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

熱中症対策で脚光

■即席みそ汁■

成長市場さらにドライブ

夏場のみそ汁に対する消費者の価値観が変化してきている。昨夏は梅雨明け直後から猛暑となり、天気予報時の気象予報士の呼びかけもあって、熱中症対策でみそ汁が脚光を浴びた。今年の梅雨明けが平年並みであれば、関東・近畿ともに遅くとも7月下旬には梅雨明けとなる。今夏も暑い時の健康を支えるみそ汁をしっかり訴求し、売上げアップにつなげたい。

温かい汁物のみそ汁は従来、冷夏の年でもない限り夏季商戦は苦戦してきた。近年はその流れが変わりつつある。全国的に猛暑となった昨年はTVの天気予報で気象予報士が「熱中症予防に一日一杯のみそ汁」とたびたび紹介。その効果によるものか、みそには珍しく夏枯れがなく、特に利便性の高い即席みそ汁は販売好調に推移した。命の危険すら感じさせた猛暑・酷暑は消費者の購買行動を変えた。

永谷園「毎日のおみそ汁」

熱中症対策は水分と塩分の上手な補給がポイントになるが、みそ汁は水分と塩分を同時に取れ、具材に野菜や海藻を入れればビタミン・ミネラルも補給できる。冷房のきいた室内であれば温かいみそ汁もおいしく飲める。手作りが面倒なら簡便な即席みそ汁がある。

ハナマルキスグ旨カップ

即席みそ汁は近年、その利便性がシニア層を中心に改めて見直され、15～18年と4年連続で市場拡大している。生みそは市場〝として捉えれば再漸減傾向が続くが、即席び上昇局面に入った。メみそ汁を含めた〝みそ汁ディアによる健康訴求や、各社の商品ブラッシュアップも昨今の市場拡大に貢献している。

近年の市場はフリーズドライ（FD）、20食以上の大容量、5～6食、カップタイプが成長を牽引している。FDブロックは今春発売の永谷園「毎日のおみそ汁」（10食）、ひかり味噌「毎日食べたいおみそ汁」（8食）が手に取りやすい価格を実現し販売好調だ。5～6食はマルコメ「タニタ監修 減塩みそ汁」（6食）のヒットによって売場が確立され、同社の6食お徳用プレミアムシリーズが好調に推移している。カップはハナマルキ「スグ旨カップ」シリーズの伸長が目立つ。みそ、具材の中袋がなく、蓋を開けてお湯を注ぐだけの簡便性で支持されている。

今年も夏場の健康維持へ簡便でおいしい即席みそ汁を訴求し、成長市場にさらにドライブをかけたい。

（6～7面に「即席みそ汁」特集）

フードロス問題に一石

「福ごはんプロジェクト」

水代優TGMP理事㊨と高橋浜町連会会長

マルシェで売れ残った食材を再販売

フードロスの関心が高まる中で、新しいかたちのマナー向上プロジェクトを推進する社団法人Tokyo Good Manners Project（TGMP、東京都中央区日本橋浜町）は、2日からフードロス削減に向けたプロジェクト「福ごはんプロジェクト」を開始した。

東京を訪れる世界中の人々に日本文化の「グッドマナー」を楽しんでもらうための「TOKYO GOOD」をコンセプトにした活動の一環で、今回はフードロス問題に着目。〝もったいない〟という日本の美徳に基づいたグッドマナーによりフードロス削減に向けたアクションを起こすため、「残り物には福がある」という日本の文化に密着したことわざから着想を得て名付けられた「福ごはんプロジェクト」を開始した。

格式ある料亭や飲食店が多い浜町を中心拠点とし、定期的に開催されている「浜町マルシェ」で売れ残った食材を活用することでフードロスに対応。浜町に根付くカゴメ、明治座、建設技術研究所の3社は「浜町マルシェ」で売れ残った食材を「福ごはん」としてマルシェ当日より2～3割値引きして再販売した。

このうち2018年1月から「浜町マルシェ」で販売しているカゴメは、自社の飲食スペースにブースを設け、野菜など売れ残った食材を販売。営業本部広域営業部主任の湯地高廣氏は、「食材を生産する食品メーカーとしてフードロス問題にどう貢献できるのか、社内でも課題となっていたところ、浜町マルシェよりお声がけいただき、福ごはんプロジェクトに参加することになった。今までも使い切りタイプの少量ケチャップを販売するなどの取り組みを実施していたが、カゴメ一社だけではできない情報発信により今後もフードロス問題だけでなく地域活性化にも貢献していきたい」と語った。

なお、「福ごはんプロジェクト」発表会には売れ残った食材を使った料理の試食会が行われた。

はくばく〝脱・乾物メーカー〟目指す

長澤社長

おいしく健康ともち麦を手軽に

はくばくの長澤重俊社長＝写真＝は先月の全国はくばく会で、〝脱・乾物メーカー〟を目指す方針を示した。

はくばくの前期業績は売上高218億6千400万円（前年比14・6％増）。健康志向で注目されているもち麦（大麦）が全体を牽引し、目標の200億円企業を達成した。もち麦は70億円の商材に成長し、4年間で約10倍と爆発的な伸びで全体を牽引した。「ツイッターなどでも自然に情報が広がり、家庭内や中食・外食での浸透が進んでいる。もち麦は、もはやブームではない。30～40代など潜在需要も大きく、今後も需要拡大が期待できる」と意気込みを示した。

