

# 日刊食品通信

発行所 (株)日刊経済通信社 / 編集発行人 石母田 健 / HPアドレス www.nikkankeizai.co.jp  
本社: 〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町10番11号(日本橋府川ビル)  
電話 (03) 5847-6611 (代) FAX (03) 5847-6600 / 大阪支局: 電話 (06) 6353-1791 /  
名古屋支局: 電話 (052) 253-6924 / 購読料(半年): 45,100円(税込)



1本で味決まる 万能調味料  
濃いだし本つゆ

濃いだし本つゆ 検索、kikkoman

令和 8 年 3 月 30 日 (月)  
第 1 8 3 2 5 号

## 中国MSG大手の梅花、4月船積から20%値上げ

### FDJ大和社長、一方的な値上げ通告に懸念を示す

中国のグルタミン酸ナトリウム (MSG)・核酸の大手、梅花生物科技集団は4月船積み分からMSGの日本向け価格を20%程度引き上げる。24～25日にかけて日本での販売総代理店のFDJに通告した。本紙の取材に大和敏彦代表取締役社長は、「あまりに一方的で強硬な値上げを通告された。エネルギー価格などコストが上昇する一方で、輸入通関価格は下がり続けており、供給ができなくなるということが値上げの理由というが、突然の通告は中国品に対するユーザーの信頼性を揺るがす事態になる」と懸念を示した。

4月以降の新年度からの価格について、大和社長は「3月中旬に梅花本社で価格交渉を行い、現価格から若干の値下げで合意ができていた」と話した。中国からのMSGは2025年以降、輸入通関単価で1kgあたり150円台で推移しており、輸入量の多いベトナム、インドネシア、ブラジルと比較すると100円ほどの価格差が出ている。梅花はFDJ1社が国内総代理店であるのに対し、数社の販売代理店を持つフフェンに加え、低価格を訴求するイーピンがシェアを拡大しており、中国品間での価格競争激化が続いている。

しかし、中国国内で経済環境が悪化する中、消費低迷と生産コスト上昇からフフェン、イーピンは3月から価格改定を実施しユーザーに通告しており、梅花のみが価格改定を実施していなかった。大和社長は「供給責任をきちんと果たさなければいけない」と話し、乱売が続くことがMSG市場に悪影響を与えると強調した。

### 酒類

- 三重県酒造組合、新酒品評会を開催 ②
- 名古屋国税局、ビールワークショップ開催 ③
- 白鶴、生貯蔵酒缶をレベル表記で訴求 ③
- 大関「レモンサワーの素」で複合ニーズ対応 ⑧
- 2月輸出清酒、数量・金額16%減 ⑨
- 2月酒類輸入通関数量、3%減 ⑩

### 飲料

- サントリー「紅の伊右衛門」新登場 ③
- 山本山、玉露ハーブティーでセルフケア提案 ⑥
- 伊藤園、南九州市とBtoB連携協定を締結 ⑨
- キーコーヒー、高校生に出張コーヒー授業 ⑩

### 乳製品

- 明治「ザバス」、腸内環境など着目の新商品 ④
- 森乳、期間限定「MOW PRIMEレモンタルト」 ⑦
- Jミルク、新サイトで酪農乳業の取組発信 ⑧
- 豪州の生乳生産0.6%増(2月) ⑩

### 食品

- ソース類6%増、醸造酢20%減(2月JAS) ②
- ハナマルキ、「液体塩こうじ」テレビ新CM ③
- 2月の静岡県食缶生産量、2.1%減(静缶協) ④
- 東洋水産、7月からカップ麺などの価格改定 ⑥
- MSG輸入単価、主要国が全て前月比下落 ⑦
- マルタイ、7月から即席麺製品価格改定 ⑧
- 明治HD、GREEN EXPOに「再生」テーマで出店 ⑨
- 2月トマト加工品JAS、9%増 ⑩
- ニッポン、「オーマイプレミアム」新CM

### 冷食

- 2月の冷凍野菜輸入量、21%増 ⑦

### 流通他

- 東洋製罐「ときわの森」保全で産学協働協定 ④
- 「7NOW」拡充で新たな買い物体験提供 ⑥
- ガラスびんAW、最優秀賞「HATA PREMIUM」 ⑧

### 人事・組織

- 六甲バター 永谷園ホールディングス ⑩
- ヒガシマル醤油

今週のメモ(30日～4月4日) ②

レシートが語る消費者購買データ ⑤

### 今週のメモ(30日～4月4日)

1日(水)=日本洋酒酒造組合幹事会

### ソース類6%増、醸造酢20%減(2月JAS)

日本ソース工業会がまとめた2月のウスターソース類のJAS格付実績は、3,076klで前年同月比5.7%増。4～2月累計は3万8,608kl、前年同期比0.2%増。2月の内訳は、ウスターが大幅増、濃厚が2ケタ増と伸長したが、中濃は2ケタ減とマイナスだった。

醸造酢は7,017klで20.3%減。累計は11万913klで1.8%減。

単位:kl、下段前年比(%)		
ウスター類	2月	4～2月累計
ウスター	1,055	12,517
ソース	129.3	103.5
中濃ソース	959	12,898
	84.8	97.6
濃厚ソース	1,062	13,193
	110.4	99.8
合計	3,076	38,608
	105.7	100.2
食酢	2月	4～2月累計
醸造酢	7,017	110,913
	79.7	98.2

