隔日刊
食品新聞
発行所　食品新聞社
https://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

定番化進む

冷食『あんかけスパ』

名古屋めしの一つ「あんかけスパゲティ」。手軽に調理できる家庭用冷凍食品で今春、日清フーズが「ママー　あんかけスパゲティ」を新発売、日清食品冷凍はロングセラー商品「冷凍　日清　ヨコイの元祖あんかけスパゲッティ」をリニューアルするなど、中部地区を中心にスーパーやドラッグストアでは冷凍パスタの新ジャンルとして定番化が進んでいる。巣ごもり需要などで冷凍食品は伸長しており、「冷食あんかけスパ」も配荷が進んでいるとみられ、全国での広がりも期待されている。

名古屋めし

全国へ広がり期待

日清フーズ　**日清食品冷凍**

「あんかけスパ」は、60年代に名古屋市で誕生し、現在は専門店が多数出店し、喫茶店などでも提供されているご当地グルメ。あらかじめ茹でた極太のパスタをラードやオリーブオイルなどで炒めたうえで、野菜などを煮込んだとろみのあるソースと好みの具材をのせる。胡椒を多く使うことでスパイシーさがやみつきになると、人気のメニューになっている。

「ママー　あんかけスパゲティ」（日清フーズ）

日清フーズが今春発売した新商品「ママー　あんかけスパゲティ」は、2・2㎜の極太麺を使用し、しっかりとした食べ応えを。玉ねぎ、ピーマン、ソーセージなど定番の具材が乗っており、ソースはブラックペッパーと赤とうがらしの辛味が効いた程よいスパイシーさ。くせになる味わいながら、名古屋以外の人にも受け入れやすい味になっている。

1パック1人前で、調理は凍ったままレンジで温めるだけ。フライパンでも調理できる。

一方、日清食品冷凍は今春、「冷凍　日清　ヨコイの元祖あんかけスパゲッティ」をリニューアルした。あんかけスパゲティの有名店「スパゲッティ・ハウス・ヨコイ」の人気ナンバー1メニュー「ミラカン」を冷凍パスタにした。12年の発売以来、好評のロングセラー商品。

「冷凍　日清　ヨコイの元祖あんかけスパゲッティ」（日清食品冷凍）

今回のリニューアルでは、肉と野菜のうまみがしっかり溶け込んだスパイシーな味わいのソースと、具材のピーマン、玉ねぎに加え、新たに赤ウインナーとベーコンをトッピングし、再現度を高めた。

別添のあらびき黒こしょうで仕上げると、より本格的な味が楽しめる。

宣言解除でやや持ち直し

発・新が伸長　健康軸も

5月ビール類

5月のビール類市場は引き続き厳しい数字だったが、緊急事態宣言が解除されたこともあり、4月に比べてやや持ち直した。

4月のビール類は前年同月比79％ほどとみられたが、5月は87％と下げ幅が縮小した。狭義のビールも4月48％に対して5月は60％だった。

宣言により業務用市場は8割以上の減少ともいわれ、「売上げが蒸発した」とまで言われた。業務用の最大勢力であるアサヒビール「スーパードライ」は4月48％だったものの、宣言が解除された5月は65％と下げ幅は明らかに縮小している。キリンビール「一番搾り」も4月48％から5月54％となり、メーカー関係者たちは「宣言解除でやや持ち直しているのでは」と話す。また缶は家庭用需要で概ね順調で、キリンビールの缶は一ケタのプラス。サッポロ「黒ラベル」缶もプラスを確保した。

一方で家庭用が大部分を占める発泡酒・新ジャンル市場は順調だ。5月の発泡酒は102％、新ジャンルは114％と伸長。コロナ禍での巣ごもりが需要を後押ししたとみられる。

新ジャンルは、コロナ禍で価格も強く意識されることから好調といわれ、キリン「本麒麟」145％、「金麦」103％、新製品の「アサヒザ・リッチ」は発売2カ月半で上方修正した年間目標（800万箱）の3割を超え、サッポロ「ゴールドスター」も先月出荷分で当初年間目標（360万箱）の6割をクリアし、目標を460万箱に上方修正した。5月発売の「サントリープレミアム」は発売3週間で年間計画の約3割に当たる66万箱を販売している。

