2023年（令和5年）
12月19日
（第三種郵便物認可 昭和23年4月15日）
毎月3回発行（第1,第2,第3火曜日）

今号の特集

▷缶詰特集 ④面
▷中京地区 スパイス特集 ⑤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】

食品・飲料・醸造業界情報をお届けします。
中部飲食料新聞社ホームページへ…

第3493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

スーパーマーケット販売統計調査10月

全店売上高5.3%増

価格改定効果が表れる

全国スーパーマーケット協会、日本スーパーマーケット協会、オール日本スーパーマーケット協会の食品スーパー3団体合同の23年10月の食品スーパー270社8370店舗の売上高は一兆四二一億九〇〇万円、前年同月比5.3％増、既存店ベースでは4.3％増。中部エリア（新潟、富山、石川、福井、山梨、長野、岐阜、静岡、愛知）においては全店売上高が5.0％増、既存店3.4％増となった。

10月は全国的に気温が高く、降雨の少ない月となったことで、夏物商材の好調が持続したが、秋冬商材については不振となった。大きな動きとして酒税改正が行われ、ビールが引き下げられた一方で新ジャンルは引き上げとなった。また、清酒とワインが一本化となったことで清酒が引き下げられ、ワインは引き上げとなった。これにより特に報道が大きかったビールが好調に推移した。

カテゴリー別では青果や畜産は相場高の影響が見られるが、青果は一部で品質低下や不安定な入荷が見られたが全体としては好調に推移。畜産では相場高の影響で牛肉から豚肉、さらに鶏肉へと需要がシフトし、鍋需要の低迷も加わって不調となった。水産は比較的安定した相場で推移し、サンマの回復やマグロなどの刺身の好調により、鍋の不調はあったものの全体としては良かった。惣菜は光熱費増に伴う調理敬遠や外出の増加により需要増で好調に推移。秋祭りなどのイベント需要やハロウィン、秋の味覚の訴求などの販売企画が成果をあげたとの声も聞かれた。日配は値上げの影響の大きいカテゴリーであるが、全体的に買上点数の減少は小さく販売額は好調に推移。特に価格改定のあったパンの動きが良いとの声が聞かれた。また、鶏卵は価格が高止まりの中で商品供給が回復し売上増に貢献。冷凍食品では冷凍野菜が青果の相場高を受けて好調。一般食品では単価上昇による買上点数の抑制効果が見られるが、高温傾向で飲料や乾麺が好調な反面、鍋つゆやスープ類などの秋冬商材は苦戦。新米は相場高傾向であったが、販売数量に回復が見られた。

東海エリアの量販店においても価格改定や相場高による売上増、高温傾向の影響など全国同様に推移した模様。

10月概況	全店前年比	既存店前年比
総販売額	105.3%	104.3%
食品合計	105.9%	104.9%
農産品	107.4%	106.4%
水産品	105.3%	104.1%
畜産品	102.2%	101.0%
生鮮3部門計	105.0%	103.9%
惣菜	106.2%	104.9%
日配	107.7%	106.6%
一般食品	105.7%	104.7%
非食品	97.6%	97.4%
その他	99.4%	98.5%

森永製菓〈受験生応援施策〉
ラムネ（ぶどう糖）、ココア、甘酒「inゼリー」で受験生サポート

森永製菓は、本格的な受験シーズンに向け「受験生応援」施策を実施している。

今年はインフルエンザが猛威を振るうなど、受験生の体調、健康面のケアの関心も高まっているという。今回は特に①勉強に集中したい時②寒さ対策③栄養補給などのシーンでの活用、提案に努めている。

【勉強に集中したい時】では、ぶどう糖を90％配合した「ラムネ」「大粒ラムネ」及び12月12日に新発売したぶどう糖80％配合の「ラムネハイチュウ」を提案。各品とも持ち運びに便利でぶどう糖を手軽においしく摂取できる商品となる。さらに12月12日に新発売した「ラムネクリームサンドクッキー」はぶどう糖を使用した爽やかで清涼感あるラムネ風味のクリームをはさんだクッキーとなる。