### 三重県酒造組合、新酒品評会を開催

(名古屋)三重県酒造組合は26日、第56回「三重県新種品評会」の表彰式を県工業研究所(三重・津市)で開催した。



開会に先立ち、清水慎一郎会長は「酒造好適米の高騰に対して県産酒米について補助が認められ、将来にわたる酒造りの大切さを改めて感じている。新酒品評会で研鑽を積み、美食の酒として地理的表示「GI三重」のブランド価値を高めたい」とあいさつ。吟醸酒(16場・27点)と純米吟醸酒(16場・26点)、純米酒(14場・23点)、

本醸造酒・普通酒(6場・18点)の出品があり、増田峰知工業研究所長が「出品酒いずれも高いレベルで、テロワールを意識した地域の個性、酒造りの誠実さを表現した酒が多かった」と審査講評を述べた。審査結果は次の通り。

三重県知事賞(純米吟醸酒の部首位)＝清水清三郎商店「作」▽同(吟醸酒の部首位)＝河武醸造「銚杉 大吟醸」▽三重県議会議長賞(純米酒の部首位)＝清水清三郎商店「作」▽全農三重県本部運営委員長賞(本醸造酒・普通酒の部)＝大田酒造「半蔵」。

### 名古屋国税局、ビールワークショップ開催

(名古屋)名古屋国税局は26日、クラフトビール製造者を対象にした研修会「ビールワークショップ」を開催した。



東海4県(愛知、岐阜、三重、静岡)のビール・発泡酒の製造者から29場、約50人の参加とオンラインを通じた参加があった。第8回目の開催で「スタイルと審査方法を学び、品評会の酒質を目指す」がテーマ。田島健一郎鑑定官室長は「ビアスタイルの多様化を受けて個性豊かなクラフトビールが求められている。品評会やコンペティションを意識しながら魅力ある高品質なクラフトビールを目指してください」とあいさつ。座学で酒類総合研究所のビール試験醸造、品評会のビールの審査法とビアスタイルについて学んだ後、テイasting勉強会では製造者が持ち寄ったクラフトビールを審査会と同じようにビアスタイルや酵母や色の違い、味わい、香味などの意見を交換しながら製造方法とビアスタイルの関係について学んだ。

## 白鶴、生貯蔵酒缶をレベル表記で訴求

(大阪) 白鶴酒造はこのほど、「しぼりたて ハクツル 生貯蔵酒」「同 生貯蔵酒 原酒」を発売した。キャッチコピーを「日本酒にレベルをつけてみた。」とし、アルコール度数をゲーム画面風に「レベル (LV.)」で表記することで、飲みごたえの違いがわかりやすいデザインとした。

「生貯蔵酒」(写真)は、スタンダードで飲みやすい王道の生貯蔵酒。バナナや梨、パイナップルなどの果実を連想させるフレッシュな香りと、淡麗でやや辛口の味わいが特長。サブコピーは、「見た目どおりの旨いやつ LV.13」。「原酒」は、華やかな香りが力強く広がる。バナナや梨を思わせる甘く爽やかな香りに、濃厚な旨味と複雑な味わいが重なる。サブコピーは、「見た目によらず強いやつ LV.19」。いずれも広口タイプの缶蓋を採用しており、香りが立ちやすい。各180ml アルミ缶、アルコール分13%/19%、税別299円/333円。



## 大関「レモンサワーの素」で複合ニーズ対応

(大阪) 大関は23日から、「レモンサワーの素 ZERO エコノミ」(写真)を発売した。既存商品「わが家のレモンサワーの素 ZERO」の糖類・プリン体ゼロという健康価値を維持しながら、“お財布にエコ(優しい)”な価格設計にしたもの。さらに、包材に環境に配慮したFSC認証紙を使用することで、家計にも環境にも優しい“Wエコ”を体現した。「わが家のサワーの素」シリーズでも使用している、日本酒から造った米焼酎をブレンド。米焼酎のまろやかな風味がシチリア産レモン果汁の爽快な味わいを引き立てる。リキュール、アルコール分25%、1.8Lパック・税別2,030円。



また、「わが家のレモンサワーの素 ZERO」シリーズは、従来品よりも濃厚な飲みごたえを実現

した「濃いめ」を追加した。健康意識の高まりや物価上昇の影響から高まる、①罪悪感なく楽しめる“ゼロ系” ②飲みごたえのある満足感 ③継続しやすいコストパフォーマンスといった複合的なニーズに応える。リキュール、アルコール分25%、1.8Lパック・同2,243円/900mlパック・同1,202円。

## サントリー「紅の伊右衛門」新登場

サントリー食品インターナショナルは31日から、サントリー緑茶「伊右衛門」ブランドから、日本茶の新たな愉しみを提案する「紅(あか)の伊右衛門」を全国で発売する。

生産プロセスまでこだわった国産の「和紅茶」を厳選し、ブランドの原点である京都で古くから親しまれている「京番茶」や、華やかな香りの「焙じ茶」など複数の茶葉をブレンドすることで、香り高さや良質な茶葉の甘み、心地よい後切れなど、他の無糖茶にはない味わいに仕上げた。パッケージは、日本の伝統塗料「紅」をモチーフに、紅を重ねた「玉虫色」を差し色とすることで、華やかな品質感を演出。600ml、税別希望小売200円。



