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
リブラ丸の内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

食品製配販7社

リードタイム是正など協議
物流合理化へ、連携

味の素、三菱食品、マルエツなど食品製配販7社は受発注から納品までの物流リードタイムの見直しに取り組む。納品前日発注を基本とする現行リードタイムの緩和・延長によって可能になる物流改善策を整理するとともに、荷待ち・荷卸し等の業務負荷削減効果を実証し、人手不足を乗り切る持続可能な物流体制の構築につなげる。

商慣行・過剰サービスにメス

活動には既出3社のほか、キユーピー、加藤産業、カスミ、シジシージャパンが参加。7社は今年4月に日本ロジスティクスシステム協会（以下JILS）を事務局とする全体最適推進組織「持続可能な加工食品物流検討会」を設立。経済産業省と国土交通省をオブザーバーに迎え、定期的な協議を始めている。

その最大の特徴は物流業務負荷の増大につながる既存商慣行の見直しや「生産性と品質のバランス」を活動テーマに掲げていることだ。ドライバーや庫内作業員の不足が深刻化する中、食品業界では昨年からメーカー共同物流等の合理化が加速しているが、物流の生産性を業界レベルで高めるには、鮮度訴求や欠品・在庫削減を目的に行われてきた短納期発注や小口多頻度納品など、商慣行の見直しが不可欠との見方もあり、早急な議論が待たれていた。

検討会は4月以降の協議の中でこの問題を整理。このほどリードタイムの見直しに焦点を絞り込む方針を固めた。今後はリードタイムの延長によって製配販各層に生じる課題を洗い出すとともに、延長で可能になる具体的かつ3層が納得できる生産性向上策を定めていく。参加企業による実証実験や成果の公表なども視野に入れる。

検討会メンバーのキユーピーと加藤産業は13年からリードタイムの緩和（受注翌日納品→受注翌々日納品）を条件に検品レス化を推進。緩和によって生じた時間を生かし、納品時検品に必要な商品情報（ASN）をキユーピー側で事前に作成・送信することで、現物検品を廃止し、荷待ち・荷卸し業務の削減につなげるものだ。キユーピーは今年5月から同様の取り組みを三菱食品とも始めている。

JILSは16年度に経産省補助事業として行った消費財物流調査（「荷主連携による共同輸配送の環境整備等に関する調査研究」）で検品レス化による高い生産性向上効果を立証済み。今後のリードタイムに関する議論の中でも、緩和効果を引き出す有効な打ち手としてメーカー―卸間の検品レス化にスポットが当たりそうだ。

なお、卸―小売間では既に検品レスが定着しているが、リードタイムの緩和によって店舗でも入荷業務の平準化などが進む可能性がある。検討会はこうした小売側の生産性向上効果も明らかにしていく考えだ。

花岡海苔店
東京・日本橋

国内農事業を抜本的改革
生鮮トマト初の機能性表示
カゴメ

カゴメの寺田直行社長＝写真＝は1日、2018年度第2四半期の業績を発表した。それによると連結売上高は前年同期比2％減の1千24億円、営業利益は15％減の53億円と減収減益だった。国内加工食品は「野菜生活100スムージー」、トマトジュース、通販が好調も、飲料依存傾向が続き増収減益。国内農事業は生鮮トマトの市場価格が低迷し、供給過剰な市場構造への対応が遅れて増収減益だった。

そこで下期の「飲料」は、「野菜生活100」を母と子をターゲットに3年ぶりにリニューアル。機能性表示飲料は「善玉コレステロールを増やす。高めの血圧を下げる」にキャッチコピーを変更し、「野菜生活100スムージー」はパッケージデザインを専門学校学生のアイデアを採用。新たに「レモン甘酒」を追加するなど収益基盤を強化する。「食品統合して提案力を高め、外食、中食向けにカゴメ商品を用いた野菜の惣菜を提案。「農事業」は、GABAを多く含む生鮮トマトに機能性表示を実施。端境期のトマト供給量を10％増やし、洗浄済みベビーリーフは千葉菜園からの出荷を開始し、供給量を拡大する。これらを通じて通期売上高は2千150億円、営業利益は130億円と期初予想を据え置く。

