

INFORMATION(海外情報)

※情報配信元:株式会社Food・Safety <http://www7b.biglobe.ne.jp/~food-safty/>

【注意】 報道された食品に関わる記事の一部(原文のまま)をご紹介します。詳しくはリンク先のページよりご確認ください。

なお、情報提供ページは提供者側により短期間で削除される場合もあります。予めご了承ください。

日付	名称	内容	国地域	情報元URL
2021/6/21	CPなどタイ食品大手が「植物肉」 価格抑え食感よく: 日本経済新聞	<p>タイが「植物肉元年」を迎えようとしている。最大財閥のチャロン・ポカパン（CP）グループやツナ缶世界最大手のタイ・ユニオン・グループなど、食品大手が植物由来の材料で肉を再現した「植物肉」を発売した。健康・動物愛護志向の消費者が増えるなか、これまででは割高な輸入品が多かった。各社は手ごろな価格となじみやすい食感を売りに海外展開もにらむ。</p> <p>ソーセージやガパオなど幅広く</p> <p>CPグループの中核企業で食肉大手のCPフーズが5月、自社開発の植物肉ブランド「ミート・ゼロ」を発売した。植物肉を使ったソーセージやハンバーガー、ガパオ、チキンナゲットなど幅広い商品をそろえた。「『肉抜き食品』の需要は急増しているが、値段が高く見つけるのも難しかった」。CPフーズのプラシット最高経営責任者（CEO）は植物肉ブランドの立ち上げに至った理由をこう語る。ミート・ゼロの価格は35～69パーツ（約120～240円）と「本物の肉を使うのと比較的近い水準」（同社）にまで抑えた。</p>	タイ	https://www.nikkei.com/article/DGXZQOGS139WT0T10C21A5000000/
2021/6/21	大腸菌でペットボトルを「バニラ」にする方法が開発される - ナゾロジー	<p>アイスクリームやスイーツに使用されるバニラは、多くの消費者が好む香りです。イギリス・エディンバラ大学（University of Edinburgh）生物科学部に所属するジョアンナ・サドレラ氏ら研究チームは、一般的な大腸菌によってポリエチレンテレフタレート（略称：PET）をバニラ香料「バニリン」に変換することに成功しました。使用済みペットボトルのリサイクル先として新たな展開が期待できます。</p> <p>研究の詳細は、6月10日付の科学誌『Green Chemistry』に掲載されました。</p> <p>Microbial synthesis of vanillin from waste poly(ethylene terephthalate) † Joanna C. Sadler ORCID and Stephen Wallace ORCID</p> <p>Abstract</p> <p>Poly(ethylene terephthalate) (PET) is an abundant and extremely useful material, with widespread applications across society. However, there is an urgent need to develop technologies to valorise post-consumer PET waste to tackle plastic pollution and move towards a circular economy. Whilst PET degradation and recycling technologies have been reported, examples focus on repurposing the resultant monomers to produce more PET or other second-generation materials. Herein, we report a novel pathway in engineered Escherichia coli for the direct upcycling of PET derived monomer terephthalic acid into the value-added small molecule vanillin, a flavour compound ubiquitous in the food and cosmetic industries, and an important bulk chemical. After process optimisation, 79% conversion to vanillin from TA was achieved, a 157-fold improvement over our initial conditions. Parameters such as temperature, cell permeabilisation and in situ product removal were key to maximising vanillin titres. Finally, we demonstrate the conversion of post-consumer PET from a plastic bottle into vanillin by coupling the pathway with enzyme-catalysed PET hydrolysis. This work demonstrates the first biological upcycling of post-consumer plastic waste into vanillin using an engineered microorganism.</p>	英国	https://nazology.net/archives/91311

INFORMATION(海外情報)

