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

「イオン東北」誕生で

三つ巴の激戦区に

東北小売

マックスバリュ東北とイオンリテール東北カンパニーによる新会社「イオン東北」が来年3月1日、店舗数157店、売上高2千億円規模で誕生する。東北エリアは、南東北を地盤とするヨークベニマル、北東北を地盤とするアークスグループ（ユニバース、ベルジョイス）がしのぎを削っているが、イオン東北の誕生により三つ巴の激戦区となる見通しだ。

新会社は、株式交換でMV東北がイオンの完全子会社となり、会社分割によりイオンリテール東北カンパニーの食品・日用雑貨部門とデベロッパー部門を承継する形。本社機能は秋田市に置く。これに伴い、MV東北は来年2月27日に上場廃止となる予定。

イオンリテールから分割するのは、同社東北カンパニー59店舗（その他テナント出店するリカー売場20店、出店予定2店)が有する事業(食品、デイリーコンビニエンス事業）と29店が有する事業（ディベロッパー事業）。分割する事業の前期売上高は1千6億7千6百万円（イオンリテール社内管理損益計算書に基づく数値）。

今回の再編はイオングループSM改革の一環。新会社は出店戦略の推進と物流網の効率化に向け、東北地域における各県の市場規模や人口動態を加味した上で重点出店エリアを定め、新規出店を加速し、新規顧客の獲得につなげること、老朽した既存店舗の活性化を実施し、店舗売上げの底上げを図ること、新たなプロセスセンターの設置を含む東北エリアにおける製造・物流施設網を最適化し、鮮度向上による商品力の強化につなげることなどを進めていく考え。

規模拡大によるスケールメリットとして、帳合統合による原価低減や独自商品の開発による利益率改善、規模拡大による販促コスト削減や媒体の共有化、重複業務・機能の統廃合によるオペレーションコストの低減なども見込む。

東北地域は、少子高齢化に伴う人口減と個人消費の停滞が長期化するとともに、生活防衛志向や節約志向が継続。競合他社との価格競争に加え、業種・業態を超えた競争も激化するなど、全国的にみても特に厳しい状況が続くエリア。

これまで、福島県（77店）、宮城県（59店）、山形県（21店）で157店を展開するヨークベニマル（関東地区68店を含む売上高4千372億円）と、青森県（39店）、秋田県（1店）、岩手県（68店）、宮城県（7店）で115店を展開するアークスグループ（東北地区売上高2千41億円）が宮城県を境にエリアNo.1を争ってきたが、東北6県に店舗展開するイオン東北の登場により三つ巴の構図となる。

世界の海苔を…
世界の人々に
―国際海苔問屋、技術と信頼の―
株式会社ヤマコ
本社　〒446-0061
愛知県安城市[illegible]119番地の1
TEL (0566)76-7611　FAX (0566)76-7788
中国
連雲港[illegible]有限公司
TEL 0518-2340617　FAX 0518-2340617

きょうの業界天気図

冬の漬物

くもり

浅漬販売はやや低調。らっきょうはコスト上昇で値上げ局面。

きょうの主な内容
6～9　冬の漬物特集
10　機械・資材版

イオン

メーカーなど21社と協働

2030年食品廃棄物半減を

10X20X30
食品廃棄物削減イニシアティブ
AEON
2030年までに食品廃棄物を半減
AEON

イオンは11日、世界各地の小売企業などとともに参画する「10×20×30　食品廃棄物削減　イニシアティブ」の日本プロジェクトを国内の食品メーカーなど21社とともに始動した＝写真。イオンと21社が一体となり、2030年までに食品廃棄物の半減という目標に取り組む。

「10×20×30　食品廃棄物削減　イニシアティブ」は、地球環境と開発に関する政策研究・技術開発を行う米国のシンクタンク「World Resources Institute」（WRI）呼びかけのもと、サプライチェーン全体で食品廃棄物の半減を目指す取り組み。

「10×20×30」は、世界の大手小売業（ウォルマート、テスコ、カルフール、メトロ等）など10社が、それぞれ20社のサプライヤーとともに、2030年までに主要サプライヤーの食品廃棄物の半減に取り組むということを表したものだが、「（特定の）企業の優位性を保つためのものではなく、世界を変えるための取り組みと理解している」（三宅香イオン執行役環境・社会貢献・PR・IR担当）としており、将来的には「10×20×30」の枠組みにとらわれず、成功事例の情報開示などを通し、サプライチェーン全体に波及させることも視野に入れる。