第2四半期の減収減益をとらえ、「業績が低迷した農事業を抜本的に構造改革する」（寺田社長）。高リコピン、ターカロテン、ギャバなど機能性成分を多く含む生鮮トマトの売上構成比は50％を超え、10月から生鮮トマトでは初のGABAによる機能性表示食品を発売するが、一方で農事業全体の改革にも踏み切る。

「昨年はサプライヤーの増加や各社参入により生鮮トマトの市況相場が低迷し、供給過剰な市場構造への対応が遅れた。そこで今後は相場が下がっても黒字になる仕組みを組み立てる。需要期における供給量のコントロールや定植時期の変更、菜園の生産性向上、作付面積の縮小などあらゆる手立てを考え、新中計に向けて農事業の戦略を大きく変える」。当面、下期は市場価格が上昇するトマトの端境期（7～10月）に1割増の供給量を見込んでおり、ベビーリーフも2つ目の千葉菜園からの供給を開始。利益が出せる抜本的な構造改革に着手する。

上期は「グリーンズ」を加えて4割増に達したスムージーだが、「市場は伸び悩んでいる」。そこで今後は「野菜飲料とカニバリしない、植物性の領域に新たな市場を構築」。また、植物性乳酸菌「ラブレ」は下期も植物性を徹底的にアピールする。

菓子市場

停滞感が色濃く漂う
牽引車が踊り場に

今年に入ってから、菓子市場全体に停滞感が漂っている。特に4月以降は、菓子にとって逆風となる高温や大雨など天候悪化に加え、これまで牽引車となってきたチョコレートやグラノーラなどが一時期の勢いを失ってきた。スナックや米菓などのカテゴリーも精彩を欠いており、ここ5年ほど続いてきた菓子市場の前年超えが危ぶまれる可能性が高まっている。メーカー、卸を取り巻く環境はコストアップが顕在化し、収益の見直しが必須の状況になってきた。

菓子大手メーカーの2017年度は増益基調で推移し、それを反映して菓子卸大手（三菱食品、山星屋、コンフェックス、高山）は帳合変更があっても前年に近いレベルか、もしくはそれ以上の業績を収めることができた。チョコに関しては、トップの明治に対して、ロッテ、江崎グリコ、ネスレがシェアアップし、市場好調の波に乗る。

カテゴリー的には数年前まで停滞ムードにあったソリッドチョコが2ケタ伸長を継続するまで増加し、かつての花形であったチョコスナックが後退する逆転現象が起きている。機能性チョコに関しては市場規模が5年前の20億強から220億円弱まで10倍に膨らんだとの市場データもあり、それだけハイカカオブームのマーケットに与える影響度は強かったということだろう。それもハイカカオは明治、乳酸菌はロッテという具合に企業間の勝敗が明確になりつつあり、業界には次の牽引車が求められている。

スナックは昨年のポテチンショックの打撃が大きいうえに、シリアルの苦戦が鮮明化してきた。シリアルは、グラノーラがついに一巡し、今年に入ってからは、前年対比で2ケタマイナスに暗転している。グラノーラの低迷に対しテゴリー内での浮沈もある。米菓においても動きの悪い状況が続いている。ソフト系が低調な分、揚げ系は比較的順調に推移する。キャンディではハードのマイナスに対して、ソフトのグミや錠菓の堅調ぶりが際立つ。

このようにカテゴリーによっても好不調の差が大きく出ているのが菓子市場の近況である。先月から今秋冬商品の発表を大手メーカー各社が行っているが、さまざまな逆風を吹き飛ばすほどインパクトのある新商品は、今のところ聞こえてこないのが実態である。市場動向が停滞している上、物流費は待ったなしの大幅値上がりが進行中であり、物流コストの上昇は菓子卸にとっても大きな課題となる。

菓子卸は近年、小売業からのセンターフィの増加が経営圧迫に直結しており、見積合わせも活発に行われ、条件はさらに厳しくなりつつある。大手メーカーは取引条件の見直しに動いているが、基本的に大手卸が大量販売に向く施策となり、中小卸にとっては厳しい内容に晒されている。

ここ数年、メーカーの商品政策としても、減量による価格維持が中心に行われてきたが、いよいよ抜本的な値上げによる見直しが必要という声も高まってきた。商品価値と価格とのバランスを考えると、減量対応にも限界があり、従前の在り方を見直すタイミングにきている。以上のように、さまざまな問題を菓子業界は内包している。

