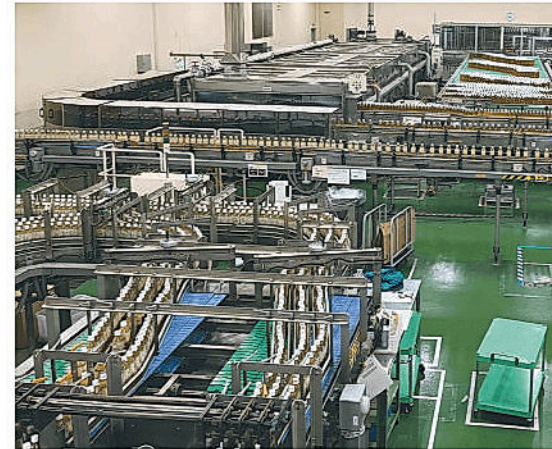


飲料メーカーのライフドリンクカンパニー（LDC）の子会社、ニッソービバレッジ（富山県朝日町）がプライベートブランド（PB）飲料の生産設備を増強している。2025年3月期までに約20億円を投じ、製造ラインの改善などを進めながらコストも削減する。親会社を持つ生産ノウハウも生かしつつ、物価高を背景とするPB需要の増加に対応する。

# 100社分受託 飲料生産増強

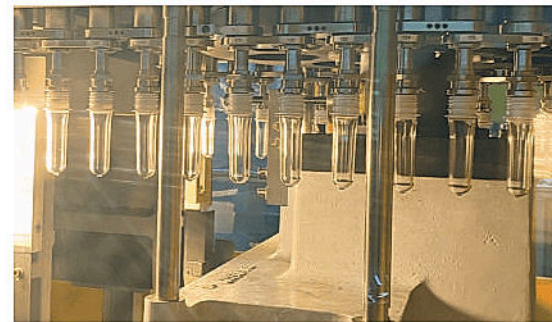
## 富山のニッソービバレッジ 20億円投資



ニッソービバレッジはPBやOEMを手掛けており、100社から計300種の飲料生産を受託している



ペットボトルの製造から飲料充填まで一貫で担う



2本目の製造ラインで、ボトルの生産能力を拡大する

### PB、物価高での需要増捉える

産を得意としてきたが、23年1月にLDCの子会社になって以降、LDCの大量生産のノウハウを取り入れて生産性を高めてきた。ただ燃料費や物流費など生産にかかるコストが高騰し、PB各社は強みである安い価格の維持が難しくなっている。こうした環境のもと、濃い抽出液を作り希釈する方式に変更し生産量を1・5倍程度に高めた。26年には水飲料に限定した3本目の製造ラインを増設する予定で、3ラインを合わせ年間約2億本以上の製造を想定する。足元では、2本目の製造ラインでのボトル生産能力の強化を進めている。

このほか、ボトルの素材となるプラスチック樹脂の樹脂など原材料をLDCの他工場と共同購入し、スケールメリットによるコスト減につなげる。茶葉は中国など海外からの輸入に頼る部分が多いため、円安による輸入費の増加を吸収する。生産能力の増強に合わせ、人材確保にも力を入れている。ニッソービバレッジの南野和之管理部長は「健康志向で需要が見込まれるヘルスケアなど機能性商品も強化していきたい」と話す。

富山の豊富かつ優良な水資源は飲料製造における大きな強みとなる。競争が激しいPB飲料業界の中でも高品質などを訴求し、他社との違いを打ち出せるかが事業成長のカギとなりそうだ。（富山支局 藤本真大、金沢支局 坂田耀）