

# 食品新聞

発行所 食品新聞社  
http://www.shokuhin.net/  
大阪市北区南船場2-3-30  
電話 06(6361)4972  
東京 都営区大塚1-1-1  
電話 03(3552)3756-4031  
名古屋市中区丸の内2-10-11  
電話 052(221)5391  
支店 広島・福岡  
©食品新聞社 2018  
THE JAPAN FOOD NEWS  
創刊 1947年

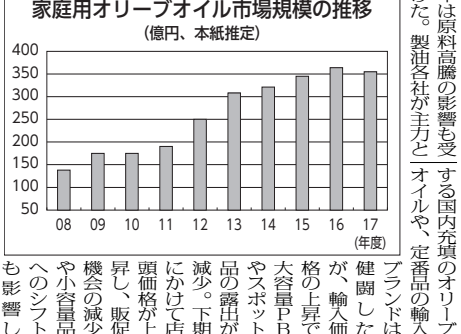
## 家庭用レコード更新ならず

### 家庭用レコード更新ならず

17年度の家庭用オリーブオイル市場は金額2.4%減、物量4.9%減と徐々に前年を割り込んだ。イタリア産の原料状況悪化で、オリーブオイル相場が高騰。ユーロ高も重なり、下期にかけて製品価格の値上げによる影響を受けた。10年連続のレコード更新にプレキがかかったが、家庭用オリーブオイル市場は年間355億円の範囲で規模を維持。健康イメージや使い方の広がりなど潜在需要は大きく、今後もさらなる拡大が期待されている。

## 踊り場から再成長へ 各社が提案強化

本紙推定の家庭用オリーブオイルの市場金額推定は、製油会社が主力とオリーブや、定番品の輸入ブレンドは、健康志向が、輸入価格の上昇で、大容量PBやスパット、イタリアンなどは減産、下期にかけて店販価格が上昇し、販促、機会の減少、ユーロ高が、物量の減少、ユーロ高も増加して、この10年で市場規模は倍増し、これまでのような伸びが難しい中で、昨



「昨年は一人当たりの購入量が減少した」(メーカー関係者)。これまで伸びてきたマーケットだけに、踊り場の警戒感はあるが、オリーブオイルへの好感度は衰えておらず、購入経験率や使用量の面からさらなる市場拡大は可能と期待する向きが多い。オリーブオイルの健康イメージは浸透し、イタリアンだけではなく、和食や使用用途は拡大している。調味料感覚で楽しむ、ハビユ、ユーザなど揚げ物や炒め物など加熱メニューも、オリーブオイル本

## 仮需要薄く前年割れ

### ビール類第1四半期 気温低めも影響

大生酒類4社第1四半期(1~3月)ビール類販売動向はやや厳しく、全体で前年同期比約1%減とみられる。ビール2社減産、発泡酒6%減、新ジャンル2%増。3月からアサヒビールが、4月から他3社が業務用材を値上げした。ほぼ減少したとみられる。

相次いで投入された高アルコールビール類は好調に推移している。4月1日発表のビール類第1四半期は、アサヒビールが10.5%増、キリンビールが10.5%増、サントリービールが10.5%増、朝日ビールが10.5%増と、4社とも前年比で増産となった。アサヒビールは2月の影響で瓶は1.9%減、サントリーは1.5%減、朝日は1.4%減、キリンは1.4%減と、4社とも前年比で減産となった。ビール類第1四半期は、アサヒビールが10.5%増、キリンビールが10.5%増、サントリービールが10.5%増、朝日ビールが10.5%増と、4社とも前年比で増産となった。

## 家庭用砂糖

砂糖消費の約8割が業務用。需要が、飲料や菓子、業務用ユーザ向けとなっている。砂糖は400gサイズだが、簡便性、価格、あるいは割高に感じない0.9gはチャック付き日新製糖と、砂糖の消費も多方面から注目している。家庭内調理の減少、調

「家庭用砂糖は小容量タイプの挑戦が続いている。日新製糖は2月に「きび砂糖SPECIAL」(300g)を発売した。昨秋からテスト販売を実施し、内容と価格のバランスを研究。今回の商品にたどり着いた。さらには4月から三井製糖も上白糖と三温糖の小容量400g(スタンドパック・関東限定)を発売した。砂糖の家庭用比率は約12%、かなり低下したが年間

「家庭用砂糖は小容量タイプの挑戦が続いている。日新製糖は昨秋から「ポック」を発売し、家庭用「伸びていけば」で納得「スシユア(きび砂糖S)」も発売した。さらには、前年度では消白糖やグラニュー糖の試験販売も進めている。

