2019年
（令和元年）
8月6日
（第三種郵便物認可
昭和23年4月15日）
（毎週火曜日発行）

今号の特集

▷ふりかけ
お茶漬特集 ④～⑤面
▷乾物特集 ⑥面
▷小袋詰特集 ⑦面

中部飲食料新聞社ホームページ
http://chuin.net/【業界情報発信中】

畑から、味の素。®
「味の素®」は、うま味調味料です。さとうきびの糖蜜を発酵させてつくっています。

第3338号
発行所
中部飲食料新聞社
名古屋市中村区名駅5－18－9
電　話（052）571－7116代表
FAX（052）571－7118
東京支局
東京都中央区日本橋横山町1-4 203
電　話（03）5614－7531
FAX（03）5614－7532

中部飲食料新聞

大正から 食を伝えて100有余年

清涼飲料業界
環境への取組み活発
プラごみ削減、再生容器など

海洋プラスチックごみへの関心が世界的に高まるなか、日本の食品メーカー、特にPETボトル商品を多く扱う清涼業界の取組みが活発化する。

全国清涼飲料連合会は、PETボトルを多く取り扱う業界の団体として、消費者、政府、自治体、関連団体等と連携し、活発な活動、情報発信などに努めている。昨年11月には「2030年度までにPETボトルの100％有効利用を目指す」とした『清涼飲料業界のプラスチック資源循環宣言』を発表。自販機専用空容器リサイクルボックス設置をスタートしたほか、ポスター4万部、チラシ2万枚の配布など消費者への啓発活動を実施。環境省が立ち上げたSNSを主体とするプラスチック・スマートフォーラムへの参加、経済産業省が設立したクリーン・オーシャン・マテリアル・アライアンスへの参加を表明した。

今年5月には環境省・日本財団主催の海岸美化活動・クリーンアクション2019に堀口英樹会長らが参加。中田雅史前専務理事が4月に原田義昭環境大臣と意見交換会を行い、6月に都内で行われた環境省のサーキュラ エコノミーチャレンジ発足式で原田環境大臣から堀口会長に循環経済構築に向けた野心的な取組み宣言を行っている団体として奨励を受けた。

原田環境大臣より奨励受ける

主要飲料メーカーの取組み

コカ・コーラシステムは「容器の2030年ビジョン」を掲げ、国内外でプラごみの現状把握や様々な持続可能な社会実現に向けた取組みを活発に実施している。サントリーグループはPETボトルの環境負荷低減と再生効率化を実現する製造ラインの増設や全PETボトルの100％リサイクル化を推進する「プラスチック基本方針」を策定。アサヒ飲料は一部商品でリサイクルPET樹脂を使用したボトルの導入を今年7月より「カルピスウォーター」など乳性飲料の一部商品で開始し、年内に「三ツ矢サイダー」など炭酸飲料などの商品に拡大すると発表。大塚グループは6月にグループの社員で構成するボランティアグループ・大塚製薬環境クラブが創業の地・鳴門（千鳥ヶ浜海岸）で清掃活動を行い、ごみ300袋・約1.5tを集めた。伊藤園は〝100％リサイクルPETボトル〟の採用を開始し、2030年をメドに「お～いお茶」ブランドで使用する全てのPETボトルを切り替えることを発表した。

「森永冷やし甘酒」サンプリング
夏場でも〝甘酒〟の需要喚起

森永製菓は暑い夏に最も適した「甘酒」のさらなる浸透・訴求を目指す、「森永冷やし甘酒サンプリングイベント」を、土用の丑の日で隅田川花火が開催された7月27日に東京・浅草にて実施、夏らしい天候のなか盛況となった。

春夏限定の「森永冷やし甘酒」は、甘酒市場のトップブランド「森永甘酒」シリーズから発売。甘酒は冬のイメージが強いが、実は夏の季語として詠まれるなど、江戸時代から暑い季節の栄養補給に優れた飲み物として親しまれてきた。同社は夏場での需要拡大を目指し、様々なPRイベントを開催。ここ数年は春夏の甘酒カテゴリーの構成比は拡大し、甘酒全体の需要拡大にも大きく貢献している。

サンプリングでは暑さ対策、栄養補給として、良く冷えた「森永冷やし甘酒」を2千本、うちわ2千枚を無料で配布。浅草を訪れる多くの訪日外国人などに好評で、予定より早く商品が無くなるなど盛況であった。

「森永冷やし甘酒」は夏仕様のすっきりした後味やさわやかなブルーの容器が特徴。関ジャニ∞の横山裕や丸山隆平を起用したTVCMなどで商品訴求のほか熱中症対策などもPRしている。

