隔日刊
食品新聞
発行所 食品新聞社
http://www.shokuhin.net/
大阪市北区西天満5－10－17
郵便番号 530－0047
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N 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

ドレッシングの調味料使い

永遠のテーマから 喫緊の課題に

キユーピー

キユーピーは、ゴールデンウイーク明けからドレッシングの調味料使いを積極的に提案している。砂糖大さじ1、塩小さじ1など基礎調味料を使う手間が不要で、ドレッシング一つで味付け、香り付けができるため、調理にかける時間を少しでも短くしたいというニーズを狙う。

天候要因に左右されやすい食品カテゴリーといえば、飲料やアイスがまず頭に浮かぶが、最近の不安定かつ大型災害を引き起こしやすくなった気候変動から、ドレッシングも無縁ではなくなってきた。

ドレッシングの使い道は9割以上がサラダ、そしてもレタスが中心のサラダもレタスが中心で、そこにプチトマトやキュウリなどが加わる。18年は年初から低温・寒波の影響による生育不足、7月の猛暑や9月の大型台風襲来があり、野菜相場が安定したのは11月に入ってからだった。

この間、過去最高ともいわれたレタスの相場高騰の影響もあり、これまで2～3％増で順調に推移してきた家庭用ドレッシング市場は、昨年一気に3％減となった。

従来なら、たまたま大型台風が来たからで済んだことかもしれないが、最近の気候変動は楽観を許さない。大きく伸びる要素が少ない基礎調味料のマーケティングは、使用機会の拡大と1回の使用量を増やすことにつきる。ドレッシングにおいても使用機会の拡大は永遠のテーマだったが、気候変動により喫緊の課題となった。

もともとドレッシングは、油をベースに砂糖、塩、酢のほかさまざまな素材を使い完成された味を持っているため、特に炒めものには打ってつけという。また、10％近くの消費者は以前から調味料使いを行っていたと思われる。

キユーピーは「テイスティドレッシング黒酢たまねぎ」を推奨し、豚肉をドレッシングに漬け込み油をひかずに炒め、調理の最後にドレッシングを加えてさっと炒める調理法などをクックパッドやホームページで紹介している。また、ゴールデンウイーク明けからは、同社が抱えているフィールドレディを総動員し、連日夕方の4～6時に全国のスーパーで調理の実演を行っている（7月まで）。

このため5～6月のテイスティの前年同期比は15％増で推移。厳しかった18年の翌年ということもあるが、ドレッシングを使った調理法の支持が広がり始めたことは間違いない。

このほか、製法にこだわった果実酢使用が訴求ポイントの「緑キャップ」シリーズを使い、ドレッシングで漬け込んだマリネなども提唱している。調理の時短を求める生活者と、気候変動に備えたいメーカーの思惑が一致し、ドレッシングの調味料使いは案外早く定着するかもしれない。

小売の優越的地位濫用調査（上）

根強いセンターフィー不信感

算出根拠、算出基準が不明確

一般財団法人食品産業センターは、今年2月に食品製造業者へのアンケートによって、大規模小売店による優越的地位濫用による実態調査を行った。これは平成10年度から毎年行っており、今回は①協賛金、センターフィー、従業員派遣、不当な値引き・特売商品等の買いたたき、過度の情報開示の要求、プライベートブランド（PB）商品に関する要請、「改正独占禁止法」の認知度、消費税率引き上げに際し不当な要請等がないかについて調査した。アンケートは食品製造業1千700社に送付し、22業種354社から有効回答を得た（有効回答率20・8％）。

【協賛金負担の要請について】小売業間での生き残りをかけた競争が一層激しさを増す中で、大規模小売業者は依然として製造業者に不当な協賛金を要請しており、「協賛金の要求があった」と回答している製造業者の割合は減少傾向が続いているとする割合は依然として3割を超えた。

