

株式会社たらみ工場見学会
～「フルーツを超えたおいしさ」を味わっていただくために～

**ダイドーグループホールディングス株式会社
株式会社たらみ**

2019年12月 4 日

本日のプログラム

13:50 第1部 「事業説明」

食品事業の位置づけについて

ダイドーグループホールディングス株式会社

執行役員 コーポレートコミュニケーション部長 長谷川 直和

株式会社たらみについて

株式会社たらみ 代表取締役社長 和田 富

小長井工場について

株式会社たらみ 取締役 人事総務本部長兼生産本部長 桑山 誠

(休憩)

14:45 第2部 「工場見学」

(休憩)

15:45 第3部 「ゼリーの試食／質疑応答」

16:20 終了予定

こころとからだに、
おいしいものを。



食品事業の位置づけについて

ダイドーグループホールディングス株式会社
執行役員 コーポレートコミュニケーション部長 長谷川 直和

こころとからだに、
おいしいものを。



(1) DyDoグループの事業セグメント

➡ 独自のビジネスモデルを持つ3つの事業と成長する海外飲料事業

ダイドーグループホールディングス



*外部顧客に対する売上高の比率（2018年度実績）

こころとからだに、
おいしいものを。



(2) DyDoグループの変遷

(億円) 2,000

◆ 海外展開

- ・モスクワでの自販機
ビジネス展開
- ・トルコ・マレーシア市場
への参入



・(株)たらみをM&Aに
より連結子会社化



・ダイドー(株)設立
ブレンド
コーヒー発売

・HOT &
COLD
自販機

・デミタス
コーヒー
発売

・ポイント
カード機能

・おしゃべり
機能

・MIU発売



・ダイドー
ブレンド
ブランド
の強化

・世界一の
バリスタ
監修シリ
ーズ発売

・Smile STAND



清涼飲料販売事業を
分社化

2001年 東証第二部上場
2003年 東証第一部銘柄指定

1,000



・配置薬業で創業
ドリンク剤の製造開始

・ガソリンスタンドで
ドリンク剤と
缶コーヒーを販売

・奈良県葛城市に
工場を新築移転

・医薬部外品の規制緩和
によりOEMの本格化

・美容系ドリンク
の受注拡大

・台湾TCI社と
資本・業務提携
による中国市場
向け商品の拡大



※売上イメージ

1950s

1970s

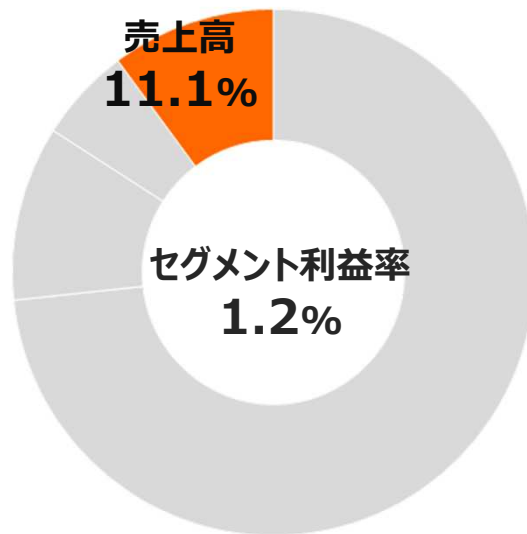
1990s

2010s

(3) 食品事業について①

➡ フルーツゼリー事業を展開

- 売上構成比



【2018年度実績】
売上高構成比は外部顧客に対する比率
セグメント利益率は内部取引を含む

- たらみ（長崎県長崎市）



(3) 食品事業について②

- ➡ 業界トップ企業として磨き続けたフルーツの「おいしさ」を最大限引き出す製造技術
- ➡ 高い成長率により、業界トップの地位を確立

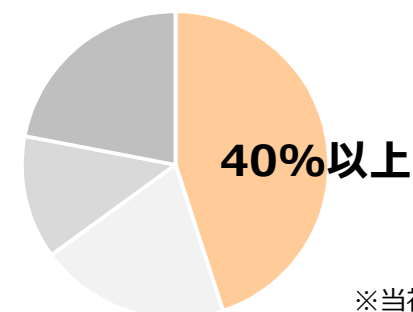
お客様の期待を超える新たな商品の提供

フルーツのおいしさを
最大限引き出す製造技術

世界中から厳選したフルーツの調達

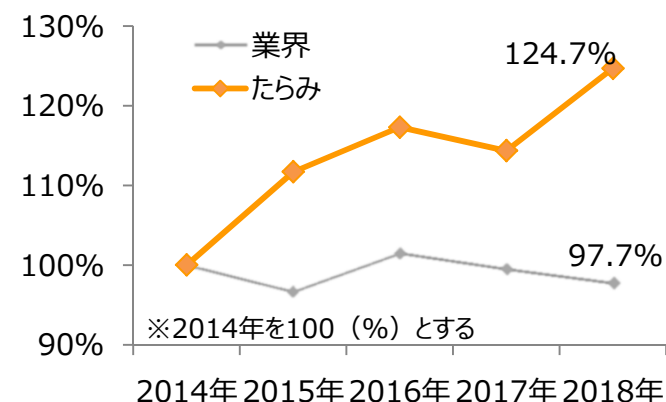
新たな素材や食感の探求

ドライゼリー市場におけるシェア



■ たらみ ■ A社 ■ B社 ■ その他

売上高の推移



こころとからだに、
おいしいものを。



株式会社たらみについて

株式会社たらみ 代表取締役社長 和田 富

1、 会社概要

2、 市場概況

3、 商品戦略

4、 CSR活動のご紹介

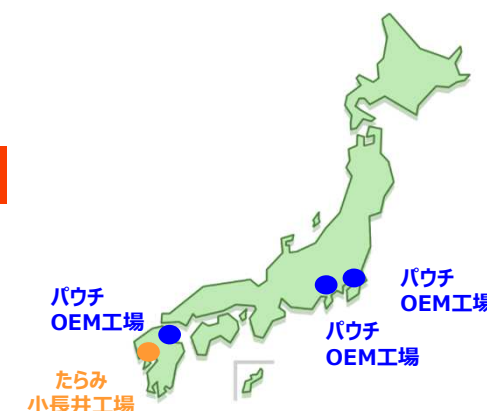
1. (1) たらみの歩み



1. (2) 会社概要



- 商号 株式会社たらみ
- 本社 長崎市中里町2178番地
- 代表者 代表取締役社長 和田 富
- 創業 1969年 1 月
- 設立 2009年 9 月18日
- 資本金 4,456百万円
(資本剰余金含む)
- 従業員数 正社員210名
準社員350名
- 事業内容 食品製造
フルーツゼリー
フルーツヨーグルトデザート
フルーツムース
フルーツデザート各種



