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）（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

納品期限緩和進む

食品ロス削減が社会的課題となる中、小売各社が納品期限の緩和を進めている。大手ＧＭＳでは飲料、菓子（消費期限180日以上）を中心に、いわゆる〝３分の１ルール〟を見直し、納品期限を賞味期限の１／３から１／２に緩和する動きが拡大しているが、今期、コンビニ（ＣＶＳ）各社は、カップ麺（賞味期限180日）の納入期限を緩和＝表＝する。

加工食品に関する小売各社の納品期限緩和の状況は、「平成30年度食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチーム加工食品検討会」（以下WT）がまとめたもので、総合スーパー（GMS）ではこれまでに、イズミ、イトーヨーカ堂、ユニー、イオングループのGMS6社が飲料、菓子を中心に納品期限を緩和している。

このうちイトーヨーカ堂は今期、インスタントラーメン（カップ麺、袋麺）も納品期限緩和の対象に加える。インスタントラーメンの賞味期間はカップ麺が6か月、袋麺が8か月。イトーヨーカ堂は昨年1～2月、3～6月にかけて首都圏センターを対象に、袋麺とカップ麺の納品期限緩和の実証実験を進めた。その結果、専用センターでの納品期限切れによるロスが・10％低下。食品ロス削減額155万2千円という結果が出たことを受け、実運用を緩和することにしたもの。

同様に昨年1～2月、レトルト食品（中華調味料、おかず調味料）を対象とする実証実験では、従来の1／3ルールでも納品期限切れによるロスがほとんどないことが確認され、納品期限緩和による効果が少ないことが分かった。半丼、バンドル販売構成比が高いことなどを理由に、家庭内在庫期間が長めと考えられることから、消費段階でのロス増加につながる可能性がないか精査が必要と慎重な見方を示している。

コンビニでは、セブン―イレブン・ジャパン、ファミリーマート、ローソンが、昨年1月から8月にかけて、北海道や北陸エリアを対象に、カップ麺の納品期限緩和の実証実験を進めたが、「納品期限切れ発生金額が88・7％減少」「カップ麺全体で90・1％の返品削減につながった」「返品率が0・08％低下」など、3社とも専用センター段階での食品ロス削減につながる効果が確認され、店舗サイドでも値引きや廃棄増などの問題のないことが確認されたことから、コンビニ業界としてカップ麺の納品期限緩和＝表＝を推進していく方針だ。

一方、食品スーパーでは、ヤオコーが今年4月から、専用センターにおけるドライグロサリー（コメをのぞく）の入荷許容期限を見直し、納品期限を賞味期限の1／3から1／2に緩和。ドラッグストアではサッポロ乗等の問題がないと思われる場合、サプライチェーン全体での食品ロス削減に向け、積極的な緩和を検討するよう求めた。

なお、WTでは今後、納品期限緩和の取り組み拡大を推進するため、卸汎用物流センターの納品期限緩和の推進、加工食品の納品期限の見直しに取り組む企業の拡大に加え、賞味期限の年月表示拡大に向けた検討を進めていく考えだ。

WTの参加企業は味の素、江崎グリコ、コカ・コーラ ボトラーズジャパン、サントリー食品インターナショナル、日清食品、マルハニチロ、国分グループ本社、三菱食品、山星屋、イオンリテール、イトーヨーカ堂、サミット、東急ストア、ファミリーマート、日本生活協同組合連合会。

社名	内容	開始時期	実施地域
国分グローサーズチェーン	飲料（ドライ飲料、納品期限を1/3→1/2）	2018年8月	全店
	菓子（賞味期限180日以上、納品期限を1/3→1/2）	2019年10月	
	カップ麺（納品期限を1/3→1/2）	2019年10月	
セイコーマート	加工食品・飲料・菓子（賞味期限180日以上）・カップ麺等（納品期限を1/2で運用）	2011年6月	全店
セブン―イレブン・ジャパン	飲料（ドライ飲料、納品期限を1/3→1/2）	2014年11月	全店
	菓子（賞味期限180日以上、納品期限を1/3→1/2）	2014年11月	
	カップ麺（納品期限を1/3→1/2）	2019年8月	
ファミリーマート	飲料（ドライ飲料、納品期限を1/3→1/2）	2015年4月	全店
	菓子（賞味期限180日以上、納品期限を1/3→1/2）	2017年11月	
	カップ麺（納品期限を1/3→1/2）	2019年3月	
ポプラ	飲料（ドライ飲料、納品期限を1/3→1/2）	2016年4月	全店
	菓子（賞味期限180日以上、納品期限を1/3→1/2）	2017年9月	
	カップ麺（納品期限を1/3→1/2）	2019年10月	
ミニストップ	飲料（ドライ飲料、納品期限を1/3→1/2）	2016年9月	全店
	菓子（賞味期限180日以上、納品期限を1/3→1/2）	2018年6月	
	カップ麺（納品期限を1/3→1/2）	緩和に向け検証中	
山崎製パン デイリーヤマザキ事業統括本部	飲料（ドライ飲料、納品期限を1/3→1/2）	2015年4月	全店
	カップ麺（納品期限を1/3→1/2）	2019年3月	
ローソン	飲料（ドライ飲料、納品期限を1/3→1/2）	2015年4月	全店
	菓子（賞味期限180日以上、納品期限を1/3→1/2）	2017年9月	
	カップ麺（納品期限を1/3→1/2）	2019年10月	