要求された協賛金の種類は、全体では「チラシ協賛金」（56・5％）が最も多く、次いで「新規（新装）オープン協賛金」（40・5％）、「新製品導入協力協賛金」（40・3％）が続いた。

協賛金要求に対しての対応は、全体では「ケースバイケースで応じている」の回答が55・3％と最も多く、一方で「全く応じない」「ほとんど応じていない」の合計は5・3％と前回調査よりわずかに減少した。

【センターフィー負担の要請について】「大規模小売業告示」では、納入業者が得る利益等を勘案して合理的であると認められる範囲を超えるセンターフィー要請を禁止行為としている。妥当なセンターフィー負担額は、それぞれの物流センターが持つ機能や個々の商品・納入業者の状況等によって大きく異なるこの出基準や根拠が示されていないことに対する不信感が大きく影響していると考えられる。

センターフィーの要請に対して「全て応じざるを得ない」「ほとんど応じている」の合計は全体ではほぼ同じだが、協賛金の要請への対応と比較するとセンターフィーの要請への対応の方が、「全て応じざるを得ない」「ほとんど応じている」の合計が高く、物流センターを使用するという明確な実態があるため、「ゼロ回答」はしにくいと考える企業が多いと推測される。

また、「センターフィーの算出根拠がない」「根拠データの開示なし」「ベンダー経由の支払いとなるためベンダー上乗せの可能性がある」「説明なく徴収」といった算出基準が不明であるにもかかわらず、支払いが前提となっているとする事例や、「一方的に引き上げ、応じなければ取引停止」「取引する上で必須条件」「センターフィーが新たに設定される時には、価格交渉をしても受けてもらえないことが多い」など、合理的な範囲を超えての要求があるとする事例も見られた。

（つづく）

たばこフィルター対策などが急務

専門家ら問題点を整理

海洋プラ問題

6月25日、全国清涼飲料連合会と食品容器環境美化協会が都内で共催した「第3回海洋プラスチック問題勉強会」には約250人が聴講した

プラスチックの中で、とりわけ海洋中の生態系に及ぼす影響が懸念されているのは5㎜以下のマイクロプラスチック。

マイクロプラは、海辺に漂着したプラ容器などが紫外線や昼夜の温度差で劣化して破砕されてきたものとされるが「どのくらいの時間がかかり、またどの程度細かくなるかは分からない。細かくなったものの採取方法が確立されておらず観測の限界」と指摘するのは九州大学応用力学研究所大気海洋環境研究センター海洋力学分野の磯辺篤彦教授。

磯辺教授は、当面の対策として、マイクロプラがごみの65％が東アジアと東南アジアの北西太平洋が占めていることにも言及。

JennaR. Jambeckｅｔａｌ.（2015）の調べによると、国別海洋投棄プラ重量の上位国は（1）中国、（2）インドネシア、（3）フィリピン、（4）ベトナム、（5）スリランカ、（6）タイ、（7）エジプト、（8）マレーシア、（9）ナイジェリア、（10）バングラディシュの順となっている。

周辺諸国からの投棄量が多いことから、神戸大学の石川雅紀名誉教授は海洋プラごみの有効策として、周辺諸国への廃棄物管理のノウハウとシステムの提供を提唱する。

「量を減らすのであれば、既に減らしている日本でさらに減らすよりも、日本の周りで桁違いに流出させていると思われる国々に廃棄物処理がきちんとできるように協力するのが費用対効果が一番高いと思う」との考えを示す。

国内においては、沿岸の清掃活動が有効だとしつつ「ボランティアでは限界があり10万tの回収レベルには至らないため、制度的にやるしかない」と主張する。

また、佐藤泉弁護士もEUの事例と比較し制度の不備を指摘。「日本の容器包装リサイクル法は市町村に義務化しておらず、取り組むほど市町村の負担が重たくなる」と語る。

石川教授は、マイクロプラ対策としては直接流出する恐れの高い、たばこのフィルターやマイクロビーズへの対策が急務だとした。タイヤがすり減ってできるタイヤ粉塵についても「公害としては知られているが、海に流れていることは重要視されておらず対策がとられていない」と警鐘を鳴らす。

