2026年（令和8年）
8月20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木曜日）

今号の特集

▷食用油特集 ⑤面
▷だしの素特集 ⑥面
▷冷凍食品特集 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】



日新蜂蜜株式会社

第3588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

東海卸酒販組合 愛知県上半期
ビールが高い伸び
酒税改正見据え各社注力

東海卸酒販組合がまとめた令和8年上半期（1～6月）の愛知県酒類卸販売数量（大卸実績及び小売業者販売実績）は全体で33万3627kℓ、前年同月比1.1％減となった。ビール類が1.6％増と前年増となったが、ビール類以外の酒類が4.0％減でトータルでは前年を下回る推移となった。10月の酒税改正を見据えて酒類大手各社がビール強化や新ジャンルブランドのビール化を打ち出しており、ビールのさらなる拡大が期待されている。

構成比の大きいビールをはじめとするビール類は、ビールが7.8％増と前年上期を上回る推移となり牽引、発泡酒が5.0％減、その他醸造酒も振るわなかったが、ビール類トータルでは前年上期を上回る着地となった。ビール類以外の酒類では、ブランデーと雑酒が前年を上回ったものの、多くのカテゴリーで前年を下回る厳しい推移となっている。

6月単月の販売数量は前年同月比8.4％増の大幅増で着地。ビール類は16・8％増と2ケタ増となり、ビール類以外は0.5％減でわずかに下回った。ビール類は構成比の大きいビールは36・7％増となり、発泡酒が1.4％減となった。ビール類以外はウイスキーが15・5％増、ブランデーが37・7％増となり、スピリッツが7.6％増（発泡性を有するもの0.9％増）、みりん4.3％増など健闘を示すカテゴリーが散見されたが、トータルでは前年割れとなった。

愛知県の酒類卸販売数量

（単位：kℓ、前年比％）

区分	6月 数量	6月 前年比	1～6月 数量	1～6月 前年比
清酒	1,857	69.4	12,968	86.9
合成清酒	91	90.4	575	95.2
連続式蒸留焼酎	1,586	91.8	9,822	94.9
単式蒸留焼酎	1,961	88.7	11,752	91.1
みりん	528	104.3	3,275	99.9
ビール	17,723	136.7	97,544	107.8
果実酒	1,015	86.5	8,638	91.4
甘味果実酒	44	79.4	347	97.8
ウイスキー	1,343	115.5	7,391	99.5
ブランデー	30	137.7	156	100.1
原料用アルコール	1	－	1	－
発泡酒	13,999	98.6	81,485	95.0
その他の醸造酒	10	86.7	61	89.5
内発泡性を有するもの	2	197.8	5	79.9
スピリッツ類	10,726	107.6	64,029	98.9
内発泡性を有するもの	9,630	100.9	60,486	97.3
リキュール類	6,230	105.3	37,566	96.4
内発泡性を有するもの	4,991	97.3	31,571	93.8
雑酒	2	200.3	11	120.3
合計	57,151	108.4	333,627	98.9
ビール・発泡酒・その他醸造酒	31,733	116.8	179,091	101.6
ビール類除く酒類	25,417	99.5	154,535	96.0

国分G本社
注目の「キングスハワイアン」日本向けCM投下



国分グループ本社が正規輸入代理店として取扱うアメリカで人気のスウィートロールパン「KING'S HAWAIIAN（キングスハワイアン）オリジナルハワイアンスウィートロール」は、7～8月末まで日本国内でTVCMを投下するなど、さらなる認知拡大や拡販に努めている。

King's Hawaiian社は、1950年に日系2世のロバート・R・タイラ氏がハワイで創業したベーカリーショップからスタート。まるで焼きたてのようなふんわりした柔らかさと、口に広がる優しい甘さのハワイスウィートロールは大きな評判を呼び、70年には米国本土市場に進出、80年のベーカリーレストランの開業をきっかけに、事業は拡大を続け、創業75周年の節目の25年に日本市場に本格上陸した。同品はアメリカ国内で大きな支持を集め、特に感謝祭やクリスマスなどのホリデーシーズンには大人気商品となる。ふわふわの食感とほんのり甘い香りが特徴で、そのままでも美味しく、オーブントースターで温めるとさらにふんわり感がアップする。また、好みの具材を挟むなど、多彩な楽しみ方ができるのも特徴となる。

今回投下する日本国内向けのTVCM「さあ！シェアロハ！」篇は、家族や友人とスウィートロールを分け合う楽しさや喜びを描いた内容。朝食や軽食、ホームパーティなど、様々なシーンで楽しめる同品の魅力を表現した。

カゴメ
数量限定「カゴメトマトジュースプレミアム」発売

カゴメは、「カゴメトマトジュース」ブランドより、旬の国産トマトを100％使用した数量限定「カゴメトマトジュースプレミアム食塩無添加」を8月4日に発売。商品のこだわりや国産原料100％のほか、生産者とともにトマト栽培まで取組む〝カゴメのものづくり〟などを店頭で消費者に直接伝えるべく、生産者が出演する動画やSNS活用の情報発信、オリジナルトマト巾着の用意や生トマトの配布など、様々な店頭でのコミュニケーション活動を実施している。在庫がなくなり次第、販売終了となる。

