2026年（令和8年）
10月8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

▷冬物調味料特集 ⑥〜⑧面
▷おせち特集 ⑨面
▷プレミックス特集 ⑩〜⑪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】



第3594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

ビールなど酒税改正
新たなステージに
各社、主要ブランドで様々な施策

今年10月1日に酒税改正が行われ、税率が下がったビールの施策について主要メーカーの発表会などが相次ぎ行われた。

アサヒビールは、9月30日に都内で「2026・10・1酒税改正、ビールが減税へ『アサヒスーパードライ3.0始動イベント』」や冷やしたタンブラーで提供する有料試飲イベント、限定のオリジナル「アサヒスーパードライ」缶135mℓのサンプリングイベントなどを開催。サンプリングイベントで松山社長は「『アサヒスーパードライ』は〝冷やすほど辛口のうまさが引き立つ〟としたブランド価値が大きな特徴。今回の刷新では基本の骨格は変えず、麦芽の比率を上げホップの配合を見直など、冷やした時により美味しく感じられる中味とした。新しくなった『スーパードライ』をキンキンに冷やし、さらに多くの人に楽しんで欲しい」とコメントした。



始動イベントでは木村宏之ビールマーケティング部長が「今回の酒税改正を単なる税率変更では無くビール市場の大きな転換点になると捉えている。ビールが求めやすくなることで、あらためて多くの人にビールの魅力やおいしさ、楽しさを実感してもらえるチャンスとなる。今回の改正を機に、消費者のビールブランドの選択の基準が『価格軸から価値軸』に変わると考える。アサヒビールとしては選ばれるために、ブランドの価値を明確化してその価値をさらに磨くことが重要となる」と述べた。10月1日からは『アサヒスーパードライ』の新TVCM「刷新BEER is DRY! ビールのど真ん中へ。」篇を投下。CMでは、阿部寛、長澤まさみのほか、新たに横浜流星、人気バンドONE OK ROCKのTaka、山田杏奈を起用した話題性の高いものとなる。

サントリーは、9月30日に「『金麦は、ビールへ。』PR発表会」を都内で開催した。当日は「金麦」の新TVCMに出演する仲野太賀、10月13日に新発売する「金麦〈豊潤〉」のCMに出演する竹内涼真が一堂に登壇。酒税改正を機に〝ビール化〟した「金麦」を強くPRした。特に檀れいはアンバサダーとして6年振りのCM出演となり、多くの報道陣の注目を集めていた。



登壇した奥田秀朗マーケティング本部ビール・RTD部部長は「酒税改正は大きな変化となるが、サントリーはこれまで、『モルツ』では麦芽100%、『ホップス』では発泡酒市場、『ザ・プレミアム・モルツ』ではプレミアム市場、『金麦』では新ジャンルなど、『環境変化をチャンスに変えた市場創造』に取組み新たな歴史を作ってきた。今回についても新たな市場創造に挑戦するが、『金麦』においては特に〝デイリービール〟という市場創造に取り組んでいく。『金麦』ブランドは累計200億本を突破する有力ブランドに育っており、今回のビール化では同ブランドの特性を活かしたブランド戦略、継続的かつ大規模なコミュニケーション施策など、さらなる成長を図っていく」と述べた。（キリンビール、サッポロビールの施策については次号掲載）

日清オイリオG
「BOSCO」新CMを投下

日清オイリオグループは、今年発売30周年となるオリーブオイル「BOSCO」の新CM「うまさ、ぎゅぎゅっと、早摘みオリーブ」篇を9月26日より全国で投下している。〝早摘みグリーンオリーブ〟の風味を特徴とする「BOSCO」ならではのおいしさを伝えるなど、同ブランド商品のさらなる拡販のほか、オリーブオイル市場全体の活性化に努めている。