さば缶33品を値上げ
●マルハニチロ●
9月から平均10％上げ

マルハニチロは9月1日から、さば缶詰を値上げする。対象製品は33品で、改定幅は約10％。昨年来のさば缶詰の需要拡大で原料確保が難しい中、輸出向け国産冷凍サバが大幅に増加したことを背景に、缶詰加工向けの国産サバの原料価格が大きく上昇しているため。主な製品では、「月花さば水煮」の参考小売価格は現行275円→改定後275円に、「さば水煮」（同200円→220円）となる。3缶シュリンクも同様に改定。なお、機能性表示食品の「さば水煮」はオープン価格に変更する。

「桜花漬」値上げ
10月1日出荷分から

桃屋

桃屋は「桜花漬」（60g）の価格改定を実施する。異物を除去する作業にかかるコストが上昇していることを受け、10月1日分から値上げについては、安全・安心な商品を提供するため、熟練した作業員が、八重桜の花びらを一枚ずつ丁寧に広げながら、エアノズルを使用し、花びらを傷つけないように丁寧に異物を除去している。

同社は、これらのコストが上昇する中で、あらゆる企業努力を行ってきたが、企業努力だけでは吸収できない状況になったため、価格改定を実施することにした。

「桜花漬」（60g）

逆光線

福島県相馬市の松川浦で採れるヒトエグサ（現地では青のり呼び）が、3・11からの復興後、6年ぶりの漁を終えた。以前の養殖量10％を目指していたが、7％で終漁したようだ。目標達成も重要だが、再スタートも意義がある▼東日本大震災以降も、日本各地で様々な災害が発生し、そして破壊された。その中には食習慣もある。より簡便な食事を好むようになったり、例えば地震などで食器とともにビンなども破壊されると梅酒、梅シロップ漬けなど漬け込み文化が減少したケースもある▼壊れた家は建て直せばいいし、生産設備も新しいものを使えばいい。だ、見えない文化的な部分の復興はより時間がかかる。松川浦も徐々に生産力は増していくだろうが、地元に根付いていた食文化も一緒に復興しないと本当の意味で「元に戻った」とは言えない▼今夏は猛暑も〝災害的〟であり、特需に沸く飲料もまるで防災食品に見えるほどだ。基本的に人間は自然や気候に支配されている。決して支配することはできない。されど利用して生きる知恵を痛感する日々が続く。

きょうの主な内容
「卸各社、売場活性化し単価・点数アップへ」（近畿版　5面）
「外林、新関東事業所を今期末開設へ」（菓子流通版　8面）

永谷園の
お茶づけ海苔
高級促成青果加工品
各種食料瓶詰缶詰製品
有限会社　ひさごや
営業所　大阪市都島区網島町八番十六号
電話　大阪（〇六）六四六七番
工場　大阪市城東区新喜多一丁目二番三号
電話　大阪（〇六）六二三三（代表）
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
愛されて40周年
味しらべ
変わらない美味しさ
サクッと口どけの良い食感の、甘じょっぱさが懐かしいおせんべいです。
変わらぬおいしさで愛されているロングセラー商品です。
40th 味しらべ ANNIVERSARY
味しらべヒストリー
1978 味しらべ誕生
1981 今ではおなじみのパッケージ上下の青海波柄※は発売当時はありませんでした。
1989 一見変わっていないように見えますが、よーくみるとロゴの形やあしらいが変化しています。
2000 味しらべの世界観を維持したまま、時代に合わせて少しづつ進化しているんです!
2013
現在 変わらないおいしさをパッケージが表しているから世代を超えて愛されているんですね♪
※広い海がもたらす恩恵を感じさせる柄で、無限に広がる波の文様に未来永劫の願いと、人々の平安な暮らしへの願いが込められた縁起の良い柄です。
40周年限定商品
北海道産のあずきを使用した優しい甘さを感じられる和の味わいです。
サクっと口どけの良い食感のソフトせんべいです。
「お米」のおいしさ創造企業
岩塚製菓株式会社
〒949-5492　新潟県長岡市浦9750番地　http://www.iwatsukaseika.co.jp/
岩塚製菓　検索