また、健康軸を謳ったアサヒ「スタイルフリー」113％や、キリン「淡麗グリーンラベル」109％と好調。コロナ禍や外出自粛による運動不足などで、漠然とした健康不安が高まったことが背景にあるとされる。

今後の動向については、コロナ禍次第の面が強いが、6月の動向次第で夏場の需要が見通せるとの見方が多く、関係者たちは注視の構えだ。

アサヒビールのビール類は5月78％、1～5月累計82％。キリンビールのビール類は91％、うちビール計59％、発泡酒100％、新ジャンル110％。サントリービールのビール類は96％、うちビール45％、新ジャンル118％。ノンアルビール108％。サッポロビールのビール類は80％、うちビール61％、新ジャンル128％。

ローマ工場　6月から出荷

樽・瓶・缶、欧州で生産

「アサヒスーパードライ」

アサヒグループHD傘下のBirra Peroni社（伊）は今月上旬からローマ工場で「アサヒスーパードライ（SD）」缶・瓶の生産を開始し、欧州各国に順次出荷する。

これまでグループでは「SD」樽・瓶をPeroni社パドヴァ工場で生産し、英・伊・仏などへ販売してきた。今回新たに生産するローマ工場はPeroni社最大の生産能力を誇り、欧州で展開する「SD」すべてを現地で生産することになる。

ローマ工場では装置機器の新設やろ過貯めタンクの増設等で計約10億円の設備投資を実施。さらにパドヴァ工場でも日本の醸造技術者らが「SD」製造に関する技術支援を行っており、日欧の技術交流で最高品質の「SD」を欧州に届けたいとする。

日本や中国、伊、豪州といった各ローカルエリアの自社工場などで製造した「SD」は、定期的に日本の醸造技術者が厳密な官能検査を実施。特に飲食店での提供品質向上に注力する。きめ細かい泡を作ることができる機器「グローバルドラフトタワー」、「SUPER DRY」ロゴをデザインした「グローバルグラス」などのツールを展開するとともに、提供手法やブランドの魅力、世界観を伝えるブランドアンバサダーを世界の各エリアに順次配置する考えだ。

キューピー　メニュー提案強化

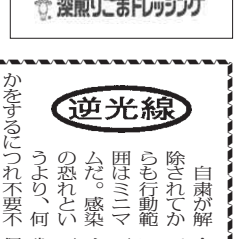
世界市場浸透図る

キューピーの「キューピー深煎りごまドレッシング」は、今年で発売20周年を迎えた。発売以来、消費者からの支持を獲得し、02年以降18年間連続でドレッシング単品の国内シェア1位と幅広い世代から人気がある。同社の定期調査では、「ごまの香ばしさ」への評価とともに「いろいろなメニューに合う」「健康によさそう」など、ごまの持つ健康的なイメージや、汎用性の広さも人気の秘密。野菜はもちろん、肉や魚、麺など季節を問わず幅広いメニューに使用されている。

発売20周年を機に販促を強化し、同商品の特設サイトを9日に公式サイトで公開、さらに幅広いシーンで使用されるよう、サラダ以外のメニューを充実させテーマに合わせて紹介している。サラダメニューは、季節ごとにおすすめのレシピを提案するほか、素材やシーン別にレシピを検索できる。今後、秋冬メニューも新しく追加していく。

併せて、7月下旬からはTVCMを放映。コピーは〝広がる自由!〟で、サラダうどんを中心に炒め物や肉料理を提案し、同商品1本で味が決まりアイデア次第でメニューが広がっていくことを紹介する。

深煎りごまドレッシングは、ごまが持つ健康にいいイメージや、焙煎したごまの香り立ちの良さから世界でも人気が高まっている。04年に販売を開始した中国をはじめアジア各国で展開、13年からは北米でも製造・販売を開始し、現在では世界44か国へ展開している。現地食材や食文化に合わせ、日本以上にサラダ料理以外の多くのメニューに使用されている。深煎りごまを世界戦略商品と位置づけ、各国の食材や食文化に合わせた提案を進めながら、より一層の市場浸透を図っていく。