1、 会社概要

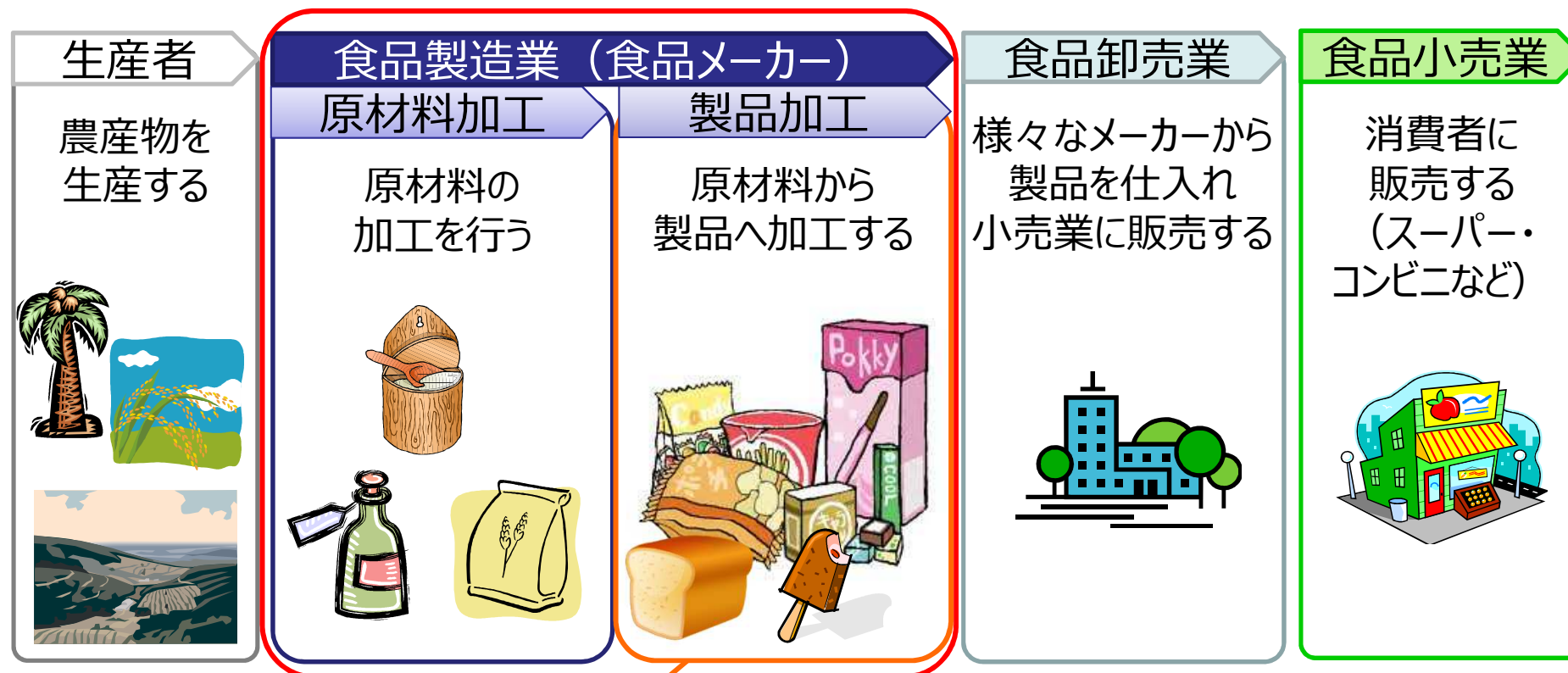
2、 市場概況

3、 商品戦略

4、 CSR活動のご紹介

2. (1) 食品市場動向

食品業界の売上：29兆5,897億円



デザートの市場規模：6,077億円

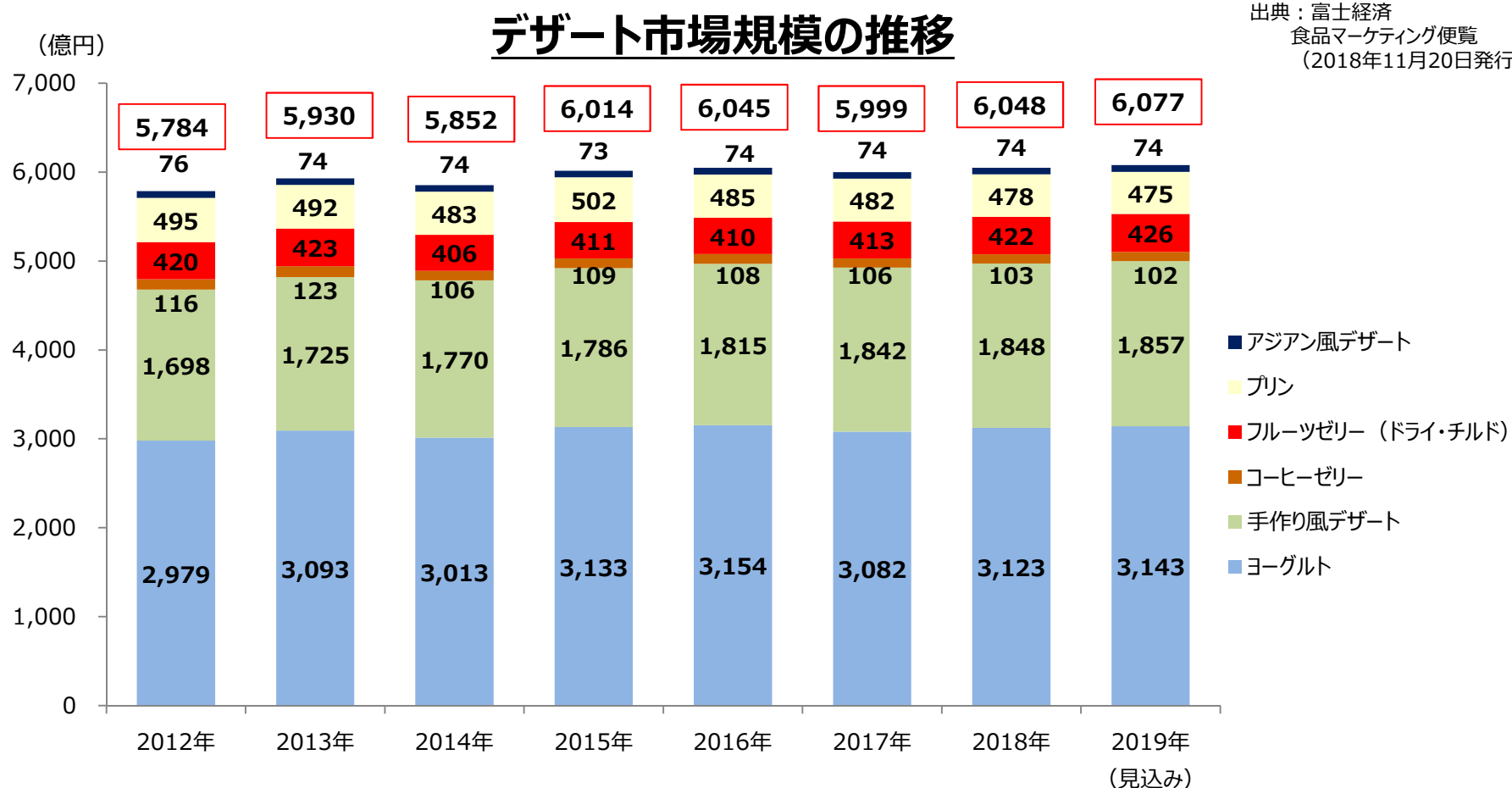
フルーツゼリー市場規模：426億円

