メーカーも「NO」

総額表示復活問題

複数団体が反対表明準備

政府が次期消費増税（19年10月予定）に合わせて総額表示の推奨を検討していることに対し、食品メーカーが反発を強めている。今月7日に食品産業センターが税別表示の恒久化を柱とする要望文書を茂木敏充内閣府特命担当大臣に提出したのに呼応し、複数の加工食品製造団体が政府に同様の要請を行う方針を固めた。メーカーの意思表示により、価格表示を巡る政府と食品製配販三層の攻防は一段と激しさを増しそうだ。

食品産業センター 政府要請で先陣
税別維持へ流通と連携も

政府による総額表示の推奨は次期消費増税時の需要変動対策の一環として4月発足の関係省庁会議（消費税率引上げによる需要変動の平準化に関するタスクフォース）で実施が検討されているもの。イギリス型の内税表記によって増税に対する消費者の過敏な反応を抑制するのが狙いとされる。

この問題が5月上旬から中旬にかけて本紙を含む新聞各紙で報じられると、現行の税別表示を高く評価する食品流通業界は一斉に反発。新日本スーパーマーケット協会の増井徳太郎副会長は同月22日の記者会見で「小売業に税額を吸収させてまでデフレに引き込むのか」という見解で一致していると思う」と述べ、時限立法（消費税転嫁対策特別措置法）で認められた税別表示の恒久化に向け、他団体との連携に乗り出す考えを示した。

00年代に末端売価の下落と買い叩きを誘発した総額表示に対する抵抗感は食品メーカーの中にも根強い。このため、政府の動きが明らかになると、食品産業センターにはこの問題への見解を求めるメーカーなどの問い合わせが相次いだ。

これを受け、センターは現行の消費税転嫁対策の継続と外税表示の恒久化を柱とする先の要請文書を内閣府特命担当大臣に提出するとともに、当該文書の全文をホームページ並びにフェイスブックで公開。毎年この時期に行っている流通8団体（要請活動に）取り組みましょうという団体もあった（食品産業センター企画調査部長・武石徹氏）という。

センターがいち早く要請文書の提出・開示に踏み切ったのを受け、価格問題に敏感な複数の加工食品製造団体も主体的な要請を行う方針を固め、内部調整を進めているという。これらメーカー・小売の動きに加え、全国食品卸団体の日本加工食品卸協会も外税表示の恒久化を継続的に求めていることから、今後は事態打開に向けて食品製配販全層の足並みが揃うとみられる。

政府は15日に閣議決定された経済財政基本方針（通称「骨太の方針2018」）に価格表示に関する記述を盛り込むことを避けたが、次期消費増税時の需要平準化策として「需要に応じて事業者のそれぞれの判断によって価格の設定が自由に行われることで、駆け込み需要・反動減が抑制されるよう、その方策について、具体的に検討する」と明記しており、事業者による増税額の吸収を促進する姿勢を崩していない。

これは最終受益者である消費者による税負担という消費税法の原則を根底から覆す動きであり、この流れの中で総額表示が復活した場合、表示価格の上昇による消費減退とその回避に向けた価格引き下げが長期化するのは必定だ。食品製配販各社は強い危機感をもって政府の動向を注視する必要がある。

なお、内閣官房ホームページの「消費税率引上げによる需要変動の平準化に関するタスクフォース」のページは、4月13日の第1回開催報告を最後に更新されていない。

（左から）倉地本部長、浅賀貢日本橋三越本店長、朝香さん

ヒルサアビー 限定品好調、中元110％弱
日本橋三越でサンプリング

アサヒビールの中元商戦が好調だ。今夏のビールギフト市場は前年比97％と見込まれている一方で同社は105％の目標を掲げている。19日時点では110％弱で推移しており、特にギフト限定商品「ジャパンスペシャル」は160％と好調。「プレミアムビール市場の苦戦を埋め、さらにその上を行っている」（倉地俊典広域営業本部長）と胸を張る。

