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

塩業界、新たな潮流

「全国塩業懇話会」発足

塩業界の主要5団体が参画し、新団体「全国塩業懇話会」が設立された。塩専売法の廃止と塩事業法の施行以降、塩業界は国内食品業界で最も大きな業界構造の変化を経験してきた。業界内では、製塩業でイオン交換膜製塩、輸入塩、特殊製法塩、卸売業の塩元売、塩輸送と各団体に分かれていたが、今後は5団体が相互連携しながら塩業を包括する共通課題の解決に向け、具体的な施策に取り組んでいくことになる。

（左から）貞永副会長、山本会長、野﨑副会長、阿部専務理事

9月30日、都内で開催された創立代議員会を経て、役員には会長に山本博氏（塩元売工業会会長、ソルト関西社長）、副会長（2人）に野﨑泰彦氏（日本塩工業会副会長、ナイカイ塩業社長）、貞永憲作氏（全国輸入塩協会会長、日本食塩製造社長）、専務理事には阿部雅春氏（塩元売協同組合専務理事）が選出された。

塩業界は少子高齢化に加え、消費者の減塩傾向が進む中、市場規模の縮小が続いている。また、同時に製塩用燃料費や物流コストの高騰、使用燃料の環境負荷低減も塩業各企業の経営を圧迫している。

新団体が設立された背景は国民生活に必要不可欠で代替性のない塩の立ち位置を改めて明確にするとともに、事業者が果たすべき社会的責務（顧客優先、環境保全、安定供給）について再認識することが主眼となる。

塩は昨今の「減塩ブーム」で否定的に語られるケースが少なくない。しかし、本来は生命を維持するために不可欠なものだ。パラダイムシフトが進む現況に対し、業界を挙げ、塩の価値観を再構築することが期待されている。だが、大円団を迎えるには課題が多いのも確か。現段階で業界と距離を置いている大手が新団体に参画することも課題解消の一つだろう。「全国塩業懇話会」の今後の取り組みに注目が集まる。

（2面に関連記事）

ドライブスルー 宅配 移動スーパー

買い物スタイル多様化進む

中部 食品スーパー・GMS

新型コロナウイルス感染症によって生活スタイルが大きく変化し、日常の買い物も変わりつつある。中部地区の食品スーパー・GMSでは、ドライブスルー、宅配・デリバリー、移動スーパーなど需要をとらえたさまざまな切り口からサービスを展開。買い物弱者の対策などでこれまで取り組んできたこともあるが、コロナ禍の新しい生活様式でサービスの重要性が高まっている。

マックスバリュ東海は9月7日から11月30日まで、名古屋市昭和区のマックスバリュ御器所店で「UberEats」を利用した店舗商品配達の試験導入をスタートしている。

ウーバーイーツのプラットフォームにある「マックスバリュ御器所」から商品の注文を受けると、店舗で商品を選定し、配達パートナーに受け渡し、注文者に届ける仕組み。注文から平均30分程度での配達が可能で、弁当、寿司、揚げ物をはじめ、生鮮食品や日用雑貨など1千400品目を取り扱っている。

ウーバーイーツを試験導入しているマックスバリュ御器所店

同店舗の導入結果に基づき、名古屋エリアの店舗でのサービス導入を検討していく。

イオンリテール東海カンパニーでは、ネットスーパーを実施している30店舗のうち28店舗でドライブピックアップ、カウンターピックアップ、ロッカーピックアップのサービスを展開している。

ドライブピックアップは、ネットスーパーで購入した商品を店舗で車に乗ったまま受け取れるサービスで、非接触を保てるほか、送料や手数料がなく、宅配時間に左右されず指定した時間内であれば自由に商品を受け取れることがメリット。今後、カウンター、ロッカーでの受け取り場所の表示を整備し、利用しやすく改良していく。

さらに9月14日から、ネットスーパーで三重県産養殖ブリを水揚げされたその日のうちに自宅に届ける「食べて応援 東海を元気に」企画の予約販売を開始するなど、商品も強化している。

バローグループでは、ネットスーパーでの商品を利用者の勤務先に設置した専用ラックに届ける「ainoma」事業を昨年7月から実施。スマホアプリから注文を受け付け、近隣のスーパーマーケットバローなどで商品を選定し、事業所へ配送される。デジタルチラシを掲載し、店頭と同一価格で購入できるものもあるほか、レシピを1クリックで調理に必要な食材が購入できるなど機能性も充実している。

ユニーでは、名鉄西部交通グループとの共同提案でテラスウォーク一宮店、アピタ江南西店の飲食店8店舗の料理を自宅や指定場所まで配達するサービスを9月30日まで行った。

移動スーパーでは、バローグループ、ヤマナカ、義津屋、ぎゅーとら、山信商店などが取り組んでいる。買い物弱者は今後も増加していくと予測されており、需要がさらに増すとみられる。

創業100周年 記念ロゴマーク策定

イトーヨーカ堂

今年創業100周年を迎えたイトーヨーカ堂は、100周年を記念したロゴマーク＝写真＝を策定した。

創業100周年という節目のタイミングに、「社員の意識をより新しく。」「お客様との関係もより新しく。」これからも、お客様とともに輝き続けるイトーヨーカ堂であるために、という思いを込めた。10月1日から店頭POP、同社ホームページなどさまざまなシーンで使用している。

