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 2020
THE JAPAN FOOD NEWS
購読料 半年33,346円

岐路の2歩手前

今年の砂糖

砂糖の〝負担金〟不満も過去最高

3年で1工場分の需要消失

砂糖消費（主に白糖）はここ3年度でも約9万2千tの減少（年間消費1833万t）となり、総需要の5%に相当する需要が消失した。これは中規模製糖工場1つ分とも指摘されている。平成30年間でも約3割の砂糖消費が減り、業界は統合再編を繰り返してきた。一方で、砂糖には国産糖（北海道のビート、沖縄・鹿児島のさとうきび）の保護財源（調整金）が毎年約500億円課せられて売価に反映。これが他の甘味原料に価格競争で負ける原因と指摘している。消費量が減るほどに負担率は高まるため、業界不満も過去最高。嵐の再編期に再び向かうか踏みとどまるか。岐路の2歩手前ぐらいに差し掛かっている。

基礎調味料はだいたい減少をたどっているが、特に塩、砂糖は健康志向やネガティブイメージ、誤解も絡んで減少幅は大きい。また、食品市場の隅々にまで浸透しているため人口減少の影響を直接的に受けてしまう。塩はなるべく摂らない方向に向かうが、砂糖は甘みを出すためには使わざるを得ない。そこで代替甘味料が平成時代に台頭してきた。平成30年間で砂糖消費が26～28%減ったのに対し、異性化糖は15%増、加糖調製品（海外で砂糖を混ぜた二次原料）は5倍増となった。

この推移を受けて、特に加糖調製品に対しては砂糖と同じく国産糖の保護財源である「調整金」を課すべきだと砂糖業界は政府へ訴えてきた。それが長い時を経て、一昨年のTPP11の交渉過程で実現。しかし、限定的で砂糖の価格競争力を取り戻すほどの効果はなかった。また、いわゆる高甘味度甘味料の調整金負担はない。異性化糖は一部負担しているが、砂糖に比較すると軽め。

砂糖業界としては「国産糖の保護」は〝国策〟なのに、なぜ砂糖だけが年間500億円の負担金を背負わなければならないのか。日本の食料自給率37%（カロリーベース）のうち、約7%は砂糖類。それを支えているのが「調整金」だ。しかし、国内の砂糖消費量は減少し、負担率は高まる。どう見ても負のスパイラルにカラダ半分ぐらい巻き込まれているが、改善される気配も見えない。今年もさらに消費量が減るようならば制度破綻を含めた岐路にますます近づくことになる。

一方で、今年は東京五輪も開催され、業界の啓発活動「シュガーチャージ」（砂糖でエネルギー補給）で少しでも砂糖に対する誤解を払しょくしどんどん減っていくため喜一憂を繰り返しそうなオリンピックイヤーがスタートした。

フジが広島のニチエーを子会社化

中四国小売業界 ローカルSM巡り陣取合戦

中四国地方の小売業界でスーパーマーケット（SM）の再編が加速し11月にはイズミ（広島市）が香川県のスーパー、マルヨシセンターと資本業務提携した。フジはイオン、イズミはセブン&アイ・ホールディングスとの関係をそれぞれ強化しており、中四国のローカルスーパーをめぐる大手グループの陣取り合戦の様相を呈している。

フジはニチエーの会社分割により新設する新会社の全株式を取得、完全子会社とする。ニチエーは1962年に設立、広島県東部を中心に11店舗を展開しており、19年5月期の売上高は90億円。フジは広島県東部に大型店3店舗を展開しているが、SMは県西部が中心で東部は手薄だった。このほかにもフジでは昨年閉店した広島県呉市の三和ストアーからSM3店舗を引き継ぎ、子会社のフジマートが運営している。

一方のイズミは昨年11月に、四国3県（香川、愛媛、徳島）でスーパー36店を運営するマルヨシセンターと提携、四国では15年にも徳島県のディリーマートと提携している。

域外から進攻を続けるドラッグストアやディスカウントストアとの競争、人口減によるマーケットの縮小、さらに増税以降の消費の冷え込みも追い打ちをかけ、ローカルチェーンが単独で生き残るのがより困難になっている。今回の子会社化にもこうした市場環境が背景にある。

昨年、イオンがフジの筆頭株主となり、フジはマックスバリュ西日本の株を取得。一方でイズミは旧イトーヨーカ堂福山店を引き継ぎ、ゆめタウン福山として開業した。大手ナショナルチェーン2強と関係を強める有力リージョナルチェーン2社が、ローカルSMをグループ化しながら勢力を広げる構図となってきた。

