

食品新聞

発行所 食品新聞社
http://www.shokuhin.net/
大阪府北区南船場2-3-30
電話 06(6361)4972
東京都中央区大塚1-1-8
電話 03(5522)3756-4031
名古屋市中区丸の内2-10-11
電話 052(221)539140
©食品新聞社 2018
THE JAPAN FOOD NEWS
創刊 1947年

世界の海苔を... 世界の味を... 世界の人々に

国際海苔産地協議会
株式会社 ヤマコ
本社 平島(881)
愛知県東海市新町1-1-13(881)
TEL:0565(81) FAX:0565(78)
山形
株式会社 海苔産地協議会
〒981-8501 山形県山形市東山形1-1-1
TEL:023-622-7277 FAX:023-622-7467

砂糖決算

くもり
環境厳しく好転困難
砂糖情報の発信試み
ネガティブ感払拭へ
きょうの主な内容
4〜6 砂糖決算特集
8 つけもの版

かけるオイル、需要拡大

家庭用油市場

「20年度に400億円規模目指す」(日清オйл)

家庭用食用油市場で、かけるオイルの需要が拡大している。オリーブオイルやアマニ油、ごま油などを、さまざまなニューにかけて楽しむ、新たな使い方が注目されている。食用油メーカー各社は、開封後の鮮度を保持する密封ボトルのラインナップも強化し、かけるオイルの提案に力を入れている。

日清オイルグループ社長は、ホームユースによる「ホームユース 重点分野」として、かける(家庭用)の「かけるオイル」の強化を挙げ、市場は13年度から年々「商品展開と提案強化」率11%増で成長を続け、20年度には約400億円に拡大、約1千350億円市場に引き上げた。17年度には約350億円、億円市場に引き上げた。超に拡大、約1千350億円市場に引き上げた。超に拡大、約1千350億円市場に引き上げた。超に拡大、約1千350億円市場に引き上げた。



かけるオイルの需要が拡大している。オリーブオイルやアマニ油、ごま油などを、さまざまなニューにかけて楽しむ、新たな使い方が注目されている。食用油メーカー各社は、開封後の鮮度を保持する密封ボトルのラインナップも強化し、かけるオイルの提案に力を入れている。

日清オイルグループ社長は、ホームユースによる「ホームユース 重点分野」として、かける(家庭用)の「かけるオイル」の強化を挙げ、市場は13年度から年々「商品展開と提案強化」率11%増で成長を続け、20年度には約400億円に拡大、約1千350億円市場に引き上げた。17年度には約350億円、億円市場に引き上げた。超に拡大、約1千350億円市場に引き上げた。超に拡大、約1千350億円市場に引き上げた。超に拡大、約1千350億円市場に引き上げた。

日本アクセス 連結2.4兆円へ布石連打

EC・海外市場など積極深耕

日本アクセスは今年度(2018年度)を中核3年計画でEC・海外など新市場への対応とフルライン化を加速する。「New Access Way」を推進し、創造と進化をテーマとした計画では最終20年度の連結売上高を2兆5000億円(17年度比12.3%増)、経常利益を400億円(同24.5%増)に設定。ファミリーマートへの供給増に伴う大幅増収ペースが弱まる中、将来性の高いEC向けの物流機能開発やM&Aによる菓子・酒類の拡充によって持続的成長力を確保する。

EC・海外市場など積極深耕



中期計画では、生産性の低い低温物流拠点を消費者向上や赤取引の削減と向け、IoT機能などを導入する次世代型に強化を進める。一方で、攻めの成長戦略とともに、宅配二輪車やトラックなど、中国での高品質な物流ネットワークの構築も進められている。

佐々木社長

登板

東洋製罐グループHD 次期代表取締役社長 大塚一男氏

25日に開示された同社5月期決算(19億7千6百万円)は、17年度実績(18年3月)の100億7千6百万円(17年度比12.3%増)を大幅に上回る。先月のファミリーマートへの供給増に伴う大幅増収ペースが弱まる中、将来性の高いEC向けの物流機能開発やM&Aによる菓子・酒類の拡充によって持続的成長力を確保する。

東洋製罐グループHD 次期代表取締役社長 大塚一男氏

大塚次期社長は、第五の価値をもっと上げる。大塚次期社長は、第五の価値をもっと上げる。大塚次期社長は、第五の価値をもっと上げる。大塚次期社長は、第五の価値をもっと上げる。大塚次期社長は、第五の価値をもっと上げる。

大塚次期社長は、第五の価値をもっと上げる。大塚次期社長は、第五の価値をもっと上げる。大塚次期社長は、第五の価値をもっと上げる。大塚次期社長は、第五の価値をもっと上げる。大塚次期社長は、第五の価値をもっと上げる。

17年の惣菜市場規模 10兆555億円に

日本惣菜協会

品別	15年	16年	17年	前年比
惣菜店	28,782	29,024	29,203	291
コンビニ	3,712	3,674	3,643	-31
スーパー	9,169	9,148	9,212	64
食品スーパー	24,525	25,417	26,205	688
CVS	29,643	31,133	32,289	1,146
合計	95,813	98,389	102,752	4,369

逆光線

リニア開通で、この会話が業務提携に発展した。林組が今、業界から「属人的」との飲み会を保持しながら、それが禁止などをカネケル等の違法行為につながるケースは少なくない。業界はこの健全な交流を法外な温度で維持し、コミュニケーション能力を誇っている。が、やや違和感もある。人手不足と国内市場の縮小によって単独企業を出す前に、社会連帯を業で解決できない課題に悩む社外コミュニケーションのあり方を。今後は複数社による「食卓」を他産業が推進していくが、企業に比べ同業の交流が、業の集約力に。この業界で、個人レベルの会界の属人的なつながり。飲み会も例外ではない。こうした企業間連帯とまが、過去には携の力になるだろう。

素材と技術の融合で新価値提案

大塚次期社長は、第五の価値をもっと上げる。大塚次期社長は、第五の価値をもっと上げる。大塚次期社長は、第五の価値をもっと上げる。大塚次期社長は、第五の価値をもっと上げる。大塚次期社長は、第五の価値をもっと上げる。

アルミボトル缶は多品種・小ロットへ

大塚次期社長は、第五の価値をもっと上げる。大塚次期社長は、第五の価値をもっと上げる。大塚次期社長は、第五の価値をもっと上げる。大塚次期社長は、第五の価値をもっと上げる。大塚次期社長は、第五の価値をもっと上げる。

梅の目

6月6日は「梅の日」のいわれ

今を遡ること四百六十余年の大昔、日本中に晴天が続く、作物が育たず、田植えもできず人々が困りはてていました。折しも六月六日、神様のお告げにより、時の天皇が賀茂神社に詣で、梅を賀茂別雷神に奉納して祈ったところ、たちまち雷鳴とともに大雨が降りはじめ、五穀豊穡をもたらしました。人々は、その天恵の雨を「梅雨」とよび、梅に感謝するとともに、災いや疫病を除き、福を招く梅を梅法師と呼んで、贈り物にするようになったといわれています。紀州梅の会では、このお話が、宮中の日記「御湯殿上の日記」に、記されていたことから、その故事にちなみ、6月6日を「梅の日」と定めました。

毎年この日に京都の上賀茂神社と下鴨神社に梅を奉納し、さまざまなキャンペーンを連動させながら全国の皆様に紀州梅のPRに取り組んでまいります。

紀州梅の会

「梅の日」[特選紀州梅干]に関するお問合せ先 TEL 0739(74)2308