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
リブラ丸の内6 305号
郵便番号 460－0002
電話 052（221）5391㊊
（支局）広島・福岡
© 食品新聞社 2018
THE JAPAN FOOD NEWS
購読料 半年33,346円

純粋ハチミツ
サクラ印 ハチミツ
株式会社 加藤美蜂園本舗
本社03-3875-1182

# イオン軸に再編

## フジと提携、SM3社は統合

フジの地元・松山市の店舗「エフ・マルシェ」

イオンを軸としたSMの再編が中四国地方で進行する。先週、MV西日本（マックスバリュ西日本）、マルナカ、山陽マルナカの3社が来年3月の経営統合を発表。その2日後にはイオンとフジが資本業務提携で合意し、取引先の卸やメーカーからは相次ぐニュースに驚きと不安の声が上がった。

### 中四国スーパー

### 取引先の不安と懸念

当初、SM3社の統合が明らかになった時点では3社合計で5千億円強の売上高を2025年に7千億円まで高めるという方針が示された。これに対し取引先からは「あとの2千億円は複数のM&Aによって上乗せするのでは」（卸幹部）という推測も聞かれた。

MV西日本は9月に広島電鉄の小売部門、広電ストアからSM5店（売上高70億円規模）を譲受したが、2千億円を上乗せするにはもっと大きな500億円程度のM&Aがいくつか必要になるという見方だ。しかし、フジが加わることで一気に「2021年に1兆円」という強力な目標が打ち出された。

フジとイオンの提携には「予想外」という反応が大勢を占めるが、一方で同じ中四国に展開するイズミが今年4月、セブン&アイHDと業務提携しており、「フジにとっては、イオンと組むしか選択肢がなかったのでは」（NBメーカー）という声も聞こえてくる。

フジの尾崎英雄会長も提携の会見で「（人口減の中）自分たちだけで地域の生活を支えるのは難しいと考えた」と説明している。

フジの地盤である四国は、山陰とともに、人口減少と高齢化の先進地域と久しく言われてきた。最近はスーパーが客数減少の理由として、DgSなどの出店による競争を挙げることも多いが、当エリアではむしろ「足下商圏の人口が確実に減っている」（卸幹部）という指摘の方が現実的である。

四国に拠点を置くNBメーカーの支店長は「四国では地場企業との取引もまだ多い。だが、フジとイオンがバイイングパワーを発揮すれば、それ以外のSMとの価格競争力の差が一層広がるだろう」と、さらなる淘汰が進む可能性を挙げる。

また、山陽マルナカのPB商品を製造する岡山のメーカーは「今後、規模が大きくなりPBの方針が変わると、取引を継続できるか不安。価格優先の戦略を取られると地方メーカーにとっては苦しくなる」と懸念する。

ただ、フジとイオンの提携では、中四国オリジナルPBの開発が協業の一つに挙げられている。「圧倒的な地域貢献ができる体制を作る」（イオン・岡田元也社長）という考えは当然、価格競争力を強めるだけでは実現できない。縮小する市場において、提携の強みをどう発揮し〝地域貢献〟を実行するのか注目される。

きょうの主な内容
「だしへの関心高まる」（風味調味料特集 4～5面）
「西日本豪雨、物流に多大な影響」（中国地区卸特集パート2 6～7面）

# Non-G表示で要望

## 〝不検出〟引き下げに異議

### 大豆関連団体

豆腐、納豆、みそなど11の大豆関連団体は12日、消費者庁長官に対し、遺伝子組換え大豆の表示に係る要望書を提出した。今年3月28日に行われた遺伝子組換え表示制度に関する検討会の報告に対する要望書で、特に、報告書の表示内容の中で、「遺伝子組換えでない」表示が認められる条件を現行の5%以下から不検出に引き下げることに対し、異議を唱えている。

