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

7月 アイス市場 過去最高 販売金額

カップ氷に希少価値

早々の休売宣言も

7月のアイス市場は6％増で着地した模様。関東では6月の末に梅雨が明け、7月は1日から猛暑が始まっていた。連日35度を超えるような日々も続き、公園ですがるような顔でアイスを食べる人もいた。以前は32度を超えると止湯飲料に消費者は向かい、アイスは売れなくなるというのが業界の定説だったが、体温ほどの酷暑になれば人は再びアイスに戻るようだ。

昨年の7月も全国的に空梅雨となり市況は8％増で着地、過去最高となる7月の売上げを記録したメーカーも多かった。今年はさらにそれを6％も上回る790億円（本紙推定）という販売額となったが、一部氷系の商品で休売案内があったほかは、各社の主力商品は出荷調整もなく供給を続けることができた。

10年ほど前は、〇〇しぐれや△△みぞれといったカップに入った硬い氷菓系のアイスが売場の半分近くを占めていたが、気温に左右されやすい商品で、冷夏気味の夏ともなればメーカーは翌年まで在庫を抱えざるを得なかった。このため多くのメーカーは、最需期でも通年型のクリーム系主力商品の販売に注力するようになり、ライン増設など生産能力のアップに努めてきた。

明治のエッセルバニラは7月に前年同月比25％増となったが、この1年の間に2ラインを増設したのが奏功し安定供給ができたし、森永製菓のチョコモナカジャンボも同様に14％増だったが、昨年1ラインを導入し20％ほど供給能力がアップしたため猛暑を乗り切ることができた。

逆にカップ氷に〝希少価値〟が出るようになってしまい、フタバ食品のサクレレモンに注文が殺到、7月の下旬には早くも休売案内を出さざるを得なかった。森永製菓のアイスポックスは一昨年から熱中症予防を謳い、ドラッグなどでの配荷を積極的に広げていたため突然の猛暑に対応できず同時期に休売案内を出している。また、1か月程度の販売量で生産計画を組んでいる最需期用の氷菓系マルチでも、終売案内を出す商品が散見されるようになっている。

供給能力を高めた主力商品は、生産面での不安は感じさせなかったが、ドライバーやトラック不足から、商品はあっても営冷に届けられず、物流を理由とする出荷調整が一部で見られた。また、在庫が十分ある物流拠点から、品薄となった拠点への横持ちができず出荷調整という場面や、庫内作業が間に合わず配送車の受け入れ制限を設けるなど、ロジスティクスの限界が見えた最需期でもあった。

すべては未来のために

総合力結集に向け一丸

日清製粉グループ本社「夏季食糧記者懇談会」

日清製粉グループ本社（見目信樹社長）は6日、都内で「平成30年度夏季食糧記者懇談会」を開催。見目社長が決算概況および長期ビジョンを詳細に説明、またグループ各社（日清製粉、日清フーズ、オリエンタル酵母工業、日清ファルマ）トップがそれぞれ事業概況を説明した。

日清製粉グループ本社の前期（18年3月期）連結業績は、スタート3年目を迎えた長期ビジョン〈NNI―120 Ⅱ〉の下、中食・惣菜事業の出荷増が寄与し増収増益で着地。今期（19年3月期）第1四半期も国内製粉事業における小麦粉価格改訂の影響やエンジニアリング事業での大型工事、食品およびその他事業の売上げ増や収益向上施策が奏功し増収増益との最大化を図る」（同）。好調をキープしている。

グランドデザイン〈NNI〝Compass for the Future〟〉について、社会的な循環成長と企業価値の両軸を意識しながら「未来に向かって〈健康〉を支え、〈食のインフラ〉を担うグローバル展開企業を目指す」（見目社長）循環成長を推進するとともに、「グループの経営資源の結集と相互利用によって「総合力発した異色缶詰「K&K 全国で発売する。

特に中食・惣菜事業、国内外の酵母・バイオ事業、海外事業（製粉、加工食品）を成長ドライブ事業と位置付け、重点的な資源投下を進める。

日清フーズは本格派・簡便性・健康のキーワードに沿った高付加価値製品の充実、デジタルマーケティングを活用した販促に取り組む。新たな生産拠点（ベトナム、19年冬）が加わる業務用プレミックス事業ではASEAN地域での販売強化を見込む。

日清製粉は、製菓製パン向けの業務用途中心に発酵バター「カネカ発酵バター食塩不使用」（450g）＝写真＝の販売を開始した。

原料となる生乳は北海道の酪農家から調達し、提携先であるベルギーのPur Nature社が有するヨーロッパの伝統的製法（チャーン製法）で作る本格的な発酵バター。北海道恵庭市の自社工場でじっくりと時間をかけてクリームを発酵させることで、香り高い豊かな風味とフレッシュなミルク感のあるバターに仕上げた。

