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

永谷園の
お茶づけ海苔

『コロナ』で価値観変わる

非常時こそ「健康・安心」を

新型コロナウイルス感染症が長期化し、重大局面を迎えている。経済界への影響はリーマンショックを上回るとも言われている。食品・酒類・飲料界の販売は総じて伸びているが、食生活にはさまざまな変化が発生しており、各界でも対応を迫られている。

喜べない買いだめ特需

個人外食店の店頭看板。あの手この手の客集め

東京都は現状を「感染」に警鐘を鳴らしているが、一度火がつくと収まらない。

その結果、2月のスーパー（既存店）の食品売上高は6％増で推移し、米飯や飲料、ヨーグルト、冷食、納豆、即席麺、パスタなどが売れた。イオングループでは、冷食が1・1～1・3倍、パックごはん、カップ麺等も1・1～1・2倍と例年では考えられない数字。マルエツでは精肉が8％増と牽引し、全体では7％増で推移。この傾向はコンビニも同じで、パン、惣菜、冷食などの需要が増加し、全体では7％増。セブンイレブンも保存食品や紙製品などへの需要が増加し8％増だった。いわばコロナ感染の特需と見るべきで、特需には反動減がつきものだけに喜んでいられない。

ある調査では「2月以降、3人に1人がまとめ買いをしており、特に首都圏の30～40代は他の年代に比べて高い」という。「特需は、すぐに消費されないため翌週の需要が極端に減り、需要予測ができなく、生産も読めない」とメーカー。「特需で浮かれている場合ではない」。

スーパーバイヤーも「週末に買いだめ需要はあるが、その反動が起こる」と嘆く。さらに週末はGMSに来店が集中するものの平日は閑散としており、平日に賑わうのは近場の食品スーパーだけという状況で、「完全に買い場や購買行動が変わった」。

今のところコロナ感染の終息の目途はつかないが、混乱後の消費構造は大きく変化するものとみられ、業界も対応を迫られそうだ。

ショッピングカート一杯に積み込まれた商品

飲料大手・伊藤園の山口哲生プランドマネジャーは「例えば野菜飲料の場合、大きな事件、事故、社会不安が起こると消費者心理も大きく変化。これまでにも中国の残留農薬事故やリーマンショック、冷凍餃子事件、東日本大震災の後は極端に需要が上向き、今回もコロナ感染が影響してか野菜飲料が伸びている」と語っている。

また、「野菜飲料に限らず、世の中の変化によって生活者の価値観が変わり、それが購買行動や商品に現れる。今は健康を保ち、生きるための自己防衛意識が強いため、感染不安が高まる中で、免疫力が焦点になっている」と言う。

生活者の価値観の変化とともに、人混みや不要不急の外出自粛、テレワークの浸透などワークスタイルの変化によっても食は変わるはずだ。「3人に1人が勤務体系が変わり、中でも女性の勤務時間減少が顕著に見られる。とくに首都圏は働き方に変化が生じた人が多い」と言われ、ここにフォーカスした戦略は自ずと見えてくる。

健康や生活防衛意識が強まり、スモールライフを志向する消費者が増える中で、食品に求められるものは「安心」と指摘する向きが多い。そして、その根底には「ブランド」が担保となっており、粛々とブランド力を磨くことがコロナ危機を乗り越える最大の近道だと言えそうだ。

感染拡大で百貨店厳しく

ECなどは好調な動きも

新型コロナウイルス感染拡大が百貨店の売上げにも影を落としている。1日に発表された3社の売上速報では、3月は3～4割以上の減収となった。

高島屋は国内百貨店計で前年同月比63・8％、国内百貨店子会社を加えると64・5％。三越伊勢丹HDの国内百貨店計は62・8％。うち三越伊勢丹計56・8％（宅配・EC除く）。大丸松坂屋百貨店計は57％。親会社のJ・フロントリテイリング百貨店事業計は55・9％となった。

入国規制が強化されたことでインバウンド需要は大幅減。高島屋、J・フロントリテイリングの免税売上げは9割以上落ち込んだ。三越伊勢丹も大幅減という。

また、不要不急の外出を控える動きや行政による外出自粛要請などを受けて、時短営業や週末の臨時休業などが広まっていることも大きく響いている。

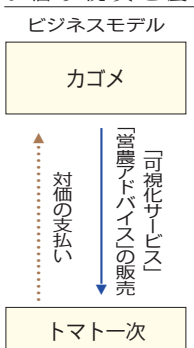
店頭の売上げは厳しいが、三越伊勢丹では食品宅配サービスやECが好調。定期宅配サービスや化粧品オンラインストアは前年比2倍で推移している。

AI活用し欧州で営農支援事業

日本電気と共同でトマトの生育状況など可視化

カゴメ

カゴメは4月から、日本電気と共同で欧州のトマト一次加工品企業に向けて、AIを使った営農支援事業を開始する。これはセンサーや衛星写真によりトマトの生育状況や土壌の状態を可視化するサービスと、AIを活用した営農アドバイスサービスの販売で、4月から「スマートアグリ事業部」を新設し、当面は欧州での実用化も視野に入る。



カゴメは「可視化サービス」を展開し、国内でもいくつかの産地で事業展開を検証する。

カゴメとNECは、2015年から同技術の開発に着手しており、昨年までにポルトガル、オーストラリア、アメリカなど各国で実証に取り組んできた。

2019年にポルトガルの圃場で行ったAI営農実証試験では、窒素肥料は一般平均量から約20％少ない投入量で、ポルトガル金農家の平均収量の約1・3倍となる、ヘクタール当たり127tの収穫量となり、熟練栽培者の栽培とほぼ同等の結果になった。