また、同品の発売に先駆け「伊右衛門」本体をリニューアルしたとともに、2日から新テレビCMを全国で放映している。

## ハナマルキ、「液体塩こうじ」テレビ新CM

ハナマルキは、「液体塩こうじ」シリーズのテレビ新CMを4月1日から全国で順次放送を開始する。

「液体塩こうじ」を愛用して日常のレシピでも活用している料理家で食育インストラクターの和田明日香を起用。液体塩こうじ「料理が変わる」編(15秒)では考案した3つのメニューが登場するほか、「おいしい減塩」編(15秒)では減塩タイプでもおいしい3つのメニューが登場。特設Webページで「和田明日香の液体塩こうじおかわりレシピ」を公開している。

## 2月の静岡県食缶生産量、2.1%減(静岡協)

静岡缶詰協会がまとめた2月の県内食缶生産量は、前年比2.1%減となった。主力のツナ缶が同5.9%増、コーンを中心としたその他農畜産品は6.5%減少した。なお、最大品目の飲料が2.3%減となったことにより、総生産は2.3%減となった。

4～2月累計は、水産が前年比0.4%減、農畜産品6.7%減、食缶計は2.1%減、飲料を含む総生産は0.4%増となった。(単位:箱、前年比%)

品目	2月	前年比	4～2月	前年比
鮪類・鰹油漬	418,981	106.0	5,115,181	101.4
鮪類味付	-	-	751	249.5
鮪フレーク味付	1,773	79.4	46,866	88.1
鰹味付	-	-	-	-
鰹フレーク味付	-	-	-	174.3
ツナ計	420,754	105.9	5,162,798	101.3
魚と海草野菜煮	-	-	319	174.32
その他水産	219,476	90.0	2,654,381	96.6
水産小計	640,230	99.8	7,817,498	99.6
桃シラップ漬	2,914	38.9	68,162	98.4
ミカン "	3,168	50.8	63,630	150.1
その他農畜産	213,574	96.6	2,402,238	92.2
農畜産小計	219,656	93.5	2,534,030	93.3
内需向け食缶計	859,886	98.1	10,351,528	98.0
輸出向け食缶計	-	-	-	-
食缶合計	859,886	97.9	10,351,528	97.9
内需飲料類合計	5,611,198	97.7	72,978,307	100.8
総生産実績	6,471,084	97.7	83,329,835	100.4

## 明治「ザバス」、腸内環境など着目の新商品

明治は、国内売上No.1の粉末プロテインブランド「ザバス」から、プロテイン摂取と同時に腸内環境にも着目した新シリーズ「BIOPRO(ビオプロ)」を立ち上げ、「ザバス BIOPRO ホエイプロテイン100 ヨーグルト風味」を、23日から全国で発売した。

プロテイン市場は健康志向の高まりや運動習慣の広がりを背景に拡大を継続。一方、ニーズの多様化に伴い、摂取シーンや目的に応じたプロテインも増加している。この



ような背景から、同社はたんぱく質を摂取するだけでなく、カラダづくりにも着目した新たな付加価値の創出が重要になると考え、「腸から理想のカラダづくりを考える」というコンセプトのもと開発した。商品には、独自の「プロテインの力を助ける乳酸菌」を配合。1食あたりホエイプロテ

イン20gを含有しており、アスリート研究から導いた「理想のビタミン設計」と、運動後でも飲みやすい「ヨーグルト風味」が特徴となっている。内容量と希望小売価格は、420g(4,550円)、900g(7,301円)。いずれも税込。

## 森乳、期間限定「MOW PRIMEレモントルト」

森永乳業は4月6日、「MOW PRIME(モウプライム)レモントルト」を全国で期間限定発売する。

「MOW PRIME」シリーズは、「MOW」の素材や製法へのこだわりはそのままに、日常の“ちょっと贅沢なスイーツタイム”を楽しみたい人に向けたシリーズとして、2020年9月に誕生した。「MOW PRIMEレモントルト」は、近年注目の“レモンスイーツ”をもとに開発。クリーミーなレモンアイスの上に、グラハムクッキーをトッピングし、まるでスイーツのレモントルト



のような味わいを再現した。今回、アイスの中にレモンピールを混ぜ込む新設計を初めて採用。ほどよい噛み応えのある香ばしいグラハムクッキーと爽やかさが広がるレモンピールの複合食感と、なめらかでクリーミーなレモンアイスとのマリアージュを楽しめる。内容量105ml、税別希望小売価格230円。

## 東洋製罐「ときわの森」保全で産学協働協定

東洋製罐グループホールディングスはこのほど、横浜国立大学常盤台キャンパス(横浜市)に広がる「ときわの森」の保全・整備を目的として、同大学および森林文化協会と連携協定を締結した。

同社は環境省により自然共生サイトに認定された豊かな生物多様性を有する「ときわの森」の保全・整備を通じ、地域の自然環境の維持と次世代の環境教育の推進に取り組む。5年間にわたり寄付を行い、ときわの森の自然環境保全を支援。さらに学生との協働により、現地での実践的な学びや地域貢献の機会創出を図るとしている。