「BOSCO」は〝イタリアの食文化を日本の食卓へ〟〝食卓をおいしく、笑顔にしたい〟という想いとともに、1996年に日本で発売。その爽やかな風味と辛みは、本場イタリアでも希少とされる早摘みのグリーンオリーブオイルならではのものでありブランドの特徴となる。イタリア料理のみならず日本食など様々な組合せ提案や用途提案が好評を博し、様々な料理に〝かける〟楽しみ方は広く浸透している。



新CMでは「BOSCO」ならではの豊かな風味を〝深いコクと、爽やかなキレ〟というキーワードで表現、料理のおいしさを引き立てる「BOSCO」の魅力を、楽しい食シーンとともに印象的に描いている。

CM放映のほかにも、オリーブオイルの持つ風味の奥深さや個性を、家庭で手軽に感じてもらえるよう「ビジュアライズドテイスティング」という手法によるテイスティング動画を公開しているほか、SNSキャンペーンなども実施。動画においてはオリーブオイルの香りや味わいを連想される別の食材などに例えて可視化。これらを見ながらテイスティングを行うことで、「BOSCO」の深いコクや爽やかなキレのほか、普段は意識することのないオリーブオイルの香りと変化も体験できるという。

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

ニップン
「ラ・モリサーナ」輸入販売開始

ニップンは、イタリア製パスタブランド「La Molisana（ラ・モリサーナ）」の輸入販売を開始、27年1月4日より日本国内で発売することを発表した。

今回取扱いを開始する「ラ・モリサーナ」は、厳格な品質管理体制のもとで製造された高品質な商品を展開する、イタリアを代表するパスタブランド。1912年にイタリア・モリーゼ州で創業し、2011年からは、デュラム小麦の製粉からパスタの製造までを自社で手掛ける一貫生産体制を整備し、高い品質とトレーサビリティを追求するファミリーカンパニーとなる。4世代にわたり受け継がれてきた製粉の知識と技術を基盤に、最先端の生産設備を融合させることで安定した品質と安全性を実現。特にパスタはイタリア中南部を中心にイタリア国内のみならず、世界100カ国以上に製品を輸出する国際的なブランドへと成長している。



ミツカングループ
ゆずの自社栽培事業開始

ミツカングループは、ゆず果汁の安定調達に向けて、新法人「株式会社ミツカンファーム」を今年8月に設立。2027年3月から徳島県美馬市でゆずの自社栽培を開始する。

近年、ぽん酢や飲料などに使用されるゆず果汁の需要は、国内で底堅く、海外でも同果汁を使用した商品の需要が高まっている。一方で、国内のゆず産地を見ると、農業従事者の高齢化や担い手不足、農地の維持などが課題となっており、将来的な生産量の減少が懸念されている。

ミツカングループはこれまで長年に亘り、高知県安芸地区を中心とした産地の人々との信頼関係を築きながら、「かおりの蔵 丸搾りゆず」などのぽん酢商品に使用する国産ゆず果汁を調達してきた。今後、将来に亘りゆず果汁を安定的に調達するため、既存の産地との取組みを今後さらに強化すると共に、新たな調達ルートの確保にも注力。「ゆずの栽培を通じて、ゆず産地の持続可能な原料基盤の構築や持続的な発展、さらに地域との共創や地域活性化に努めていく」（同社）。

新しく立ち上げる株式会社ミツカンファームの本社は愛知県半田市中村町2丁目6番地に置き、代表者には西祐二氏が就任。主に農産物の生産や加工、仕入れ、農産物の選別や貯蔵、運搬などの事業を行う。徳島県美馬市のゆず栽培は約1ヘクタールとなっており収穫量（成園時見込み）は青果で年間約20万tとなる。27年3月には約800本のゆず苗木を新植予定（苗木から収穫まで4〜5年を要す）とする。

なお、Mizkanと徳島県、美馬市、JA全農とくしま、JA徳島県の5者は、今年3月に「ゆずの産地振興に関する連携協定」を締結している。ゆずの生産から集荷、加工、販売に至るバリューチェーンを構築することを目的に、地域農業の発展および地域経済の活性化を目指す。