なお、同社では4月から販売を開始した飲用牛乳「パン好きの牛乳」をはじめ、北海道の良質な生乳と証取得のオーガニック発酵バター「PUR NATURオーガニック発酵バター食塩不使用」（200g）Natur社製品の輸入販売を拡充していく方針。今後、北海道での本格的な乳製品工場建設も検討し、5年後には乳製品事業で売上高200億円を目指している。

発酵バターの販売開始

グループ展示会で披露

カネカ

国分グループ本社はシーチキンコンビーフ」ごろもフーズと共同で開発した異色缶詰「K&K 全国で発売する。

国分＋はごろも 缶詰で黄金タッグ

「シーチキンコンビーフ」完成

国分オリジナルブランド「K&K」の商標登録10周年とはごろもフーズのシーチキン誕生60周年を記念し、両社の主力品を組み合わせて商品化したもの。80g入り、税別360円。

缶詰では珍しいダブルブランドの魅力を訴求する斬新な化粧箱入り。箱裏面のQRコードからアクセスできる特設ページ（http://www.kokubu.co.jp/brand/cornedbeef/）で応用レシピの提供なども行う。

トップに聞く 不確実時代の舵取り

大津屋

社長
小川 明彦氏

地方CVS 独自進化で存在感

店内調理磨き〝完成形〟目指す

大手寡占化が進行するCVS業界。再編・淘汰の果てに、地方に根を張る個性的なチェーンの多くが姿を消していった。今や上位3社による最終決戦の様相を呈しているが、そうした争いとは一線を画し、独自戦略で存在感を発揮するチェーンがある。福井市内を中心に、ダイニングコンビニ「オレポステーション」など12店を手掛ける大津屋がそれだ。CVSと惣菜店をドッキング。さらには約50席のイートイン惣菜は約30種を備えた独自のスタイルで、地元生活者の熱い支持を勝ち取っている。

大津屋は1573年（天正元年）創業の酒造店が出発点。昭和38年に法人化。56年8月、福井県初のCVSとなる「オレンジBOX おおつや」を開店した。県下初の24時間営業や店内調理にも草創期から着手。平成16年には、それまでの集大成とも言える「オレポステーション フェニックス店」をオープンする。地から発掘してきたローカルブランド商品も並ぶ。

以来、磨きをかけてきた店舗スタイルは、店内調理が3分の2、CVSに表れている。同社のCVS業態は7店あるが、既存店前年比も102・1％と、CVSの客数を上回る中で好成績をあげている。

「ここ数年、大手CVS各社が女性や高齢者の開拓に注力しているというが、福井はそもそも人口が少ない上に、少子高齢化の進行が速い。われわれは誕生した時からすべての年代層、地域生活者を対象に顧客満足度の向上に取り組んできた」と小川明彦社長は語る。

競合環境がボーダーレス化する中で、〝今後はCVSや惣菜などを注文をまざまな進化や融合を繰り返し、次代のあるべき業態を作り上げていくだろう。それに対して大津屋は、専用コーナーの間口も2倍強に広げた〝太巻き〟いどうするのか。

坪前後の店手作り感を生かした100ーツも新たに販売する。

「フェニックス店」で「オレポステーション」のさらなるブラッシュアップを進め、「この3～5年で完成形にもっていきたい。そうすれば平均日販も70万円が射程圏に入るところまで引き上げられるのではないか」と自信をのぞかせる。

逆光線

近所の農産物直売所は、地元で生産されたーサビリティーへのニーズは確実に高まっている。このニーズの高まりを受けた生鮮強化の動きはスーパー、量販店、コンビニにとどまらず、最近ではディスカウント系の業界でも見られるようになっている。一方、た▼素材への関心の高まりは、余計なものが入っていないシンプルな商品への支持にもつながる。その点、飲料では無糖茶が右肩上がりとなっている。一方、透明で一見シンプルに見えるフレーバーウォーターの類はどうか。新商品で活況を呈しているが不自然な透明には疑念の声も聞かれる。

感と産地について細かく知りたいというトレ

▼どれも甘さがありレベルが高いように思われるが、ある特定の生産者のトマトに人気が集中し、開店前に列をなすこともありすぐに完売してしまう▼朝採り野菜など地元でとれた作物ならではの鮮度

名が記された大小さまざまなトマトが常に5種類ほど売られているなすなど、

お知らせ
13日付は休刊とさせていただきます。ご了承下さい。
食品新聞社

きょうの業務天気図
中食惣菜
はれところにより くもり
中食市場規模10兆円を突破。需要は拡大するも人手不足が課題に。
きょうの主な内容
4～16 惣菜特集

Bull-Dog
ソースはやっぱり ブルドック

フレッシュ 本生しょうが
NET 950g
テーオー食品(株)