また、ノウハウを習得したAIが、水や肥料の最適な量と投入時期を指示するので、農家は収穫量の安定化と栽培コストの低減が図れ、持続可能な農業が可能。トマト一次加工品メーカーは、このサービスを活用することで、自社圃場や契約農家の生育状況を網羅的に把握でき、データに基づいた全体最適な収穫調整が可能となり、生産性の向上が図れる。

みそ　需要喚起へ売場企画

免疫アップを通年で訴求

みそは昨年の生産量が微増、出荷量がほぼ横ばいとなり、長らく漸減してきた市場に近年は下げ止まりが見られる。発酵食品やこうじの機能性が一般に広まり、みそ汁がメディアで健康食としてたびたび取り上げられ、食品大手も有望食材として注目するなど追い風が吹いている。この機を捉え、免疫力アップを訴求する通年の売場企画で家庭用の需要喚起を図りたい。

19年のみそ生産量は1・4％増の41万402t、出荷量は0・1％減の40万4千832tとなった。16～19年の市場は安定しており、加工向けや海外輸出も含めて、近年はトータルで市場を維持している。

ここ数年、みそを取り巻く環境は悪くない。小林弘幸順天堂大学医学部教授が一昨年に上梓した「医者が考案した長生きみそ汁」は、「金スマ」「世界一受けたい授業」など多くのテレビ番組で話題となった。

また、昨年から今年にかけて、「料理通信」「dancyu」「ディスカバー・ジャパン」「自遊人」など多くの雑誌が発酵食を特集している。近年のみそ販売は本や雑誌の恩恵も受けていると考えられる。

食品大手もみそに関心を寄せている。味の素は「うちのみそ汁応援プロジェクト」に取り組み、Webで簡単野菜みそ汁のレシピや47都道府県地元応援みそ汁を公開。19年には即席みそ汁「具たっぷり味噌汁」を発売し、TVCMや新聞広告などでPRしている。

ヤマキは「だし活プロジェクト」の中で、みそ汁について調査を実施。みそ汁は寒い冬よりも新生活が始まる4月が一番食卓に上がり、具材比較では11月から2月にかけての寒い時期に豚汁が多く喫食されるという調査結果を発表した。

みそが注目を集める中、業界では家庭用の需要喚起が引き続き課題となっている。即席みそ汁や輸出は順調に伸びているが、家庭用のみそは需要減退が続き、みそ専業メーカーの経営は厳しさを増している。昨今の消費者ニーズと売場の商品をうまく結び付ける訴求が求められる。

近年、体の免疫力を高める腸内環境の整備、いわゆる〝腸活〟がトレンドとなっている。この腸活には発酵食品と食物繊維の組み合わせが効果的だ。野菜や肓、海藻などを具材にした具だくさんみそ汁なら、毎日の食事で腸内環境が整い、免疫力を上げられる。

〝具だくさんみそ汁で腸内改善〟〝地元野菜で腸活みそ汁〟など免疫力向上をテーマにした売場企画は通年で実施可能だ。健康的な食生活を応援することで家庭用みその需要を喚起したい。

逆光線

酒飲みなのではと想像する▼2～3か月家賃を滞納すれば、出ていかねばならないのだろうか。しかし、こんな御時世、誰が新しく店を始めるのは当然のこと。とかいって、弁だろう。どちらにしても大家に店賃は入らない。コロナ騒ぎが落ち着いても、しばらくは店を出そうとする人も少ないだろう。こう考えれば家賃滞納で店子を追い出すのは得策ではない▼政府は、派遣や フリーランスに休業補償を出すというが、収入が激減した大家には家賃補償が効果的な経済政策だろう。とかいって、何とかコロナ禍を乗り切ってほしいだけ。落ち着いたら、すぐ顔出すからね。

解しながら実は2軒ほど馴染みの店がある。ただ、どちらも地下にあるため換気が悪く、いわゆる3密の一つ〝密閉〟に当たる▼2軒ともそれほど流行っていないため、〝密集〟〝密接〟には縁遠いが、申し訳ないと思いながらも足が遠のいている。こんな騒ぎになる前から「今月の家賃、払えるかな」とほやくことの多い店主だったため、さぞや厳しい現実に直面している

きょうの業界天気図
みそ
うす日
追い風が吹くいま、メリットの訴求で家庭用の需要喚起を。
きょうの主な内容
5～8 みそ特集

初の機能性表示食品

サッポロウエルネスラボ

抗疲労、睡眠の質改善で

サッポロウエルネスラボは6日、同社初となる機能性表示食品「スイッチ乳酸菌＝写真」（錠剤サプリメント）を発売する。ポッカサッポロネットショップ限定で販売を開始する。

同商品は独自の乳酸菌Lactobacillus brevis SBC8803「SBL88乳酸菌」を含み、起床時の疲労感や眠気を軽減し、睡眠の質を改善する機能を表示。「SBL乳酸菌」は1876年の創業以来、ビールの研究を続けてきたサッポロビールの微生物バンクに保管されている菌種の一つ。これらのうち約700株の乳酸菌から95年に発見した大麦由来の乳酸菌。「SBL乳酸菌」はこれまでの研究で多様な機能が確認されたが、中でも睡眠の質にかかわる起床時の疲労感や眠気を軽減する機能は、大規模ヒト臨床試験で効果が認められている。

7日分チャック付きパウチ（7g）が1千500円、30日分ボトル（30g）が5千500円。

料亭の味
液みそ
スマホで観よう！
marukome