隔日刊
食品新聞
発行所 食品新聞社
http://www.shokuhin.net/
大阪市北区南森町2－3－30
郵便番号 530-0054
電話 06(6361)4972(代)
東京都中央区入船1－9－8
郵便番号 104-0042
電話 03(3552)3756-4031
名古屋市中区丸の内2・10・11
リブラ丸の内6 305号
郵便番号 460-0002
電話 052(221)5391(代)
(支局)広島・福岡
© 食品新聞社 2018
THE JAPAN FOOD NEWS
購読料 半年33,346円

きょうの主な内容
「利用広がり賑わう市場」(ナッツ・ドライフルーツ特集 6～7面)
「ターゲットニーズに対応」(Mizkanインタビュー企画 10面)

国内酒類減、海外が伸長

新価値提案で乗り越えるか

大手酒類4社 決算

■17年大手酒類4社決算■

（IFRS　百万円）

	売上収益	前年比(%)	事業利益	前年比(%)	営業利益	前年比(%)	税引前利益	前年比(%)	当期利益	前年比(%)	親会社の所有者に帰属する当期利益	前年比(%)	当期包括利益合計額	前年比(%)
サントリーHD	2,420,286	2.6	—		253,639	0.3	226,890	1.4	251,846	13	211,448	13.9	—	
アサヒグループHD	2,084,877	22.1	196,368	32.2	183,192	33.8	—		138,848	59.4	141,003	58	320,979	420.8
キリンHD	1,863,730	0.5	194,318	6.8	—		233,776	12.3	266,810	60.4	242,057	62.5	314,729	207.2

（日本基準　百万円）

	売上高	前年比(%)	営業利益	前年比(%)	経常利益	前年比(%)	親会社株主に帰属する当期純利益	前年比(%)
サッポロHD	551,548	1.8	17,032	—16	16,410	14.5	10,977	15.9

大手酒類企業グループ4社の17年決算が出揃った。各社ともに売上収益・売上高は伸長。事業利益・営業利益では3社が伸ばした。国内酒類事業などで苦戦や伸び悩みの中、海外や飲料等事業が好調に推移した。アサヒグループHDの売上収益は初の2兆円超えで2位に浮上。キリンHDは事業利益が過去最高、ブラジル事業売却もあり親会社の所有者に帰属する当期利益は6割以上の伸びを見せた。

昨年の国内では6月に新取引基準が施行され過度な安売りが規制され店頭価格が上昇した上、夏場の天候不順や秋の台風などによりビール類を中心に苦戦。海外事業や新価値創出などに活路を見いだしたいところだ。

サントリーHD売上収益(酒税込み)のうち国内は1兆4千668億円(0・9%増)に対して海外は9千535億円(5・4%増)と海外の伸び率が高い。海外比率39・4%。

アサヒグループHDの酒類事業は9千688億5千8百万円(0・8%減)、事業利益1千215億1千6百万円(0・6%増)に対して飲料事業は3千745億1千7百万円(2・9%増)、事業利益は383億2千百万円(18・5%増)と飲料の伸び率が目立つ。また国際事業では豪州事業が好調に推移したほか買収した欧州事業が上乗せとなり売上収益6千211億1千2百万円(48・1%増)、事業利益659億円(334%増)と大きな伸び率だ。

キリンHDも日本綜合飲料事業は売上収益1兆510億円(1%減)、事業利益725億円(6・9%増)。海外綜合飲料事業では事業利益は660億円(0・5%減)で着地したが売上収益は4千486億円(4・7%増)と増収だった。利益面でもキリンビバレッジの事業利益が25・1%増と大きく伸ばした。

サッポロHDの国内酒類事業は売上高2千786億9千2百万円(0・3%減)、営業利益117億6千7百万円(0・2%増)に対して国際事業の売上高698億3千7百万円(6・8%増)と伸長。ただ買収費用などにより減益した。

今春には業務用酒類の一部値上げも予定されて国内酒類市場は厳しさが予想される一方、4月にはビール定義が改正されることなどからクラフトなど新たな価値を持ったビール類の提案、また高アルビールの投入も相次いでいる。キリンは2月26日に「のどごしSTRONG」年間販売目標の上方修正を発表するなど高アルビールは好評だ。

RTDも高い伸びをみせワイン市場も前年を上回るなど、厳しさの半面、明るい話題もみられ期待がかかるところだ。

売上高2兆円へ全力

低温・原料事業など拡大

国分グループ

国分グループは今年度を最終年度とする中期定量目標（売上高２兆円、経常利益150億円）の達成に向けスパートをかける。赤字幅が縮小傾向にある低温部門で大幅な上積みを狙うほか、メーカーへの原資材供給や介護事業者向けの商物一括受託などの育成分野に経営資源を集中的に投下。併せて収益管理基準の厳格化や営業付帯業務の集約に取り組み、質・量の両面で成長軌道を確実にする。

