

新春トップインタビュー

ポッカサッポロフード&ビバレッジ 佐藤雅志社長



25年の総括を

物価高を背景にメリハリ消費が目立った。価格、味覚だけでなく多様な選択基準が入り乱れ、そのどれもがシビアだったと感じる。一方で企業としては、価格改定が避けられないなか、付加価値の重要性が増したとも捉えられる。

——その点で成果はあったか
女性、若年層を中心に美容を選択基準にする機運が高まり、レモン事業にとつては追い風だ。「ポッカレモン100」「キレートレモン」は過去最高売上となった(金額ベース)。レモン事業の明示化は当社にとつて最優先事項のひとつであり、方向性がある程度示せたのではないかと感じている。

——レモンの新会社を設立した

より一層レモン事業の明示化に取り組む姿勢

ポッカサッポロフード&ビバレッジの佐藤雅志社長は、レモン事業の明示化、構造改革など複数の経営課題に向き合う。現状と展望を聞いた。
(聞き手 石母田景)

数社共同で国産レモン振興の農業法人「レモニテイ」を設立した。需要がありつつも見合った供給に至っていない国産レモン産



上段中央が佐藤社長、上段右が谷川町長

レモンの魅力、生産地の大崎上島町で伝える

同社は12月、レモン事業における食育活動の一環として、広島県豊田郡大崎上

島町の小学5年生たちに出前授業を行った。佐藤社長が講師を務めた。

広島県は国産レモン生産量の58%を占め、大崎上島町と尾道市瀬戸田町ではそのうち63%(全国割合30%)を担う。ポッカサッポロは国産レモン振興を目的とした13年の広島県とのパートナーシップ協

定締結を皮切りに連携を深め、19年からは大崎上島町で自社レモン園地を運営。耕作放棄地の整備、契約農家の拡大、今回の出前授業など地域共創にも取り組んでいる。

取材に応じた佐藤社長は、国産レモン産業の課題「供給体制の充実」を指摘する一方、食育を含めた情報発信の重要性も強調。味覚、機能などレモンには素晴らしい価値が多々あるが、正しく知ってもらわなければ持続的な需要には繋



子どもたちがレモン収穫

がらない。視察に訪れた大崎上島町の谷川正芳町長らと国産レモンのさらなる魅力向上を誓った。
授業は教室内で「レモンの歴史と生育」「世界のレモン食文化」「健康を助けるレモン」「調理を助けるレモン」を講義。かつて教

師に憧れたという佐藤社長は手応えがあった模様で、「子どもたちは正直に質問してくれる。例えば『レモンを丸ごと使えないの?』とはまさしく当社が目指していることだ。教える側も刺激になる」と述べた。
その後授業は体験型に移行し、子どもたちは自社園地での収穫体験でも積極的な姿勢。レモンの試食も開催し、レモンラッシー、レモンを使用した給食を楽しんだ。
今回で3回目の授業となったが、佐藤社長は「全国に広げていきたい」考えだ。

業を底上げする。飲料主体からオールレモンを目指す当社にとって大きな一歩だ。
——引き続き構造改革も進んだ
ここ数年で収益力のある企業に戻ってきたが、成長ポートフォリオの確立はまだ先だ。今後も価格改定を含め変化が避けられず、その都度大きなエネルギーが必要になる。耐えられる強

固な基盤でなければならぬ。※26年3月末で仙台工場でのスープ製造を停止し、磐田ポッカ食品に集約する。
——26年の展望
サッポログループの中計が最終年度であり、構造改革に目的を付けなければならぬ。レモン事業は現在の方針をより強化、スープ事業は生産拠点の改革で基盤は整ったと見るが、夏の

無造作に買う時代は終わりつつある。指名買いつつ独自の独自性が必要だ。当社は「キレートレモン」のほか、「北海道コーン茶」「北海道富良野ホップ炭酸水」

で成果を上げているが、特にマーケティングはまだまだ向上の余地がある。
——サッポログループシナジーの将来像
酒類との連携が主であり、今のところレモン事業が候補に挙がるが、いずれにしても「これはサッポロだ」「これはポッカだ」と認知されなければ持続性は見込めない。そのために味覚は大事だが、同時に社会的存在意義を示さなければならぬ。