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

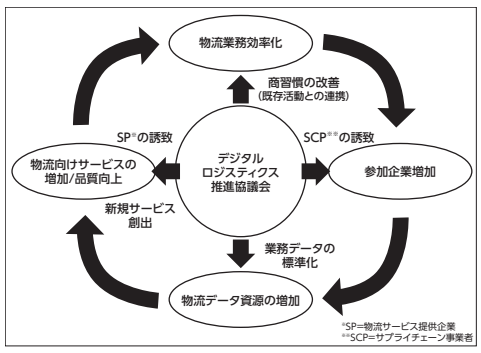
純粋ハチミツ
サクラ印
ハチミツ
株式会社 加藤美蜂園本舗
本社03－3875－1182

「デジタルロジスティクス推進協議会」設立

物流情報のデジタル化・標準化 企業間の共同利用へ検討開始

日本パレットレンタル（以下、JPR）は7月29日、サプライチェーン事業者各社と共同で「デジタルロジスティクス推進協議会」を設立した。協議会ではサプライチェーンの全体最適の実現と、社会への貢献を目的に、物流情報のデジタル化・標準化、企業間の共同利用に向けた検討を開始する。

参画企業（正会員、サプライチェーン事業者／50音順）は、旭食品、味の素、伊藤忠食品、エバラ物流、F－LINE、大塚倉庫、カゴメ、キッコーマン食品、キユーソー流通システム、キユーピー、鴻池運輸、資生堂、日清オイリオグループ、JPR、ハウス食品、Mizkan、三菱食品、ライオンなど。アドバイザー会員は日本加工食品卸協会。事務局はJPRが務める。



協議会では、物流業界のドライバー不足が深刻化する中で、サプライチェーンの各事業者が連携し、持続可能な物流の実現に向けて、企業・業界の垣根を越えてデータを利活用し、サプライチェーンの全体最適化につなげる。

協議会のビジョンは別図の通り。複数の部会を設け、各事業者の業務改善が見込める納品伝票情報のデジタル化・標準化・共同利用の検討・検証、実証実験を行う。

なお、事務局を務めるJPRはパレットの標準化・共同利用の促進、一貫パレチゼーションを通じて物流業界の効率化・最適化を進めるとともに、パレットに関する帳簿を電子化する新たな取り組みを行ってきた。

物流危機が深刻化する中において、自社のパレット移動データ（年間4千500万枚）を活用し、社会課題の解決に向けて、サプライチェーン事業者各社と協力し、「物流の全体最適化を促し続ける『心臓』になる」ことを掲げ、協議会事務局として「当社の物流情報の利活用に加え、パレットの標準化・共同利用で培ったノウハウを最大限に生かし、社会に貢献していく」とコメントした。

伊藤忠食品 1Q決算

連結営業益79％減 物流費増加が響く

伊藤忠食品の第1四半期連結は、売上高1千613億5千2百万円（前年同期比3・8％減）、営業利益1億6千万円（同79・4％減）、経常利益4億9千5百万円（同54％減）、当期利益3億5千3百万円（同52・7％減）となった。

組織小売業との取引深耕による効果は第2四半期から本格的に反映される見通しで、前年下期に一部取引した影響やビール・和洋酒の苦戦もあり、売上高は前年比3・8％のマイナス。利益面では物流費を除く販管費および一般管理費は改善したものの、減収による売上総利益の減少、物流費増加の影響で、営業利益79・4％減、経常利益54％減の大幅減益となった。

商品別の売上高は▽ビール395億円（12・8％減）▽和洋酒258億円（7・1％減）▽調味料・缶詰262億円（7・4％増）▽嗜好・飲料353億円（2・1％減）▽麺・乾物116億円（3・4％増）▽冷凍・チルド65億円（4・8％増）▽ギフト100億円（2・9％減）▽その他61億円（1・7％減）。

業態別売上高は▽卸売業218億円（3・8％減）▽百貨店66億円（3・1％増）▽スーパー985億円（3・9％減）▽CVS・ミニスーパー170億円（8％減）▽その他小売業98億円（2・1％減）▽その他74億円（1・6％減）。