「ジャパンスペシャル」好調の要因として倉地本部長は、ギフト限定商品として定着したこと、3人の女優を起用した広告が浸透したことを挙げる。

同社もプレミアムビールは約60％と見込むなど苦しいが、自家需要や「母の日」「父の日」といったカジュアルギフトは400％を見込んでいる。「父の日」ギフトではビールに回帰する傾向も見られたという。

ビール最盛期を前にして「ここ数年、夏は天候不順で苦戦したが、今年は猛暑予想が出ており、期待している」（倉地本部長）と話している。

19日には東京都中央区の日本橋三越本店中元ギフトセンターで、倉地本部長や同社イメージガールの朝香りほさんが「ジャパンスペシャル」のサンプリングを行った。

きょうの業界天気図
熱中症対策商品
はれ
暑い夏が予想され飲料中心に需要活発か。食品は多様化へ。
きょうの主な内容
4〜7 熱中症対策商品特集
8〜11 サラダ特集

CHIMAY

一般食料缶・びん詰は2.7％減の30万6千t

丸缶、3千万箱割り込む

17年缶びん詰国内生産量

日本缶詰びん詰レトルト食品協会がまとめた17年（1〜12月）の缶詰・びん詰国内生産量は前年比4・3％減の298万2千939t（4億8千430万箱）となった。このうち、飲料を除いた一般食料缶びん詰は2・7％減の30万6千200t。さば缶など一部品目で増加したものの、サンマ等の水揚げ減少や農産、果実の原料難、コスト高騰で国内生産量の減少が続いている。

飲料を除く一般食料缶（丸缶）は2・8％減（21万4千635t）。箱数は3千万箱を割り込んだ。主要品目では、野菜缶が0・4％増と前年を上回った以外は、水産、果実、食肉、調理・特殊缶が軒並み減産となった。

水産缶は最大品目のまぐろ・かつお類（ツナ）が5％減（3万3千945t、686万箱）。ツナ缶の700万箱割れもで初。一方で、さば缶は5％増（3万8千977t、436万箱）。さば缶は水揚げ状況が安定していることに加え、健康志向で需要が拡大。トン数では2年連続でツナ缶を上回った。

そのほか、水揚げが好調だったいわし缶が14・％減（159万箱）、かに18・6％減（55万箱）、さけ10・4％減（31万箱）、ほたて7・7％減（23万箱）、いか30％減（16万箱）、赤貝40％減（11万箱）など、主力魚種が軒並み不漁となり大ダメージを受けた。

果実缶は、みかん缶が0・9％減（94万箱）。前年の20％減からの回復が期待されていたが、加工用の原料が集まらず減産傾向が続く。ももは2・3％減（32万箱）。野菜缶は0・4％増だが、前年が16年に発生した北海道の台風被害で17％減の大減産だっただけに、依然厳しい状況が続く。最大品目のスイートコーンは11・7％増（1万4千t、143万箱）。輸入原料を使用したリパック品が13％増と調だったいわし缶が14・％減（159万箱）、かに18・6％減（55万箱）、さけ10・4％減（31万箱）、ほたて7・7％減（23万箱）、いか30％減（16万箱）、赤貝40％減（11万箱）など、主力魚種が軒並み不漁となり大ダメージを受けた。

果実缶は、みかん缶が0・9％減（94万箱）。前年の20％減からの回復が期待されていたが、加工用の原料が集まらず減産傾向が続く。ももは2・3％減（32万箱）。野菜缶は0・4％増だが、前年が16年に発生した北海道の台風被害で17％減の大減産だっただけに、依然厳しい状況が続く。最大品目のスイートコーンは11・7％増（1万4千t、143万箱）。輸入原料を使用したリパック品が13％増と（29万箱）、ミートソース0・1％増（68万箱）、スープ類8・1％減（305万箱）など。スープ類の大半を占めるコーンスープ等のドリンクは5％増と堅調だった。

びん詰はジャム4・3％減（624万箱）、のり11・8％減（69万箱）、えのき茸14・9％減（88万箱）、ベビーフード1・9％増（78万箱）など。つゆ等が含まれる、その他調理・特殊びんは18・1％増（259万箱）だった。

