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 2019
THE JAPAN FOOD NEWS
購読料　半年33,346円

食品ロス削減へ

官民一体の取り組み加速

超党派の議員連盟による「食品ロスの削減の推進に関する法律案（食品ロス削減推進法案）」が今国会で成立する見通しとなっている。年間約646万t（平成27年度推計）とされる国内の食品ロスの削減に向け国民運動として展開する狙い。こうした動きに呼応するように、農水省は賞味期限年月表示への取り組み拡大に向けた動きを見せる一方、小売大手のヤオコーは4月から、専用センターでのドライグロサリー（コメをのぞく）の入荷許容期限の緩和を明らかにするなど、食品ロス削減に向けた官民の取り組みが加速してきた。

賞味期限、1/3ルール等

「食品ロス」とは〝本来食べられるのに捨てられる食品〟。646万tの内訳は、事業系廃棄物由来（規格外品、返品、売れ残り、食べ残し等）が約357万t、家庭系廃棄物由来（食べ残し、直接廃棄等）約289万t。646万tという数字は、日々10tトラック1千770台分の食糧を廃棄している計算だ。

「食品ロス削減推進法案」では、政府、事業者、消費者ごとに取り組むべき役割を整理した。まず政府が食品削減の基本方針を策定。同方針を踏まえ、都道府県や市町村が削減推進計画を策定し、対策を実施するとともに、消費者や事業者に対する普及啓発を行うほか、食品ロス削減に貢献した事業者等の表彰、フードバンク活動の支援。事業者に対しては、商慣習の見直しなど、製配販三層で生じる食品ロス削減のための事業の取り組みを支援するとともに、政府や自治体に協力し、食品ロス削減に積極的に取り組むことを求めた。また、食品ロスの約半分が家庭から排出されていることから、消費者には食品の購入や調理方法の改善などによる自主的な食品ロス削減への取り組みを呼びかけていく。

商慣習については、小売店などが設定するメーカーからの納品期限と店頭での販売期限が製造日から賞味期限までの期間を3等分して設定する〝3分の1ルール〟の見直しに加え、賞味期限の年月表示化や賞味期限延長も併せて推進していく。

こうした状況も背景に、農水省は4月16日、同省で「効率的な食品流通に資する賞味期限の年月表示化に関するセミナー」を開催する。

食品の賞味期限を従来の日付管理から月別管理にすることで、食品の在庫管理や入出庫管理の効率化、物流の効率化による労働時間の縮減や低コスト化を目指すとともに、仕入れ済み商品より賞味期限が前の商品の仕入れ拒否に伴う食品ロスの削減も期待する。

セミナーでは、先行事例として、味の素、江崎グリコ、キリンビバレッジ、サントリー食品インターナショナルなどの取り組み事例を報告する予定。

一方、ヤオコーは4月から、専用センターでのドライグロサリー（コメをのぞく）の入荷許容期限を見直すことを明らかにした。

従来〝3分の1ルール〟で納入期限を設けていたが、これを〝2分の1〟に緩和する。サプライチェーンの見直しを進め、社会的課題となっている食品ロス削減につなげていく狙いだ。

小売による〝3分の1ルール〟の見直しは、東日本大震災（2011年3月）直後、一時的に緩和されたが、現在はほとんどが元に戻っている。

背景には消費者の過度の鮮度志向や、賞味期限そのものに対する理解不足があるものと見られるため、賞味期限の理解促進に向けた啓発活動も課題となりそうだ。

地方も政治に関心を

マルダイ 大高会長 日スパ加盟呼びかけ

大高氏

「商業は（重厚長大産業や輸出企業に比べ）どうしても軽んじられがち だ。地方のスーパーも政治・行政にもっと関心を持ってほしい」――秋田の食品スーパー、マルダイの大高俊平会長は22日、スーパー3団体の月次定例会見に出席し、政府・行政への政策提言に注力する日本スーパーマーケット協会（以下、日スパ）への加盟を業界各社に呼びかけた。