【寒さ対策など】では、勉強などの合間に体を温めたり、リラックスタイムにも最適なココア商材や甘酒商材を提案している。「ミルクココア」は長年愛されてきた定番商品で深くまろやかな王道の味わいが特徴。「カカオの力〈CACAO 70〉」は末梢の血流を改善し手先表面を温かく保つ、また腸活にも作用するカカオ成分を含んだハイカカオな機能性表示食品として提案する。「森永甘酒」は2つの発酵素材の酒粕・米麹を使用している。酒粕の深いコクと米麹のやさしい甘みや米麹のしっかりと感じられる食感やのどごしが楽しめるのが特徴となる。

さらに、これら商品を活用した「豆乳入りバナナホットミルクココア」「甘酒ぞうすい」としたアレンジレシピもWEBなどで提案している。

【栄養補給・勉強に集中したい時】シーンでは、手軽で持ち運びに便利で、勉強の合間に素早く栄養補給や試験時の緊張したシーンなどでも飲みやすいなど受験生の強い味方「inゼリー」シリーズを提案している。なかでも「inゼリー エネルギーブドウ糖」は、ぶどう糖を30g配合したラムネ味のゼリー飲料であり注力している。

国分中部 松阪市ハンズオン支援事業の製茶産業を支援

国分中部は令和5年度の松阪市ハンズオン支援採択事業者をはじめとする「松阪茶」の生産事業者4社と「松阪茶」のブランディング・販路開拓に取組む事を発表、特産の深蒸し煎茶を販売する。

国分中部は三重県松阪市及び国分グループ本社と22年に松阪市の活性化を支援する包括連携に関する協定を締結。〝国分ゆかりの地〟である松阪市の食材や地域資源を掘り起こし、市の魅力を生かした商品の開発などを通じ、市の活性化や持続的な発展を支援している。

今回、令和5年度の松阪市ハンズオン支援事業として深緑茶房を含めた「松阪茶」の生産業者4社（深緑茶房、茶来まつさか、ヤマキ高橋製茶園、茶工房香肌）が、製茶産業が直面する後継者不足や、若い世代の茶葉消費減少の食い止めを目指す。4社の茶葉をブレンドした旗艦商品「松阪ブレンド」を開発した。

松阪市長に表敬訪問

国分中部は同取組みに賛同し、同じく松阪にゆかりのあるマックスバリュ東海の三重エリア店舗で広く販売するなど、同社商品のブランディングや販路開拓を行う。

「K&Kたまごかけごはん専用コンビーフ」優勝

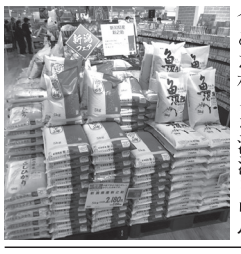
国分グループ本社は10月に開催された「卵フェスin池袋2023 第五回たまごかけごはん祭り」トッピング部門において、同社の『K&Kたまごかけごはん専用コンビーフ』が優勝した。なお同品の優勝は昨年に続き2度目となる。

「卵フェス」は一般社団法人日本たまごかけごはん研究所が主催する世界最大級のたまごかけごはんのイベント。人気の「たまごかけごはん祭り」は全国各地から厳選されたブランドたまご、醤油、トッピング商品をお代わり自由で食べられる有料イベント。

イオンリテール東海カンパニー 東海で初の新潟フェア盛況

イオンリテール東海カンパニーは、イオン熱田店（名古屋市熱田区）で「新潟フェア」を12月8～10日に開催した。なお、新潟フェアの東海エリアでの開催は初となる。

今回のフェアは新潟県の魅力ある食と文化を発信するもので、直営売場では、農産売場では旬を迎えた西洋梨「ルレクチエ」や新潟県産のまいたけなどを販売。また、まいたけを使った惣菜も登場した。水産では村上市名産の「塩引き鮭」や天然ぶり、精肉では「越後もち豚」、さらに新潟のブランド米「新之助」や「コシヒカリ」、亀田製菓の「柿の種」『ハッピーターン」など新潟の特産品を多彩に展開。新潟のマスコットキャラクターの来店やハッピーターン号によるイベントなどもあり盛況となった。



