コスト上昇で利益厳しく

理解進まず値上げ難しく

業務用冷食

業務用冷凍食品市場は提供現場の人手不足などでニーズが高まり、比較的順調に推移しているものの、物流費・原材料費・人件費・包材費などのコスト上昇が重くのしかかっているが価格改定への動きは鈍く、利益面で苦しむ企業が増えている。

物流費は軒並み上昇。また関東・関西地区は慢性的に保管能力が不足しており通関が遅れる商品も多い。3月に東京団地冷蔵が賃貸する冷蔵倉庫が稼働したことで若干の緩和が期待されるが、苦しい状況は続いている。

原材料も水産、農産中心に上昇。タイ産のインゲン豆がやや不作との話もあり、需要動向次第では値上がりの可能性もある。人件費の上昇も重い負担だ。また3～4月にかけて行われた業務用酒類の値上げも「何らかの影響はあるだろう」と懸念されている。

原油価格が回復していることが包材費の上昇も招き一部の弁当トレーは1割ほど上昇。原料上昇分も含めてメーカーが負担させられれば「売上げの努力で吸収できる時間が伸びても利益を維持できない」といい、「個社関係者も多い。

ただ〝厳しさ〟の程度については大きい。原材料の調達ルートや使用原料の違いなどで影響は異なるからだ。「きついとはいえ吸収は可能」と大手を中心に値上げへの動きは鈍い。

全般的なコスト上昇だからこそ厳しいのだが、個々に分けて見れば企業に与える影響は必ずしも大きくないため、「個々の上昇を理由に流通側と価格を交渉しても理解されない」という。また、すべてのコストが同様に上昇しているわけではないことも理解が進まない要因だ。

中国の消費増も値上げが進まない一因だ。中国が原材料の買い付けを始めると現地価格は外貨ベースで1割ほど相場が上がることもあるが、輸入しても高価格なため国内で消費が進まず在庫が滞留。「そのうち投げ売りが始まるのでは」との期待から価格改定を抑える向きも一部にあるという。

20年五輪に向けインバウンドや人手不足などで業務用冷食の需要はさらに高まるとみられるが、「コスト環境に明るい話がないため社内が委縮している」という企業もあり、「売上げ増でカバーできないところまで追い詰められれば積極的な展開を控えるかも」という。

「大手が値上げをしなければ、中堅企業は難しい」といわれるが、「今年の秋か、来年の春には耐えきれずに単独で値上げを行う企業も現れるのでは」との見方もある。

単純に値上げをすれば良いとはいえないものの、適正な利益が得られなければ市場は歪む。高まる業務用冷食の需要に応え、食生活を支えるためにも丁寧な説明で理解を得る準備をすべき時が来たようだ。

ハナマルキ

3期連続で売上更新

近年発売の新シリーズが貢献

みそ・醸造製品メーカーのハナマルキは9日、2017年度の業績と18年度の経営計画を発表した。17年度（1～12月）はみそ、加工食品のいずれも売上げが伸長し、全体の売上高は当初計画通り前年比6・7％増の191億円となった。15年度から3期連続で過去最高を更新した。

みそ領域の売上高は前年比2・1％増の98億円と堅調だった。特に健康志向の高まりを背景に、国立循環器病研究センターと共同開発した「かるしお」認定商品である「かるしお　無添加減塩」が順調に売上げを伸ばした。

加工食品領域（即席みそ汁、菓子原料、塩こうじ）の売上高は前年比12％増の93億円となった。これにより、みそ領域と加工食品領域の割合は16対34から、17年度の54対46から、17年セブンが好評を得ている。

加工食品のうち塩こうじ領域の売上高は前年比8・4％増の9億円となった。業務用「液体塩こうじ」の国内での採用事例が堅調なことに加え、タイを中心とした海外からの受注も増えている。

また、家庭用「液体塩こうじ」も堅調に売上げを伸ばした。

17年度は近年発売した新シリーズ「かるしお」「スグ旨カップみそ汁シリーズ」などが売上げアップに貢献した。

同社は今年11月、創業100周年を迎える。この節目の年に売上高200億円（前年比4・7％増）を目指す。みそ領域、加工食品が各100億円で、このうち塩こうじ領域は10億円を計画している。

