

非氷菓系商品の育成強化 SCM 推進本部で筋肉質に



▲井上創太社長

今後5年間ほどの中期計画では、「ガリガリ君」以外の柱商品群を育てていく。氷菓系がメインだと、より天候要因に左右されることになり、軸足を替えていきたいというのが長年の懸案でもある。幸い、マルチタイプを主力とする「ミルクレア」が好調で、氷菓系に頼らないアイスの軸という位置づけになってきた。最近発売したシングルもよく、引き続き強化していく。非氷菓系では他に、ソフトクリームのコーンから上の部分を強調した「ソフ」と、昨年約20年ぶりに復活させ一巡しても前年を上回る動きとなっている「フロリダサンデー」を育てていく。

「ガリガリ君」は13年の年間4億9千万本売ったのをピークに、以降横ばいが続き伸び代がなくなったことを覚悟して会社経営を行っている。14年以降は業務用にも進出し、CVSの留型やPB

にも積極的な対応で売上を伸ばしてきた。NBに関してはSM、DsGのシェアが低く、今後はこうしたチャンネルでのシェアを上げていく。

機構的には昨秋、SCM推進室をSCM推進本部に改め、購買、生産計画、物流の川上から川下までの3本柱を統合した結果、無駄な在庫がなくなり、生産計画が安定化し、資材コントロールや配車手配が効率的に行われるようになった。多少の気候変動があっても底堅い利益が確保できるようになってきたため、SCM推進本部をさらに強化し、より筋肉質な会社を目指す。

SDGsに関しては、流通の「在庫を残しては行けない」という意識が強くなり、適正な生産数量での調整ができつつある。赤城乳業としてのSDGsの取り組みは次の通り。

▽安心・安全①工場の取組み＝食品安全認証システムFSSC22000を取得②品質の取組み＝サプライヤーとの協働による原材料の品質管理の徹底と、社内専門チームによる品質監査の実施

▽環境①脱炭素社会に向けた活動＝埼玉県地球温暖化対策計画に基づくCO2削減（第一次第二次目標達成、第三次目標達成に向けて活動中）②モーダルシフトの推進＝九州地区フェリー輸送・鉄道輸送を予定③脱プラに向けた活動＝フィルムの薄肉化、プラから紙容器への変更④循環型社会に向けた活動＝廃棄の削減（製品廃棄・原材料廃棄）、食残のリサイクル（飼料化・肥料化）、廃棄物のリサイクル（再利用・チップ化）など。



▲ガリガリ君 ソーダ