



食品業界価格改定

多方面で改定実施

新価格の浸透は着実に進む

食品業界では植物油価格や小麦粉などの原材料価格が高騰、特に輸入小麦の政府売渡価格が大幅に引き上げられた。さらに包装資材やエネルギーコスト、物流コストなどの各種コストも上昇。この動きは長期化することが確実であり、多方面で製品価格の現状維持が困難な状況となっており、価格改定が行われている。価格改定の進捗については、業界の課題であり「価格改定について概ねの理解を得ている」と飲料メーカー役員や「新価格は順調に受け入れられている」と食用油メーカー、「今回は大きな需要や駆け込み需要はなく、ほぼ想定している売価で推移している」と即席麺メーカーなどの声が聞かれ、流通各層で理解を得

エスビー食品

家庭用製品及び販売代理する海外ブランドの一部製品の価格を、9月1日納品日より改定する。改定の内容は▽家庭用即席9.7%の値上げ▽家庭用レトルト製品が59品目で平均5.0%の値上げ▽家庭用用パスナース製品が35品目で平均7.9%の値上げ▽家庭用インスタント麺製品(EC専用商品含む)が5品目で平均9.7%の値上げ▽李錦記が32品目で平均7.1%の値上げ▽M&A I L Eが12品目で平均8.2%の値上げ▽F&A U C H O N紅茶が6品目で平均15%の値上げ▽ボンヌマンが13品目で平均7.0%の値上げ。

サッポロビール

ビール類、酒類テイスト飲料、RTD、その他樽詰商品の生産者価格を、10月1日同社売上げより改定する。対象商品は、ビール類が「サッポロ生ビール黒ラベル」「エビスビール」など、酒類テイスト飲料が「サッポロウまみ搾り」など、RTDが「サッポロ濃いめのレモンサワー」など、その他樽詰商品が「サッポロ水サワー樽詰」など。小型パッケージ製品などの価格を、10月1日出荷日より改定する。対象商品は、清涼飲料水の小型パッケージ製品PETボトル、ボトル缶(一部製品除く)など、アルコが「かつおだし顆粒192g」だしの素顆粒6g×7本など9アイテム、無添加だしが「無添加だし鰹とれたて84g粉末」「無添加だしあわせ84g粉末」など10アイテム。また、みそ、しょうゆ製品についても9月1日納品日より改定する。

全清飲

一般社団法人全国清涼飲料連合会は、「22年度定時総会」を都内で開催した。米女太一会長(アサヒ飲料社長)は「昨年度は一昨年に続き新型コロナウイルス感染症の影響を受けコロナ前とは異なる状況が続き、変化に対応する1年だった。また今年2月に起こったウクライナの問題は原材料高騰など我々の業界にも影響を与えた。清涼飲料業界は近年、業界全体で水平リサイクルとしてのBtoBなどの環境対応や自販機の事業支援、安心安全のための技術基盤の整備、業界広報やお客様対応、中小企業支援などの課題に取り組んできた。各事業者が、価値を競い合い、顧客へ価値を創造する一方で、プラスチック問題をはじめ各課題については業界を挙げて手を携えて取り組んできた。特に水平リサイクル、ボトルtobolの取組みが推進されたことは本当にうれしく思う。このモデルがサステイナブルな社会に有効で日本らしいモデルになることを祈念する」と挨拶した。新会長に選出された松尾喜朗新会長(大塚製薬副社長)は「この2年間

国分へ酒類展示会3年ぶり開催



国分酒類展示会

国分グループ本社は3年ぶりとなる「国分酒類総合展示会」を5月31日に都内で開催した。酒類インなど商品軸を中心に、コロナ禍の3年間で大きく変化した酒類ビジネスに対応した多様な提案を行った。またマーケティング企画部と商品統括部が連動した「食と酒との親和性」など様々な提案も行った。

メーカ195社、食品・菓子メーカ23社が出展

感染対策を施した上でこれまでより2倍以上の広会場で開催。酒販店、量販店、CVS、外食関係など1500名が来場

当地グルメ手羽先のたれ」などで、改定率は6%の値上げ。また、業務用商品の価格を10月1日出荷日より改定する。改定の内容は出荷価格の10%の値上げ。

ネスレ日本

飲料製品とコーヒーメーカーの一部商品の価格を、9月1日納品日より改定する。飲料製品が「ネスカフェゴールドブレンド」ステイックコーヒー10P「ネスレブライト260g」ネスカフェドレッチェエグスト専用カプセルカ

ミズカネ

納豆商品の一部商品の価格を、9月1日より改定する。対象商品は「金たまたま醤油たれ3P」「くめ納豆 秘伝金印ミニ3」などで、改定率は3.4%の値上げ。

夏原平和氏お別れの会

平和堂の元代表取締役会長執行役員で、21年12月に逝去した故・夏原平和氏のお別れの会が、6月3日に滋賀県大津市で執り行われた。当日は故人を偲び、多くの人が来場し別れを惜しんだ。故・夏原平和氏は1944年に滋賀県彦根市に生まれ、同志社大学法学部を卒業後、平和堂に入社。89年に創業者の夏原平次郎氏より社長を引き継ぎ、大きく変化する社会情勢に対応し平和堂グループの成長を牽引。毎



夏原平和氏



夏原平和氏

フェオレ16P」などで約9%の値上げ。コーヒーメーカーは「ネスカフェゴールドブレンドバリスタデューオ」などで約17%の値上げ。はごろもフーズ 家庭用及び業務用製品の価格を、8月1日出荷日より改定する。対象は家庭用製品のバスタがロングバスタ・ハーフバスタ計11品、ショートバスタが6品、Carbof各8品、グラタンセット計8品で1.9%の値上げ。家庭用製品のバスタソースがミートソー

「おトクちゃん」が復活 ユニーは、好評を得たキャラクターの「おトクちゃん」を14年ぶりに復活させる。おトクちゃん(おとくちゃん)を復活させ、ポスターなどの店内販促物で賑やかにアピタ・ピアゴの「おトクちゃん」をお知らせするとしている。

熱中症に備える 気温が上昇し歩いていなくても汗をかくような気候となってきた。梅雨に突入したばかりのこの時期は、身体や服装の準備が出来ていないこともあり、こたえるものがある。身体に熱がこもってきたと感じた時に、気をつけたいといけないのが熱中症である。適切な水分補給や休息をしないと、屋内であつても熱中症となってしまう。「まだ夏本番ではないし、それほど暑くない」といえないかと我慢していると、取り返しのつかないことになってしまうので、意識して対策をしたい。しかし梅雨のこのタイミングで、熱中症対策の商品を揃えた売場作りは難しい。コロナ禍により、暑さも傾向で、さらに冷夏が続いたことから生活者は夏の暑さ、特に屋外の行動に不慣れとなつている。生活者に「今年は熱中症に特に気をつけよう」とした意識付けをしながら、熱中症対策の商品を展開していきたい。

特売生鮮市」を宣伝隊長としてPRする。同社は「東海エリアのお客様の記憶に残り続けるとともに、若い世代にとっては子どもの頃に見た記憶のあるキャラクターの「おトクちゃん」を復活させる。ポスターなどの店内販促物で賑やかにアピタ・ピアゴの「おトクちゃん」をお知らせするとしている。



FSSC22000 認証取得 (金印わさび株式会社)