みそ領域は昨年9月に発売した「カップおみおさん　合わせ」を中心に注力する。

製粉各社

6月20日から粉価改定

25kg袋当たり65円上げ

製粉各社は6月20日からの業務用小麦粉の価格改定を相次ぎ発表した。幅は25kg袋当たり65円（一部、内麦は70円）。小幅改定の難しさも聞かれるが、物流費等の上昇にたことに伴うもので、3期連続の引き上げ。上げ幅は25kg袋当たり65円（一部、内麦は70円）。

輸入麦の政府売渡価格が4月1日から5銘柄平均で3・5％引き上げられる。

加工食品領域では引き続き「液体塩こうじ」に注力する。

■おとうふ工房いしかわ■

三重の同業を子会社化

おとうふ工房いしかわ（愛知県高浜市、石川伸社長）は4月1日付で、同業の八里屋（＝やさと、三重県三重郡、水谷光利社長）の発行済み株式の過半を取得、子会社化した。同日付で石川社長が八里屋の代表取締役に就任。水谷前社長は役を退いた。

両者はこれまでも取引関係にあったが、今回の子会社化を受け、老朽化した建物の改修や製造ラインの新調など、新規設備投資を計画。この4月から順次着手していく。八里屋での製造商品は、主に西日本エリアに向けて出荷される。

中小スーパー再生の処方箋

新日本SM協会統計リサーチ担当　長瀬直人氏に聞く　＜1＞

新日本スーパーマーケット協会が先頃公表した『2018年度版スーパーマーケット白書』が面白い。足もとの統計分析に重きを置いてきた従来版とは異なり、典型的な〝インフレ抑止産業〟であった食品スーパーに提供価値の抜本的な見直しを求めているのだ。背景には超高齢化と人口減少に伴う恒常的なコストアップと市場の急縮がある。協会統計担当の長瀬直人氏に編集経緯などを詳しく聞いた。

（聞き手＝東京本社編成局・横田弘毅）

――最新版の白書でも、食品スーパーの長期的課題として情緒価値やスーパーに発想の転換を求めているように感じました。

長瀬　日本のスーパーは価格を抑えながらコストを切り詰めて利益を守るというモデルで長年歩んできたわけですが、その根幹を成す安い労働力が無限に供給される状況ではなくなってきました。白書の根底には、従来のビジネスモデルを機能不全に陥らせるほどの重大な社会構造変化が起こっているのだという問題意識があります。これからのスーパーは自ら価格以外の付加価値を追求し、それによって売上げにつなげる必要がある。

加工食品のうち塩こうじ領域の売上高は前年比8・4％増の9億円となった。業務用「液体塩こうじ」の国内での採用事例が堅調なことに加え、タイを中心とした海外からの受注も増えている。

また、家庭用「液体塩こうじ」も堅調に売上げを伸ばした。

17年度は近年発売した新シリーズ「かるしお」「スグ旨カップみそ汁シリーズ」などが売上げを伸ばした。

価格訴求は限界点

ビジネスモデルの転換急務

14年の消費税率の引き上げ以降、食品業界でもデフレ脱却の動きが出てきましたが、これはどちらかといえばメーカー主導です。メーカーは商品に工夫を加えて少しでも価格を上げようと頑張っている。消費人口の減少、産業的な問題だけでなく、経済〟を追求できる大企業に対し、その力を持たない中小企業が正面からぶつかってしまっています。人手不足や総市場の縮小といった全てを扱っているわけで、そこから直接の利益を得よ

――近年、地方では食品の低価格販売を強めるドラッグストアの積極進出によって、地元中小スーパーの不振が色濃くなっています。人手不足や総市場の縮小といった全てを扱っているわけで、そこから直接の利益を得よ

長瀬　日本のスーパーは価格を抑えながらコストを切り詰めて利益を守るというモデルで長年歩んできたわけですが、その根幹を成す安い労働力が無限に供給される状況ではなくなってきました。白書の根底には、従来のビジネスモデルを機能不全に陥らせるほどの重大な社会構造変化が起こっているのだという問題意識があります。これからのスーパーは自ら価格以外の付加価値を追求し、それによって売上げにつなげる必要がある。