(Point of Buy®) Powered by mitoriz

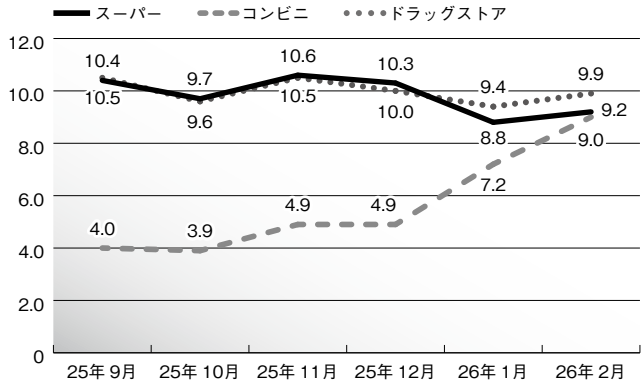
# レシートが語る消費者購買データ

レシート1000枚あたり数量

## 新ジャンル

コンビニでの旧・新ジャンル販売が昨年末から上昇基調にある。スーパーなどとは対照的だ。2度の増税で、とくに旧・新ジャンルの総販売量は漸減しているが、強まる生活防衛を背景に上位銘柄の動きは堅調だ。そうした中、コンビニでの販売が上向いているのは、ケース買いも多い中、RTD との併飲を目的とした当用買いが増えているのも一因か。また、今年10月のビール酒税一本化に向けたブランド強化策も影響しているようだ。

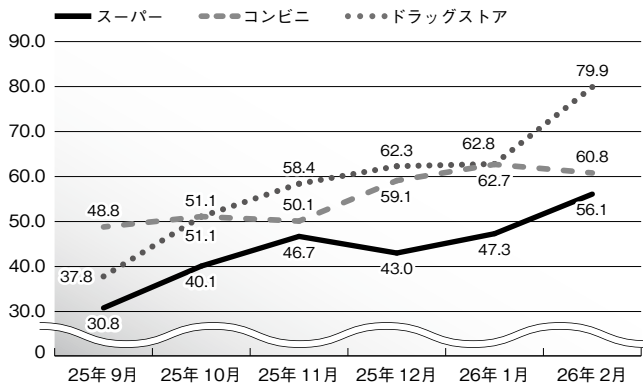
■新ジャンル/レシート1000枚あたり数量



## チョコレート

2月のチョコレートは1月中にバレンタイン向けの板チョコなどの出荷がほぼ終了したものの、抹茶関連の季節限定フレーバーの寄与でスーパー、コンビニは高い伸びとなった。ドラッグストアが前月比で急上昇しているが、年初からの大袋商品の好調を追い風に伸長。不二家が袋物2品を価格改定したが、業態の特徴として大袋の品ぞろえが充実していることから、明治、森永菓菓のほか、PB商品の荷動きが良かったことを反映。

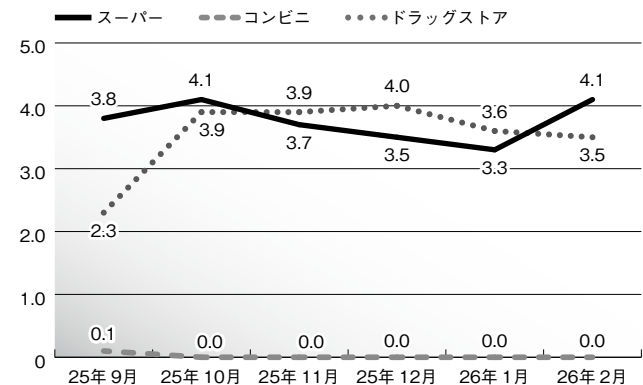
■チョコレート/レシート1000枚あたり数量



## 米

農林水産省発表による米の平均価格は、令和7年産米の出回りにより昨年9月以降は5kgあたり4,000円を上回る水準で推移していたが、1月以降は下落基調に転じている。販売量の72%を占める銘柄米は2月に入り4,200円台で推移していたが、月末には4,100円に。28%を占めるブレンド米は月初の3,900円から月末には3,700円に下がり、全量での平均販売価格は4,000円前後に下がった。特に、スーパーでは特売で3,500円前後も見られ、販売増につながっている。

■米/レシート1000枚あたり数量



● POBデータについて 50万人超の会員による月間1000万枚以上の投稿レシートを基にした消費者購買行動データサービス「Point of Buy®」(POB: ピーオービー)による購買データ。●出現率について (レシート1000枚あたり数量とは) POB会員が投稿するレシートは毎月枚数に差異が生じるため、実際の商品出現数ではなく、レシート1000枚あたりの出現数を算出した数値。

## 「7NOW」拡充で新たな買い物体験提供

セブニーイレブン・ジャパンは宅配サービス「7NOW」を拡充し、スマートフォンから注文した商品を指定した店舗で受け取れる新サービスを4月1日から開始する。新サービスの名称は「7NOW モバイルオーダー」。今秋までに可能な店舗全店で展開予定。

従来の「7NOW」は、スマホ等から専用アプリで注文し、最短20分で届ける宅配サービスで全国の約7割の店舗をカバー。これに“できたて”店内調理商品の欲しいものを欲しい分だけ店舗で受け取れる仕組み(来店前提)を追加し、新たな買い物体験を提供する。宅配は店舗とほぼ同じ約3,000アイテムが対象だが、新サービスは揚げ物などできたて商品と「セブカフェ ベーカリー」に絞って展開。モバイルの取り組みを付加することで関連カテゴリーの売上高を約2割増やす計画。将来的には惣菜系の強化や、高価格帯弁当や和菓子など対象を広げる。店頭在庫はアプリで確認できるため、注文時に時間的・人力的対応不可能な店舗は非表示にされる。