なお、第2四半期、通期の連結業績予想は変更なし。通期連結は売上高7千億円（4・9％増）、営業利益47億円（16・3％増）、経常利益58億円（17・3％増）、当期利益40億円（20・9％増）。第2四半期までは減益だが、通期では増益を見込む。

「頻繁な制度変更」へ 消費者庁に見直し要望

産業食品センター

一般財団法人食品産業センターの村上秀徳理事長は7月30日、報道関係者連絡懇談会を開催し、食品産業をめぐる諸問題を説明した。

この中で食品添加物表示については、今年4月から「食品添加物表示制度」に関する検討会が開始され、毎月1回のペースで検討会が開催され、8月29日開催予定の第4回検討会で論点整理が行われる。これまでの議論報告書が公表され、アーモンドについて今後、推奨対象品目への追加を検討する必要性が示された。7月の部会でもクルミは義務表示化を視野に入れた検討、アーモンドは推奨品目への追加検討が課題として示された。

一方で、頻繁に繰り返される制度変更について「食品事業者は原料調達状況のチェックから始まり、表示ラベルの切替え、システム変更などの多大な負担を抱えるとともに、表示切替えのタイミングを図りかねる等複雑化する表示制度の対応に苦慮している」と指摘。繰り返して消費者庁に対し、頻繁な制度見直しは避けるべきとの要請を関係業界と連携して行っている旨も説明した。

アレルギー表示については、5月に消費者庁より「平成30年度食物アレルギーに関連する食品表示に関する調査研究事業報告書」が公表され、アーモンドについて今後、推奨対象品目への追加を検討している甘味料など用途名併記についてどう考えるか③無添加、不使用表記についてどう考えるかなどが論点になるが、食品産業センターとしては毎回提出している意見書を踏まえ、事業者の実態や現行制度の検証も行い、慎重な議論が行われるよう取り組んでいく方針。

雑誌タイアップ商品増加

表紙そのままパッケージに

雑誌とタイアップした商品が多かったが、今後こうした商品開発手法が増える可能性も大きい。

ハチ食品（大阪市西淀川区）は今秋、料理雑誌「レタスクラブ」とコラボしたレトルトカレー2品（「炭火焼チキンカレー＝写真㊤」「月見つくねカレー」）、フレークタイプの「カレールー」、シールド乳酸菌・食物繊維を配合した「カレー粉」を新発売する。レタスクラブが監修を行い家族でカレーメニューを楽しめる商品とした。

同社は昨年春に旅行情報誌「るるぶ」とタイアップしたレトルトカレー4品を発売している。人気の観光地である北海道、京都、福岡、沖縄をイメージした商品で、比較的高額の設定だが大手量販で採用されたほか、空港売店など土産物ルートなどでも採用され新たな販路獲得にもつながった。

また、エム・シーシー食品（神戸市東灘区）はイタリア料理店などで配布されるフリーマガジン「イタリア好き」とタイアップしたパスタソースを新発売する。

「カルメラマンマ」が作ったパスタソース トマトソース＝同㊤」「リーナマンマ」が作ったパスタソース マグロのラグーソース」「ランチェスカママ」が作ったパスタソース キャベツとサルシッチャのソース」の3品。本場イタリアの母親の味を再現したパスタソースでエキス類、化学調味料は不使用。カンパニーア州、シチリア州、ウンブリア州といったイタリアの郷土の味をテーマとしている。

きょうの業界天気図 ソース

小雨

縮小基調も新価値提案活発。メニュー訴求強化で需要喚起。

きょうの主な内容
5 食品添加物特集
6～7 ソース特集

「ヤクルト」海外展開

39の国と地域に拡大

ヤクルト本社

ヤクルト本社が海外展開を加速させている。7月から全米での販売に向け順次販売エリアを拡大したのに続き、8月1日からミャンマーでの販売を開始した。昨年4月にはアラブ首長国連邦（UAE）での販売も開始しており、日本を除く販売エリアは39の国と地域に拡大してきた。同社は現在、2020年度を目標とする「Yakult Vision 2020」（2011～2020年度）の「第3フェーズ計画」（2017～2020年度）を進行中で、2020年度の海外販売本数（1日当たりの平均）3千300万本（16年度比約18％増）を目標に掲げている。

