

# 原料事情悪化に危機感

## 1袋100円からの脱却へ

サラダクラブ

キャベツの品薄高がカット野菜メーカーにダメージを与えている。パッケージサラダを製造・販売するサラダクラブ（金子俊浩社長、本社＝東京都調布市）では、原料調達に厳しさを前面に出している。気候変動や生産者の減少は今後も続くことが想定され、危機感を抱く。「この状況が続くなら、来年以降、値上げを検討しないといけない」と金子社長。「千切りキャベツ」のような単一野菜商品について、需給バランスに応じて内容量や価格を調整させる方向へ検討を進める考え。すっきり定着してしまつた1袋100円のイメージを委ねるべく、模索は続く。

原材が相場高の時は、取引先が必要な場合は、取引先の産地に増産を要請する。千切りキャベツの販売は好調となるが、品薄状態で原料調達が追い付かない。契約量を越える原料

が必要な場合は、取引先の産地に増産を要請する。千切りキャベツの販売は好調となるが、品薄状態で原料調達が追い付かない。契約量を越える原料

追いつかない

食品値上げラッシュの

「千切りキャベツ」の新パッケージ（イメージ）。東京都と神戸市は現状、加工日の表示が必要なため中央下部分に印字している

中でも、自社努力で何とか価格を維持してきた同社だが、いよいよ対応を迫られることとなった。

内容量を変更しパッケージをリニューアル

10月には、価格を据え置いたまま内容量を変更

「千切りキャベツ」(参考価格) 税抜100円は130gから120g、「同 ビッグパック」(189円)は280gから260g、「同 スーパービッグ」(298円)は450gから410gにした。

内容量の変更による、

小売店側の注文数減少や他社製品への切替は少なく、消費者からのクレームもなかった。同社では「消費者は内容量ではなく、用途に合わせて袋の大きさを選んでいるので

は」と分析する。

同時にパッケージをリニューアル。内容量をあらかじめ袋のデザインに組込まず、後から中央に印字するようにした。こうしたことで、キャベツの出荷最盛期に増産企画を実施する際などにも柔軟に対応できる。

また、パッケージに併記している加工年月日と消費期限を、消費期限のみに統一しようとしている。他の食品では消費期限のみの表示が増えており、何より消費者から見やすく、食品ロスやコストの削減にもつながる

からだ。東京都等の条例で義務付けられているものだが、20年前に制定されたものであり、行政に改正を働きかける。発言の機会を増やすため、今年8月には業務用野菜の加工業者や関連メーカー、原料納入業者・産地などで構成する野菜流通カット協議会の正会員になった。

最終的には、需給バランスに応じて価格を調整させる「ダイナミックプライシング」の導入が必要と考えている。「1袋100円」からの脱却へ、同社の模索は続く。