今後、「遺伝子組換えでない」という任意表示が不検出以外認められなくなれば、さまざまな表示をする事業者が現れ、消費者、流通事業者の一層の混乱が考えられる。そのため、分別流通管理された大豆を使用したものについては何も表示せず、「遺伝子組換えでない」以外の任意表示も撤廃する方向で検討することを要望した。

この要望書は全国納豆協同組合連合会、全国味噌工業協同組合連合会、日本醤油協会、全国凍豆腐工協会、日本豆乳協会、油糧輸出入協議会、全国穀物商協同組合連合会、関東大豆卸商組合連合会、豆腐公正競争規約設定委員会、全国豆腐連合会、日本豆腐協会など主要大豆関連団体の連名で提出した。

大豆を取り扱うメーカー、商社、穀物問屋等の事業者は、これまで約20年間、海外の大豆生産農家などとも協力し、分別生産流通制度の構築に取り組み、意図せざる混入率の低減へ積極的に取り組んできた。

# コーヒー×宅配水の一体型マシン

## ネスレ日本×アクアクララ社

## 家庭内外に19年5万か所設置

ネスレ日本とアクアクララ社は、ネスレ日本のコーヒーマシンとアクアクララ社の最新ウォーターサーバーを結合させた一体型マシン＝写真中央＝の普及に乗り出す。17日から予約受け付けを開始し11月1日にサービスを開始する。両社で家庭内・家庭外の既存顧客・新規顧客に向けて営業し来年に5万か所の設置を目指していく。

世帯人数の減少や有職主婦の増加を受け、ネスレ日本では近年、「ネスカフェ アンバサダー」など家庭外の需要深耕に注力してきたが、一体型マシンでは家庭内外双方の需要を狙う。その背景の1つに「アクアクララ」を利用する約50万軒のうち8割が家庭内であることが挙げられる。

17日都内で発表したネスレ日本の高岡浩三社長兼CEO＝写真左＝は「家庭内外のどちらにも大きなオポチュニティがある。ネスレのマシンは多くの方に使われているが、総世帯数でみるとまだまだ開拓の余地がある。アクアクララさまのチャネルやお客さまを通じて家庭の中にアプローチしていく。家庭外については無限大にオポチュニティがある」と語った。

同席したアクアクララ社の赤津裕次郎社長＝写真右＝も、家庭内外の両方に注力する考えを示した上でオフィス市場について「もともとオフィスに強い宅配水の競合社が多く、われわれが苦手な領域であった。今回一緒にやらせていただくことで新しい領域であるオフィスではぜひ成果を出したい」と意欲をのぞかせた。

一体型マシンの展開を機にさらなる参画企業も予想される。電気・ガス・鳥取ガスはアクアクララ事業に加盟している。赤津社長は「グループとしてレモンガスを展開し、都市ガス、プロパンガス、電気を取り扱いして、1つだけ分かったことは、1つの契約よりも2つの契約のほうが、解約率が抑えられるということ。今後提案させていただく可能性はあるが、現時点では提案していない」と説明した。

一体型マシンの名称は「AQUA WITH」。コーヒーマシンは「ネスカフェ ゴールドブレンド バリスタ50【Fit】」か「ネスカフェ ドルチェ グストジェニオ2プレミアム」の2種類から選べ、月額で貸与される。ウォーターボトルの容量は12Lあるため、一回の取り換えで大量の冷水と温水に加え、コーヒー、ティー、抹茶などが楽しめる。

高岡社長は「お湯が出ることで飲み物以外にも使えるという便利さを理解してもらえれば家庭やオフィスに置いておく価値が凄く出てくると思う」と期待を寄せた。

タテ ソース 超・激辛
カプサイシン100倍
辛いだけじゃない！おいしいヨ！
●少量加えてお好みの辛さに、激辛メニューにカレー・お好み焼・焼そば他 360㎖/900㎖/1.8ℓ
株式会社 豊島屋
TEL086(522)2148 FAX086(522)2149
Eメール info@teshimaya.co.jp