飲料缶では最大品目のコーヒーが4・1％減と、台風被害の発生前の2割程度の生産量となった。ゆであずきは5・4％減（140万箱）だった。

そのほか主要品目（丸缶）では、やきとり7・7％減（48万箱）、コーンビーフ13％増（23万箱）で、安定した生産を維持している。

業務用主体の大缶はたけのこ14・2％減（22万箱）、もも6・9％減（15万6千箱）、みかん13・2％増（11万箱）、くり2・5％減（28万箱）、トマト31・3％減（9万3千箱）、カレー15・7％増（2万2千箱）など。

なお、17年の缶詰輸入量は69万t（5・9％増）。国内生産量に輸入を加え、輸出分を差し引いた国内供給量は約99万tとなった。

17年の缶詰・びん詰・レトルト食品生産量

	内容重量（t）	実箱（千箱）	前年比（％）
（丸缶）			
水産缶	98,566	15,489	97
果実缶	29,524	3,194	97.2
ジャム	337	17	115.8
野菜缶	38,356	3,982	100.4
食肉缶	6,029	1,276	96.1
調理・特殊缶	41,824	5,728	95.3
飲料缶	2,676,739	441,023	95.5
丸缶計	2,891,374	470,711	95.6
飲料除く丸缶計	214,635	29,687	97.2
（大缶）			
たけのこ	2,456	223	85.8
トマト	1,724	93	68.7
ジャム	6,310	280	101.6
その他	19,220	1,024	94.3
大缶計	29,709	1,621	92.9
（びん詰）			
のり	5,487	698	88.2
ジャム	26,990	6,241	95.7
その他	29,378	5,034	106.3
びん詰計	61,855	11,973	99.7
総合計	2,982,939	484,305	95.7
飲料除く総合計	306,200	43,281	97.3
レトルト食品	374,597	54,136	102.8
ペットフード	11,007	2,139	106.8

逆光線

今年もそろそろうめん、ひやむぎの季節がやってきた。3月下旬頃から気温が上昇し、一部地域では最高気温が30度近くに達する日もあった今年の春。量販店の売場展開も早く、久しぶりにスタートダッシュをかけられるかと思いきや、4月中旬以降、乾麺日和とは言い難い天候が続いている▼乾麺メーカーを対象とした弊社アンケート調査によると、17年の売上げが前年並み以上を確保したのは約6割、利益では約8割が達成した。ただし、国内外での新販路開拓、高付加価値商品の開発・販売強化などが貢献しており、既存商品を既存取引先へ販売するだけではジリ貧だ▼最近は新たな切り口での商品開発も盛んだ。健康基軸商品は無塩から始まり、低糖質、全粒粉、乳酸菌入り、がごめ昆布や野菜粉末入りなどバラエティ化が進行。原料へのこだわりは、国産小麦使用から産地指定、新品種小麦使用など、より差別化できる原料を使った商品も出てきた▼乾麺日和にあまり恵まれないまま、既に梅雨入り。梅雨明け後こそは期待したいところだが、今年はどうなるのだろうか。

安田のつくだ煮
小豆島の味——香り
安田食品工業株式会社
電話0879-82 2225

隔日刊
食品新聞
発行所 食品新聞社
http://www.shokuhin.net/
大阪市北区南森町2−3−30
郵便番号 530−0054
電話 06（6361）4972㈹
東京都中央区入船1−9−8
郵便番号 104−0042
電話 03（3552）3756−4031
名古屋市中区丸の内2−10−11
リプラ丸の内6 305号
郵便番号 460−0002
電話 052（221）5391㈹
（支）広島・福岡
© 食品新聞社 2018
THE JAPAN FOOD NEWS
購読料 半年33,346円

カメセの青のり
自然の恵みを美味に育んで、皆様にお届けしたい
有海苔専門問屋
株式会社カメセ水産
東京都上野区池之1−4−8
TEL03−3631−2824㈹
FAX03−3631−8062