※情報配信元:株式会社Food・Safety <http://www7b.biglobe.ne.jp/~food-safty/>

【注意】 報道された食品に関わる記事の一部(原文のまま)をご紹介します。詳しくはリンク先のページよりご確認ください。

なお、情報提供ページは提供者側により短期間で削除される場合もあります。予めご了承ください。

日付	名称	内容	国地域	情報元URL
2021/6/21	大塚食品、中国で「ボンカレー夢??」新発売／「ボンカレー」海外展開を強化：紀伊民報AGARA	<p>大塚食品株式会社（本社：大阪市中央区、代表取締役社長：白石耕一、以下「大塚食品」）の海外子会社である上海大塚食品有限公司（本社：上海市閔行区、董事長：喜多俊哉、以下「上海大塚食品」）は、「ボンカレー」ブランドのレトルトカレー3種類と調理用カレー粉2種類を、6月18日（金）から中国で発売いたします。</p> <p>上海大塚食品は、世界初の市販用レトルト食品「ボンカレー」として1968年に発売した大塚独自の革新的なレトルト技術と日本で愛されているカレーの味を中国の人々にお届けするために、2003年4月24日に設立されました。近年中国では都市部の若者を中心に新しいライフスタイルとしてカレーを食べる文化や個食の文化が広まってきており、簡単便利に調理できるレトルト食品のニーズが高まっています。</p> <p>このたび「ボンカレー」ブランドの海外戦略の一貫として、これまで独自のパッケージデザインで中国市場に展開していた製品を、日本で販売されているボンカレーゴールドのパッケージデザインに統一し、新たにレトルトカレー「ボンカレー」と「ボンカレー調理用カレー粉」を中国市場において発売いたします。</p> <p>上海大塚食品は、大塚食品の企業理念のもと、今後もカレーを中心としたレトルト食品やマンナンヒカリなどの製品を通して、中国の人々の生活・健康に貢献してまいります。</p>	上海	https://www.agara.co.jp/article/130992
2021/6/21	ネスレ、M&Aで「健康食品」開拓 コロナで需要拍車: 日本経済新聞	<p>【ウィーン】食品世界最大手ネスレ（スイス）が健康事業でM&A（合併・買収）を重ねている。米栄養補助食品大手の主要ブランドを57億5000万ドル（約6300億円）で買収することを決めた。消費者の健康志向が高まっていたところに新型コロナウイルス禍による移動制限が浮上し、食品を通じた体調管理への関心に拍車がかかっているためだ。ネスレはこうした需要を取り込み成長につなげる。</p> <p>「米国で業界リーダーに」</p> <p>米投資ファンドKKRから栄養補助食品大手、ザ・バウンティフル・カンパニーの主要ブランドを買収する。同社は1971年設立で、世界に約4500人の従業員を抱える。ビタミンやミネラルのサプリメントを主力とし、買収するブランドの2021年3月までの1年間の売上高は18億7000万ドルだった。「米国の量販店や専門店、電子商取引（EC）などで業界リーダーとしての地位を確立する」。ネスレ傘下で健康事業を手がけるネスレヘルスサイエンス（NHS）のグレッグ・ベアール最高経営責任者（CEO）はこう強調する。24年までに買収の相乗効果を完全に発揮できると期待しており、米国での中長期的な成長の起爆剤にする狙いだ。</p>	スイス	https://www.nikkei.com/article/DGXZQOGR11EBB0R10C21A5000000/

INFORMATION(海外情報)