27日の取り組み説明会で竹井浩樹取締役執行役員オペレーション本部長は「家庭での調理機会が減るなか、できたて商品や揚げ物は外で購入したいという需要が高まる一方、店舗では売れ行きが読みづらく十分な量を準備しにくいという課題を抱えていた。今回、同時にこれらを解決する仕組みとして開発。オーダーを受けてから準備することで利便性を向上させながら、できたて商品を提供できる」とサービス開始の背景を説明。来店が前提のため価格は店内と同一となる。また『「7NOW」では客単価が店舗利用客の約3.5倍、買上点数は同2.7倍と高く、客層は女性が6割と多く、30～40代の利用が多い。タイパ重視、体調不良、家族の介護など利用シーンも多様。社会課題への対応としてニーズが高い」と述べ、さらなる利用に期待を寄せる。

## 山本山、玉露ハーブティーでセルフケア提案

山本山は27日、新ブランド「YMY(ワイエムワイ)」を発表。会場は4月8日から二子玉川高島屋S.C.南館1階にオープンする旗艦店「YMY GYOKURO TEAROOM」。

新ブランドのコンセプトは「玉露ウェルネス」。現代のセルフケアに寄り添った設計で、玉露とハーブで安心感・癒しを提供する。十一代目当主の山本奈未氏(写真左)は、同社が約200年前に玉露を開発した歴史に触れながら「これまでも時代に即した茶の楽しみ方を発信。今回は玉露とハーブを合わせた香り高いハーブティーを提案する。日中や夜中を問わずに時短で楽しめるセルフケアで、気分を整えるだけでなく高揚させたい時にも最適なラインアップを揃えた」とコメント。全5種類で、リフレッシュ「HAJIMARU-AWAKE」をはじめ、浄化・集中・癒し・アクティブをテーマに掲げる。いずれも7袋入り、税込2,376円。後半はタレント・高梨臨(同右)とトークセッションを実施。



ブランドは店舗でもドリンク(680円～)や「春限定 玉露ハーブティー 苺」として提供。フードは、同社の海苔を使用した「選べる小さなおにぎり」(280円～)など。物販ではティーバッグも発売。

〈店舗概要〉住所＝東京都世田谷区玉川3-17-1▽営業時間＝午前9時～午後8時、不定休。

## 東洋水産、7月からカップ麺などの価格改定

東洋水産は7月1日納品分から、即席麺の価格を改定する。対象商品は即席カップ麺・即席ワンタン。改定率は、希望小売価格の4～11%。一部オープン価格商品は出荷価格の10%。主な商品では、「赤いきつねうどん(レギュラーサイズ)」「緑のたぬき天そば(同)」「麺づくりシリーズ(同)」「カップ マルちゃん焼そば(同)」が税別248円(現行236円)。「マルちゃん正麺 カップシリーズ」が税別298円(278円)。

## MSG輸入単価、主要国が全て前月比下落 中国は130円台に、核酸も1,000円割れ

うま味調味料のグルタミン酸ナトリウム(MSG)の1kgあたりの輸入単価の下落が続いている。中国が140円割れ、ベトナム、インドネシア、ブラジルの主要輸入国も前月を下回った。財務省が27日発表した2026年2月の貿易統計によると、うま味調味料のグルタミン酸ナトリウム(MSG)の輸入通関実績は、1kgあたりの輸入単価が212.2円、1月比では3.8円上がり101.8%、前年同月比では91.9%となった。前月1月が昨年5月以来210円を割ったが2月はやや戻した様相となった。

国別では、ベトナムは数量1,700t、前年比112.1%、単価は262.5円、前月比は2.8円下がり99.0%。前年比は97.9%。インドネシアは数量1,945t、前年比89.9%、単価は225.9円、前月比は3.5円下がり98.5%。前年比では88.5%。

ブラジルは数量2,037t、79.4%、単価は249.7円、前月比は2.6円下がり99.0%。前年比では98.2%。中国は数量2,854t、113.3%、単価は139.6円、前月比は4.8円下がり96.7%。前年比は88.3%。台湾は数量188t、123.8%、単価は262.5円、前月比は0.7円上がり100.1%。前年比は88.5%。

一方、核酸の輸入単価は合計で1,463.8円、前月比は10.9円上がり100.7%、前年比は82.7%。輸入数量は379t、362.1%、金額は5億5,519万円、299.3%。

国別では、タイが数量235t、633.9%、単価は1,308.4円、前月比は93.4円上がり107.7%、前年比は100.0%。インドネシアは数量110t、362.1%、単価は1,941.1円、前月比は333.0円上がり120.7%、前年比は92.4%。中国は数量33t、428.6%、単価は976.7円、前月比は199.8円上がり67.6%。前年比は67.6%

そのほか、グルタミン酸(GA: Glutamic Acid)は、合計で69t、前年比96.4%。単価は705.2円、前月比は195.7円上がり336.6%。前年比は351.5%。

## Jミルク、新サイトで酪農乳業の取組発信

Jミルクは26日、酪農乳業界が目指す将来像

や業界として克服すべき課題への対応など、現状や取り組みの方向性をまとめ発信する新たなWebサイトを公開した。

「Future Milk Action 動かそう、酪農乳業の未来。」と題し、酪農生産基盤の維持・強化や牛乳・乳製品の消費拡大のほか、社会的課題である温室効果ガスの排出削減などサステナビリティにかかわる情報に重点を置き、主に業界関係者に向けた情報として発信。グラフィックやイラストを多用し、今後は動画も加えながら消費者にも向けた内容に発展していく。

