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

夏行事激減で落ち込み大

8月ビール類動向

新ジャンル市場 好調推移

ビール・発泡酒・新ジャンルを合わせたビール類の8月市場動向は前年同月比約87%だった。昨年8月は順調だったことの反動、今年はコロナ禍で夏向けの需要が落ち込むなどしたことが原因だ。ただ、価格志向が強まる中で第3のビール（新ジャンル）は好調に動いた。

今夏は帰省、お盆、夏祭り、花火大会などが大きく減り、これらに伴う消費や長距離移動列車などでの需要が落ち込んだ。また、新型コロナ感染再拡大による業務用需要の回復も鈍く、さらに昨年8月は前半の猛暑や、消費増税前の仮需要が発生し始めていたため順調だったことなどの裏返しもあり、狭義のビールは70%弱になった。

発泡酒は価格志向や健康志向から一定の支持があるものの数字を落とし約94%。一方で新ジャンルは価格優位性などもあり105%。

10月1日にはビール減税、新ジャンル増税もあることから、今月は新ジャンルに駆け込み需要が発生するとみられる。既にコーナー化した店頭もみられ、メーカー側も景品付きキャンペーン商品を投入するなど注力する。

アサヒビールの8月ビール類は80%（1～8月累計84%）。主力の「スーパードライ」は72%（76%）。発泡酒「スタイルフリー〈人生〉」は健康志向の高まりを受けて101%（106%）、これで8か月連続の前年超えだ。新ジャンル「クリアアサヒ」はOLD STAR」のツートップ戦略が奏功。ビール「黒ラベル」単体の缶商品は累計95%（96%）だが、9月は約2割を増産して駆け込み需要に対応。今年発売の「アサヒザ・リッチ」は519万箱と、上方修正した今年目標（800万箱）の6割を超えた。

キリンビールのビール類は92%。うちビール71%、発泡酒93%、新ジャンル107%。主力の「一番搾り」66%だが、発泡酒「淡麗グリーンラベル」98%と踏みとどまった。新ジャンル「のどごし〈人生〉」は92%だったが、「本麒麟」は141%となり、18か月連続で前年超えを果たした。

サントリービールのビール類は88%。ビールは58%、新ジャンルは101%だが、健康志向が後押しして「金麦〈糖質75%オフ〉」は120%と高い伸び。ノンアル「からだを想うオールフリー」も157%と好調。

サッポロビールのビール類は82%（92%）。うちビール70%（79%）、発泡酒78%（84%）、新ジャンル108%（129%）。業務用ビールが落ち込むものの、新ジャンルでは「麦とホップ」「GOLD STAR」が好調。

苦戦の缶コーヒー市場に光明

ボトル缶「ワンダ極」が拡大した理由

アサヒ飲料のボトル缶コーヒー「ワンダ極」シリーズの1－8月販売数量が前年同期比8%増となった。

アサヒ飲料、1－8月で8%増

コロナ禍で缶コーヒー市場が主要販売チャネルである自販機やコンビニに人が集まらず低迷する中、「微糖」「カフェオレ」「ブラック」の既存3品で広告・販促を積極展開したことがプラス要因となった。

これについて、取材に応じた河口文彦マーケティング本部マーケティング一部コーヒーグループグループリーダー＝写真＝は「コンビニさまでは

〝飲む習慣〟を意識し、施策を入れ続けてトライアルを獲得していく活動に注力している。お客さまのライフスタイルに入っていくと飲み続けていただけるものと思っている」と説明する。

コンビニでは「微糖」が一番の売れ筋で、次に水をあけて「カフェオレ」が売れているという。

スーパー・量販店では配荷が拡大。「いかに間口（飲用層）を広げて手に取っていただく機会を増やしていくことを念頭に営業活動した結果、お取り扱いが増えた」という。スーパー・量販店での売れ筋はコンビニとは異なり「ブラック」「微糖」「カフェオレ」の順になっている。