ドライフルーツゼリー市場規模：356億円

2. (2) デザート市場規模の推移



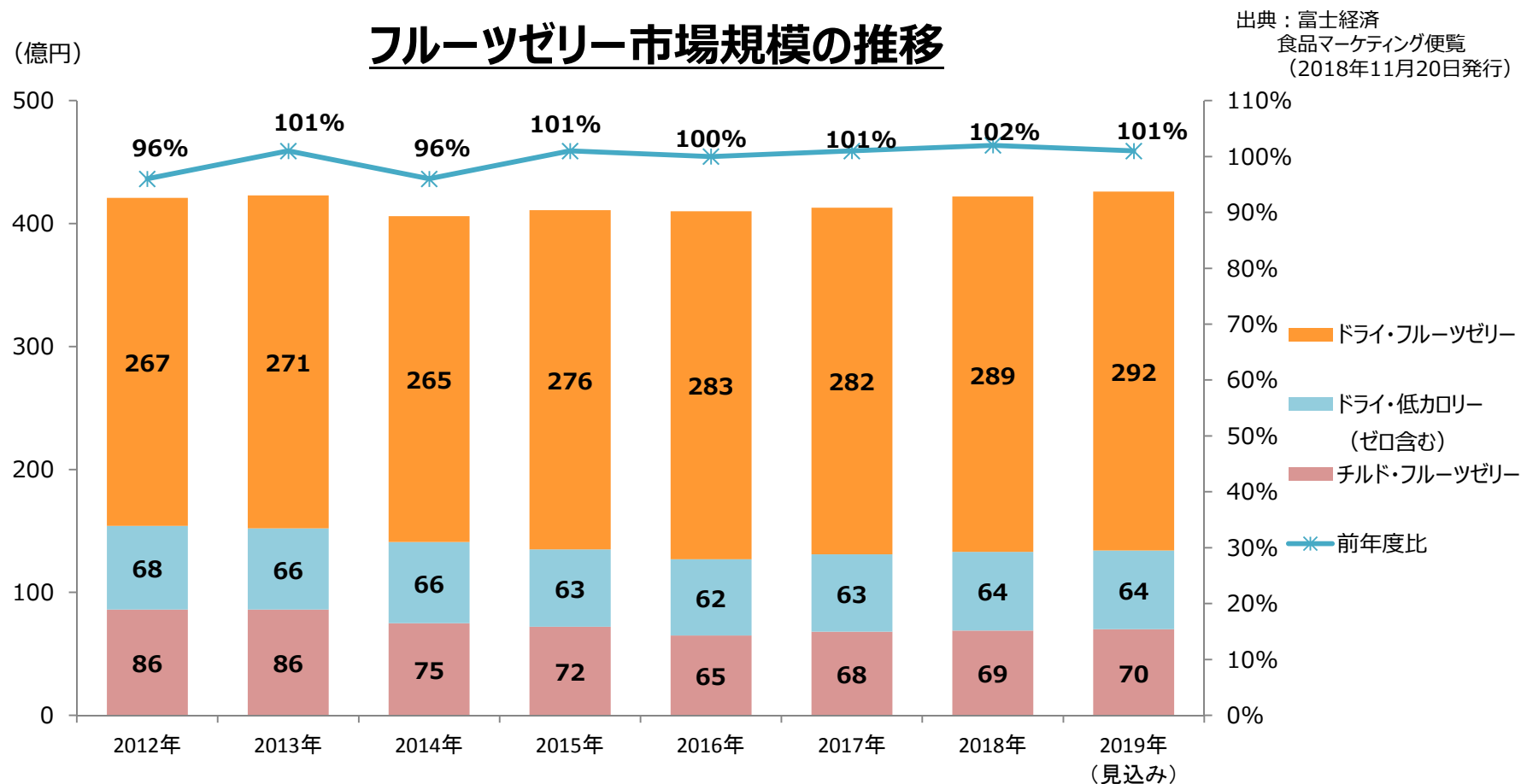
- デザート市場規模は2019年6,077億円(前年比100.4%)と予測。
- 伸長していた「ヨーグルト」市場は、2017年に前年割れするが、その後回復傾向。
- フルーツゼリーは堅調で、2019年426億円(前年比100.9%)と予測。