昨今、国内の生トマトを取巻く農業環境は、生産者の高齢化や担い手不足、気候変動の影響などから厳しい状況が続く。一方で安心・安全への意識の高まり、国産原料への信頼感から、国産トマトを使用した商品のニーズは根強く「多くのお客様に支持され続けている」（同社）という。今回の新商品は、毎年夏に数量限定で発売する特別なトマトジュース。その年の夏に収穫した国産完熟トマトのみを使用したほか、独自製法をさらに進化させた「New!とれたてストレート製法」により、製造時の余分な熱をカットし、より〝生トマトをかじったような〟

エスビー食品
三重の食材使用パスタソース



エスビー食品は、東京都内で新商品「まぜるだけのスパゲッティソース〈伊勢志摩伊勢海老バター仕立て〉」発売発表会を7月23日に開催。マーケティング企画室の中島康介室長が商品のコンセプトや特徴、企画背景などを説明した。

一見勝之三重県知事も参加して、商品をPRした。

「まぜるだけのスパゲッティソース」は1988年に発売し、現在7品を展開するロングセラーブランド。『ご当地の味』シリーズは日本各地のご当地食材を使用し19年から発売、現在4品を展開している。今回の同社のねぶたは片面が「CIAOちゅ～るねぶた」で「献上！ちゅ～る俵」をテーマにした。「世界の猫を喜ばす。」というメッセージとともに、高く積み上げられた「ちゅ～る」の俵とおなじみの白猫ちゃん、そしてちゅ～ルを手にした凛々しいねぶたのキャラクターをデザイン。

食品業界価格改定
味の素冷凍食品

家庭用製品の価格を、10月1日出荷分より改定する。対象は家庭用製品で5～8％の値上げ。なお、規格変更に伴う実質的な価格改定あり。

いなばペットフード

ペットフードの一部商品の価格を、9月1日出荷分より改定する。「ちゅ～る」シリーズ371アイテム、「クランキー」シリーズ44アイテム、「金のだし」シリーズ40アイテム、「焼かつお」「焼ささみ」シリーズ34アイテム、「わがまま猫」シリーズ19アイテム、「緑黄色野菜」シリーズ17アイテム、「マルウオ」「前浜の魚」13シリーズ14アイテム、「魚づくし」シリーズアイテム、「鶏づくし」「鴨づくし」シリーズ13アイテム、「ツインズ」シリーズ7アイテム、その他52アイテムの合計624アイテム。

キリンビバレッジ

一部商品の価格を、10月1日納品分より改定する。対象はペットボトル容器、缶、ボトル缶、パウチの一部商品で、5～18％の値上げ。

エスエスケイフーズ

家庭用及び業務用の製品の価格を、10月1日納品分より改定する。対象はマヨネーズ、ドレッシング類（一部商品除く）。

シマヤ

家庭用製品の価格を、10月1日納品分より改定する。対象はだしの素、だしパック、つゆ、他製品で約15～20％の値上げ。

たいまつ食品

お鏡餅商品の価格を、26年出荷分より改定する。対象は「まる餅入り80gシリーズ」「謹賀新年（三方皿・足付き）まる餅シリーズ」などお鏡餅全品で17～30％の値上げ。

テーブルマーク

商品の価格を、9月1日納品分より改定する。対象は家庭用冷凍食品・業務用冷凍食品（一部商品を除く）で、約3～20％の値上げ。

いなば食品
青森ねぶた祭に今年も参加

いなば食品は、8月2～7日に開催された「青森ねぶた祭」に昨年に続き参加、いなばグループオリジナルのねぶたが青森の街を練り歩いた。

今回の同社のねぶたは片面が「CIAOちゅ～る俵」をテーマにした。「世界の猫を喜ばす。」というメッセージとともに、高く積み上げられた「ちゅ～る」の俵とおなじみの白猫ちゃん、そしてちゅ～ルを手にした凛々しいねぶたのキャラクターをデザイン。愛猫への愛情と感謝が込められた大迫力かつ愛らしい仕様。もう片方は「ツナ缶ねぶた」で「キハダマグロねぶたさん」がテーマ。長年愛され続けている「いなばライトツナ（スーパーノンオイル）」の巨大な缶詰を背景に、荒波を勢いよく跳ねるキハダマグロとねぶたのキャラクターを躍動感たっぷりに描き、同社の「海の恵みへの感謝と活気」を表現した。





マックスバリュ東海
「愛知県ありがとう」キャンペーン寄付金贈呈

マックスバリュ東海は、7月21日に商品の販売を通じ地域への貢献を目指す「愛知県ありがとう」キャンペーン売上の一部、二三五万一一七一円を、愛知県に贈呈した。

県にゆかりのある商品拡販などを通じて、キャンペーン売上の一部を県に贈呈する企画で、環境保全事業の推進、持続可能な社会構築に役立ててもらおうと20年9月から行い、累計寄付金額は一〇七四万六八八円。環境啓発イベントや人材育成等に役立てている。今回は25年3月1日～26年2月28日に実施。県内69店舗、215社が参加し、対象アイテムは594品目以上となった。



贈呈式には大村秀章県知事と作道政昭社長が参加。作道社長は「地域密着の経営を目指している。今後も取組みを継続していきたい」と話し、大村知事は「環境保全、知識普及促進に活用したい」と感謝した。

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）