ボトル缶「ワンダ極」シリーズ

販促施策としては春夏にかけて実施した「PayPayボーナス」がその場で当たるキャンペーンが奏功したことから、9月1日から11月16日にかけて第2弾を実施している。

第2弾では、「ブラック」と「微糖」の対象商品についている二次元コードをスマホで読み込んで応募すると抽選で3千人にPayPayボーナス1千円分をチャージできる「PayPayギフトカード」が付与される内容となっている。

コミュニケーションは、4月にYOSHIKIさんが登場する「ワンダ極」専用のTVCM「極めた人」編を放映。YOSHIKIさんは現在、「モーニングショット」と「金の微糖」のショート缶2品を訴求する新TVCM「進撃のYOSHIKI」編に出演している。

秋冬に向けては「ワンダ極」シリーズでも何らかのコミュニケーションが予想される。同社は今年、「ワンダ」ブランドで40－50代のコアターゲットに向けてコーヒーや嗜好飲料の本来の味わいを追求していく方針を打ち出し、秋冬もこの方針をもとにマーケティング活動を展開していく。

容器としては缶容器に集中。

「白いカフェラテ」と「X－BITTERブラック」

同社では缶を〝濃厚な味わいの嗜好飲料〟ペットボトル（PET）を〝すっきりとした味でゴクゴク飲める止渇飲料〟と位置づけている。

ショート缶は「モーニングショット」と「金の微糖」の旗艦2品に注力し、9月1日には「カフェラテのおいしさを突き詰めた商品」としてロングサイズのショート缶で「白いカフェラテ」（245g）を新発売した。

「白いカフェラテ」は、牛乳を使用しミルク乳飲料規格のカフェラテのおいしさを際立たせた発売したブラックコーヒー「X－BITTERブラック」（245g）と並べることを推奨しロングサイズのショート缶としてアピールしていく。

「X－BITTERブラック」は、深煎りした高級コーヒー豆に加えてホップエキスを使用することで〝うまい苦み〟を追求したブラックコーヒーで、働き方改革の推進により短時間での気分転換ニーズが高まりを受けて開発された。

販売動向については「働く男性層にうまく合致した」もののコロナ禍の影響で予定していたサンプリング活動が中止となりトライアル獲得に課題を残した。今後は「しっかりファンを獲得できたため秋以降も継続して展開していく」考えだ。

初の機能性表示食品発売へ

ミチナル ルテイン含有冷凍ホウレンソウ

業務用卸・山一商事（岐阜県高山市、山下喜一郎社長）の関連会社で農産品加工販売等を手掛けるミチナル（同、同）は10月1日から、同社初の機能性表示食品となるIQF冷凍ホウレンソウ「ルテイン ルンルン ほうれん草」（100g、店頭価格160～200円前後予定）を発売する。目の機能をサポートする「ルテイン」を関与成分とするもので、同社が岐阜県食品科学研究所に成分分析を委託。19年12月26日付で機能性表示食品への届け出が受理され、今回の販売となった。

ルテインは緑黄色野菜でも特にホウレンソウに多く含まれる黄色色素で光の刺激から目の網膜を守る作用があることから、機能性表示食品制度においてその作用を表示することを認可された成分。摂取目安は1日10mg／100g中とされる。

ミチナルは、「捨てない農業」を企業理念に15年11月設立。翌16年4月から本格稼働。ほうれん草を中心とした飛騨高山の廃棄野菜を商品化することで、食品ロス対策の推進、地場農家の収入安定や担い手の発掘・育成、地域ブランドの確立などを目指している。

そうした中、飛騨産ホウレンソウは夏場の品種であり、平野部で栽培される冬場の品種に比べて日照量が多いこと、また生鮮出荷用の品種のため加工用品種に比べて葉身部分が多いことなどから、同社のIQF冷凍ホウレンソウはルテインの含有量が多いのではないかと仮説。これを実証するため、ミチナルから岐阜県食品科学研究所に分析を委託した。