2. (3) フルーツゼリー（ドライ/CHILD） 市場規模の推移



- フルーツゼリー市場全体は、2019年426億円（前年比100.9%）と予測。
- ドライ・フルーツゼリー（ゼロ含む）は、2019年356億円（前年比101%）と予測。
- ゼロ・低カロリーゼリーは、横ばい傾向。
- CHILDゼリーは、市場縮小が下げ止まり、2018年より微増となり2019年には70億円の予測。



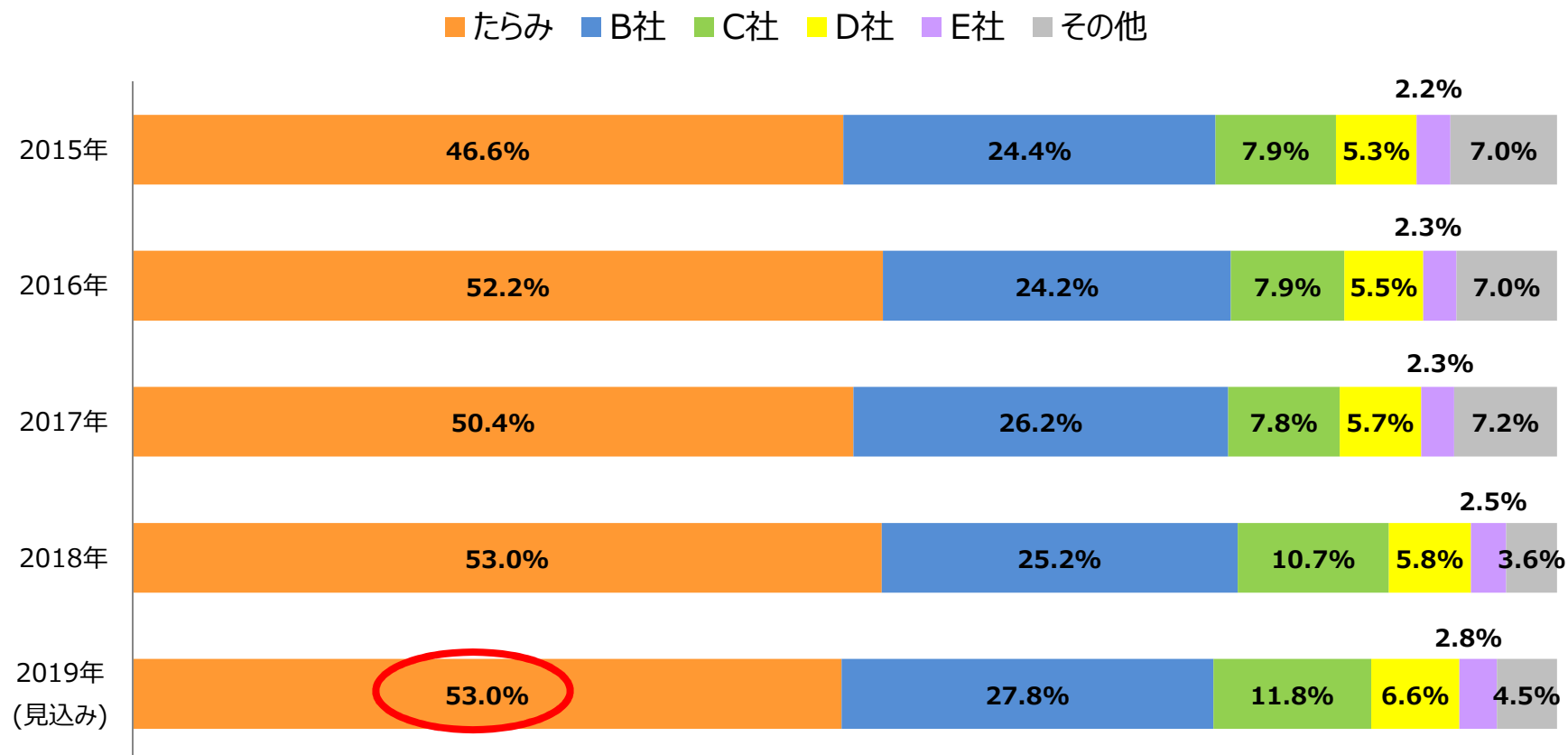
2. (4) ドライ・フルーツゼリーのメーカー別シェアの推移



- 2019年の「たらみ」シェアは前年同様、53.0%で過半数を維持。
- B社は2018年にシェアを落とし、2019年もほぼ同様シェアと予測。
- C～E社及びその他のシェアは変わらず。