中四国に拠点を置くメーカーの支店長は「四国では立て続けに何かが起こっている。まだまだ続くだろう」と話す。

なお、イズミは今年2月にニチリウグループを脱退し、セブンプレミアムの導入を進める方針を示している。今回、フジの傘下に入ったニチエーもニチリウグループに加盟しており、今後の動向は不明だが、PB商品においても2強を中心とした競争が強まる気配だ。

食品特許と海外進出に切り込む

三枝国際特許事務所と共催セミナー

食品新聞社と三枝国際特許事務所の共催セミナーを31日、TKP東京駅セントラルカンファレンスセンターで開催する。海外業務に特化したスペシャリストとして30年の経験を持つ山崎次郎氏、三枝国際特許事務所東京オフィスの斎藤健治氏が講師を務め、「海外進出と特許で見る食品業界のこれから」をテーマに講演。また、専門家の本音に切り込んでいく。

【詳細】日時＝1月31日（金）、13時30分～17時20分▽会場＝TKP東京駅セントラルカンファレンスセンター11B▽参加費＝無料▽申し込み＝三枝国際特許事務所HPまで。

＜食品新聞社＞

アジアの食品流通事情 ⑬

食品輸出実務と実践塾

グローバルセールス
山崎次郎社長

世界に食品を売るための添加物対応

食品を世界で広く売るには、食品添加物のグローバル対応をしておく必要がある。

営業先は国内の食品輸出商社か海外のディストリビューターとなるが、国内で大手食品輸出商社に営業する際には、どんな商品でも商品登録前に使用添加物を確認される。日本と海外は使用できる食品添加物が異なるため、事前に食品添加物の確認を受けるわけである。その上でどの国に輸出できるのか確定されるわけである。

そのため、商品仕様書の原材料情報、具体的な食品添加物名の提出、製造工程表の提出も義務付けられる。商品の輸出入は「HSコード」によって管理される。商品名称コードシステム（Harmonized Commodity Description and Coding System）に関する国際条約（HS条約）に基づいて定められた番号である。この番号を確定するには製造工程の情報が必要なのである。

そのため原材料成分と製造工程は、英語で作成しておくと輸出の話が早く進む。しかし国内食品メーカーには、自社がどんな食品添加物を使用しているか知らない方も多い。食品添加物メーカーや添加物卸から原料を仕入れ、その際に一括表示で使用する表示を教えてもらう食品メーカーが多いからだ。

食品添加物の輸出入はINS番号で管理されることが多い。

INS番号について説明するには、Codex Alimentarius（コーデックス規格）から説明する必要がある。

Codexは世界で唯一通用する食品規格。1962年国連食糧農業機関（FAO）と世界保健機関（WHO）で国際的な食品規格をつくることが決まり、策定された。正式にはラテン語で食品規格を意味する「コーデックス・アリメンタリウス」である。

INS番号（ISN№）とは、CODEXの食品添加物の国際番号システム（International Numbering System for Food Additives）のである。また、日本は主要国の中で国が認めている食品添加物が一番多いことだ。食品を輸出する際には、食品添加物をI NS番号で管理する傾向にある。

EUや米国に輸出する場合は、EU式のE番号や米国式のCFR番号を求められることもあるが、少なくとも使用している食品添加物のINS番号を知っておく必要がある。

世界の多くの国で使用が認められている着色料は、INS番号では何番かを調べる。

また、欧米では食品添加物や香料は分けて管理されている。欧米に輸出したいと考えるならEU式の「EU FL番号」や米国式の「CAS番号」で管理され、使用が認められている香料を使って商品開発を進めたい。

日本と海外では、使用できる食品添加物が異なることはできないのである。

海外のディストリビューターや小売や飲食チェーンからの説明は、食品添加物メーカーが海外攻略のキモとなる。

多くのディストリビューターから「なぜ、日本の行政は添加物教育や販売期限教育をしないでマッチング支援ばかりしているのか？山崎に教育してもらいたい」。そう何度も言われてきた。イオン在社時には行政の依頼によるヒアリングで何度もこの話をしたが、何ら対応いただけなかった。

さて、具体的にどうすれば良いのか、という話だが、主要国で使用が認められている食品添加物を使って商品開発をすれば良いだけである。そんな食品添加物の海外対応をするための「食品添加物グローバル対応ガイドライン」を食品メーカー・食品卸向けに当社は作成をしている。

