2020年（令和2年）
4月14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

▷飲料特集 ④～⑧面
▷蜂蜜特集 ⑩面
▷スープ特集 ⑪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3367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

新型コロナウイルス感染拡大防止に向け
緊急事態宣言発令
〈食品卸〉社会維持に重要な役割

新型コロナウイルスの感染拡大防止に向け政府は4月7日に緊急事態宣言を7都府県に発令。感染につながる人と人の接触を抑えるため「不要不急の外出自粛の要請」「遊技場や遊興施設などの使用制限の要請」などを内容としている。

緊急事態宣言により幅広い業種に営業の自粛が求められるが、公共交通機関は運行を続け、海外のような都市封鎖ではない。人の生活に欠かせない食品を購入する食品小売店は営業を継続する。また、営業を休止するモールや百貨店においても食品売場に関しては営業を行う店舗が見られる。

重要となる食品の備蓄について農水省は「日本の主食である米と小麦は充分にある」とコメントしたほか、飲料、即席麺、レトルト食品、冷凍食品などについても各業界団体が供給量は充分にあると発表している。その食品を店頭に運ぶ物流については社会の維持に欠かせない存在として行政から「事業者の業務の継続」「食品その他生活必需品の安定供給の確保」「緊密な連絡体制」が求められ、食品卸各社は緊急事態において重要な役割を担う。特に2月下旬から3月上旬にかけてトイレットペーパーが一時的に品薄となった際には、メーカーの生産能力は充分で倉庫やセンターに在庫はあったものの、店舗まで充分に運べなかったことが品薄の一因となったので、食品で起こさないために物流の重要性は高い。

日本加工食品卸協会として厳しい状況のなかでも物流機能を維持していくため、行政に対して①マスクの優先支給②感染時の消毒体制支援③卸の役割の周知④生活者の冷静な購買行動の周知⑤安全な通勤手段の確保の5つを要望、食品卸各社をバックアップしていく方針にある。

愛知県は感染者の増加が穏やかなことや感染経路が明確なことから緊急事態宣言の7都府県に含まれなかったが、名古屋市の河村たかし市長が緊急事態宣言に愛知県を加えるよう要望し、愛知県でも10日に独自の宣言を発令。三重県、岐阜県も独自の緊急事態宣言を行うなど予断を許さない状況にある。

国税庁
料飲店で酒類のテイクアウト緩和

国税庁は料飲店などが提供している酒類について、来店客が家庭で消費するために購入する持ち帰り用販売（テイクアウト）を期間限定で許可する「期限付酒類小売免許」を付与すると発表。

料飲店などが提供している酒類を来店客に持ち帰り用として販売するためには、営業場以外の場所で飲用に供する酒類を販売するための酒類小売業免許を必要としている。新型コロナウイルス感染拡大により飲食業界が大きな影響を受けているなかで、料飲店等が酒類小売業免許を取得しようとする場合について申請手続の簡素化・免許処理の迅速化を図るため、一般の酒類小売業免許とは別に新たに「期限付酒類小売業免許」を設けた。免許は20年6月30日までに提出のあった免許申請書に限り、期限は免許付与から6か月間。自治体等から各種の要請等がある場合、これに従うことが条件となる。

同免許で販売できる酒類は、既存の在庫や既存取引先からの仕入れの販売に限る。料理に併せるなどとした酒類の宅配は可能だが、インターネット等を利用して2都道府県以上の広範な地域の消費者等を対象とした酒類販売はできない。

なお、期限付酒類小売業免許についても、一般の酒類小売業免許と同様に酒類の仕入れや販売について帳簿に記帳する義務が課されるほか、販売数量の報告などは必要となる。また、販売場ごとに酒類販売管理者を選任する必要がある。

金印 100周年へ企業姿勢示す

金印は4月1日、ブランドロゴ、ブランドコンセプト、ステートメントを刷新した。

新たなブランドロゴは『金』の漢字をモチーフに、日本の象徴であり日本一を表す「富士山」とわさびが豊かに生い茂る「棚田」を表現したシンボルマークとした。なお、富士山と棚田の組み合わせは最高品質のわさびづくりの証であり、ロゴタイプは日本古来の伝統を感じさせる筆文字とした。ブランドコンセプトには『世界を美味しく健康に』を掲げ、新ステートメントともに100年企業に向けて踏み出した同社グループの決意表明であり、わさびを通じて豊かで健康な世界を実現する創業から変わらぬ思いと、これからの目指すべき指針を込めた。同社HPで新たなブランドコンセプトを紹介する動画を公開している。

同社は1929年の創業以来、90年以上に亘る企業活動を通じて加工わさびのパイオニア企業として業界初の商品を常に世に出し続けてきた。特にわさび本来の価値にこだわり、清々しい香りや美味しさ、健康機能価値を提供してきた。90周年を経て、わさびのさらなる価値を世界に広めていくとともに、スパイス・機能性素材メーカーとしてのこれまで以上の飛躍を目指し、ブランドロゴ、ブランドコンセプト、ステートメントを刷新。新たな旗印のもと、同社グループはさらなる団結で「人類の健康づくりと世界の食文化の向上に貢献」し、世界中から愛される『金印わさび』を目指していく。

なお、同社はわさびの機能性の研究や価値を広く紹介する「わさびフォーラム」を開催しているほか、今年には加工わさび初の機能性表示食品となる「肉用きざみわさび」を発売するなどわさびの可能性の追求や食文化の継承、海外への普及拡大などに積極的に取り組んでいる。