## 2月の冷凍野菜輸入量、21%増

財務省貿易統計によると、2月の冷凍野菜輸入量は10万1,792t(前年比21%増)と大幅伸長した。

最大品目のポテト類(12.4%増)や、ほうれん草(27.1%増)などが2ケタ増となった反面、コーン類(11.8%減)などは前年割れとなった。ほうれん草を国別で見ると、最大供給国の中国4,951t(27%増)、台湾64t(1,212%増)、エクアドル30t(93%増)と大きく前年を上回った。一方、枝豆は、台湾1,161t(21%減)は2ケタ減少したが、中国1,718t(14.6%増)、タイ568t(42.2%増)は前年を上回った。

なお、凍菜全体の輸入量は1~2月累計は19万7,999t(10.7%増)となった。品目別数量は表の通り。(単位:kg)

品目	2月		1~2月	
	数量(kg)	前年比(%)	数量(kg)	前年比(%)
ポテト無調製	2,361,587	124.6	4,771,281	121.5
〃加熱のみ	26,692,397	110.6	49,678,657	101.4
〃マッシュポテト	165,939	93.8	248,066	108.9
〃その他	8,332,990	115.8	15,154,492	116.5
ポテト小計	37,552,913	112.4	69,852,496	105.6
えんどう豆	604,246	94.9	1,466,555	91.8
いんげん豆	1,784,004	108.3	3,811,662	107.6
枝豆	3,670,372	101.5	7,289,065	95.7
その他の豆	505,532	160.8	1,012,648	121.6
豆類調製	262,131	219.9	593,009	206.2
豆類小計	6,826,285	107.8	14,172,939	102.1
スイートコーン	4,041,971	87.1	6,867,226	91.3
〃(調製無糖)	70,898	330.1	97,837	129.9
コーン類小計	4,112,869	88.2	6,965,063	91.7
さといも	2,244,804	148.0	4,541,045	119.0
〃(調製)	20,372	127.2	63,636	193.1
さといも類小計	2,265,176	147.8	4,604,681	119.6
混合野菜類小計	2,464,623	150.1	4,503,531	128.0
ほうれん草	5,078,622	127.1	10,277,385	112.2
ブロッコリー	7,880,564	107.4	16,063,693	119.8
その他無調製計	25,507,042	136.0	51,405,788	115.6
その他調製計	10,103,647	156.5	20,153,812	120.1
合計	101,791,741	121.0	197,999,388	110.7

## ガラスびんAW、最優秀賞「HATA PREMIUM」 優秀賞はサントリー「ジムビーム HB瓶」

日本ガラスびん協会(びん協)は26日、「第22回ガラスびんアワード2026」授賞式を如水会館(東京・千代田区)で開催。今年の総エントリー161件(212本)。前年より18エントリー(2本)増。最優秀賞は「HATA PREMIUM」(ハタ鉱泉)が受賞。



冒頭、石塚久継会長(石塚硝子社長)が登場し「今年はガラスびんらしい安定感や安心感がある商品が多かったが、従来にはなかった色や形状の商品もあった。ガラスびんの需要は減少傾向ではあるが、努力を重ねていきたい」とあいさつ。最優秀賞の受賞理由について、びん協は「飲み口までガラス製の懐かしいオールガラスのラムネびんが復活したことが印象的。日本で愛されてきた伝統的な飲料が、現代のガストロノミー飲料として蘇ったことに、持続可能性を感じた」と解説した。

受賞作品は以下の通り。最優秀賞＝ハタ鉱泉「HATA PREMIUM」(ガラスびんメーカー＝日本耐酸壘工業)▽優秀賞＝ウェルカム「DEAN&DELUCA フルーツドリンクシリーズ」(石塚硝子)、サントリー「ジムビーム ハイボール瓶」(東洋ガラス)▽リリー・フランキー賞＝堅展実業「厚岸シングルブレンドドジャパニーズウイスキー冬至」「厚岸シングルモルトジャパニーズウイスキー立夏」「同立秋」「同小寒」(東洋ガラス)▽富永美樹賞＝Can Water「EASTBLUE M」(日本山村硝子)▽未来リナ賞＝ACOU SPIRITS「ACOU RUM Silver」「ACOU RUM Aging a FIRST EDUTION 2025」(山村製壘所)▽日本ガラスびん協会特別賞＝雪印メグミルク「宅配びん商品」(日本山村硝子)、ニッカウキスキー「ブラックニッカブランド クリア」「同

リッチブレンド」「同 ディープブレンド」「同 スペシャル」(石塚硝子、東洋ガラス、日本山村硝子)。

## 2月輸出清酒、数量・金額16%減

財務省貿易統計による2月の輸出清酒通関実績は、数量2,524kl(83.8%)、金額34億6,800万円(83.6%)だった。

数量・金額がいずれもマイナス。主要国別もマイナス基調。1～2月累計は4,732kl(97.8%)、69億9,200万円(105.9%)。

国・地域	2月				1～2月			
	kl	26/25	百万円	25/24	kl	26/25	百万円	26/25
アメリカ	653	92.4	871	90.6	1,074	93.4	1,467	94.5
中国	404	59.2	835	64.8	969	96.7	2,181	104.1
韓国	389	73.4	381	98.3	715	83.1	708	111.3
台湾	199	83.4	215	84.5	351	74.8	380	102.4
香港	168	92.0	332	67.4	324	121.0	762	101.1
世界計	2,524	83.8	3,468	83.6	4,732	97.8	6,992	105.9