▶大手CVS3社◀

5月度も客数大幅減

自粛解除受け徐々に回復

大手CVS3社が10日に発表した20年5月度の既存店売上高は、前月に引き続き新型コロナウイルス感染拡大防止のための外出自粛を受けて客数が大幅減となった。商品販売動向も、在宅勤務や学校休校などによる巣ごもり消費の定着により、日配・生鮮品や調味料、家飲み対応商品、買い置き商材などが好調に推移。買い上げ点数アップで客単価は二ケタ伸長を見せた。

各社の既存店売上高前年比は、セブン－イレブン・ジャパンが5・6％減（客数17・0％減、客単価13・7％増）、ファミリーマートは11・0％減（客数19・9％減、客単価1・2％増）、ローソンが10・2％減（客数20・8％減、客単価13・3％増）。

月中旬以降、緊急事態宣言が段階的に解除されるに従い、来店客数・売上げは徐々に回復。特に25日以降は、客の戻りが顕著になってきたという。

逆光線

自粛が解除されてからも行動範囲はミニマムだ。感染の恐れというより、何得られるノウハウや人脈が希薄になる。面会するための移動や宿泊、飲食店の利用も減り、こうした「無駄」によってまわっていた経済はどうなるのか心配だという▼合理的な行動が過ぎると息が詰まる。経済を回復させるのは、ほどよく非合理な行動であり、必要なのは消費と浪費の両方かもしれない。話を聞いて、猛省したのは役員は、年末年始や機会があるごとに行われていた〝ご機嫌うかがい〟の慣習がなくなる可能性があると話す。オンライン化されれば不要不急の用事として省かれ、雑談のなかで会がいっそう重要になりそうだ▼営業はデジタルでつながることがいっそう重要になりそうだ▼営業一筋40年のとある企業役員は、年末年始や機会があるごとに行われていた〝ご機嫌うかがい〟の慣習がなくなる可能性があると話す。オンライン化されれば不要不急の用事として省かれ、雑談のなかでかをするにつれ不要不急を天秤にかけるようになった▼ウイズコロナでビジネススタイルも変化しつつあると聞く。特に営業活動のオンライン化が急速に進み、これまで展示会や商談会で直接顧客と接してきたものが、人との接触が制限される。営業はデジタルでつながることがいっそう重要になりそうだ▼営業一筋40年のとある企業役員は、年末年始や機言うまでもない。

フジッコ　昆布佃煮など規格変更

業務用は値上げ

フジッコは9月1日から、昆布製品の規格と価格を変更する。北海道産昆布の高騰や物流費、製造コストの上昇に起因するもの。

規格変更するのは「ふじっ子煮」などの昆布佃煮16品と「ふじっ子」などの塩昆布9品（一部業務用含む）で、内容量を7～9％減らす。

価格改定は業務用の昆布佃煮8品と塩昆布2品で上げ幅は6～10％。

同社は昨年6月にところろ昆布とだし昆布を、11月に昆布巻を含むおせち商材を値上げした。家庭用昆布佃煮の規格変更は一昨年3月以来となる。

カメセの青のり
自然の恵みを美味に育んで、皆様にお届けしたい
青海苔専門問屋
株式会社カメセ水産
東京都江東区猿江1-4-6
TEL 03-3631-2304㈹
FAX 03-3631-8062

きょうの業界天気図
スポーツ・機能系飲料
くもり
新型コロナウイルスの爪痕も猛暑予想で巻き返しの可能性有。
きょうの主な内容
6～9　スポーツ・機能系飲料特集
10　飲料TODAY

ステ　ソース　超・激辛
カプサイシン100倍（当社比）
辛いだけじゃない！おいしいヨ！
●少量加えてお好みの辛さに、激辛メニューにカレー・お好み焼・焼そば他　360㎖/900㎖/1.8ℓ
株式会社　豊島屋
TEL086(522)2148　FAX086(522)2149
Eメール　info@teshimaya.co.jp

おいしいオリゴ糖
オリゴ糖は有用菌の増殖源
（善玉菌）
5種類のオリゴ糖をブレンド
発売から22年目。ロングセラーのオリゴ糖
お手頃価格のオリゴ糖
ヨーグルトによくあうオリゴ糖
ヨーグルト　プロバイオティクス
＋
オリゴ糖　プレバイオティクス
＝
シンバイオティクス
おいしい腸活
株式会社加藤美蜂園本舗　www.sakura-honey.co.jp