ドライ・フルーツゼリーのメーカー別シェアの推移

出典：富士経済
食品マーケティング便覧
(2018年11月20日発行)



1、 会社概要

2、 市場概況

3、 商品戦略

4、 CSR活動のご紹介

3. (1) たらみの強み



- ① 長年培ってきた原料調達力
- ×
- ② たらみ独自の製品開発技術
- ×
- ③ 安心・安全な製法・設備により高品質維持

フルーツ・原料調達力

×

ゼリー処方技術
※例) 香り&果汁感とろけるジュレ処方技術

×

FSSC22000認証取得
生産体制



3. (2) 商品戦略



価値訴求

① フルーツ軸 (定番)



既存顧客向け

② デザート軸



③ 健康軸 ④ 美容軸



新規顧客向け



⑤ PB※など

価格訴求

※プライベートブランド
(小売店・卸売業者が企画した独自のブランド)

3. (3) 商品戦略 ①フルーツ軸 (定番) ②デザート軸

① フルーツ軸 (定番)

➡ **フルーツの調達力を駆使したフルーツゼリー**

いつでも、どこでも
手軽にフルーツの美味しさ



② デザート軸

➡ **とろけるような食感を楽しむ、新しいゼリー価値**

嗜好性に合わせた
新処方開発による新しいゼリー



とろける食感

デザート

3. (4) 商品戦略 ③健康軸

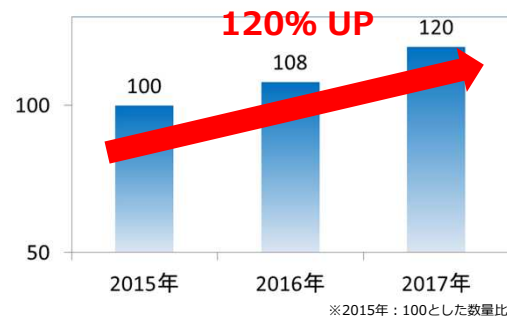


③健康軸

➡ **ヘルシーデザートとして機能性付加ゼリーを展開**

- ・ゼロカロリーカテゴリーの中で「フルーツの果汁感」のある
濃い0kcal・糖質ゼロシリーズが伸長

濃い0kcalゼリーシリーズ出荷数量



**既存ゼロカロリー品の味に対する
不満を解消することで支持拡大**

- ・人工的な味わいを感じる
- ・フルーツの味が薄い
- ・全体的に味わいが薄い



- ・「80kcalデザート」&「新奇性のあるフレーバー」の支持拡大

カロリーコカリカ・デザートシリーズ出荷数量



**80kcal+フルーツ+デザート
の新しい市場を確立（機能性デザート）**
チルドデザートとは異なる顧客層から
支持をいただき、店舗売上にも貢献!!



3. (5) 商品戦略 ③健康軸、④美容軸



③健康軸、④美容軸（外部委託製造品）

➡ 手軽に手頃な簡便商品＝パウチゼリーを拡充

0 kcalパウチゼリー



機能性表示食品
パウチゼリー



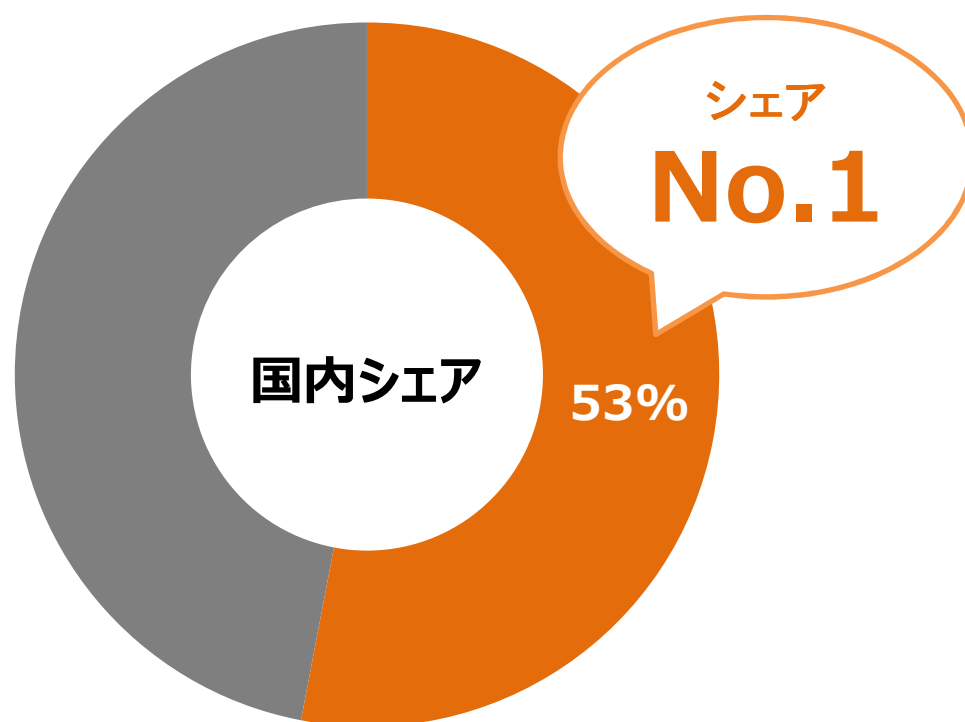