そのうえで、長期的目標として大麦の消費量40万tを目指し、「いつでも・どこでも・大麦」を掲げ、家庭内・中食・外食での利用シーンを広げる。

大麦の消費量は現状3万5千t。国民一人当たり1日19gの食物繊維を大麦で摂取するようになれば40万tに達する。3割炊きの「もち麦ごはん」1杯で約2・39の食物繊維が含まれ、ヘルシーでおいしい主食として注目を集めている。目標は壮大だが、穀物カンパニーとして穀物の魅力を発信してフォローの風を自ら強め、主食であるコメ消費の活性化にも貢献したいという思いがある。

それを実現するためにも、新たな事業方針で〝脱・乾物メーカーになる〟ことを掲げた。生活者のライフスタイルは激変し、即食商品の需要が高まる中で、「CVSのもち麦おにぎりや弁当などで、乾物としての原料供給に加え、（家庭内での需要が拡大する）パックごはんやレトルト、さらには冷凍食品などで、家庭用を得意とするはくばくブランド製品で大麦のサブカテゴリーを広げていきたい」という。

パックご飯の白米や冷凍米飯を展開する考えはないが、雑穀ごはんやもち麦ごはんで、はくばくブランドを活用した商品展開や、家庭で手軽に使える冷凍もち麦などの可能性は広がる。

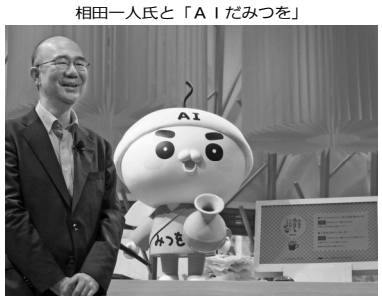
CVSや量販惣菜の米飯売場では、もち麦や雑穀を使った商品が着実に広がっており、20～30代はCVSのおにぎりでもち麦を体感し、リピーターになるケースも増えている。その意味でも、即食商品へのアプローチは重要な戦略。家庭用、業務用の両面で、おいしさと健康を兼ね備えた、もち麦の需要拡大に力を入れる方針だ。

「Aーだみつを」が癒すカフェ

ネスレ日本

泡コーヒーとともに

相田一人氏と「AIだみつを」



相田みつをがカフェに降臨!?「にんげんだもの」の言葉で有名な相田みつを氏の詩を学習したキャラクター「AIだみつを」が4日、「ネスカフェ原宿」に登場した。

ネスレ日本が21日まで同店で展開する「アイスクレマコーヒーでちょっと一息！AIだみつをカフェ」では、店内に置かれたキャラクターに愚痴を話しかけると、AIがココロの状態を診断。前向きになれる言葉を自動生成し、モニター画面に表示する。

また、その言葉が書かれたラテアートシートを浮かべた泡立ちコーヒー「アイスクレマコーヒー」とともに、暑い夏にぴったりのトマトメニューを提供。「私も少しびっくりしたが、相田さんの詩にはトマトがよく出てくる」（ネスレ日本飲料事業本部・永田真一氏）のだという。

相田氏の子息で相田みつを美術館館長の相田一人氏も、「AIだみつを」を体験。「立体になると、父の息遣いを感じる。父の血を継ぐ者として、AIからこの言葉をもらうと何かお尻がもぞもぞするような感じになる」と話していた。

逆光線

小学校低学年の頃だったと思うが、給食にクジラの竜田揚げが出たことがあった。おいしかったので保守的なものであか記憶にないが、独特の色合いと、なんとも固い食感だったことだけ覚えている▼1日から商業捕鯨が再開された。農水省によれば、科学的根拠に基づき水産資源を持続的に利用するという基本姿勢のもと、日本の領海と排他的経済水域に限定して捕獲を開始するという。今年12月末までの商業捕鯨の捕獲枠は227頭▼商業捕鯨再開のため、日本は国際捕鯨委員会を脱退しているが、今回の捕獲頭数の算出に当たっては、100年間の捕獲を継続しても資源に悪影響を与えないとIWC科学委員会が認めた極めて保守的なものであり、算出された捕獲可能量は推定資源量の1％以下だという▼食資源が保護すべき動物かという議論は置くとして、いま現在、漁獲量に見合った需要はあるのだろうか。小学生時代の記憶を呼び起こし、正直、いまさらクジラと言われても、という感もあるが先々、貴重な食資源となる可能性もあるだけに今後の行方は気になる。

新社長に河原﨑宏之氏

東海キヨスク

東海キヨスクは6月27日開催の定時株主総会で、代表取締役社長に河原﨑宏之氏を選任した。

河原﨑新社長は昭和52年、国鉄に入社。人事畑を中心にキャリアを重ね、関西支社長、静岡支社長を歴任。平成28年から3年間、東海道新幹線の車内販売やグリーン車におけるパーサー業務、弁当・サンドイッチの製造などを手掛けるジェイアール東海パッセンジャーズのトップとして指揮を執った。

河原﨑宏之（かわらさき ひろゆき）氏▽昭和29年11月21日生まれ（64歳）。昭和52年3月武蔵工業大学工学部卒業、同4月国鉄入社、昭和62年3月国鉄退職、同4月東海旅客鉄道入社、平成22年6月東海旅客鉄道執行役員関西支社長、平成26年6月常務執行役員静岡支社長、平成28年6月ジェイアール東海パッセンジャーズ代表取締役社長、令和元年6月東海キヨスク代表取締役社長

毎日あなたの食卓に

サクラ印 ハチミツ
製造元 加藤美蜂園本舗

きょうの業界天気図
即席みそ汁

はれ
4年連続市場拡大。成長市場に大手食品メーカーも注目。

きょうの主な内容
6～7 即席みそ汁特集
8 酒版

CHIMAY
Grande Réserve

味ひとすじ 永谷園
＼粉末だから／
アレンジ広がる

そうめんつゆ

焦がしみそチャーハン

ネギと豚肉の和風みそパスタ
※写真は調理例です。
詳しくは 永谷園 検索