※情報配信元:株式会社Food・Safety <http://www7b.biglobe.ne.jp/~food-safty/>

【注意】 報道された食品に関わる記事の一部(原文のまま)をご紹介します。詳しくはリンク先のページよりご確認ください。

なお、情報提供ページは提供者側により短期間で削除される場合もあります。予めご了承ください。

日付	名称	内容	国地域	情報元URL
2021/6/22	オーストラリア政府、ワインへの追加関税で中国をWTOに提訴へ(中国、オーストラリア) ビジネス短信-ジェトロ	<p>オーストラリア連邦政府は6月19日、中国がオーストラリア産ワインに課した追加関税を不当だとして、WTOに提訴する方針を発表した。</p> <p>中国政府は2020年8月、中国へ輸出されたオーストラリア産ワインについて、反ダンピング（不当廉売）および反補助金調査を開始し、同年11月には最大212.1%の暫定関税を課すことを決定した。その後、中国政府は2021年3月26日に調査結果を公表し、今後5年間で116.2～218.4%の追加関税を課すことを最終決定した。これに対して、オーストラリア連邦政府は完全に不当な措置だとして、今後ワイン業界との協議を経て次のステップを検討する、としていた。</p> <p>ダン・テハン貿易・観光・投資相は「当局による2国間協議では解決に至らなかったため、WTO紛争解決手続きの申し立てを行うことを決めた」と説明した。一方で、「政府はオーストラリア産ワインの輸出市場の多角化を支援しており、実際、オランダや韓国への輸出が増えている」と述べ、ワイン業界への支援を継続していく方針を表明した。</p> <p>2020年に入って以降、オーストラリア最大の貿易相手国である中国の間では、貿易面での緊張が高まっている。中国は2020年5月、オーストラリア産の大麦に計80.5%の追加関税（うちアンチ・ダンピング関税73.6%、相殺関税6.9%）を課すことを決定。これを受けて、オーストラリアは同年12月16日、当該措置のWTOルール違反の可能性を指摘し、中国に正式に協議を要請した（2020年12月17日記事参照）。協議は2021年1月28日に行われたが、和解には至らず、オーストラリアはパネル設置を要請（2021年5月6日記事参照）。その後、WTOは2021年5月28日、パネルの設置に合意している。</p>	オーストラリア	https://www.jetro.go.jp/biznews/2021/06/4e20ecb6383a7088.html
2021/6/23	中華人民共和国輸出入食品安全管理弁法の公布について(食品表示の義務化等)：農林水産省	<p>この度中国政府が公布し、2022年1月1日から施行する「中華人民共和国輸出入食品安全管理弁法」について、食品表示（特に水産物、保健食品・特殊用途食品）に関する義務付け等が新たに規定されていますので、お知らせします。</p> <p>詳細については、現在、中国当局に照会を行っております。今後、新たな情報が得られましたら、随時更新します。</p> <p>1 本弁法の概要</p> <p>中国政府は、2021年4月12日、輸出入食品の生産経営活動や、輸出入食品生産経営者（中国国内向け輸出食品の海外製造企業、海外輸出業者又はその代行業者、食品輸入業者、輸出食品製造企業、輸出業者及び関係者等を含む）及びその輸出入食品の安全に対する中国税関による監督管理等を対象として、「中華人民共和国輸出入食品安全管理弁法」（以下、「本弁法」と言う。）を公布しました。本弁法は、2022年1月1日から施行されます。</p> <p>なお、2011年9月13日旧国家品質監督検査検疫総局令第144号として公布され、2016年10月18日旧国家品質検査検疫総局令第184号及び2018年11月23日税関総署令第243号に基づき改正された「輸出入食品安全管理弁法」等については、本弁法施行に伴い廃止されません。</p>	中国	https://www.maff.go.jp/j/shokusan/hq/i-4/china_benhou.html

INFORMATION(海外情報)

※情報配信元:株式会社Food・Safety <http://www7b.biglobe.ne.jp/~food-safty/>

【注意】 報道された食品に関わる記事の一部(原文のまま)をご紹介します。詳しくはリンク先のページよりご確認ください。

なお、情報提供ページは提供者側により短期間で削除される場合もあります。予めご了承ください。

日付	名称	内容	国地域	情報元URL
2021/6/23	オーストラリア政府、ワインへの追加関税で中国をWTOに提訴へ(中国、オーストラリア) ビジネス短信-ジェトロ	<p>オーストラリア連邦政府は6月19日、中国がオーストラリア産ワインに課した追加関税を不当だとして、WTOに提訴する方針を発表した。</p> <p>中国政府は2020年8月、中国へ輸出されたオーストラリア産ワインについて、反ダンピング（不当廉売）および反補助金調査を開始し、同年11月には最大212.1%の暫定関税を課すことを決定した。その後、中国政府は2021年3月26日に調査結果を公表し、今後5年間で116.2～218.4%の追加関税を課すことを最終決定した。これに対して、オーストラリア連邦政府は完全に不当な措置だとして、今後ワイン業界との協議を経て次のステップを検討する、としていた。</p> <p>ダン・テハン貿易・観光・投資相は「当局による2国間協議では解決に至らなかったため、WTO紛争解決手続きの申し立てを行うことを決めた」と説明した。一方で、「政府はオーストラリア産ワインの輸出市場の多角化を支援しており、実際、オランダや韓国への輸出が増えている」と述べ、ワイン業界への支援を継続していく方針を表明した。2020年に入って以降、オーストラリア最大の貿易相手国である中国との間では、貿易面での緊張が高まっている。中国は2020年5月、オーストラリア産の大麦に計80.5%の追加関税（うちアンチ・ダンピング関税73.6%、相殺関税6.9%）を課すことを決定。これを受けて、オーストラリアは同年12月16日、当該措置のWTOルール違反の可能性を指摘し、中国に正式に協議を要請した（2020年12月17日記事参照）。協議は2021年1月28日に行われたが、和解には至らず、オーストラリアはパネル設置を要請（2021年5月6日記事参照）。その後、WTOは2021年5月28日、パネルの設置に合意している。</p>	オーストラリア	https://www.jetro.go.jp/biznews/2021/06/4e20ecb6383a7088.html
2021/6/23	タイ 参入相次ぐ大麻食品ビジネス - 日本食糧新聞電子版	<p>伝統的なハーブ（薬草）を使った食事や医療が現代に伝わるタイで、長らく禁止とされてきた大麻成分を添加した食品や医薬品の製品開発や販売が可能となった。今年1月に大麻草の栽培と加工・販売が認められ、3月にサプリメント（栄養補助食品）や飲料などへの添加が認可されたのだ。これを受け、民間では新規参入を目指す企業の動きが後を絶たない。エネルギーやアパレルといった異業種からの投資も相次いでいる。7億ドル（約710億円）とも試算されるタイの大麻ビジネス市場。政府の高付加価値産業化政策とも合致し、熱い視線が注がれている。</p> <p>日本では大麻取締法で使用が禁止されてきた大麻だが、タイではアユタヤ王朝期（14～18世紀）に伝統薬としての利用が始まっている。数万種があるとされるハーブの一つの位置付けで、食品への添加も日常的に行われていた。ところが近年は麻薬汚染の余波を受け、政府が規制を強化。使用はおろか栽培さえも厳しい規制下に置かれていた。</p> <p>ところが昨今、医療への大麻成分の利用が進み、大麻を解禁する国も増えたことからタイ政府も見直しを実施。2年前に大麻解禁を掲げた政党が与党入りしたこともあって一気に“自由化”が進むこととなった。第5種麻薬に指定されていた低麻薬成分の大麻草ヘンプが解除され、葉や茎などからの成分抽出が許された。これにより、保健省食品医薬品委員会（FDA）への申請を条件に、製品開発と販売が一気にスタートすることになった。</p> <p>驚くのは、その関心の高さだ。従来の健康食品企業や化粧品企業などに加え、多種多様な業種から参入が相次いでいる。給油所運営大手のPTGエネルギーはコロナ禍で経営が悪化したことから、経営資源の分散を目指して進出を決めた。現在は4%しかない非石油事業を将来は60%にまで引き上げる方針だ。</p>	タイ	https://news.nissyoku.co.jp/news/kwsk20210616075936664

