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

Bull-Dog
ソースはやっぱり
ブルドック

きょうの主な内容

「健翔、だし商品2アイテム発売」（九州版　5面）
「内食回帰などで利用拡大」（パスタ特集　6～8面）

三井製糖 経営統合で合意 大日本明治製糖

日本甜菜製糖とも資本業務提携

製糖再編に突入か。シェアナンバー1の三井製糖と三菱系の大日本明治製糖は25日、両社の取締役会で経営統合に合意したと発表した。さらに北海道のビートメーカーである日本甜菜製糖も両2社の持ち株会社と資本業務提携の協議を開始することで合意。砂糖市場は消費減が続く中で〝次の再編期〟も話題に出てくる段階だったが、いきなりクライマックス級の統合話が飛び出した。

製糖再編の狼煙か

まず三井製糖（連結売上高1千52億円）と大日本明治製糖（単体売上高334億円、以下DM）は今年9月末に経営統合に関する最終契約を締結。10月から来年3月にかけて協議を進め、2021年4月1日予定で統合完了を目指す。日本甜菜製糖（連結売上高580億円）との資本業務提携は、上記2社の経営統合の進捗を見ながら別途実施していく（日甜の約10％の株式を取得予定。日甜も三井製糖とDMの持ち株会社の同等価の株式を取得予定）。三井製糖とDMは持ち株会社を作るが、名称、代表者、役員その他の基本事項や統合比率は協議のうえ決定する。

三井製糖とDMは「対等の精神」に即り、経営統合を通じて人材や資金などの経営資源を集中し再配分することで、業務管理の効率化、グループ経営の深化を推進。研究開発や成長分野へのポートフォリオ配分の強化で堅固な収益基盤と成長性を併せ持つ企業に飛躍することを目指す――としている。

今回、どちらから持ち込まれた話なのかについては両社とも「自然に」と同じコメント。注目の生産集約などについては何も決まっていないとのこと。とりあえず経営統合について合意し、効果や効率化（配送、生産）は「統合検討委員会」などを通じて議論を深めていくようだ。

3社合計で売上高約2千億円（1千967億円・前期合算）の巨大な製糖ネットワークが構築されることになる。

これまで製糖業界（主に白糖）は平成元年に18社22工場（20工場の認識もあり）だったものが、平成終わりには13社12工場に統廃合。この間、年間砂糖消費量は平成元年の257万tから平成30年の189万tまで約26％減少した。巨大な装置産業であるため稼働率が低下して追い込まれる前に先手を打つように再編を繰り返してきた。

三井製糖も平成13年に新名糖と、平成17年に台糖、ケイ・エスと合併して現在に至る。DMも平成8年に大日本製糖と明治製糖が合併してできた会社だ。

ただ、令和時代も砂糖消費の減少は続き、平成終わりから令和に入る3年度分でも総需要の約5％（9万2千t）の需要が消失した。これは中規模製糖工場一つ分とも言われており、さらに年間の消費量が170万t台に突入すると現稼働の製糖工場一つは不要になるという指摘もある。

今回の統合は生産技術、コスト管理、物流・原料調達力の向上などを狙いとしているが、稼働率低下など、いざという時の大きな保険を手に入れたとも言える。

また、北海道のビート工場はこれまで、ホクレン、北海道糖業（三井製糖子会社）、日本甜菜製糖と3社体制だったが、その内の2社はこれから親戚となる見込み。

まだ合意の発表だけで具体的な中身については公表されていないが、砂糖消費の減少が続く中で先手を打った3社と、これを受けて他の製糖会社の動向が注目されることになった。

イオン藤井寺ショッピングセンターに導入されたPPAモデル

イオン初、再生可能エネルギー100％使用の店舗

2施設で運用開始

イオンは24日、2つの商業施設でイオン初となる使用電力の100％を再生可能エネルギーで賄う店舗として運営開始すると発表した。

対象2施設は、3月28日に開店するイオンスタイル海老江と19年9月からイオン藤井寺ショッピングセンター（SC）。

イオン藤井寺SCではPPAモデルを導入して太陽光発電電力を自家消費する。

PPAモデルとは「Power Purchase Agreement（電力販売契約）モデル」の略で、PPA事業者が電力需要家の敷地や屋根等を借り太陽光発電システムを設置し、そこで発電した電力を需要家に販売する事業モデルとなる。

イオン藤井寺SCでは、一般家庭の年間約30世帯分の使用量に相当するクリーンな電力を発電し、この電力を施設の使用電力の一部とすることで、再生可能エネルギー活用の拡大に取り組んでいく。

太陽光発電で不足する電力は、関西電力の「再エネECOプラン」により再生可能エネルギーを調達する。イオンスタイル海老江でも同プランにより再生可能エネルギー由来のCO_2フリーの電気を使用できる。

スーパーで世界初の実証実験も

加えてイオンスタイル海老江では、イオンリテール、関西電力、オプテージ、神戸大学、日建設計総合研究所の産学5社が、スーパーでは世界初となる「入流等のデータとAIを活用した空調エネルギー削減システム」の実証実験を開始する。

同実験は、施設内に温度計などのセンサを設置して、人流・動線・温湿度・CO_2濃度などのセンシングデータを収集・蓄積し、AIを活用してスマート空調制御や先端的なサービスの提供を実施するもの。