味の素社
「うま味調味料の安全性と風評」でPディスカッション

味の素社は「うま味調味料（MSG＝グルタミン酸ナトリウム）の安全性と風評について なぜフェイクニュースは消えないのか」をテーマにしたメディア向け懇談会を7月19日、都内で行った。

パネルディスカッションでは西島基弘・実践女子大学名誉教授、国立医薬品食品衛生研究所食品添加物指定相談センター長が「うま味調味料は国から安全性のお墨付きが与えられている。風評は消費者の自然信仰なども要因となるが、専門家の立場から、自然界には有害な物質を持ったものも多くあり一概に自然＝体に良いとは言い切れない。科学的な正しい認識が求められる」と説明した。石川幹人・明治大学大学院長は「科学的な論拠が明らかで正否が99対1であったとしても、メディアなどでは両論併記の立場から聴講者に50対50の印象を与えかねない場合がある。人は恐い物、危険な物に関心が高くなりがちだ。さらに昨今のインターネットやSNSなどの普及は風評拡散が起こりやすい状況となる」と説明。医学博士・管理栄養士で日本スポーツ栄養協会の鈴木志保子理事長は「〝添加〟という言葉へのネガティブイメージがあるのも風評に関係しているのではないか。栄養士の立場から美味しさは個性であることや個人の食への思いが強く影響し変えることは難しい。しかし間違った解釈、思想となることを防ぐことはできる」と述べた。

西井社長
「フェイクニュースと戦い、真の情報伝える」

西井孝明社長は「フェイクニュースと戦い、真に豊かな社会の創造を目指して」と題し開催趣旨や間違った解釈を正すことなどを説明した。

西井社長

うま味調味料は一時、米国で長く続いた安全性論争の影響や栄養士の認識の温度差、化学調味料という誤解を招く名称が広まりネガティブなイメージや誤った風評が未だ残っている。

うま味調味料は食品衛生法に基づき安全性が認可されているほか、87年には国連機関、91年には欧州共同体食品科学委員会、95年にはアメリカ食品医薬品局など、多くの研究機関が安全性を既に確認している。13年には全米医学アカデミーが減塩政策を推進する際にMSG活用の可能性を指摘しているほか、14年にはアメリカ化学会がMSGに対する消費者の誤解を解くため資料やビデオをWEBに公開するなど、現在、国内外でその安全性は報告されている。

うま味調味料は減塩や安価（コスト削減）、栄養素をおいしく摂取できることで病院食などにおいて患者のQOL向上など多くの人々、社会に役立つ事例が多く報告。当社としてもその安全性、有用性を訴えていきたい。

自然のおいしさ!!
コジマ ジャム
小島食品製造株式会社
本社　東海市名和町一番割中25
電話〈052〉603－3511
ジミー坊や

コカ・コーラBJ
蒲郡・ラグナシアに「ガンダム」自販機

コカ・コーラ ボトラーズジャパンは8月18日まで、愛知県蒲郡市のテーマパーク、ラグナシアで機動戦士ガンダムのモビルスーツ仕様の自動販売機を設置している。

同自販機は発売25周年を迎える缶コーヒー「ジョージア エメラルドマウンテンブレンド」と、テレビアニメ放送開始40周年のガンダムの特別コラボレーションで実現。商品パッケージにモビルスーツなどが描かれた「コラボデザイン缶」が購入できるほか、購入時にアニメの有名なセリフが流れるなどファン以外にも楽しい仕様となる。

街角経済
真夏の販促活動

猛烈に暑い夏である。今年は6月から7月に本格的な梅雨期であった。各地に大雨による災害をも発生させた。

夏物商品は長雨で売り時の旬を失い、7月のデパートの売上は期待を裏切ったという。夏のボーナス支給の最盛期に、集客に苦しんだのか。

そして、これから旧盆を過ぎれば、中間決算日（8月20日）を境にして、秋物商戦に変化するのだが、今年の秋には重大な難問が控えている。そう10月から実施の「消費税の引き上げ」である。

8月下旬には6～7月の収益不振分を吸収する販売促進活動として、徹底した「安売り」が常道だが、直後には秋冬商品の値上げの取組みが控えているからややこしい。

ディスカウントと値上げ商品と、初秋は2本立てである。経験したことのない販促活動を考える晩夏である。

（大橋隆士）

株式会社　真誠（しんせい）　〒481-8526　愛知県北名古屋市片場新町29｜TEL(0568)23-3311　FAX(0568)22-4245｜北海道・東北営業部／関東営業部／中部営業部／近畿営業部／中四国営業部／九州営業部／関ヶ原工場／名古屋工場／胡麻の郷