

清涼飲料の市場は緩やかに拡大している。ミネラルウォーターは家庭用や災害備蓄用としての需要が高まり、ペットボトル入りコーヒーのような新ジャンルも人気を集める。近年は特定保健用食品(トクホ)や低カロリーといった健康志向の飲料が注目されている。メーカー各社は市場の動向を捉え、新商品の開発に力を入れている。

業界スコープ

昨年はペットボトル入りコーヒーが登場



需要の拡大でフル稼働が続くハルナグループの工場—高崎市足門町



飲料水。熱中症対策で夏場に売り上げを伸ばした「キレートレモン」系商品のほか、冬場はホット飲料の「ぽっかぽか」を販売している。2016年に発売した「濃いめのカルピス」は人気を維持し、今年1〜8月の販売数は前年同期比2倍以上で推移している。

健康新分野 開発を強化

し、新たな需要を開拓し、新たな需要を開拓した。「ちびちびと飲める」と若年層や女性に受け入れられ、コンピニエンスストアを中心に商品棚で存在感を放っている。新商品は続々と発売されており、市場拡大が続くとみられる。

こうした需要の高まりを受け、メーカーは商品開発を強化している。ハルナグループ(高崎市)は同市や、みなかみ町、和歌山県に生産拠点を置く。今年4月には飲料水製造のハルナビレージ、商品企画販売するHARUNA、企画開発のハルナプロデュースを再編し、新たな企業価値の創造に取り組んでいる。

小売り各社から委託を受けたプライベートブランド(PB)商品やペットボトル飲料を製造する。主力は、レモン果汁を含んだ清涼飲料水「ぽっかぽか」など独自商品を開発。中でも、スイカ味の「カルピス」と「カルピスウォーター」など人気を集めるペットボトル入りコーヒーの需要を製造。利根川水系の水と、新鮮な生乳を調達(渋川市)の生産設備を増強する。

アサヒ飲料(東京都)は、群馬工場(館林市)で東日本全域向けの「カルピス」と「カルピスウォーター」など人気を集めるペットボトル入りコーヒーの需要を製造。利根川水系の水と、新鮮な生乳を調達(渋川市)の生産設備を増強する。

製造業(清涼飲料) 消費量が過去最高

工場フル稼働 全国清涼飲料連合会によると、2017年の清涼飲料水の国内総生産量は2162万7500トン、1人当たりの消費量は17万690リットルで、いずれも3年連続して過去最高を更新した。

今年は、連日続いた猛暑や大阪府北部地震、西日本豪雨の影響で清涼飲料の需要が特に高まった。県内に工場を持つ各メーカーは、日曜を含む24時間体制で当初計画より生産量を増やし、フル稼働で対応している。

ハルナプロデュース マーケティング本部 上山 美久さん(26)

ハルナグループの営業部門で、小売り各社のプライベートブランド(PB)商品を担当する。安心に加え、付加価値でニーズに対応するため、顧客との商品づくりに試行錯誤の日々だ。

「食」に関わる仕事に就きたくて、人と接することができる営業を志望した。「売る」だけでなく、顧客と一緒に商品を「つくり」上げるPRする方が良い。

「食」関係 やりがい



東京都出身。入社4年目。工学院大附属高—東京農工大国際食料情報学部卒

企業選びでは、「エントリ前から「合わないかも」と自分で制限し、受けられない企業もあった。今思えば、多くの業種や会社を見た方がより自分に合った仕事が見つかると思う。

自分が関わった商品が店頭から「合わないかも」と感じる。「飲み物は生活に欠かせない。ないと生きられない物をつくる。そんな思いで働き、手掛けた商品を世に出すのが夢だ。

こんな研修

資格取得を支援 グループで連帯

生活必需品の飲料を手掛ける各メーカーは、研究から開発、製造、営業までの幅広い力を備えた人材育成に努めている。

ハルナグループは、新入社員が高崎市の本社やみなかみ町、榛東村、東京都の各拠点を回り、各責任者による座学中心の研修を受けさせる。コンプライアンス(法令順守)や品質管理への取り組み、商品開発のイロハを学ばせ、製造現場での実習もある。自己啓発、自己研さんとして資格取得を支援。経営者養成、リーダーシップ養成など階級別の研修も充実しており、「一人のつながり」を核に「飲料プロデューサー」を育成する。

先輩からアドバイス

アサヒ飲料群馬工場製造部 米田 真以子さん(25)

料理を作るのも、食べるのも好きで、大学の食品化学研究室で牛乳のタンパク質を研究した。大学院に進む前には民間への就職を考え始め、食品関連業界に照準を絞った。

食品関連業界は人気が高く、志望者の大半が複数社の採用活動を同時に進めている。「スケジュール管理能力」と「心理的な余裕」が重要だと感じた。

採用面接や企業説明会といった予定が、同じ日に重複することも多い。採用担当者とのメールのやりとりや時間調整、会場の事前把握など、自身の管理能力が必要になる。

不採用となるケースもあるが、落ち込んでいたら次に進めない。いま思えば、視点を変え、他業種を見てみる余裕もあった方がよかった気がする。

自己管理が大切に



さいたま市出身。入社1年目。埼玉・市立浦和高一—東京農工大農学部—同大大学院修了

採用面接では、子ども向けの農業体験を手伝うボランティアの経験を活かした。田植え作業などに取り組んでいたことで、他の学生と差別化が図れたと思う。

現在は工場のラインで、

生活必需品の飲料を手掛ける各メーカーは、研究から開発、製造、営業までの幅広い力を備えた人材育成に努めている。

ハルナグループは、新入社員が高崎市の本社やみなかみ町、榛東村、東京都の各拠点を回り、各責任者による座学中心の研修を受けさせる。コンプライアンス(法令順守)や品質管理への取り組み、商品開発のイロハを学ばせ、製造現場での実習もある。自己啓発、自己研さんとして資格取得を支援。経営者養成、リーダーシップ養成など階級別の研修も充実しており、「一人のつながり」を核に「飲料プロデューサー」を育成する。

アサヒ飲料は入社直後の5日間、親会社のアサヒホールディングスが行うグループ全体での研修に参加する。社外施設に泊まり込み、グループ企業との連携感を高める。さらに本社で1カ月間、部署ごとの特色を学び、5月の大型連休明けには配属先ごとに分かれる。製造部門になると明石工場(兵庫県)や群馬工場などで自社が手掛ける生産規模の大きさを体感させる。