9～10日には朝日酒造、八海醸造、菊水酒造、麒麟山酒造、DHC酒造など酒蔵10社が集結し各酒蔵の酒を紹介する「新潟フェア大試飲会」を開催。新酒や特定名称種を含めた様々な清酒を中心にワインや焼酎、梅酒などが一堂に揃い、試飲を交えて蔵元のスタッフが来場者に特徴を解説、大いに賑わった。「新潟は日本酒の最大の名産地であり、蔵元が来店客に自慢の酒を紹介し好反応を得ている。10蔵が一堂に集まるのは百貨店などのフェアでも無く、大きな規模で店舗サイズの大きいGMSならではの取組みである。日本酒はこれから年末年始や贈答の需要期であり、新酒も登場するので大きな山場を迎えるタイミングであり、ここに試飲を交えて蔵元が直接商品を紹介できるのは大きな効果がある。特に試飲が再開されたことは大きく、お客様が楽しんで催事場だけでなく店全体の活性化につながっている」（イオンリテール東海カンパニー・浅野哲也商品統括部リカーマネージャー）。

味の素社〈ビクトリーPJ〉20年の軌跡と今後の進化

味の素社は、JOCオフィシャルパートナーとして取り組むオリンピック強化支援事業「ビクトリープロジェクト」が20周年を迎え、これまでの20年の軌跡と今後のプロジェクト進化について、11月30日に味の素ナショナルトレーニングセンターで記者発表会を行った。

同社は03年よりJOCオフィシャルパートナーとして、トップアスリートへの栄養サポートを通じて日本スポーツ界の強化に貢献する強化支援事業「ビクトリープロジェクト」を展開してきた。

また、同事業は同社の〝アミノサイエンスで人・地球・社会のWell-beingに貢献する〟としたパーパスを具現化した同社ならではの独自性のある活動となっている。今回の発表会ではフィギュアスケートの荒川静香氏やJOC理事でオリンピックメダリストの松田丈志氏など「ビクトリープロジェクト」に縁の深い多数のゲストが登壇し、自己の経験とともにプロジェクトの20年の軌跡を振り返った。トップアスリートをサポートするプロジェクトメンバーによるこれまでのサポート活動の報告や新たな挑戦についての説明を実施、大会現地での和軽食「JOC G-Road station」の提供とアスリートの心身へのサポート効果、「アミノバイタル」を通じたコンディショニングサポートの解説、新開発の「Amino Pizza」の紹介などが行われた。さらに同社がパートナー契約を行っているブレイキン日本代表強化選手のB-boy Shigekix が現在のサポート活動について述べ、B-girl Ayaneとともにブレイキンが披露し会場を沸かせた。

開催に際して佐々木達哉取締役執行役専務は「当社の掲げる〝Eat Well, Live WELL.〟は志（パーパス）とASV（実現への取組み）、AGW（価値観）が一体となったもの。パーパスにあるアミノサイエンスは、全ての生き物の身体をつくる基本物質のアミノ酸を知り尽くした当社グループならではの強みである。そのアミノサイエンスを活用しJOCと共同で栄養サポート活動『ビクトリープロジェクト』を展開、スペシャル組成のアミノ酸の提供、アミノ酸をフル活用した大会現地の和軽食の提供など選手の心身のコンディション向上に貢献し、パラ競技へのサポートも実施している。さらに『ビクトリープロジェクト』は世界へグローバル展開しており、国内においてもプロジェクトの知見を生活者のWell-being実現に役立てている」と挨拶した。

中飲 食知る辺

2023年を振返る

いよいよ年の瀬、あらためて2023年はどんな年であったのか振り返ってみたい。

各業界の重大ニュースが発表されるなか、上位に挙がるのはやはり「猛暑」「残暑」などの天候関連だ。業界別に悲喜こもごもの状況が見られた。先週海に行ったら子どもが膝まで海に入っていた。今は12月。やはり異常である。次は「各種コスト高」「価格改定」「円安」が来る。これに伴い消費者の価格志向、生活防衛意識が注目された。一方、2極化やメリハリ消費等も依然聞かれ、消費ニーズの多様化がさらに進んだ。続いて「人流回復」や「インバウンド消費の期待」などが挙がる。

悩ましかったのは商品の話題だ。酒類など一部を除き主要カテゴリーで「大ヒットした商品」が特に見当たらないとの声が聞かれた。価格改定やコスト高への対応が先ずは重要案件で、新商品の育成まで手が回らなかったというのが実情だろう。