## 豪州の生乳生産0.6%増(2月)

### 今期累計1.0%減

デーリー・オーストラリアによると、豪州の2月の生乳生産量は57万5,600klで0.6%増。また、7月から始まる今期累計は、588万300klで1.0%減。

2月を地区別で見ると、主産地のビクトリア州が33万5,700klで0.1%減。このほかニューサウスウェルズ州が8万2,200klで4.7%増、クイーンズランド州が2万400klで4.9%増、サウスオーストラリア州が3万3,700klで3.9%減、ウェスタンオーストラリア州が2万3,900klで0.6%減、タスマニア州が7万9,800klで0.4%増。

## マルタイ、7月から即席麺製品価格改定

マルタイは7月1日出荷分から、即席麺製品等の価格を改定する。対象商品は棒状麺類、皿うどん白湯風味等、カップ麺類、業務用麺類(袋麺類は対象外)。改定率は、希望小売価格の5～11%程度。主要な商品では、棒状麺類の「マルタイラーメン」等が税別228円(現行208円)。「九州ご当地棒ラーメン」類が税別300円(284円)。「マルタイラーメン5食入」が税別536円(490円)。カップ麺「長崎ちゃんぽん」等が税別248円(236円)。

### 明治HD、GREENEXPOに「再生」テーマで出店

明治ホールディングスはこのほど、神奈川県横浜市で開催される「2027年国際園芸博覧会(GREEN×EXPO2027)」において、Farm&Food Villageにテーマ営業出店すると発表。

この出店では「再生(Regeneration)」をテーマに掲げ、スナック菓子「カール」のキャラクター「カールおじさん」が暮らす里山をモチーフにした展示「ORAGA VILLAGE～未来のふるさと」を展開。会場では、日本の原風景である里山をイメージした空間の中で、農業、自然、原料、商品パッケージなど、さまざまな領域における「再生」に向けた取り組みを、展示や体験を通じて紹介する。

### 2月酒類輸入通関数量、3%減

財務省貿易統計による2月の酒類輸入通関数量は、製品合計(○印品)で前年比96.9%、金額は97.5%だった(19年比数量87.0%・金額135.0%)。ビール、ぶどう酒(150L超の容器入り)、麦芽原料発泡酒(スピリッツ添加)、りんご酒・なし酒・ミード等、ラム及びタフィア、ジンなどは増加した。一方、スパークリングワイン、ぶど

う酒(2L以下の容器入り)、同(2L超10L以下)、ウイスキー、リキュール及びコーディアル、その他蒸留酒などは減少した。

1～2月累計は、数量101.1%・金額99.7%(19年比数量93.3%・金額144.1%)。ビール、ぶどう酒(150L超)、麦芽原料発泡酒(スピリッツ添加)、りんご酒・なし酒・ミード等、ウイスキー、ラム及びタフィア、ジン、その他蒸留酒など、多くのカテゴリーで増加。スパークリングワイン、ぶどう酒(2L以下)は前年並み。一方、ぶどう酒(2L超10L以下)、リキュール及びコーディアルなどは減少した。

### 伊藤園、南九州市とBtoB連携協定を締結

伊藤園は25日、鹿児島県南九州市、新興エコと、「南九州市におけるペットボトルの水平リサイクルによる資源循環の推進に関する連携協定」を締結した。同協定に基づき、南九州市内で排出された使用済みPETボトルを、新興エコが収集・運搬、中間処理し、指定の再生事業者にて、再原料化し、同社が販売する飲料用PETボトル容器として使用する「ボトルtoボトル(水平リサイクル)」の取り組みを、4月1日より開始する。

(単位:L、千円、%)

種 類 別	2026年2月				2026年1～2月			
	数量	前年比	金額	前年比	数量	前年比	金額	前年比
○ビール	3,203,031	109.5	721,890	121.1	6,771,255	111.3	1,512,373	116.8
○スパークリングワイン	2,862,530	93.2	9,191,078	98.9	5,985,827	100.0	18,322,836	110.8
○シェリー・ポート他	8,107	12.8	20,077	29.3	63,399	60.5	83,571	68.6
○ぶどう酒(2L以下の容器入り)	11,937,988	98.4	11,042,743	99.2	23,746,058	100.0	21,714,635	99.0
○ぶどう酒(2L超10L以下)	977,142	69.7	253,608	75.0	2,388,283	99.5	641,612	106.7
○ぶどう酒(10L超150L以下)	2,352	141.9	924	127.8	157,977	247.5	70,229	281.8
ぶどう酒(150L超)	2,593,016	120.5	416,652	109.2	5,150,570	102.7	902,071	102.0
ぶどう搾汁(アルコール1%超)	69,883	69.7	27,423	62.1	204,570	152.9	87,934	141.0
○ベルモット(2L以下)	279,291	108.5	98,167	106.1	368,455	110.2	138,125	104.6
○ベルモット(その他)	-	-	-	-	4,680	49.1	1,307	31.2
○清酒、濁酒	19,329	90.0	41,270	67.4	23,974	108.4	56,090	62.8
○発酵酒(果汁等添加)	313,997	104.6	185,416	131.3	701,263	94.6	375,741	97.8
○麦芽原料発泡酒(スピリッツ添加)	2,993,071	143.6	355,332	149.6	4,948,014	108.4	578,564	108.4
○麦芽原料発泡酒(その他)	11,741	36.3	9,167	71.0	27,249	62.0	21,853	90.1
○りんご酒、なし酒、ミード等、他	1,084,124	119.0	241,024	113.6	2,301,472	115.5	586,024	123.1
エチルアルコール(80度以上90度未満、その他)	24,292	103.1	3,533	97.7	24,292	50.4	3,533	47.3
○ブランデー	129,139	63.5	436,144	65.4	292,272	81.8	762,138	67.8
○ウイスキー	4,686,459	91.8	5,030,515	89.9	10,375,079	104.1	10,695,796	87.2
○ラム及びタフィア	256,542	117.4	262,984	127.4	420,677	119.7	425,771	134.9
○ジン	243,526	155.0	191,887	131.2	492,695	105.4	378,505	102.9
○ウォッカ(限度数量以内)	125,718	79.2	85,978	91.8	278,776	82.8	183,412	94.9
○リキュール及びコーディアル	1,056,759	57.2	863,342	65.2	2,126,755	68.6	1,792,502	71.2
○フルーツブランデー	12,930	181.6	34,887	86.9	25,826	154.9	63,657	104.8
その他蒸留酒(その他)	16,766	1478.5	41,106	250.8	16,797	1289.1	41,662	249.3
その他蒸留酒(原料アルコール製造用)	-	-	-	-	167,170	199.7	70,940	205.5
○その他蒸留酒	2,770,543	96.4	2,105,934	132.5	6,616,470	103.1	3,518,278	117.6
○合成清酒、白酒	-	-	-	-	3,600	14.3	377	7.4
○その他のアルコール飲料	959,497	77.6	169,232	55.0	1,953,925	91.1	335,514	72.6
合 計	36,637,773	98.0	31,830,313	97.5	75,637,380	101.4	63,365,050	99.8
(○印製品計)	33,933,816	96.9	31,341,599	97.5	70,073,981	101.1	62,258,910	99.7