同社の17年12月期業績は売上高3・4%増（1兆8千797億1千8百万円）、経常利益21・6%増（96億1千9百万円）の増収増益で着地。低温部門の急伸等で増収基調を保ちつつ、6月の酒税法改正後の酒類の適正価格販売などで3期ぶりの経常増益に持ち込んだ形だ。

人手不足に伴って物流費は大幅に上昇（約30億円）したが、大がかりな拠点統廃合（開設19拠点、閉鎖19拠点）などでトータルコストを抑制。多額の物流先行投資で赤字が続く低温部門もようやく採算化の兆しがみえてきた。

続く今期は中期定量目標の売上高2兆円に向け、異例の1千200億円強の上積みに挑む。達成のカギを握るのは低温部門で、伸び盛りのデリカで全国規模の連携を加速させるほか、人手不足のスーパーから引き合いの強い青果プロセスセンター機能も強化。首都圏で先行する給食・介護事業者への食材一括供給サービスについても、対応エリアを近畿・中京圏に拡大する。

また、今期はメーカーへのサービス提供を加速。営業代行や輸出支援などの取り組みに加え、これまでグループ本社のみで手がけていた原料・資材販売についても近畿圏に専任者を置いて拡大を急ぐ。昨年は逼迫する鮭などの水産物を中心に国分グループがメーカーの原料調達を支えたケースも多く、今後はオリジナル缶詰で培った農水産物の調達力を軸に原料卸としての存在感を高めていく可能性がある。

これら機能提供による事業規模の拡大と並行して収益確保に向けた新たな体質強化策も打ち出す。その柱になるのが、商品マスタや得意先向け販促企画書の作成といった営業付帯業務の集約だ。同社は既に経理業務や酒販店向け受注業務の集約・センター化を進めているが、営業付帯業務の集約は卸業界でも初の試みとなり、合理化と付加価値創出に向けた営業強化の両面から注目を集めそうだ。

新社長に斎田直樹氏就任

●ケイエス冷凍食品●

斎田新社長

ケイエス冷凍食品は1日の取締役会で久田貴之社長が3月30日付で退任し、後任に斎田直樹氏が就任する人事を決定した。また新たに和田茂弘氏が取締役に就任する。

斎田直樹氏（さいだ・なおき）＝1962年4月5日生まれ（56歳）。93年にピルスベリージャパンに入社。09年加ト吉第一営業本部広域営業部長、10年ケイエス冷凍食品執行役員営業本部長、11年常務執行役員、12年取締役常務執行役員、14年桃屋広域営業部長、15年同営業本部長、同年取締役を経て18年3月にテーブルマーク人事総務部付。

トップに聞く

不確実時代の舵取り

井村屋グループ

会長
浅田　剛夫氏

維新起こし、さらなる飛躍へ

7月に小豆の新工場を稼働

1896年に菓子舗「井村屋」を開業し、ようかんの販売をスタート。以後、菓子や冷菓、食品、点心・デリ、調味料などまで製品目を広げ、中国、米国にも事業を拡大。今年度は中期3か年計画の最終年であり、昨年は創業120年、会社設立70周年という記念すべき年を迎えた。

同社グループは国内では井村屋を主軸に成長軌道を描き、今期も冷凍倉庫の新設や点心・デリ工場の増設など積極投資をかけた。また、調味料などBtoB事業拡大のため、昨年4月に事業会社2社を合併して「井村屋フーズ」を設立するなど立て続けに改革を推進してきた。

さらには「周年事業の集大成が東京証券取引所市場および名古屋証券取引所市場第一部銘柄の指定承認」と3か年の目標を完遂。今期は国内外のすべてのカテゴリーが好調で、さまざまなチャレンジが成果を上げている。

東証・名証一部上場により「株価が安定、エクイティファイナンスも計画数値を確保。これはひとえに次への期待。18年度が一番重要であり、次年度は〝新・維新〟をテーマにあらゆる面で維新を起こす」構え。

18年度からスタートする新中期3か年計画では①SCMの経営的な構築②双方向を土台とする報・連・相の実行③2N「NEW」「NEXT」の継続――を活動目標とする。SCMには既に取り組んでいる。しかし、「SCMはつながり経営。全国の受注体制を1か所に集約したのは一つのステップで最終目標ではない。原料調達、生産、在庫、物流、販売、管理のすべてをつなげ、ムダをなくす」考え。

双方向を土台とする報・連・相の実行とは、単なる報告、連絡、相談ではなく、それらに確実に応える双方向のコミュニケーション向上を図るもの。国内外で多様な事業を展開するだけに、コミュニケーションの重要性が増している。

2Nの継続は「どの事業体、部門も常に次の1歩、次の新しいものを追求するのがイノベーション。17年度にいただいた期待と信頼に新しい付加価値をつけることで応えていく」と開発部門だけでなく管理部門などでも次への挑戦を常に模索していく。

