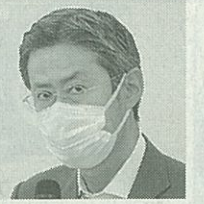


# 東京都卸売 酒の「悪者扱い」払拭へ



東京都卸売酒販組合 国分晃理事長

東京都卸売酒販組合は3日、東京・ルポール麹町で第69回通常総会を開催。国分晃理事長(国分グループ本社社長)が酒類の提供禁止について触れ、「酒の『悪者扱い』を払拭(ふっしょく)するため、酒に対する親しみがわくような新たなイメージ戦略と新規需要開拓に製配販3層で取り組みまわなければならない」と訴えた。

国分理事長は、国内の経済については「ワクチン接種のスタートで徐々に回復する」としながらも、酒類に限れば「東京都の感染拡大対策の説明で酒類の提供が悪者扱いされたことによるイメージの低下は長期化する可能性がある」と危惧。酒類業界により流れを生み出すために「国民全体に幅広く酒類の効用を発信し、コロナ以降の新たな生活様式にあった新しい提案をしていく必要がある」と強調した。

加えて順守に努めてきた酒税法、酒類業組合法、独占禁止法などの法令についても「コロナ影響を踏まえ改正なども求めたい」と国分理事長が東京都庁を

訪れ、都知事宛ての「酒類卸売業者に対する援助としての協力金支給」の要望書を提出している。

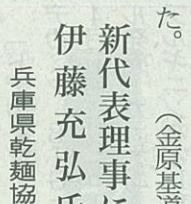
(丸山正和)



国分晃 理事長

業務用食材卸13社で構成するNCF(日本業務用食材流通グループ)は8日、第28回定時総会をオンラインで開催。You Tubeで会員・賛助会員に配

「関東食糧社長は、各研修会はコロナ禍で中止となったが、次世代経営者勉強会、実務者会などはZoomで行い、各社のコロナ対策の取組みなどの情報交換を行っている。6月には配膳ロボットService(サービィ)を販売するソフトバンクロボティクスと代理店契約を結ぶなどコロナ禍だからこそ新たな挑戦をしている。外食は厳しい状況が続いているが、ワクチン接種が急速に進むなど少しずつ明るい兆しが見えてくるのではないかとNCF会員一致団結して



伊藤充弘氏

新代表理事に伊藤充弘氏(兵庫県乾麺協同組合)

困難を乗り越えていく」と力強く語った。深瀬成利味の素社長常務執行役員は「コロナ禍で気軽に外食ができなくなったことを経験したことで、生活者は外食の価値を見直したのではないかと。外食の意義を会員・賛助会員が一緒に守りたい」と来賓あいさつで語った。

また、賛助会員として信明商事(大阪市)が加入し、85社となった。(金原基道)

の代表理事(理事長)に伊藤充弘氏(イトメン社長)が就任した。任期満了に伴い5月21日開催の通常総会をもって高尾政秀代表理事が退任。同日の通常総会および理事会で伊藤氏が新代表理事に選任された。(服部泰平)

そのほかの役員は次の通り。

▽副理事長 井上 一郎氏、瀬川徹氏(昇任)▽理事 大谷聖氏、八木良之氏(新任)▽監事 横尾昌典氏(同)、田淵環氏(同)

5)が昨年に引き続き販売実績を伸ばし、2020年3〜4月の販売実績が前年比約101%増を記録したと発表した。

同品は、バターと生クリームをブレンドした軟らかいマーガリンに、塩、コンヨウ、すりおろしたエンシャロット、ガーリック、粒入りマスタード、アンチヨビ、エストラゴン、パセリなどの本格フランス産でよく使われている材料を厳選し、絶妙なバランスで配合したフランス料理の調味素材。料理に少し不足だけで家庭で本格フランスの味を再現できる。コロナ禍で家庭内調理の機会が増加したこと、同品への消費者ニーズが高まり、売上げが好調に推移した。同

## ＝アクアシテム＝ エアータンク清掃ろ過クリーナー



エアータンク清掃ろ過クリーナー④とエアータンクのペール缶用バキュームクリーナー

このほか同社が取り扱う、清潔感が必要な現場で使える丸洗いが

## 圧縮エアーの力でろ過 改良で吸入量50%向上

可能なオールステンレス製のエアータンクのペール缶用バキュームクリーナー「AVC-550SUS」などもユーザーのニーズは高い。廃食用油、食品廃棄物回収、グリストラップ清掃まで用途は広い。缶に乗せるだけですぐに使え、油も固形物も吸入が可能。乾湿両用クリーナーなので、床掃除から浮上油回収まで使え、オプション品も充実させた。一般的な掃除から工業ユースまで幅広い用途に対応ができる。

廃食用油や食品廃棄物の回収、グリストラップの清掃は手作業で行うのは重労働だが、道具を使う場合、最低でも2種類以上必要となり、長時間の作業が必要で、作業者の負担が大きいの。一連の課題解決に加えて、悪臭などの現場環境の改善にもつながられる。同社はニッチな市場で65年、ユーザーの課題を解決するために顧客の声に耳を傾けてきた。(江端哲也)

### 海外日本食

## 成功の分水嶺

タイ北部・古都チェンマイの旧市街から北東に5kmほど。北に延びる主要道路と環状ハイパス道路が交差する辺りに商業モール「ミ

ーヨーク・プラザ」はある。2010年に全面拡張。低層2階建

がであったり、本格的な日本食を味わったことのあるタイ人客はまだ少なかった。他方で、中産階級の所得水準は着実に上昇していた。潜在需要はバンコクから遠く700kmの北の大地に眠っていた。「なる」との店名は、チェンマイで一緒に暮らす父の新吾さん(68)と考案した。日本に

## 狙いの中地方にあった潜在需要



て建屋に入居するのは、飲食店やマッサージ店、銀行、雑貨店など多種多彩。その2階が、わずかに点在するだけだった。

「一方、TVなどでは美食の国「イープン」(タイ語で「日本」を

事例の一つに映った。「狙いは中。お客はひっきりなしだった」と末松さんは振り返る。タイ第2の都市チェンマイであつても、その経済規模は首都バンコクの数千分の一。日本への旅行経験

た時から、力強く四国・鳴門海峡を流れる渦潮が好きだった。「俺たちがチェンマイの渦になろう」と語ったという新吾さん。息子がその夢を結実させた。出店前に2年ほど、知人から引き継いだ居

それから10年余り。首都圏から遠く離れたタイの地方都市でも、日本食はすっかり珍しくなくなった。かつては絶対に見られなかった非冷凍の鮮魚や活魚も手に入るようになった。チェンマイでも数十店以上もの日本食レストランが軒を連ねるまでとなった。

だが、末松さんは「タイにはまだまだ可能性が眠っている」と読む。人口は古都市のぐ地方の大都市が、東北部(イサーン地方)などを中心に成長を続けているからだ。地方に活路を見いだした2軒目の「なる」が近い将来、現れるかもしれない。(バンコクジャーナリスト・小堀晋一)