## 2月トマト加工品JAS、9%増

全国トマト工業会がまとめた2月のトマト加工品 JAS 格付実績は合計で1万6,966t(前年同月比8.9%増)、4~2月累計は21万9,071t、前年同期比5.1%増。

品目別では、トマトジュースが12.9%増と2ケタ増。ケチャップは3.9%増とプラス。ソースも伸長し、ピューレーは大幅増。一方、ミックスジュースはマイナスだった。内訳は表の通り。

単位：t、下段前年比(%)

品目	2月	4~2月累計
ト マ ト	9,045	122,185
ジ ュ ー ス	112.9	112.8
同 ミ ッ ク ス	1,075	13,021
ジ ュ ー ス	95.7	95.9
同	6,073	76,520
ケ チ ャ ッ プ	103.9	96.1
同 ソ ー ス	387	3,878
	109.6	112.5
チ リ ソ ー ス	3	14
	-	100.0
固 形 ト マ ト	0	0
	-	-
ト マ ト	382	3,175
ピ ュ ー レ ー	155.9	97.8
同 ペ ー ス ト	0	278
	-	79.9
合 計	16,966	219,071
	108.9	105.1

## キーコーヒー、高校生に出張コーヒー授業

キーコーヒーはこのほど、武蔵野大学千代田高等学校の家庭科授業に協力し、出張コーヒーセミナー「コーヒーの楽しみ方~コーヒーの生産国や品種から学ぶ」を開催、高校生109名が出席した。



今回は、生徒の未来へつなげる食への学びを深めるため、コーヒーの栽培から精選方法のほか、コーヒーの品種や生産国別の特徴について試飲を交え講義。その後、試飲した生産国のコーヒーを使ったブレンドコーヒーを飲みながら、ブレンド

コーヒーの考え方やブレンドすることによる味わいの変化を説明し、コーヒーの魅力を発信した。

## ニッポン、「オーマイプレミアム」新CM

ニッポンは25日、新発売した「オーマイプレミアム 至極の」パスタソースの新CM放映を開始した。

2023年秋(冷凍パスタ)、24年春(乾燥パスタ)、24年秋(冷凍パスタ)、25年春(乾燥パスタ)に続く第5弾で、具材の仕上げにこだわり、濃厚な味わいを追求した「オーマイプレミアム 至極のポロネーゼ」(140g)のおいしさを15秒と30秒の映像で表現。炎で炙られ、香りとおいしさで実感する“手間ひまかけた至極のおいしさ”の魅力を描いた。

## 人 事 ・ 組 織

### 六甲バター

(3月26日付) 専務執行役員(常務執行役員) 取締役営業本部長兼マーケティング本部管掌斎藤保典。

(4月1日付) 執行役員、経営管理部長大川雄之▽執行役員マーケティング本部長(事業開発部長) 中尾真範▽事業開発部長(事業研究チームリーダー) 三冨浩平。

### 永谷園ホールディングス(4月1日付)

取締役、加藤欣也▽取締役、立川 擁▽退任(取締役) 伊藤和男▽退任(取締役) 藤田正敦。

### ヒガシマル醤油

(3月26日付) 生産本部長兼研究開発管掌(研究所長) 常務取締役古林万木夫▽取締役(執行役員) 経理部長三浦哲也▽同生産本部副本部長(同営業連絡部長) マーケティング本部長永谷基浩▽同(同大阪支店長) 営業本部長内山賀文▽同情報システム部長(情報システム部部长) 竹内宏光▽顧問(専務取締役) 薦田 裕▽同(同) 岡田信一。

(4月1日付) 委託工事品質管理担当(生産本部副本部長兼業務部長) 執行役員一鷹栄二▽研究所所長(研究所副所長) 眞岸範浩▽大阪支店支店長(大阪支店副支店長兼総務課課長) 濱竜大▽マーケティング本部部長兼営業連絡部部长(営業連絡部副部长) 前谷成生。