、スポーツ機能性、乳性、野菜飲料、国産ミネラルウォーター、豆乳類も前年増で推移。茶系では、緑茶飲料が5.5%増、麦茶飲料は4年連続の二桁成長。コンビニのカウンターコーヒーの普及による影響が懸念されたコーヒー飲料(乳規格品は除く)は、PETは大幅増だったが、ステイオンタイプが減少して微減で着地。容器別では、ペット入り飲料の構成比が69.3%に達しました。

全清飲 NEWS

2014 SPRING

清涼飲料水生産量2千万klの大台突破、盛況だった地サイダー・ラムネ祭りなど、明るい話題の多い季節でした。

中小企業

中小企業を応援するイベントを開催

全

清飲は各地の中小企業を応援するイベントを2、3月と続けて開催しました。

地サイダー・ラムネ祭りを開催(こだわり食品フェアに出展)

2月12日(土)14日、東京ビッグサイトで開催の「こだわり食品フェア」(主催(一財)食品産業センター)に「ここがいいね! 地サイダー・ラムネ祭り2014」と銘打ち出展しました。



ラムネびんむすめの梅澤さんが参加して展示会場を盛り上げました。

北海道から沖縄までの117銘柄を一同に展示し、試飲も実施。来場者から高い評価を得て盛況となりました。日本ガラスびんむすめ協会の「ラムネびんむすめ」(塩澤智保さん・木村飲料株)も応援に駆けつけ来場者による「サイダー派」と「ラムネ派」の投票も実施。ラムネ派が僅差で多い結果となりました(サイダー派815票。ラムネ派844票)。引き続き全清飲では各地の地サイダー・ラムネを応援していきます。

第10回新製品合同発表会を開催

中小企業の新製品を発表する新製品合同発表会を3月26日、東京のホテルで開催しました。この発表会は清飲記者会の協力により年



マスコミの注目をはじめ100名を超す参加者で会場は大盛況となりました。

自販機

THE 世界一展 清涼飲料自販機が展示中

在、東京お台場の日本科学未来館で「THE 世界一展」を開催中です。当展覧会には、世界でナンバーワン、オンリーワンの価値を持つ技術や文化が溢れています。精巧で緻密な「モノづくり」の数々。昔から受け継がれてきた伝統技術から、現在の最先端技術にいたるまで、日本で生まれた「世界一」が一堂に会しています。

技術は日本独自のものです。缶飲料自販機の消費電力量が約20年間で70%以上が削減されるなど、省エネ技術は世界一。お台場に行かれた際は、是非「日本科学未来館」に立ち寄り、日本の世界一の技術を堪能ください。



側面がシースルーで中の仕組みが分かる自販機を展示中。街角にある自販機の中には部分冷却など日本の技術がみつめています。



THE 世界一展

【開催期間】 2014年5月6日まで (火曜日休館 ※4/29、5/6は開催)
【開催時間】 10:00 ~ 17:00
【入場料】 大人1,000円、18歳以下300円

缶は飲料を運ぶ大切な器です。



アルミ缶って、とっても繊細。実はコピー用紙2枚くらいの薄さです。
 乱暴に扱うと穴が開いたり、傷ついたり。
 飲み終わるまで、やさしくしてあげてね。

やさしく扱おう!