「家庭用砂糖は小容量タイプの挑戦が続いている。日新製糖は昨秋から「ポック」を発売し、家庭用「伸びていけば」で納得「スシユア(きび砂糖S)」も発売した。さらには、前年度では消白糖やグラニュー糖の試験販売も進めている。

「家庭用砂糖は小容量タイプの挑戦が続いている。日新製糖は昨秋から「ポック」を発売し、家庭用「伸びていけば」で納得「スシユア(きび砂糖S)」も発売した。さらには、前年度では消白糖やグラニュー糖の試験販売も進めている。

「家庭用砂糖は小容量タイプの挑戦が続いている。日新製糖は昨秋から「ポック」を発売し、家庭用「伸びていけば」で納得「スシユア(きび砂糖S)」も発売した。さらには、前年度では消白糖やグラニュー糖の試験販売も進めている。

「家庭用砂糖は小容量タイプの挑戦が続いている。日新製糖は昨秋から「ポック」を発売し、家庭用「伸びていけば」で納得「スシユア(きび砂糖S)」も発売した。さらには、前年度では消白糖やグラニュー糖の試験販売も進めている。

## 愛知地盤のB&Dを買収 中部地区のドミナント強化

ツルハHDは、愛知地盤のB&Dを買収し、中部地区のドミナント強化を図る。B&Dは、愛知地盤の主力メーカーで、中部地区のドミナントメーカーとして知られている。ツルハHDは、B&Dを買収することで、中部地区のドミナントメーカーとしての地位をさらに強化する。

ツルハHDは、愛知地盤のB&Dを買収し、中部地区のドミナント強化を図る。B&Dは、愛知地盤の主力メーカーで、中部地区のドミナントメーカーとして知られている。ツルハHDは、B&Dを買収することで、中部地区のドミナントメーカーとしての地位をさらに強化する。

ツルハHDは、愛知地盤のB&Dを買収し、中部地区のドミナント強化を図る。B&Dは、愛知地盤の主力メーカーで、中部地区のドミナントメーカーとして知られている。ツルハHDは、B&Dを買収することで、中部地区のドミナントメーカーとしての地位をさらに強化する。

ツルハHDは、愛知地盤のB&Dを買収し、中部地区のドミナント強化を図る。B&Dは、愛知地盤の主力メーカーで、中部地区のドミナントメーカーとして知られている。ツルハHDは、B&Dを買収することで、中部地区のドミナントメーカーとしての地位をさらに強化する。

## ツルハHD 公表。今回事業再編

ツルハHDは、今回事業再編を発表した。再編内容は、B&Dの買収、中部地区のドミナント強化、全国展開の加速などである。ツルハHDは、再編を通じて、中部地区のドミナントメーカーとしての地位をさらに強化し、全国展開の加速を図る。

ツルハHDは、今回事業再編を発表した。再編内容は、B&Dの買収、中部地区のドミナント強化、全国展開の加速などである。ツルハHDは、再編を通じて、中部地区のドミナントメーカーとしての地位をさらに強化し、全国展開の加速を図る。

ツルハHDは、今回事業再編を発表した。再編内容は、B&Dの買収、中部地区のドミナント強化、全国展開の加速などである。ツルハHDは、再編を通じて、中部地区のドミナントメーカーとしての地位をさらに強化し、全国展開の加速を図る。

ツルハHDは、今回事業再編を発表した。再編内容は、B&Dの買収、中部地区のドミナント強化、全国展開の加速などである。ツルハHDは、再編を通じて、中部地区のドミナントメーカーとしての地位をさらに強化し、全国展開の加速を図る。

### オリーブオイル

原料高で成長鈍化も潜在力は大。新規ユーザへの開拓と定着がカギ。

4~6月 オリーブオイル特集  
8月 オリーブオイル和日記版

### 安田のつくだ煮

小豆島の味香り

安田食品工業株式会社  
電話0879 82 2225

# ひとかけで、ぐっとおいしい。

食卓で、味・香り引き立つ  
AJINOMOTO オリーブオイル  
エクストラバージン

ひとかけするだけで、お料理のコクや香りが増したり、マイルドになったりします。

good!

オリーブオイルひとかけ

- オリーブタラー目玉焼き
- オリーブ de トマトトースト
- 焼き鮭のオリーブオイルがけ
- ちもいがけオリーブの具だくさん味噌汁

J-オイルミルズ