販路限定
パウチゼリー



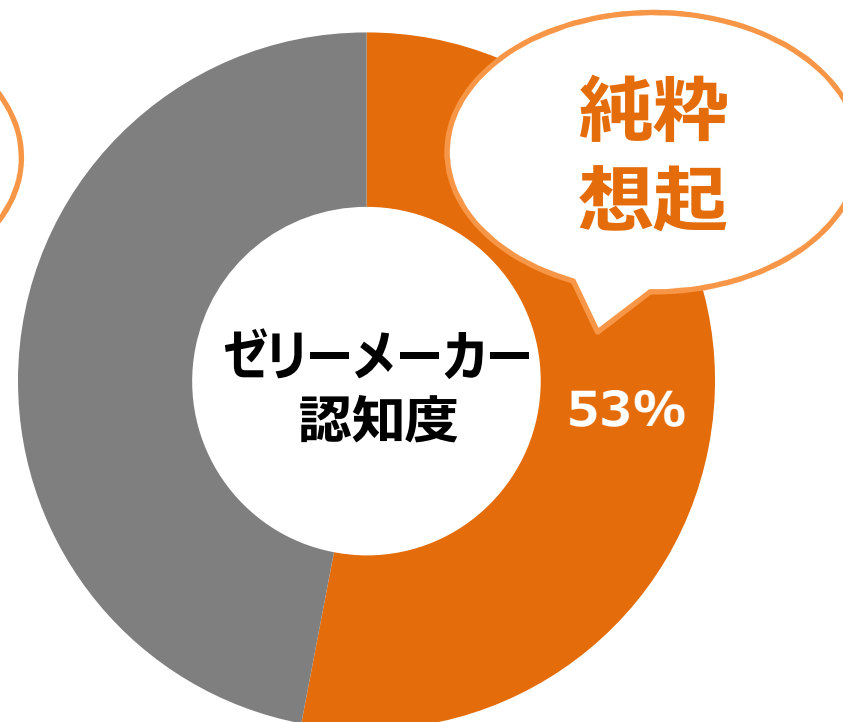
➡ たらみ通販限定でスティックゼリー・スムージー粉末を展開



3. (6) 市場シェアとメーカー認知度



※富士経済『食品マーケティング便覧』2019年
ドライカップゼリー市場国内金額シェア



※ゼリーユーザーに対する認知度調査（自社調べ）

1、 会社概要

2、 市場概況

3、 商品戦略

4、 CSR活動のご紹介

4. (1) CSR活動①



Jelly with you たらみ 備蓄用ゼリー供給プロジェクト



地方自治体と連携をはかり、緊急災害時等の備蓄用食料として「たらみのどっさりゼリー」、「くだもの屋さん」を無償提供します。被災時の食料調達体制構築の役割を担っています。

備蓄食料としてのフルーツゼリーの利点

おいしさ
・
甘み

調理不要の
手軽さ

常温保存※
が可能

※直射日光、高温多湿を避けて保存

本協定を締結している 地方自治体



4. (2) CSR活動②



ゼリーでできる復興支援



見本



九州のフルーツ果汁をふんだんに使用した
『フルーツの絆シリーズ』の売上 1 個当たりにつき、
5 円を熊本復興のための寄付しています。

フルーツの絆シリーズ



発売期間：2017年3月1日～2019年7月末

寄付累計金額

4,579千円

熊本市へ熊本地震の復旧・復興寄付金を
お届けしました。

4. (3) CSR活動③



長崎県内「こども食堂」へゼリーの提供

地元長崎県内で運営されている「こども食堂」へゼリーを毎月お届けする取り組みを行っています。たらみのゼリーを食べて子どもたちの笑顔がもっと増えることを願っています。



4. (4) CSR活動④



養護施設への支援活動

長崎県内の養護施設の子どもたちへ、自社で製造したゼリーの寄付を毎月実施しています。「たらみゼリー」から始まる子どもたちの笑顔を願い、これからも支援の輪を拡げてまいります。



養護施設の子どもたちから
贈られた寄せ書き

4. (5) 地域未来牽引企業」に選定



経済産業省「地域未来牽引企業」に選定

(選定地域：長崎県 業種：製造業)



地域未来牽引企業



地域未来牽引企業とは？

地域内外の取引実態や雇用・売上高を勘案し、地域経済への影響力が大きく、成長性が見込まれるとともに、地域経済のバリューチェーンの中心的な担い手、および担い手候補である企業を選定するもの