マルダイは秋田市内で5店舗を展開するローカルスーパー。売上高は約62億円と小規模だが、06年にライフ、ヤオコー、マルダイなど有力リージョナルスーパーを擁する日スパに加盟。大高会長は08年から協会監事を務め、理事会や諸行事に参加している。

日スパは99年の設立当初から食料品流通政策の立案・提言・推進を活動目的に掲げ、税制や雇用、管活改正では外国人労働者の拡大対象業種からスーパーが除外されるなど、依然として業界の声望を継続的に実施。最近も消費税総額表示義務の廃止に向けた消費財製造・流通27団体の合同要望（18年10月）をリードするなど、政策提言機関としての存在感を高めつつある。

しかし、4月施行の入管法改正では外国人労働者の拡大対象業種からスーパーが除外されるなど、依然として業界の声望を継続的に実施。最近も消費税総額表示義務の廃止に向けた消費財製造・流通27団体の合同要望（18年10月）をリードするなど、政策提言機関としての存在感を高めつつある。

政策に関する政府への要望を継続的に実施。最近も消費税総額表示義務の廃止に向けた消費財製造・流通27団体の合同要望（18年10月）をリードするなど、政策提言機関としての存在感を高めつつある。

しかし、4月施行の入管法改正では外国人労働者の拡大対象業種からスーパーが除外されるなど、依然として業界の声望を継続的に実施。最近も消費税総額表示義務の廃止に向けた消費財製造・流通27団体の合同要望（18年10月）をリードするなど、政策提言機関としての存在感を高めつつある。

しかし、4月施行の入管法改正では外国人労働者の拡大対象業種からスーパーが除外されるなど、依然として業界の声望を継続的に実施。最近も消費税総額表示義務の廃止に向けた消費財製造・流通27団体の合同要望（18年10月）をリードするなど、政策提言機関としての存在感を高めつつある。

しかし、4月施行の入管法改正では外国人労働者の拡大対象業種からスーパーが除外されるなど、依然として業界の声望を継続的に実施。最近も消費税総額表示義務の廃止に向けた消費財製造・流通27団体の合同要望（18年10月）をリードするなど、政策提言機関としての存在感を高めつつある。

しかし、4月施行の入管法改正では外国人労働者の拡大対象業種からスーパーが除外されるなど、依然として業界の声望を継続的に実施。最近も消費税総額表示義務の廃止に向けた消費財製造・流通27団体の合同要望（18年10月）をリードするなど、政策提言機関としての存在感を高めつつある。

加え、中小を含むスーパー各社の政治・行政への関心を高めていく必要があると訴えた。

「特に地方経営者の中には、自社が税金を納め、雇用を拡大すれば、立派に社会貢献できるという考え方がある。しかし、問題はその税金の使い方、もしくは会社や働く人への規制のあり方であって、そこが良くならないと、社会も自社の経営も良くならない。世の中の方向性を規定する政治・行政・法律に関心を持ち、ともに声を上げる会社が1社でも増えることを願っている」。

イチビキ 100周年記念ロゴマーク決定

4つの「I（愛）」で感謝表す

今年4月に会社設立100周年を迎えるイチビキはこのほど、記念ロゴマークを決定した。

「100th」の下に「ICHIBIKI」と配し、「I」の文字は赤でカラーリング。社名の中にある4つの「I」＝愛は、生活者・販売先・仕入先・従業員とその家族への感謝の気持ちを表している。

100周年記念事業として、消費者キャンペーンや記念商品の発売、100周年記念サイトの開設などを予定。4月以降、順次展開していく。

100周年ロゴ記載の対象商品は「献立いろいろみそ」や「無添加国産しょうゆ」をはじめ、みそ、醤油、つゆ、水煮大豆、赤飯おこわなど同社主力アイテム20品となる。

同社は1772年（安永元年）から豆みそ、たまりしょうゆの醸造を手がけ、1919年には前身となる大津屋を設立した。1961年、現在のイチビキに社名変更。豆みそ・たまりしょうゆの醸造技術と食品加工技術を活用した食品類や調味料類の開発に取り組んでいる。