産業技術総合研究所環境管理研究部資源精製化学研究グループの加茂徹上級主任研究員はバイオマスプラスチックについて「海洋プラごみ対策に御利益があるわけではない。あくまでCO₂排出削減として効果があり、それ以上でもそれ以下でもない」と述べる。

「FOOMA JAPAN 2019」

7月9～12日 東京ビッグサイト／西・南展示棟

日本食品機械工業会

日本食品機械工業会は7月9～12日、東京ビッグサイト・西展示棟＋南展示棟＋会議棟で〝食の技術のニッポン力（りょく）〟をテーマに「FOOMA JAPAN 2019国際食品工業展」（事務局＝TELO3－3583－6139、www.fooma.japan.jp）を開催する。

食品機械の最先端テクノロジーや製品、サービスなどを通じ、「食の技術が拓く、ゆたかな未来」を提案するアジア最大級の総合トレードショーである。

42回目を迎える今回は690社・3千157単位／2万3千677・5㎡（予定）が出展。各ブースでは食品製造・加工機械を中心に、原料処理から包装・物流まで、食品製造プロセスの自動化・効率化・省力化、さらには高品質化を図る最新鋭の製品、最先端技術、ロボット技術、ビッグデータを活用した品質管理、IoT活用した効率的な生産システムまで実機デモなどを交えて展示。好評の多彩な併催イベントも連日開催される。

逆光線

にがりの歴史は古いことをご存じだろうか。塩と比べると、副産物として陰に隠れていた感も否めないが、人々の暮らしになくてはならないものである。豆腐の凝固剤をはじめ、防塵剤、傷の手当てなど、非食品用途でも幅広く活躍してきた▼戦時中は、にがりの主成分であるマグネシウムが戦闘機の素材として関係で、豆腐凝固用として戦略物資に指定された塩化マグネシウムは姿を消した。塩化マグネシウムの代わりにスマシコなどが使用されたのである。戦後は経済復興とともに、おいしい豆腐を食べたいという消費者の声が強まり、塩化マグネシウムの復権を後押しした▼塩化マグネシウムにがりが豆腐の甘味を増すことは間違いない。固体だけではなく、液体の粗製海水塩化マグネシウムを使用したこだわり豆腐も近年は増加傾向にある。経済の豊かさとともに、味の向上を求める消費者ニーズに対応してきた▼豆腐産業の同一品質、大量生産化に貢献するのは、塩化マグネシウム使用の乳化剤にがり。豆腐業界の公正競争規約上の取り扱いが今後注目される。

北海道産のてんさい糖から生まれたオリゴ糖
ヨーグル糖
片手で簡単
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
カレー
くもり
レトルト伸長。中高価格帯充実で単価上昇による活性化も。

きょうの主な内容
6～8 カレー特集
9～11 FOOMA特集

カレーの流れを変える！
ハイグレード21 カレールウ
本格純カレーに新しい風味をブレンドし、クレードアップ。まさに21世紀のカレー。
NET. 1kg
テーオー食品株式会社TT
本社 東京都豊島区南長崎1－2－4

Otsuka 大塚食品
ボンカレーグラン GRAN
素材の力をご賞味ください。
New!
中辛
スパイス香る バターチキンカレー
芳醇なスパイスの香りと奥深いバターのコク 完熟トマトの旨み
鶏肉とあめ色になるまで炒めたたまねぎにバターを加えてじっくりと煮込みました。完熟トマトの旨みを引き立てるカルダモンの風味が爽やかなクセになるバターチキンカレーです。
辛口 太陽のはぐくみ キーマカレー
中辛 森のめぐみ デミグラスカレー
中辛 大地のみのり ビーフカレー