山下社長㊨と加島専門研究員

結果、10mg／100g中の要件を上回る含有量であることが判明。冷凍長期保存や加熱によるルテインの減少もほぼ見られず、またパウダー化してもルテイン高含有なので、サプリメント原料としての利用が可能であると考えられるという。

ルテインを関与成分とする機能性表示食品は8月27日現在149件。そのうち野菜が7件で、ホウレンソウ製品は同社の「ルテイン ルンルン ほうれん草」を含め5件あるが、その中では最もルテイン含有量が多い。また鉄、ビタミンA、葉酸なども含有しており、健康訴求効果も高い。

9月8日には岐阜県庁で記者発表会を開催。山下社長、岐阜県食品科学研究所・加島隆洋専門研究員から研究の背景や受託研究に至る経緯、研究成果などが説明された。

ミチナルの山下社長は「高山市のホウレンソウは市町村別ではここ10年以上日本一の生産量を誇るが、まだまだ地元も含め認知が低い。この発表会員が皆さまに当商品のこと、また高山や飛騨ホウレンソウのことを知っていただく機会になればありがたい」と語った。

「ルテイン ルンルン ほうれん草」の取り扱い店舗については、まだ一部企業の数店にとどまっているが、今後地道に採用拡大を目指す構え。家庭用200gや業務用大容量サイズの投入も準備中とのことだ。

逆光線

日常生活面白さは、日本に生まれたのなか、食に対してぞんざいになった時、読み返してリラックスしようとしている本が数冊ある。10年ほど前に評判を呼んだ「英国一家日本を食べる」も、その一冊。英国のフードジャーナリストが一家4人で100日間かけ日本を巡り、ひたすら食べ散らかした記録だ▼前半は子供たちの日本への反応などが笑わせるが、徐々に日本料理への切り込みとエクスポージャーが深くなってくると読み手も襟を正さざるを得なくなる。この本の本当の面白さは、日本に生まれ育った人間にも改めて、日本料理やその素材、酒など、それらを提供するため、ひたすら職人的情熱を傾け続ける多くの人々を伝えていることなのだろう▼日頃意識の奥底に沈潜していた、数限りない印象深い食事と、それを共有した人々の想い出が浮かび上がってくるのと同時に、食に生きる人々の底力を強く感じる。コロナ禍では名店の廃業も相次いで悩たる有様になっている現在〝new normal〟なんて言葉で片付けては済まされない文化があるのではないか。

お知らせ
23日付は休刊とさせていただきます。ご了承下さい。
食品新聞社

きょうの主な内容
「想定外の異物も多数存在」（HACCP対応・異物混入対策機材特集 4～5面）
「日本漬物産業同友会が原料対策委員会開催」（つけもの版 8面）

北海道産のてんさい糖から生まれたオリゴ糖

ヨーグルトにヨーグル糖
オリゴ糖（ケストース）含有シロップ
製造元 加藤美蜂園本舗

MINOKYU CO.,LTD.
SINCE 309 1875
ブラウンマスタード
Brown Mustard
㈱美ノ久
(0586) 69-0309

自然を、おいしく、楽しく。KAGOME
血圧も、
血中コレステロールも、
あきらめない。

カゴメトマトジュース 届出番号 B417 食塩無添加 720mlペットボトル、200ml紙容器
カゴメトマトジュースのお問い合わせはこちらから。 カゴメお客様相談センター 9:00～17:00（土日祝日を除く） 0120-401-831
機能性表示食品
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。
［届出表示］本品にはリコピンとGABAが含まれます。リコピンには血中HDL（善玉）コレステロールを増やす機能が、GABAには血圧が高めの方の血圧を下げる機能があることが報告されています。血中コレステロールが気になる方や血圧が高めの方にお勧めです。
○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。