家庭用ごま油値上げ

かどや製油 7月から10％以上

かどや製油は、7月1日出荷分から家庭用ごま油製品を値上げする。上げ幅は10％以上。

ごま原料価格は過去3年間、ある程度落ち着いた環境で推移していたことで、人件費・物流費・資材費等のコストアップを吸収してきたが、相場低迷による生産国の作付意欲の低下と天候不順による影響で、一昨年後半から相場は上昇傾向にある。アフリカ・中南米の主要生産国の減産やインドの不作によるアフリカ産の買い付け、中国をはじめとする旺盛な需要を背景に、搾油用および食品用白ごまの原料価格は17年比で大幅な高値で推移している。また食品用の黒ごまについても、日本向けの一大産地であるミャンマーは天候不順で大幅減産となり、原料価格は著しく高騰している。

こうした環境悪化を受けて、同社では「コスト削減で製品価格を維持すべく企業努力を続けてきたが、限界を超えており、安心・安全な製品を安定的に供給するためにも、家庭用製品の値上げを実施させていただくこととなった」と説明。得意先には既に案内を開始しており、価格改定への理解を求めている。

特殊製法塩 ほぼ出揃う

「赤穂の天塩」価格改定

特殊製法塩では大手メーカー各社の値上げが続いているが、ここにきて天塩が価格改定を発表した。7月1日出荷分より、「赤穂の天塩」の市販用は希望小売価格（税別）で約4～9％アップ。業務用は約3～6％アップとなる。要因は「長年配送コストの上昇、原料および資材の値上がり、工場稼働における燃料費など継続的に上昇するコストに対し、内部吸収に努めてきた。しかしながら、コストの上昇を自社の努力だけで吸収することが困難となり、27年振りに価格改定することになった」とコメントする。

「赤穂の天塩」1kgは350円から380円へ値上率8・6％、「天塩やきしお100gビン」は230円から240円へ値上率4・3％、「天塩やきしお350gSP」は390円から410円へ値上率5・1％となる。

同社の価格改定により、特殊製法塩大手は、伯方塩業、味の素、青い海も既に表明していることから、ほぼ出揃った形となった。

逆光線

桜の季節を迎えた。近年はシーズンに合わせて加工食品や外食産業などで桜をモチーフとした商品が数多く登場するようになったが、元祖といえるのは〝桜餅〟だろう▼その桜餅で、長年思い悩んでいることがある。餅を包んでいる桜の葉を食べるべきか否かだ。思案の末、関東風の〝長命寺〟は葉を食べない、関西風の〝道明寺〟は葉を食べると個人的な結論に至ったが、実際には食べても食べなくてもどちらでも良いそうだ▼刺身のツマも食べるかどうかで迷うことがある。ワカメやオゴノリはともかく小菊や紅タデを食べている人を見たことがない。もちろん焼き魚などに添えられる〝はじかみ〟は白い根の部分だけかじるのが正しいそうで複雑だ▼そういえば向田邦子のエッセイにパセリについて書かれたものがあった。付け合わせで出されるパセリをどうすべきか、いろんな意見をいう人が登場し作者も思い悩むが、最後に何も語らずパセリをパクッと口にする人が現れ一気に霧が晴れた心境になるのだった。

北海道産のてんさい糖から生まれたオリゴ糖

ヨーグルトにヨーグル糖
オリゴ糖（ケストース）含有シロップ
製造元 加藤美蜂園本舗

きょうの業界天気図
パスタ

くもり
需要は安定も、西からグローバル化の風が次第に強まる。
きょうの主な内容
4～5 全国塩流通特集
6～8 パスタ特集

魅惑のスパイス
マサラ

スパイシーな香りと風味がカレー料理をはじめ、各種肉料理、煮込料理の味をアップ！
商標登録番号 第1271232号
インテラ・カレー本舗
株式会社 ナイル商会
本社／東京都練馬区豊玉北4-33-15 ☎03(3953)4111㊊
工場／埼玉県入間市東藤沢2-17-10 ☎04(2961)4511