※WT事務局（公益財団法人流通経済研究所）調べ　2019年3月末時点

CVSはカップ麺の期限緩和

海苔最終入札

全国的不漁で収量大幅減

相場はおおむね高値で推移

今季最終となる九州プロックの海苔入札会が9日熊本、10日全漁連、11日福岡、12日佐賀の順で行われた。

佐賀、16年連続日本一

今シーズンは小雨による栄養塩不足でプランクトンが発生、特に冷凍網で色落ちの被害も出て収量が大幅に伸び悩んだ。そのため今年度の相場はおおむね高値で推移した。

近年、中級品や下モノの品薄感を警戒して、元来、札を入れないグレードの海苔に対しても入札した経緯があり、その分を在庫として抱えた加工筋が多くみられたが、今回はその時の反省からか中級・下モノについては思ったほどの価格高は起こっていない模様だ。

今季最後の福岡県産海苔の入札会は11日、柳川市の福岡有明海漁連共販センターで行われた。今季の総販売額は150億2千473万円（前季比8・4％減）、総販売枚数は1億1千966万枚（同3・6％減）と昨シーズンを下回り、目標の13億枚に届かなかった。なお、1枚当たりの平均単価は13円42銭と昨シーズンより64銭高くなった。

佐賀県産海苔の今季最終入札会は12日、佐賀市の県有明海漁協で行われた。今季の売上総額は29億4千500万円、枚数は16億3千355万枚。昨季と比べ、販売額は12億5千300万円、枚数は1億9千400万枚減少したが、他県も同様に収量減となっていることから16年連続での日本一が確実な状況となった。

なお、枚数が少なかったことから平均単価は14円05銭と昨季よりも高かった。今季は昨年末の網の張り込み以降も水温が高く、降水量が少ない状態が続いたことで栄養塩不足が深刻化。特に冷凍網で色落ちの被害が大きく、収量が伸び悩んだ。

佐賀県有明海漁協では「枚数は全体的に厳しかったが、金額はおおむね計画通り。今年も例年同様、西南部の収量減が著しいため、対策を考えていきたい」とコメントしている。

國分勘兵衛 平成を語る《3》

消費税の変遷と課題

大切にしたい転嫁法

本体価格表示の恒久化を

――平成は消費税に始まり、消費税に終わる時代でもありました。今年10月には税率引き上げと食品を対象とする軽減税率制度の導入も控えています。今後の消費税税制の課題をどのようにお考えですか。

一番の問題は、税金が何に使われているのかがもう一つハッキリしないことではないでしょうか。もちろん、国民のために使っているということなのでしょうが、本来、最優先に考えなければならないのは1千100兆円を超える国の借金をどうするかです。財政健全化に向けて消費税に頼らざるを得ない状況であることも十分理解できます。ところが、税率が上がっても国の借金は減るどころか増え続けている。これはいったい、どういうことなのかと。私たち国民は払った税金の使われ方をもっと勉強したい、どういうことなのかと。私たち国民は払った税金の使われ方をもっと勉強したいと思います。

――総額表示のほうが国民の痛税感が少ないという声もありますが、その痛税感がなければ歳出に対するチェック機能も高まりませんね。買い叩き等の混乱が抑制されたほか、値頃感のある本体価格表示への切り替えによって食品スーパーなども息を吹き返しました。

――平成26年（2014）の消費税率の引き上げに際し、総額表示義務の緩和（本体価格表示の容認）措置法が施行されました。この法律に対する食品業界の評価は極めて高いです。買い叩き等の混乱が抑止され、本体価格表示の恒久化ないし延長に向けて業界として引き続き声を上げていくべきだと思います。

