

食品産業

しんぶん

発行所 食品産業新聞社
 本社 〒110-0015 東京都台東区東上野2-11-11 サンフー5F 電話(代表) 03(6223)6091 ③03(5830)1570-1571
 大阪支局 〒530-0044 大阪市北区東天満1-11-15 若杉グランドビル西館 電話(代表) 06(6881)6854 ③06(6881)6859
 購読料 3ヶ月/12,000円+税 6ヶ月/23,000円+税 1年/44,000円+税

食品産業新聞
 平成27年2月16日発行

第4212号

云社を設立



名糖運輸の林原社長とヒューテックのオリン社長が握手

は「互いに相手をベストパートナーと認識していだ」と述べた。名糖運輸はチルド物流

は「互いに相手をベストパートナーと認識していだ」と述べた。名糖運輸はチルド物流

り、4位以下を引離す。1000億円の早期達成も視野に入る。両社長は事業規模の重要性も強調した。経営統合の経緯については「高度な温度管理技術を用い、刻々と変化する食品物流を担う総合物流情報企業を実現することが不可欠である」と判断したと述べている。背景にはスーパー・卸売・小売業の業界再編による大規模化・寡占化がある。両社がそれぞれチルドとフロアを始めたのは昨年10月からだという。両社の得意分野はそれぞれチルドとフロア

かみ合わせが良く、事業の効率化を見込める。新たな顧客サービスの展開も可能になる。保管を冷凍で行い、小売・流通はチルドで行う「冷チルド」物流の需要は確実に高まっているが、これにも両社連携して対応していく考えだ。持株会社の下に両社は存

売れてますか 注目商品

秒で99・99%以上のウイルス除去が可能だ。アルコールとリンゴ酸を安定

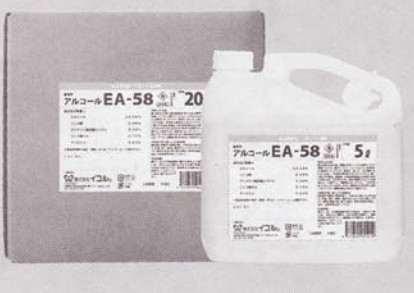
リンゴ酸由来の低濃度アルコール製剤 ノロウイルス予防に効果

「EA-58」はリンゴ酸由来のエタノール製剤で、食品添加物としての安全性も備えた製品だ。ノロウイルス予防の消毒剤としても効果を発揮し、カビにも効果がある。先に発売されている姉妹品の「EA-75」に対し、アルコール度数が58度(アルコール濃度54・04%)であることから、消除法による使用や保管の制限がなく、数量や保管場所を選ばないのも大きな特徴だ。また、食品工場では女性のスタッフも多いことからより

「EA-58」はリンゴ酸由来のエタノール製剤で、食品添加物としての安全性も備えた製品だ。ノロウイルス予防の消毒剤としても効果を発揮し、カビにも効果がある。先に発売されている姉妹品の「EA-75」に対し、アルコール度数が58度(アルコール濃度54・04%)であることから、消除法による使用や保管の制限がなく、数量や保管場所を選ばないのも大きな特徴だ。また、食品工場では女性のスタッフも多いことからより

「EA-58」はリンゴ酸由来のエタノール製剤で、食品添加物としての安全性も備えた製品だ。ノロウイルス予防の消毒剤としても効果を発揮し、カビにも効果がある。先に発売されている姉妹品の「EA-75」に対し、アルコール度数が58度(アルコール濃度54・04%)であることから、消除法による使用や保管の制限がなく、数量や保管場所を選ばないのも大きな特徴だ。また、食品工場では女性のスタッフも多いことからより

「EA-58」はリンゴ酸由来のエタノール製剤で、食品添加物としての安全性も備えた製品だ。ノロウイルス予防の消毒剤としても効果を発揮し、カビにも効果がある。先に発売されている姉妹品の「EA-75」に対し、アルコール度数が58度(アルコール濃度54・04%)であることから、消除法による使用や保管の制限がなく、数量や保管場所を選ばないのも大きな特徴だ。また、食品工場では女性のスタッフも多いことからより



「EA-58」はリンゴ酸由来のエタノール製剤で、食品添加物としての安全性も備えた製品だ。ノロウイルス予防の消毒剤としても効果を発揮し、カビにも効果がある。先に発売されている姉妹品の「EA-75」に対し、アルコール度数が58度(アルコール濃度54・04%)であることから、消除法による使用や保管の制限がなく、数量や保管場所を選ばないのも大きな特徴だ。また、食品工場では女性のスタッフも多いことからより

山崎製パン、増収 食パンの販売単

山崎製パンは10日、2014年12月期決算を発表した。連結売上高は9550億円(2・8%増)、営業利益208億円(25・9%増)の増収増益となり、利益面では前期の減益から増益へと回復した。食品事業の売上高は9261億円(2・5%増)、営業利益212億円(33・1%増)。食パンの売上高は917億円(0・7%増)。主力の「ロイヤルフレッド」(一山型)やサンドイッチ用などの新製品を投入し、ライオンアップを拡充し、量販店に専用コーナーを設けるなど売場づくりを推進し、取扱に努める。さらに、少量目の2枚入、3枚入を活用して高品質・高付加価値の食パン「ヤマザキコールドシリーズ」の取扱拡大を図ったところ、食パンの販売単価が上昇した。菓子パンの売上高は389億円(3・0%増)。主力製品を販売強化、「おいしい菓子パン」シリーズなど高品質・高付加価値製品の取扱を拡大。またクロワッサン生地を用いたサククリとした食感の新製品「ドーナツ」が売上を牽引して、菓子パンが大きく伸び、和菓子系の売上高は689億円(5・5%増)。串団子や大福、まんじゅうが好調に推移。品質を向上した北海道チーズ蒸しケーキなど蒸しパンが伸び、惣菓子が堅調に推移。洋菓子の売上高は1285億円(5・