INFORMATION(海外情報)

※情報配信元:株式会社Food・Safety <http://www7b.biglobe.ne.jp/~food-safty/>

【注意】 報道された食品に関わる記事の一部(原文のまま)をご紹介します。詳しくはリンク先のページよりご確認ください。

なお、情報提供ページは提供者側により短期間で削除される場合もあります。予めご了解ください。

日付	名称	内容	国地域	情報元URL
2021/6/24	中国の「生鮮食品EC」アメリカで続々上場の背景 「財新」中国Biz & Tech 東洋経済オンライン 経済ニュースの新基準	<p>中国の生鮮食品EC（電子商取引）のスタートアップ企業「毎日優鮮（ミスフレッシュ）」と「叮咚买菜（ディンドンマイツァイ）」は6月9日、アメリカ証券取引委員会（SEC）にIPO（新規公開株式）の目論見書を相次いで提出した。毎日優鮮はナスダック、叮咚买菜はニューヨーク証券取引所で上場する予定だ。生鮮食品のEC業界に詳しい人物によると、この2社はどちらが先に「生鮮食品ECのIPOの第1号」となるか、上場のタイミングを競い合っているという。というのも第1号と第2号では、IPO後の投資家たちの注目度が大きく変わってくるからだ。</p> <p>叮咚买菜と毎日優鮮は、アプリを通じた注文を受けると、市街地の配送エリアごとに複数設置している「前置倉庫」と呼ばれる小型倉庫から、ユーザーの手元まで直ちに配達する。叮咚买菜は上海から、毎日優鮮は北京から事業をスタートし、どちらも大都市を主なターゲットとしている。</p> <p>両社とも深刻な赤字状態にある</p> <p>両社の事業規模を比較すると、叮咚买菜は2020年に毎日優鮮を抜き、生鮮食品ECの首位に立った。直近の2021年1～3月期を見ると、叮咚买菜の売上高は38億200万元（約650億円）と、毎日優鮮の15億3000万元（約262億円）に大きな差をつけている。一方、2020年のユーザー1人当たりの平均購入金額では、毎日優鮮は94.6元（約1618円）と、叮咚买菜の57元（約975円）を大幅に上回っている状況だ。</p> <p>本記事は「財新」の提供記事です</p> <p>注目に値するのは、2020年の毎日優鮮の売上高成長率が2.1%にとどまっている点だ。毎日優鮮の経営事情に詳しい人物によると、毎日優鮮は同年に（売上高の成長より損益の改善を優先して）値引き幅を抑え、低価格を求める消費者のリピート率が悪化したのがその理由だという。</p>	中国	https://toyokeizai.net/articles/-/434922