国内初の"免疫"機能

機能性表示食品6品を発売

キリン

キリンホールディングスとキリンビバレッジはこのほど、免疫機能で初めて届出が受理された機能性表示食品「iMUSE」ブランドの6品を、11月上旬から順次発売する。

いずれも機能性関与成分は独自素材の「プラズマ乳酸菌（L・lactis strain Plasma）で、いずれも1日当たり1千億個を摂取できる。届出表示として「プラズマ乳酸菌はPDC（プラズマサイトイド樹状細胞）に働きかけ、健康な人の免疫機能の維持に役立つことが期待されている」旨を記載している。

キリンホールディングスからは調剤薬局と医療機関ルート専売の「キリン iMUSE professional プラズマ乳酸菌サプリメント」（30粒入り、2千200円）を11月上旬に発売。協和発酵バイオ通販サイトなどで展開する「キリン iMUSE プラズマ乳酸菌サプリメント」は15日分（60粒入り、1千833円）を11月11日に、7日分（28粒入り、905円）を11月24日に発売する。

「キリン iMUSE professional プラズマ乳酸菌サプリメント」は医療関係者などの専門家によるアドバイスから生まれたタブレット。通常のビタミンCに比べ成分が壊れにくいバリアビタミンCを全ビタミンCのうち20％使用している。毎日続けやすいヨーグルト風味で、水なしで噛んで食べるチュアブルタイプ。

「キリン iMUSE プラズマ乳酸菌サプリメント」は、プラズマ乳酸菌とオリゴ糖を配合した水で摂取するサプリメント。飲みやすい小粒タイプ。

「iMUSE」ブランドの機能性表示食品6品

一方、キリンビバレッジでは11月24日から、「キリン iMUSE レモン」「キリン iMUSE 水」「キリン iMUSE ヨーグルトテイスト」を販売開始。いずれも500mlのペットボトルで、それぞれさわやかなレモンの果汁感や、スポーツ時でごくごくスッキリと飲めるリンビバレッジは、甘すぎずすっきり飲める点などを特徴とし、「キリン iMUSE」で、店頭や通販、自販機などで展開する。

キリングループでは長年にわたり培った高度な「発酵・バイオ技術」をベースに、ヘルス・サイエンス事業の立ち上げと育成を進めている。中でもグループ35年の免疫研究から生まれた「iMUSE」ブランドをグループ横断で展開する。

近年、乳酸菌市場は横ばいで推移していたが、今年は活性化しており、同社のプラズマ乳酸菌関連の商品（飲料、ヨーグルト、サプリメント）は8月までで前年比約2倍のペースで伸長している。中でも「iMUSE」ブランドは、手軽に乳酸菌を摂取できる飲料が2倍以上で伸びているのに加え、効果を期待するユーザーからのサプリメントの購入も目立っているという。

今後も人々の免疫に関する健康意識が一層高まることに間違いはなく、同社でも免疫機能の維持をサポートする商品を展開することで「社会課題の一つである〝人々の健康維持〟に貢献することを目指す」としている。

逆光線

コロナ禍人は「部署内でも背負ってきた文化やITスキルの差などによって、リモートワークやデジタル化の推進に対する評価が分かれる」といい「分裂が表面化し、かえって調整や説得が面倒になった」。ただ、「温度差は以前から潜在的には在ったはず。それがコロナ禍で表面化しただけ。むしろ新たな文化形成には好都合」とも▼多くの関係者が「元々あった傾向がコロナ禍で顕在化し、それが新たな変化に見えている」という。「変化の流れは不可逆だ。流れは逆らうより乗った方が後で楽になる」。世の中の人間同士、互いにフォローしながら乗りたいものだ。

コロナ禍に入ってから社会の変化が速くなっていると感じる。バブル崩壊、IT革命、リーマンショック時も変化は速かったが、それを上回る感もある▼遠い未来の働き方と思われたリモートワークも一定程度普及し、また定着に時間がかかるといわれた健康系の商品も一気に拡大した。取材中に「3年ほどかかると思われた変化が半年で起きた。年間を通せば、5～6年分の変化になるのでは」といった声を多く聞いた▼ただ、同じ職種でも変化に対する捉え方に温度差がみられる。他産業の友

アサダ お弁当・仕出し用
風流しば 風流かっぱ
1kg×15
株式会社アサダ 名古屋市中村区稲西町181 TEL〈052〉411-8141㈹

純粋ハチミツ
サクラ印 ハチミツ
株式会社加藤美蜂園本舗
本社03-3875-1182

ぼっけぇ便利な調味酢
かけて酢まいる
酢の物・ピクルス・サラダ・南蛮漬け・手羽元煮
照り焼き（鶏・ブリ）・寿司・冷やし中華・餃子
倉敷 1.8ℓ 1ℓ 360mℓ
豊島屋 倉敷 検索

きょうの業界天気図
包装餅
はれ
コロナ後に日常食として需要高まる。市場活性化に期待。

きょうの主な内容
4～5 包装餅特集
6～7 スープ特集