事業会社の中ではBtoC事業を担う井村屋が既存の商品や製造技術を活用した新商品開発により、新たな市場創造を推進。中核素材となる小豆の機能性に着目した「煮小豆製法」の活用が進みつつある。昨年には本社隣接地の工場建物を取得し、「小豆の選別から最終製品まで行う一貫型生産工場とする。7月には〝Azuki Factory〟として稼働する予定」と主力の小豆製品の強化を図る。

また、海外では中国、米国での事業が順調に推移。冷菓や調味料カテゴリー内で海外の売上構成比が約5%に達し、徐々に存在感を増している。今後も2国で事業拡大を推進すると同時に、「日本からアジアに向けて井村屋製品の輸出に力点を置く。将来的には中国から第三国への輸出も検討していく」方針だ。

井村屋グループは〝多様性〟が特徴の一つ。また、テレビ番組「カンブリア宮殿」出演時に司会の村上龍氏が同社を「独創性こそ普遍」と評した。「多様性も独創性もある意味、リスキー。しかし、イノベーションを起こすにはリスクテイクも必要。多様性や独創性は変化対応力でもある」と創業以来、柔軟な経営を貫いてきた。

「明治維新から150年が経過。当社は30年後に創業150年を迎える。企業が存続する区切りが30年と言われる中で、今、維新を起こさなければならない」。多様性と独創性を武器に創業150年に向け、さらなる飛躍を目指す。

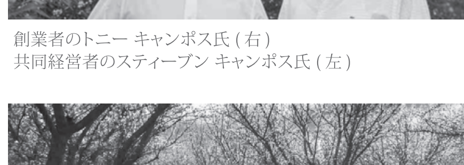
逆光線

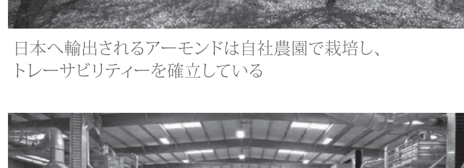
「オリンピック競技大会は、個人種目または団体種目での選手間の競争であり、国家間の競争ではない」(オリンピック憲章より)。近代オリンピック発祥以来、これほど一貫してないがしろにされてきた原則はない▼「ヒトラーのオリンピック」として知られるベルリン五輪、ボイコットに揺れたモスクワ五輪、南北融和演出に利用された平昌の冬季大会…。金メダル獲得の重圧に押し潰され「幸吉は、もうすっかり疲れ切ってしまって走れません」との言葉を遺して自殺したマラソンの円谷選手は、「国家間の競争」の犠牲者だった▼国同士でメダル獲得数を競うことも、メダルを獲得した選手に国民栄誉賞を贈ることも原則論からいえば疑問だ。「今回は(金を)取らなければいけない使命感があった」(男子フィギュア・羽生結弦選手)。「気晴らしをする、楽しむ」を意味するフランス古語を語源とするスポーツに〝使命感〟を持ち込まれると、鼻白むのは筆者だけか▼「国のためではなく、自分がやりたいから頑張ります」と選手が気負わず言える、2020年の東京であってほしい。

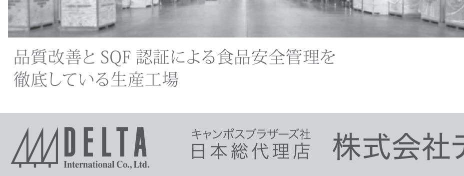
純粋ハチミツ
サクラ印
ハチミツ
株式会社加藤美蜂園本舗
本社03-3875-1182

自然原料100%

富士の国抹茶そば
池島フーズ株式会社
TEL053-587-1025


創業者のトニー キャンポス氏(右)
共同経営者のスティーブン キャンポス氏(左)


日本へ輸出されるアーモンドは自社農園で栽培し、
トレーサビリティーを確立している


品質改善と SQF 認証による食品安全管理を
徹底している生産工場

Campos Brothers Farms

WE ARE
ALMONDS
CALIFORNIA

キャンポス ブラザーズ社は、
日本に進出して30年目を迎えました。
これからも最重要マーケットの日本へ、
安定供給を続けていきます。

キャンポスブラザーズ社は、
自社農園にて収穫したアーモンドのみを日本へ輸出。
トレーサビリティーを確立し、
農園から工場までの一貫管理を行いながら、
高品質アーモンドを日本の皆様へ安定供給しております。

私たちは 1971 年から農園経営を始め
年間生産量は業界で第 2 位の規模になりました。
これからも業界トップ企業として地球環境のことを考え
サスティナビリティを重視した農園経営を続けていきます。

DELTA International Co., Ltd.
キャンポスブラザーズ社 日本総代理店　株式会社デルタインターナショナル
〒140-0001 東京都品川区北品川 4-7-35
TEL 03-3440-3211　FAX 03-3440-0331
www.delta-i.co.jp
デルタ　アーモンド　検索