加工食品のうち塩こうじ領域の売上高は前年比8・4％増の9億円となった。業務用「液体塩こうじ」の国内での採用事例が堅調なことに加え、タイを中心とした海外からの受注も増えている。

また、家庭用「液体塩こうじ」も堅調に売上げを伸ばした。

17年度は近年発売した新シリーズ「かるしお」「スグ旨カップみそ汁シリーズ」などが売上げを伸ばした。

加工食品のうち塩こうじ領域の売上高は前年比8・4％増の9億円となった。業務用「液体塩こうじ」の国内での採用事例が堅調なことに加え、タイを中心とした海外からの受注も増えている。

また、家庭用「液体塩こうじ」も堅調に売上げを伸ばした。

17年度は近年発売した新シリーズ「かるしお」「スグ旨カップみそ汁シリーズ」などが売上げアップに貢献した。

同社は今年11月、創業100周年を迎える。この節目の年に売上高200億円（前年比4・7％増）を目指す。みそ領域、加工食品が各100億円で、このうち塩こうじ領域は10億円を計画している。

みそ領域は昨年9月に発売した「カップおみおさん　合わせ」を中心に注力する。

■日清製粉＝強力系、中力・薄力系、国内産小麦100％小麦粉ともに65円上げ。

■日本製粉＝強力系、中力・薄力系65円上げ、国内小麦100％小麦粉70円上げ。

■昭和産業＝強力・準強力粉、中力・薄力粉、内麦100％粉ともに65円上げ。

■日東富士製粉＝強力・準強力粉、中力・薄力粉65円上げ、内麦100％小麦粉70円上げ。

■鳥越製粉＝強力・準強力粉、中力・薄力粉65円上げ、国内産小麦100％小麦粉70円上げ。

逆光線

現国会に提出されている法案の中に卸売市場法と食品流通構造改善促進法（食流法）の改正がある。昨年8月施行の農業競争力強化支援法に掲げられた流通合理化を推し進めるための歴史的な改正となる▼これによって卸売市場への一律の規制が見直され、荷受業者が余剰品を品薄な他の市場に流す卸売市場に補助金を出すことが可能になる。政府はこの考え方に沿って改革に取り組む。その最大の狙いは生産者所得の向上であり、作り手が生み出した付加価値を破壊しない合理的で秩序ある流通を政府としていかに構築していくかがポイントになる▼その実現に向け、食流法の改正では①定期的な食品取引状況調査②当該結果に基づく必要な措置③問題事案の公取委への通知という新たな権限が農林水産大臣に与えられる。法律の名称も「食品等の流通の合理化及び取引の適正化に関する法律」に変更される。買い手に有利な加工食品の事業者間取引に対する監視も一段と厳しくなるだろう。

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㈹
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
リプラ丸の内6　305号
郵便番号　460－0002
電話　052（221）5391㈹
（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
「広がり始めた市場　水差す原料米事情」（米粉特集　6～7面）
「〝タテ型〟春の陣　話題商品が続々登場」（即席麺WAVE　8面）

自然の恵みを美味に育んで、皆様にお届けしたい
カメセの青のり
青海苔専門問屋
株式会社カメセ水産
東京都江東区猿江1-1-4
TEL03-3631-2704
FAX03-3631-8062

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

ギョーザもタレも
特定原材料7品目不使用
本品は下記7品目を使用しておりません。
えび　かに　小麦　そば　落花生　乳成分　卵
米粉・豚肉・野菜国産使用！
秋田県産米粉使用
米粉でつくったもっちり皮
国産の具を包みこんだ「ニッポンのギョーザ」
12個入　タレ付
40個入
※ファミリーパック40個入にはタレはついていません
餃子計画
株式会社餃子計画　本社　TEL 06-6396-2277　営業時間/9:00～18:00　土・日・祝休み
〒532-0003　大阪府大阪市淀川区宮原2丁目14番14号　新大阪グランドビル4階
http://www.gyozakeikaku.com/