もっと具体的に学びたい方は『食品輸出実務と実践塾』への参加をご検討いただきたい。2020年4月から食品新聞社さまと共同開催する予定である。（つづく）

逆光線

近年の発酵食品ブームもあり、家でぬか漬けをつくる人が増えている。ぬかるぬか床メーカーもある。簡便なぬか床で捨て漬け不要のぬか床製品が市場に増えているが、「やはり捨て漬けは必要。捨て漬けによって発酵が促され、味や香りが増す」という。〝ぬか漬けデビュー〟した後、本格的なぬか漬けに移行するのもアリか▼ぬか漬けは乳酸菌を豊富に含み、悪玉菌の繁殖を抑えて腸内環境を整える効果が期待できる。腸の働きを改善することで風邪や感染症予防にも役立ちそう。ぬか漬けの再評価により、家庭ではなかなかつくれない、プロの高度な技術が必要とされる漬物に目が向くことも期待される。

床を毎日かき混ぜる手間やにおいの問題から敬遠され、徐々に食卓から姿を消しつつあった毎日家製ぬか漬けだが数年前に簡便なぬか床製品が発売されると味や香りはもちろん美容、健康面からも注目されている▼捨て漬けや毎日のかき混ぜが不要なぬか床製品は、ぬか漬けづくりのハードルをぐっと下げ、健康や美容面で興味を持っていた人が気軽に始められるようになった▼

Bull-Dog
ソースはやっぱり
ブルドック

きょうの業界天気図
新春砂糖

＜もりところどころはれ
消費減で調整金負担の不満高まる。東京五輪で盛り返し期待。
きょうの主な内容
4～7 中四国新春特集
9～16 新春砂糖特集
＜別建て＞

CHIMAY
Pères Trappistes

初土 塩昆布茶
小さな幸せの味わい
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

愛は食卓にある。kewpie 101 years

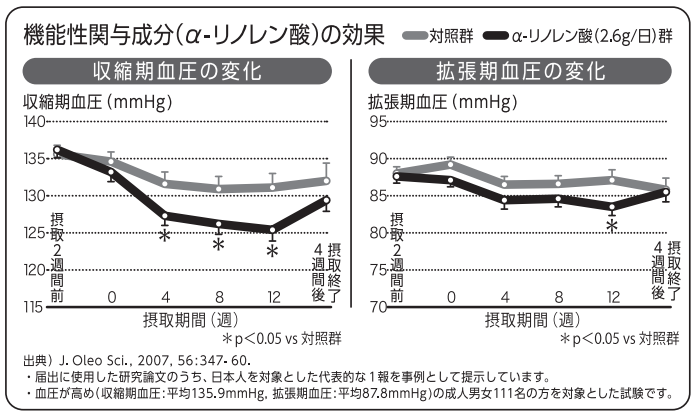
血圧が高めの方のマヨネーズ。

「キユーピーアマニ油マヨネーズ」は、血圧が高めの方に適した機能があるα－リノレン酸を多く含むアマニ油を使用しています。15g（約大さじ1杯）でα－リノレン酸2.6gを摂ることができます。1日大さじ1杯、旬の野菜といっしょにお試しください。

機能のポイント α-リノレン酸を1日2.6g摂取すると、血圧が高めの方に適した機能があることが報告されています。

おいしさのポイント キユーピー独自の抗酸化技術で、マヨネーズが本来持つ“コクのあるおいしさ”を実現しています。

●酸素コントロール技術により、製造工程中の酸素を低減
●酸素バリア性の高い包材（酸素吸収ボトル）を使用
＊これらの技術により、酸化しやすいアマニ油を高含量配合（製品中30%）してもマヨネーズ本来のおいしさがしっかりと味わえます。



出典）J. Oleo Sci., 2007, 56:347-60.
・届出に使用した研究論文のうち、日本人を対象とした代表的な1報を事例として提示しています。
・血圧が高め（収縮期血圧：平均135.9mmHg, 拡張期血圧：平均87.8mmHg）の成人男女111名の方を対象とした試験です。

キユーピー 機能性表示食品
アマニ油マヨネーズ
https://www.kewpie.co.jp/amani/

機能性表示食品／届出表示 本品にはα－リノレン酸が含まれます。α－リノレン酸には血圧が高めの方に適した機能があることが報告されています。本品は、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。本品は、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。