こころとからだに、
おいしいものを。



小長井工場について

株式会社たらみ

取締役 人事総務本部長兼生産本部長 桑山 誠

(1) 小長井工場



多良山系の大自然の恵みとともに

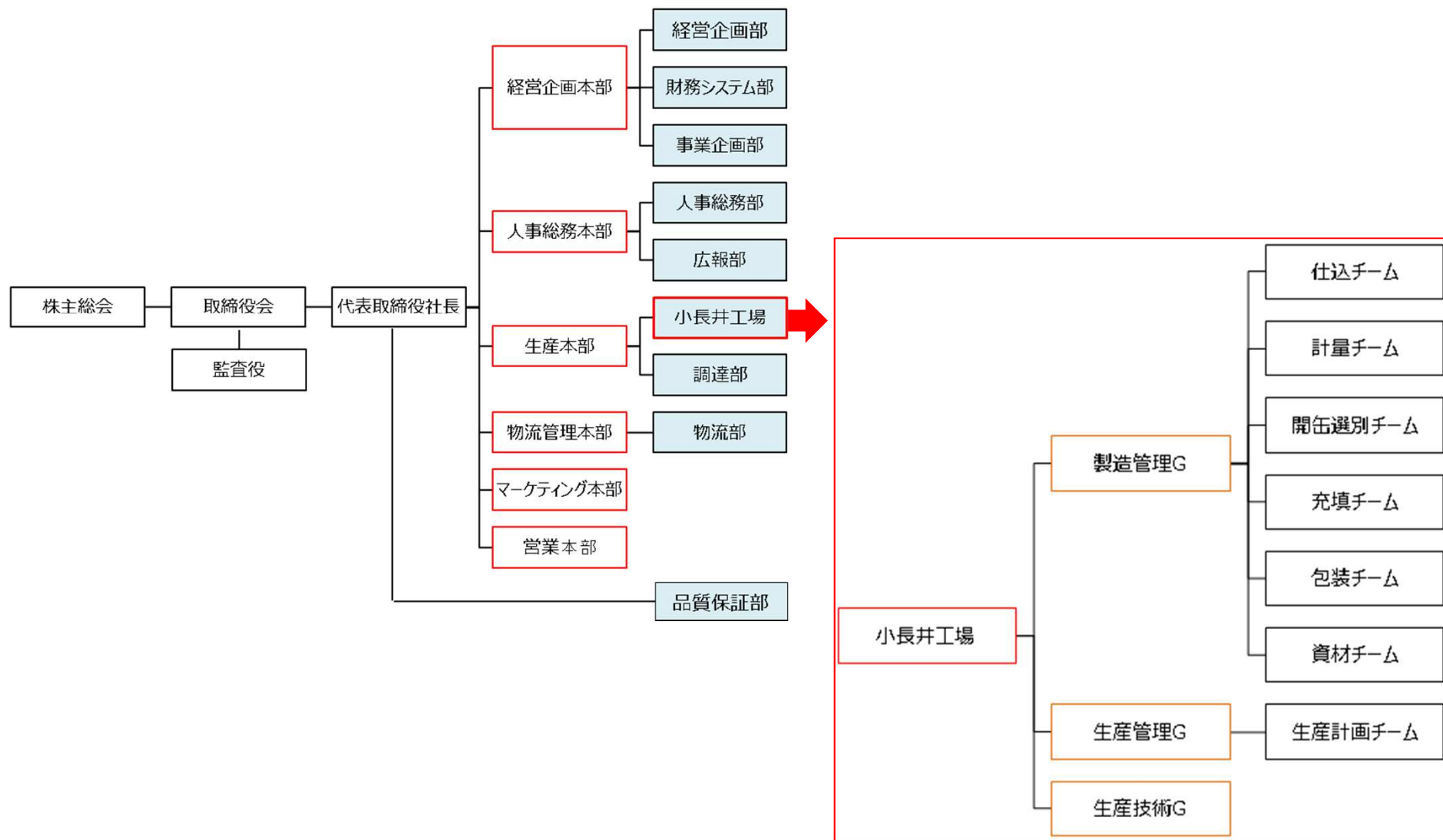
清らかな水が流れ、深い緑に覆われた多良山系のふもとに、たらみの工場があります。名水百選に選定された轟溪流がある多良山系の水。その大自然からの恵みを活かした素晴らしい環境で、たらみゼリーはつくられています。



世界最大級の生産ラインに、 世界トップクラスの管理体制

たらみの工場は、衛生管理の行き届いた最新鋭の設備で、多彩な製品ラインナップを効率よく生産しています。多くのお客様に、気軽に安心して高品質なおいしさを味わっていただけるよう、厳格な品質・製品検査を行い、クオリティの維持・向上に努めています。

(2) 小長井工場の組織図



外部委託商品



(4) 小長井工場の概要



所在地	長崎県諫早市小長井町小川原浦1690-1
竣工日	2000年3月
敷地面積	40,815m ²
建築面積	11,513m ²
稼働時間	8:30～3:00 (※繁忙期)
稼働ライン数	12ライン (95Φ11ライン／71Φ1ライン)
生産能力	100万個／日 (※繁忙期)
年間生産数	217,959千個 (2018年度実績)
製造アイテム数	年間300アイテム
従業員数	
小長井工場	正社員 92名 パート社員 512名
品質保証部	正社員 16名 パート社員 16名
物流部	正社員 2名 パート社員1名