金 金印わさび

自然のおいしさ!!
エジマ 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

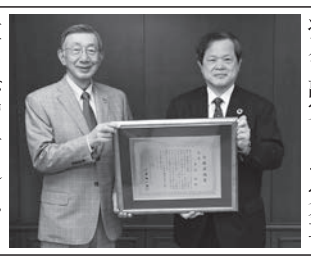
ジミー坊や

「食創会」安藤百福賞 大賞に慶応大学の末松誠氏

公益財団法人の安藤スポーツ・食文化振興財団（安藤宏基理事長）が主宰する「食創会～新しい食品の創造・開発を奨める会～」（小泉純一郎会長）は、19年度食創会「第24回安藤百福賞」の受賞者5名を決定した。

食創会は、食科学の振興や新しい食品の創造開発に貢献する独創的な研究者や開発者並びに、ベンチャー起業家を表彰する「安藤百福賞」表彰事業（文部科学省、農林水産省後援）を実施し、今回で24回目となる。

今回、最高賞である大賞には慶應義塾大学の末松誠客員教授を選出。ガス分子の生物作用のメカニズムを解明し、健康維持や疾病治療・予防に役立つ研究「ガスバイオロジー」の開拓が評価された。3月13日には安藤宏基理事長から末松氏に賞状及び副賞として賞金一千万円が贈呈された。



優秀賞（賞金二〇〇万円）については「消化管ホルモンを介した高脂肪食による肥満誘導メカニズムの解明」（京都大学・稲垣暢也教授）、「ジペプチドの健康維持機能に関する研究」（九州大学・松井利郎教授）、「農業技術の開発とベンチャー起業による世界展開」（メビオール㈱森有一会長）、安藤百福賞（同一〇〇万円）には「ゼロカロリー甘味料D・アルロースの満腹感誘導、肥満・糖尿病改善作用の発見」（京都府立大学・岩崎有作教授）が選出された。

アサヒ「スーパードライ」500ml缶製造でも〝グリーン電力〟活用

アサヒビールは日本自然エネルギー㈱と契約し活用している「グリーン電力（再生可能エネルギー）」を、20年5月下旬製造分から「アサヒスーパードライ」缶500mlの製造に活用範囲を拡大する。これにより「アサヒスーパードライ」缶350ml、缶500mlの全数及びノンアルコールビールテイスト飲料「アサヒドライゼロ」缶350ml、ギフトセットのビール類がグリーン電力を活用し製造した製品となる。

同社が活用するグリーンエネルギーは主に木材チップ等を燃料としたバイオマス発電によるもの。同社は09年4月に食品業界で初めて製品（アサヒスーパードライ缶350ml）及びギフトセットのビール類の製造にグリーン電力を活用し、再生可能エネルギーの普及や気候変化対策への取組みに努めてきた。

今回の活用範囲の拡大により、アサヒビール全体の20年のグリーン電力活用量は約2500万kwh（前年比47%増）となり、CO2は年間で約1万1600t削減できる見込み。なお、「アサヒスーパードライ」缶350mlと同様に、同缶500mlの缶体に、グリーン電力を活用し製造された商品であることを示す〝グリーン・エネルギー・マーク〟を記載する。

〈明治〉最新鋭「倉敷工場」稼働
高品質プロテイン粉末など生産

明治は「ザバス」プロテインなどの粉末商品を生産する「倉敷工場」（岡山県倉敷市玉島乙島字新湊）の稼働を開始した。

同工場は主にザバスホエイプロテインシリーズ全品を生産する。生産能力は年間1万1千t。多くの工程で自動化など最新設備を導入、安全で無駄のない効率的な生産を実現した。さらに溶けの悪い細かい粒や大きい粒を減らし溶けやすい大きさに粒を均質化する同社独自の〝均質顆粒化製法〟を導入し、水に溶けやすいなど、より高品質な製品を提供する。敷地面積は約7万6800㎡、延床面積約2万6500㎡、建物は鉄骨造4階建て。投資額は約一八〇億円となる。

西岡直紀工場長は「今後の販売量増大に対応すべく自動化や品質向上のほか、大型造粒機8基、充填包装ライン6ラインを導入し生産能力を増強。また製造棟内に増設スペースも確保した」とコメント。開発部の山内大器氏は「今回開発面では特に〝溶け〟にこだわった。新製法で実現することができた」と述べ、栄養マーケティング二部の外崎将昭氏は「運動後に少ないシェイクで飲める『ザバスホエイプロテイン100』などプロテインNo.1ブランドの責務として多くの人に安心して使ってもらいたい」とコメントした。

プロテイン市場は同社推定で19年度は約五五〇億円、10年と比較し約4倍と大きく伸長している。購入者の重視点として、筋肉・筋力の増強や維持など機能性のほか、飲みやすい味、すぐ溶けダマにならないこと、メーカー・ブランドへの信頼、保管しやすいなどの意向があったという。

街角経済
安全確保の取組み

「新型コロナウイルス」の感染拡大は経済環境を根底から破壊している。創業以降最大という厳しい安全対策の必要な企業も多い。また、に今は「企業の生死が掛かる経営」である。

期首の今月も期末の3月に続いて経営計画通りの経営は出来ない。そこには『成り行きまかせの経営』のような危険状態が続く。

個人の生活は昨年末と比べて購買意欲が大きく低下している。売れなければ川上への仕入商品の支払いがしだいに苦しくなるのは当然なこと。この対策は最重要である。

政府は新型コロナによる経営の不安対策として大型の支援策を打ち出している。これを企業は躊躇しないで活用して、まず当面の安全を確保したい。『コロナ不況』から企業を守ることに務めることが緊急活動である。

もちろん政府資金の活用でも金融機関からと同じ「借金」であることに変わりはないから返済することは忘れないで――（大橋隆士）

金 金印わさび
お問合せは、金印物産お客様相談室まで
フリーダイヤル 0120-021-887
https://www.kinjirushi.co.jp/
FSSC22000 認証取得（金印わさび株式会社）