イオンは17年、食品廃棄物削減目標を掲げ、SDGsの目標を5年前倒しした2025年までに半減することを目指しグループ全体で取り組んでいるが、今回の枠組みでは「いち企業でできることには限りがあり、バリューチェーンの相互連携が必要」（キユーピー）というように、食品にかかわるすべての産業が連携し、サプライチェーン全体として取り組む。

日本を中心とするアジア先進工業地域での食品廃棄物の発生割合（2011年のFAOデータをWRIが分析）は、流通段階11%、加工段階2%に対し、消費段階が46%とほぼ半分、取扱・貯蔵段階23%、一次生産段階17%などとなっていることから、「FARM to FORK（ファーム トゥ フォーク）」というように、川上（農地）、川下（食卓）を含めた全体最適の取り組みも進める。

具体的な取り組みについては今後、検討するとしており、来年1月以降、ワークショップやサプライヤーに対するQ&Aセッション、小売10社とのミーティングなどを進める考え。

参加企業は、味の素、イオンアグリ創造、イオンフードサプライ、伊藤園、イトウフレッシュサラダ、加藤産業、キッコーマン食品、キユーピー、キリンホールディングス、サントリーホールディングス、敷島製パン、ニチレイフーズ、日清食品、日清フーズ、日本水産、日本デリカフレッシュ、ひかり味噌、ベジテック、森永乳業、ロッテ、山崎製パン

隆祥房
鶏つくねで
時短
餃子鍋

大塚製薬　新社長に井上眞副社長

井上氏

大塚ホールディングスとその子会社である大塚製薬は、9日開催した大塚製薬、11日開催した大塚ホールディングスの取締役会で、大塚製薬の井上眞現取締役副社長の代表取締役社長就任を決めた。樋口達夫現代表取締役社長は代表取締役会長に就任し、大塚ホールディングス代表取締役社長兼CEOを兼任する。この人事は来年3月10日開催の大塚製薬の株主総会およびその後の取締役会で正式に決定される予定。

井上氏は1983年4月入社後、08年執行役員診断事業部事業部長、09年常務執行役員医薬品事業部副事業部長、15年専務執行役員ニュートラシューティカルズ事業部事業部長、同年取締役、17年常務取締役ニュートラシューティカルズ事業担当、17年デイヤフーズ取締役（現任）、18年専務取締役ニュートラシューティカルズ事業担当、同年ナルドベルSAS取締役会長（現任）、19年取締役副社長（現任）など歴任。1958年8月9日生まれ、61歳、大阪府出身、長崎県立国際経済大学（現長崎県立大学）経済学部卒業。

アジアの食品流通事情

食品輸出実務と実践塾　⑥

グローバルセールス

山崎　次郎氏

食品輸出の布石のために

マクロ情報を知っておく

食品を輸出するには食品輸出に関するマクロ情報を知っておく必要がある。どんな商品がどれくらいどんな国に輸出されているのか。どの国なら自社の商品を輸出するのに可能性があるのか。過去からどのように輸出金額が増加しているのか。国の輸出目標はいくらなのか。食品を輸出するにはどんな規制が存在し、行政は一体どんな支援をしてくれていて、どこに問い合わせればいろいろ教えてもらえるのか。

食品輸出金額は農林水産省が毎年実績を発表している。「2018年の輸出実績は9千68億円。前年比12・4%増加。2019年の目標1兆円」と書かれている。国別の輸出金額実績では「1位香港、2位中国、3位米国、4位台湾、5位韓国、6位ベトナム、7位タイ、8位シンガポール、9位フィリピン、10位オーストラリア」。

品目別輸出では、一部その他商品を除き「加工食品3千527億円、畜産品659億円、農産物1千474億円、水産物3千31億円」。加工食品より生鮮品のほうが多く輸出されている。加工商品の輸出金額はあまり伸びず、生鮮品が伸びている。行政による支援は農林水産畜産事業者向けの支援が充実していると言えるが、加工食品メーカーによる海外販路開拓の取り組みが充分行われていないという側面もある。

農林水産省が20年のあるべき姿1兆円を発表した当初の数値は「加工食品5千600億円、畜産品250億円、農産物550億円、水産物3千500億円」だった。12年の「加工食品1千430億円、畜産品50億円、農産物130億円、水産物1千700億円」と比較すると、この6年で輸出金額の伸びは全体で2・0倍だが、「加工食品2・5倍、畜産品13・2倍、農産物11・3倍、水産物1・8倍」。畜産物と農産物が大きく伸びて1兆円の目標を達成しそうだ。しかし加工食品の輸出金額は2・5倍になっただけである。