――そうですね。流通実態に配慮した優れた法律だと思います。ただ、再来年（令和3年（2021））3月の時限立法ですので、恒久化に向けて業界で運用に新たな負担が生じてしまう部分もあり、よりシンプルで混乱の起こりにくい制度にしていく必要があると思います。

――ええ。消費税還元販促自体は特措法で禁止されていますが、値引き自体は自由とのことです。

増税分を小売業に負担させることになりかねないので、これはちょっと違うかなと思います。軽減税率制度についても財政問題を考えると複雑な気持ちです。持ち帰りと店内飲食の把握などで運用に新たな負担が生じてしまう部分もあり、よりシンプルで混乱の起こりにくい制度にしていく必要があると思います。

きセールなどを規制しないという方針を出していますよね。

――ええ。消費税還元販

（次号に続く）

逆光線

「18年度は東名阪は増収だったが、それ以外の支店は前年に届かなかった。人口減少の影響が出ていると感じる」とNBの営業マンは振り返る。地方では営業努力だけではカバーできない厳しい現実があったようだ▼メーカーの直販顧客の購買動向もここ10年で大きく変わった。食品によっては世帯人数の減少から購入単位が年々小口化。固定客の高齢化・減少も深刻で、売上げ減に歯止めがかからないケースもある▼食品工場では外国人技能実習生が主戦力になりつつある。しかし、その場しのぎの安い労働力確保では根本的な問題解決にはならない。地方のある中小メーカーは減収覚悟で一部の受託生産を見直した。人手確保・定着のため生産現場の完全週休2日制を実現するためだ▼労働人口が減少する中、「完全にオーバーカンパニー。合従連衡が進み、徐々に適正な企業数になっていくだろう」とある食品スーパー社長。その言葉通り、さまざまな業界で再編が進んでいる。一方で中小企業の人手不足倒産が増えている。すべての業種において単独での存続が難しい時代になっている。

ユニー 新社長に 関口憲司氏

ユニーは15日、臨時株主総会および取締役会で、関口憲司取締役常務執行役員が代表取締役社長に就任した。佐古則男社長は取締役に退いた。

関口憲司新社長は64年生まれの54歳。97年にドン・キホーテに入社。17年11月長崎屋社長、19年1月UDリテール社長に就任した。

関口新社長

永谷園の お茶づけ海苔

きょうの主な内容
「超高齢化背景に拡大 定番素材が成長に貢献」（健食特集　4～12面）

初土日 塩昆布茶
お茶の香りと磯の香り。とっても上品なおちつきの味わい。
安田食品工業株式会社
香川県小豆郡内海町安田甲103番地　TEL.(0879)82-2225

“D”に込めた想い。私たちにしかできないODMがある。
健康補助食品のOEM・ODM
API
API's ODM
Toward The NEXT STAGE
―― お客さまの期待を超える、高付加価値の製品をDesignする。――
健康補助食品のプロフェッショナルとして、これまでに多くの企業の多彩なOEM生産を手がけてきたアピ。自社一貫製造による高品質・低価格はもちろん、アピならではの「ODM」の発想によって、各社各製品に圧倒的なオリジナリティと高い付加価値の創造を実現してきました。OEMを通じて培ってきたノウハウを昇華させ、ODMの発想をより一層洗練させたのが「API's ODM」という私たちの新たな挑戦です。そこには、さまざまな「Dのちから」が込められています。最適な企画・設計を可能にするDesign、新たな価値を見出すDiscover、技術力を裏付ける膨大な量のData、そしてお客さまの立場に立って考える献身的な姿勢を意味するDedication。これらはすべて、創業100年を超える長い歴史の中で培ってきた「アピのちから」でもあります。それぞれのお客さまのニーズが異なるように、そこから生まれる「API's ODM」の答えも一つではありません。私たちはこれまで以上にお客さまのニーズに応え、消費者にしっかりと届く優れた製品を生み出すことを通じて、人々の健康に貢献し続けていきます。
アピ株式会社
http://www.api3838.co.jp/
お問い合せは
【本　社】TEL. 058-271-3838　〒500-8558　岐阜市加納桜田町1-1
【東京支店】TEL. 03-3662-3878　〒103-0011　東京都中央区日本橋大伝馬町14-15 マツモトビル3階
研究開発 Discover 発見する Dissertation 論文
技術開発 Data 資料 Device 装置
品質管理 Defend 守る Detect 検出する
企画・提案 Design デザイン Dedication 献身