スマート空調制御では①外気の導入・遮断②空気の再利用③人の粗密による風向・風量制御に関してAIを活用した最適な空調自動制御を実施し、その省エネ効果を実証する。

先端的なサービスとしては、安全・安心な店舗、待ち行列の解消、高度なマーケティングに資するソリューションを提供し、その実効性の検証を行う。

供給量が回復

輸入品、攻勢強める

国内パスタ市場

19年（1～12月）のドライパスタ国内供給量は約28万5千t（前年比4・5％増）と、5年間で最大の数量にまで回復した。20年1月も前年を5％以上上回っている。昨年2月の日欧EPAの発効やCIF価格の下落によりイタリア産の輸入が増えるなど輸入パスタの伸びが著しい。今年の1月も輸入品は約7％増と好調ぶりをみせている。一方、国産パスタも昨年は4％近く伸びた。また、2月からは新型コロナウイルスの感染拡大で先行きを案じた消費者による買い占めが急増し、一時的に欠品する店舗も増えている。

ニーズ汲んで国産も健闘

19年のドライパスタ国内供給量は28万4千953tで4・5％増となった。4％近く減少した前年から増転し、17年の水準に戻った。過去5年間で最大の供給量で、10年間では11年の29万4千t、12年の約29万t、14年の28万7千tに次ぐものとなった。

日本パスタ協会加盟の国産メーカー8社の生産量は、13万9千569tで3・6％増。日本人のライフスタイルの変化をくみ取った「結束」「早ゆで」といった商品を中心に伸びている。

輸入パスタは14万5千917tで5・4％増。8％近く落ち込んだ前年から回復を見せ17年に次いで多い年だった。

19年の輸入国別実績（ロングパスタ）はイタリアが約6万8千tで13％以上伸長。CIF価格は115・6円／kgと10円以上下がった。トルコは約4万8千tで0・5％増。CIF価格は90・8円／kg。

イタリア産のCIF価格が13円下がったことで、これまでコストパフォーマンスに優れると定評のあったトルコ産との価格差も縮まっている。トルコ産に関しては、15年以降は4万t台後半の輸入量で安定推移していることから大勢への影響は考えにくいが、今後の需給向上を考える上では日トルコEPA締結の行方が焦点になる。

日本パスタ協会発表の20年1月の国内供給量は2万3千943tで前年同月比5・2％増。内訳は国内生産量が1万1千386tで3・3％増となった。輸入量が1万2千557tで6・7％増。伸び率は依然として高水準を維持しており、イタリア産のCIF価格は115円／kg。国産メーカーの警戒感が強まっている。

足元はパスタ、パスタソースともに2ケタ前後で伸長。消費増税に加え、新型コロナウイルスの感染拡大を受けた政府の自粛要請などで国民の内食回帰が進む中、「自宅にいながらイタリアンレストランの料理を食べられる」というコンセプトに基づいた本格メニューの動きも良い。

新型コロナウイルスの感染拡大には歯止めがかからず、特に25日の小池百合子都知事による会見直後は、パスタ関連製品をはじめとした食材を買い占める動きが再び活発になっている。輸入量が1万2千557tで6・7％増。伸び率は依然として高水準を維持しており、イタリア産のCIF価格は115円／kg。国産メーカーの警戒感が強まっている。

足元はパスタ、パスタソースともに2ケタ前後で伸長。消費増税に加え、新型コロナウイルスの感染拡大を受けた政府の自粛要請などで国民の内食回帰が進む中、「自宅にいながらイタリアンレストランの料理を食べられる」というコンセプトに基づいた本格メニューの動きも良い。

新型コロナウイルスの感染拡大には歯止めがかからず、特に25日の小池百合子都知事による会見直後は、パスタ関連製品をはじめとした食材を買い占める動きが再び活発になっている。

同協会ではホワイト物流や食品ロス削減の取り組みの一環として賞味期限の年月表示を採用すると決めた。

マカロニ類 賞味期限は1か月延長へ

年月表示移行も

日本パスタ協会は18日、「マカロニ類の賞味期限の年月表示に係るガイドライン」を制定。賞味期限を従来の製造後36か月から37か月へと延長し、年月表示に移行すると発表した。会員企業8社はガイドラインに沿い賞味期限表示を年月表示に移行することになる。

同協会ではホワイト物流や食品ロス削減の取り組みの一環として賞味期限の年月表示を採用すると決めた。

逆光線

東京オリンピック・パラリンピックの延期が決まった。しかし、新型コロナウイルスの感染拡大という事態はなかなか収束しそうにない。日本国内を見ても学校の再開は進む方向だが、東京の感染者数が急増するなど事態はさらに深刻化しているように感じる▼食品業界への影響はもちろん深刻だ。外食とそれを支える業務用商品が大打撃を受けている。これに対し、家庭用商品は簡便・即食カテゴリーを中心に特需が発生している。先行きは不透明だが、まず目先の状況にしっかりと対応していくことが重要だ▼一方、特需とは言っても、その受け皿になっているのは主に定番商品だ。反面、付加価値商品や新商品を提案しにくい状況も見られる。特に2月発売、3月発売の新商品が出鼻をくじかれたことは否定できず、政策の見直しを迫られていることも事実だ▼いわゆる成熟カテゴリーを中心に、新商品を含む付加価値商品の提案強化を通じた高付加価値化が課題になっている。新型コロナウイルス感染症の終息とともに、その動きがくじかれないことを切に願いたい。