## トップに聞く

# 不確実時代の舵取り

## 山眞産業花びら舎

社長 平出 眞氏

# 桜と四季の素材で市場創造

## 生産者とユーザーの架け橋へ

桜素材のトップメーカーの山眞産業花びら舎（や）は社名変更と同時に中期ビジョンを策定した。今後は強みである桜素材をはじめとした四季折々の「花や葉＝ハーブ」と、特色ある地産農産物を使ったスイーツ素材の開発で新たなマーケットを創造。もう一つの事業の和菓子副材料の卸売業では企画提案に注力し、オンリーワンのハイブリッド企業として存在感を高めていく方針だ。

同社の設立は1956年、寒天の卸売業から始まった。その後、取扱製品を桜葉漬など和菓子副材料全般まで拡大。さらに、家庭用和菓子材料の加工と、こだわりの業務用和菓子副材料の加工にも乗り出し、卸売とメーカーの兼業で業容拡大してきた。

現在は桜素材のトップメーカーとして桜花と桜葉を使った「Wサクラ」シリーズのシロップやペースト、ソースなどオリジナル桜素材をラインアップ。桜のシーズンには和洋菓子店のスイーツ、カフェチェーンのドリンク、加工食品などさまざまな商品に採用されている。昨年からは地元の桜祭りと連携した「桜の食」イベントも開催し、地方・地域活性化にも尽力している。

今回策定した中期ビジョンでは①桜商品市場の拡大と世界発信②四季折々のスイーツ素材の開発提案による市場創造③企画提案で多様な連携④販売を伸ばしたい」と外食チェーンや海外向けの販売に注力。家庭用は「桜のハニーシロップ」「桜のコンフィチュール」「桜茶」などの自社製品を本格販売する。特に自社製品は観光地の土産店で訪日外国人に人気で、今後は観光地や空港の土産店、ネット販売など販路を広げ、通年販売を目指していく。

また、桜に続く四季折々のスイーツ素材の開発強化により新たなマーケットの創造にも乗り出す。食と農の架け橋⑤桜の食で地方活性化――を掲げる。

同社の桜素材の売上げはラインアップの充実とともに年々拡大。「今後は外食、海外、家庭用の地元の桜祭りと連携した「桜の食」イベントも開催し、地方・地域活性化にも尽力している。

## 逆光線

海外における日本食と発酵食のブームを受けて、みその輸出量が年々増加している。財務省貿易統計によると、昨年は前年比9%増の1万6千17tと最高記録を記録した。これは全出荷量の3・9%に当たる。金額ベースでは33億3千3百万円となった▼拡大する海外市場に対して、メーカーも積極的に取り組んでいる。ある大手メーカーは単に国内販売商品を輸出するだけでなく、現地の嗜好に合わせた海外専用商品を開発し、アジアや欧米諸国でロングセラーとなっている▼また、あるメーカーはハラール認証を取得し、無添加みそや即席みそ汁など外食、中食で活用できる業務用商品を展開している。このメーカーはユダヤ教の戒律に従った安全な食品に与えられるコーシャ認証も取得している▼業界団体である全国味噌工業協同組合連合会は今年度、農水省の補助を受けて、輸出PR活動を展開している。英語のPR用パンフレットと動画を作成し、特に欧米のバイヤーに対してみその価値・多様性・安全性を伝えていく。今後のさらなる輸出拡大に向けてバックアップする。

マルトモ
豊かな香りと深いコクを顆粒に凝縮!!

いっこん
だし一魂
創業1918年
かつお節一筋の専門性をいかし、その技術と魂を顆粒に凝縮したこだわりのだしの素です。

おかげさまで、マルトモは2018年11月で創業100年！
本社〒799-3192 愛媛県伊予市米湊1696番地 (089)982-1151 http://www.marutomo.co.jp/