三井物産戦略研究所が5年前に発表した〈世界主要国の食品製造業概況〉では「世界の主要73ヶ国の食品メーカーは年間約683兆円出荷して約106兆円（15・5%）を輸出している」、そして「日本の食品メーカーは約36兆円出荷して0・4兆円（1・4%）だけ輸出している」とあった。もし日本の食品メーカーが世界平均の15・5%を輸出できれば加工食品だけで年5・6兆円輸出できたということだ。

国の加工食品の20年輸出目標は5千600億円で、加工食品メーカーの輸出平均からの理論値は5・6兆円なのに、日本の食品メーカーは3千527億円しか輸出できていないのが現状だ。

島国で不利な状況とはいえ、10倍以上輸出を狙える可能性はある。要は取り組みが充分ではないのだ。この一番の原因は「多くの食品メーカーの食品添加物のグローバル対応が遅れている」ことであり、二番目は「多くの食品メーカーの賞味期限のグローバル対応が遅れている」ことだとこれまでの経験から言える。

行政が必死にマッチング支援をしているのに、食品メーカーがこの支援を取り込めていない。世界どこでも売れる商品を商品開発してから売ればよいのに、日本向け商品を海外に売りつけようとしている。そのため添加物規制にも引っ掛かり輸出金額が伸びていない。添加物については厳しく決まりを運用していない国もあり、特例基準で同一商品を一定個数までは輸入できたりする国もある。正式な検査や書類を経ないで裏ルートで輸入して販売している会社も現地にはある。

日本で売っている食品を、そのまま添加物調査なしで輸入できるのは、食品添加物の基準の運用が厳しくない「香港・シンガポール・マレーシア・カンボジア」くらいである。これらの国は例外基準があるため裏面表示の確認だけで、一部認められていない食品添加物を使用してさえいなければ輸入できるのである。

しかしそれは特殊な話で、通常の食品輸出は添加物のグローバル対応が必要となる。

（つづく）

逆光線

まさかと思ったが冬もタピオカミルクティーを販売しているではないか。勝手に夏季限定だと思っていたら近所に新たに1店舗オープンした。これで自宅の最寄り駅周辺に専門店が7店。このペースだとあと3年で〝足立区タピオカ町〟に住所が変わりそうだ▼詳しい人に聞くと海外では「バブルティー」と呼ばれ10年前から流行していた様子。それが遅ればせながら日本に上陸したということらしい。「いずれ終わるよ」という声もあるが、新規オープンした店舗は雨でも長蛇の列ができていた。そこまでしても飲みたくなる魅力があるのだろう▼恩恵を受けているのが黒糖関連。メニューを見ると〝黒糖タピオカ入り〟が10種類くらいある。黒糖の粉末や黒糖蜜などを風味付けや甘さにコクを与えるために使用している▼今年はいわゆる甘味原料（砂糖や異性化糖など大別4種）が、消費調査で初めて全種類がマイナスだった。ほぼ30年、総甘味需要は前年維持だったが台風被害など消費が停滞した証拠だろう。雨でも並んで飲みたいタピオカを除いては、ということになる。

“しょうが”を食卓に…
国産生姜使用
新がり®
お寿司、サラダやカルパッチョにも
紅しょうが®
天ぷらや料理の彩りに
紅生姜 丸樽入り
お好みの厚さにスライスして
遠藤食品株式会社
本社／栃木県佐野市下彦間町697　TEL.0283-65-1111
東京営業所　東京都中央区日本橋小舟町9-5 エンドービル3F
TEL.03-5649-7155 https://www.endo-foods.co.jp
全国鮨組合指定商社です
弊社の商標登録商品です
●新がり　(登録番号)2581751
●新がり完成品　(登録番号)0773567
本社工場認証取得

新鮮な野菜の美味しさを食卓に
たたきごぼう　ごぼうと昆布　塩だし生姜
フード・アクション・ニッポンアワード(中食部門)2019特別賞!
フード・アクション・ニッポンアワード2018特別賞!
漬物グランプリ2019グランプリ受賞!
ISO22000認証取得
株式会社すが野
栃木県下都賀郡壬生町大字壬生甲 3127
TEL 0282 (82) 0074