●ミャンマー

ヤンゴン等で販売開始

ヤクルト本社は8月1日から、海外子会社のミャンマーヤクルトを通じ、ミャンマー連邦共和国で乳酸菌飲料「ヤクルト」の販売を開始した。同国の最大都市であるヤンゴン市とその周辺エリアを対象に、店頭と宅配により「ヤクルト」単品（80㎖、約21円）と5本パック（80㎖×5、約105円）を販売する。今年8月から12月までの販売目標は1万8千530本（1日当たりの平均）。

ミャンマーヤクルトは、2016年4月の設立後、ヤンゴン市郊外のティラワ経済特別区に工場を建設し、製造販売開始に向け準備を進めてきたが、このほど工場が完成。販売準備が整ったことから販売を開始するもの。ヤンゴン市とその周辺での販売状況に応じ、順次、販売エリアを拡大していく予定。

●米国

販売エリアを全土に

アメリカ合衆国では、100％子会社のアメリカヤクルトにより、販売エリアを順次、米国全土に拡大する。

アメリカでは、カリフォルニア州で本格販売を開始し、順次販売エリアを拡大、現在は34万1千322本（1日当たりの平均販売本数／2018年）を販売しているが、今般、米国東部での営業を開始したことから、販売対象エリアを米国全土に拡大し、米国でのさらなる実績向上につなげていく狙い。

販売対象品目は「ヤクルト」と「ヤクルトライト」の5本パック（80㎖×5）で、販売価格は2・99㌦（約322円／6月末レート）。スーパーマーケットなど店頭での販売となる。

逆光線

明治安田生命のアンケート調査によると、今年の夏休みに使うお金の平均額は6万8千71円と、調査開始以来の最低額になった。秋の消費増税や、GW10連休などの影響で家計の節約意識が高まり、今年は「節約の夏」になると予想している▼使うお金を減らす理由は、年金問題など将来不安から貯蓄嗜好が高まり、特に20代や30代女性では4割以上が預貯金に回すためと回答した。また、「消費増税が控えているため」との回答は全体の29・6％と約3割を占め、秋冬シーズンに向けた消費の行方は大きな課題となりそうだ▼10月の消費増税まで残り2か月。キャッシュレスへの対応や軽減税率への準備作業が急ピッチで進められているが、国の補助事業への中小小売店の申請は遅れている。複雑な制度設計に加え、クレジット決済事業者を通じた手続きに時間がかかることや、システム投資への不安もあるようだ▼飲食料品は軽減税率対象だが、増税後のキャッシュレス決済の5％ポイント還元をめぐり、大手スーパーと中小小売店の熾烈な価格競争も予想される。増税前の駆け込み消費にも影響を与えるのは必至で、先の読めない状況に業界の危機感は高まっている。

CHIMAY
Pères Trappistes

自然を、おいしく、楽しく。KAGOME

血圧も、
血中コレステロールも、
あきらめない。

カゴメトマトジュース 届出番号 B417 食塩無添加 720mlペットボトル、200ml紙容器
カゴメトマトジュースのお問い合わせはこちらから。 カゴメお客様相談センター 9:00～17:00（土日祝日を除く） 0120-401-831
機能性表示食品
特定保健用食品と異なり、消費者庁長官による個別審査を受けたものではありません。
［届出表示］本品にはリコピンとGABAが含まれます。リコピンには血中HDL（善玉）コレステロールを増やす機能が、GABAには血圧が高めの方の血圧を下げる機能があることが報告されています。血中コレステロールが気になる方や血圧が高めの方にお勧めです。
○疾病の診断、治療、予防を目的としたものではありません。 ○食生活は、主食、主菜、副菜を基本に、食事のバランスを。