※2019年4月現在

ISO9001 (2000年9月) 取得



ISO9001を
取得しています。

ISO9001登録
JQA-QM5315

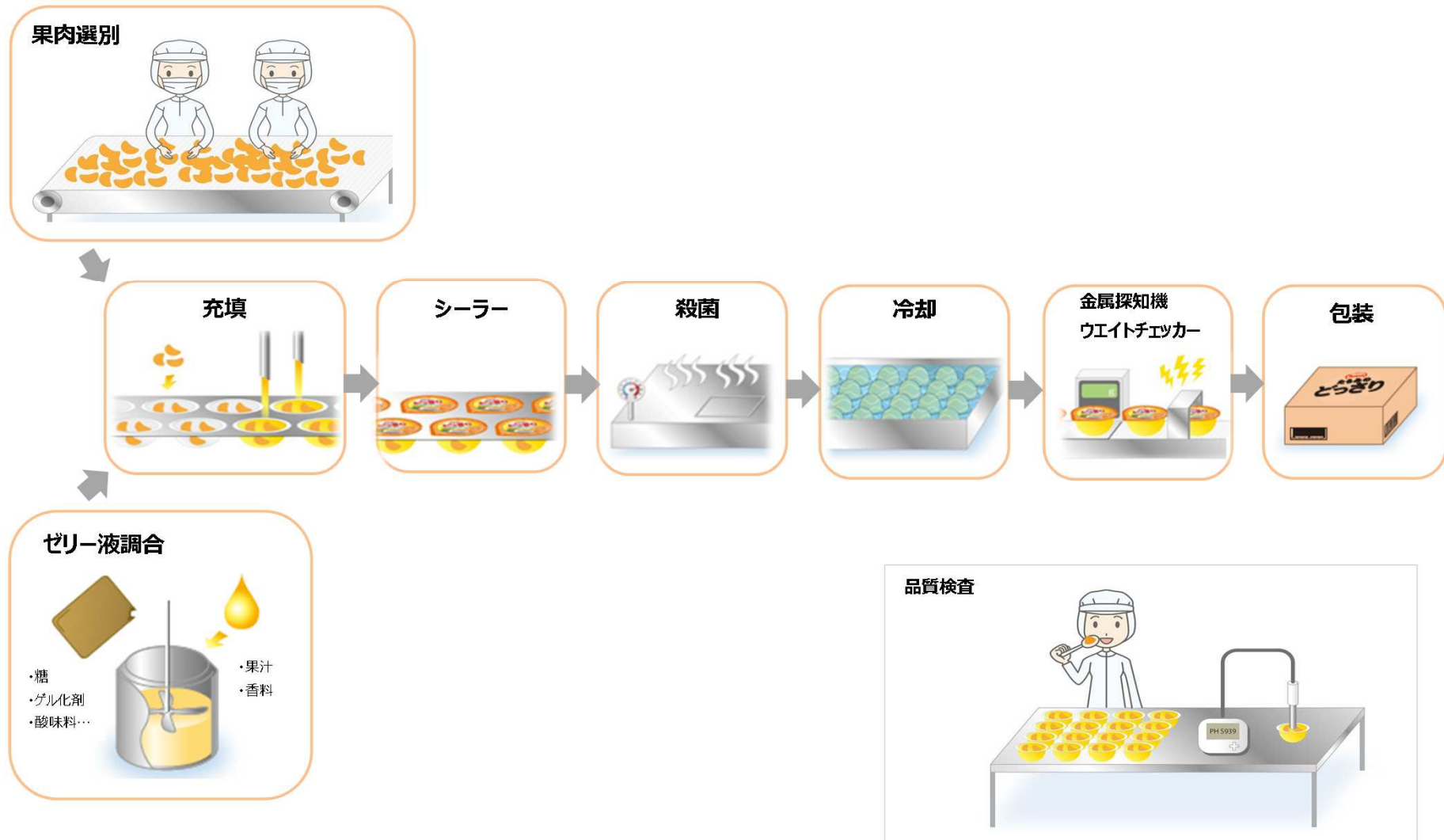
FSSC22000 (2014年12月) 取得



FSSC22000を
取得しています。

FSSC22000登録
JQA-FC0064
小長井工場
カップデザート
(化粧箱入り製品を除く)

(5) ゼリーの製造工程①



(6) ゼリー製造工程②



ステップ1-1 果物のチェック



種や皮が混入していないか
形はきれいか。

ステップ1-2 ゼリー液を作る



ステップ2 果物とゼリーを詰める

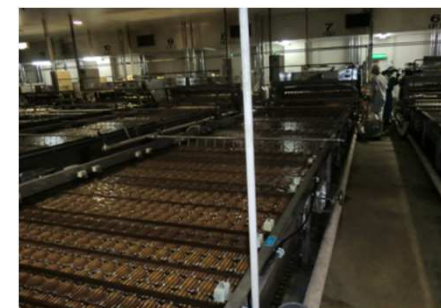
果肉は人の手で詰め、
ゼリー液は自動で注入。



ステップ3 殺菌



ステップ4 冷却



(7) ゼリーの製造工程③



ステップ5 検査

金属・重さ・外観を
チェック



味・品質をチェック



※細菌検査も行います

ステップ6 箱詰め

ロボットが運んでくれます
多い日で1日100万個
のゼリーが作られます



ステップ7 出荷



スーパー・コンビニへ



(8) 排水処理

工場排水

加圧浮上



加圧浮上槽

細かい果肉や油分の比重を軽くして浮かせてとる
浮かせたごみは脱水機で絞る

嫌気処理



嫌気反応槽

酸素なしで処理する
グラニュール生物処理有機物を分解することで
メタンが発生
⇒ 脱硫後、タンクに溜める
⇒ ボイラー燃料として使用



好気処理



好気反応槽

酸素ありで処理する
曝気槽の下からコンプレッサーのエア

放流

地域の環境基準より厳しい自主基準に遵守

(9) 物流機能



小長井物流センター



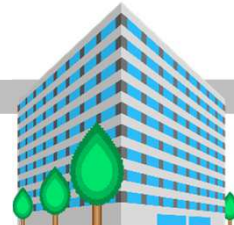
長崎物流センター



本社物流センター



外部倉庫（関東）



流通各センター



流通各店舗



こころとからだに、
おいしいものを。



本資料に記載されている、当社グループの計画・将来の見通し・戦略などのうち、過去または現在の実事に関するもの以外は、将来の業績に関する見通しであり、これらは当社において現時点で入手可能な情報による当社経営陣の判断および仮定に基づいています。従って、実際の業績は、不確定要素や経済情勢その他リスク要因により、大きく異なる可能性があります。また、本資料は投資勧誘を目的としたものではありません。投資に関する決定はご自身の判断でなさるようお願いいたします。