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

NB第2四半期

売上堅調に推移も営業益は明暗分かれる

主要NBメーカー（2019年3月期／上場売上高上位20社）の第2四半期業績は、17社が増収となる一方、営業利益は、2ケタ増益5社に対し、2ケタ減益8社と明暗が分かれた。売上高上位10社のうち、7社は2ケタ減益となっており、コスト増などを背景に利益面で厳しさが増している模様だ。

売上高上位3社（日本ハム、明治ホールディングス、味の素）はいずれも減益となった。今期からIFRS（国際会計報告基準）を適用する日本ハムは、営業利益が28・4％減と落ち込んだ食肉事業本部の減収減益が響いた。売上げ減に加え、国産豚肉・鶏肉相場下落の影響、飼料価格の上昇などが減益要因となった形だ。

明治ホールディングスは、食品事業が減収減益。加工食品事業、栄養事業、海外事業の売上高は前同を上回ったものの、ヨーグルト、牛乳類の減収により発酵デイリー事業が前年割れとなったことに加え、菓子事業も取引制度変更の影響やチョコレートの売上げ減で前年割れとなるなど苦戦。営業利益は、プロバイオティクスヨーグルト、チョコレートといった主力商品の減収などで減益に。

味の素は、製薬カスタムサービスが大幅な増収となったことに加え、冷凍食品（海外）や調味料・加工食品（海外）の増収などにより売上高は3・4％増となったものの、事業利益は冷凍食品（日本）、冷凍食品（海外）、コーヒー類の大幅減益などがマイナス要因となった。

マルハニチロは、商事事業、海外事業の2ケタ減益、伊藤ハム米久ホールディングスは、加工食品事業、食肉事業の2ケタ減益、日本水産は水産事業の営業利益が前期比約4割減と落ち込んでいる。

森永乳業は原材料価格の上昇や酷暑要因による売上数量減が影響。雪印メグミルクは、乳製品事業での乳価改定などの影響による原材料コストの増加や固定費増に加え、9月の北海道胆振東部地震の影響も受けた。江崎グリコについては、売上げ減の影響があったものの、国内外での積極的な投資も減益要因となった。

増益組では日清オイリオグループが30％超の大増益。油脂・油糧・加工食品事業の収益改善が進み、増収増益につなげた。油脂・油糧および加工食品事業は売上高9・5％増、営業利益116・7％増。付加価値品の拡販や新規取引の開拓が進み、搾油環境の改善もあり、増収大幅増益を確保した。

日清食品ホールディングスは今期から適用したIFRSの影響が表れた。国内外で本業が好調に推移したことに加え、国内その他セグメントの利益に不動産売却益（52億円）を計上したことなどで2ケタ増益。

日清製粉グループ本社は、国内製粉事業での小麦粉価格改定の影響やエンジニアリング事業の大型工事進捗などで増収。カナダやタイで実施した戦略投資による業務用小麦粉の出荷増、医薬品原薬の出荷増、エンジニアリング事業の順調な工事進捗に加え、全社を挙げてのコストダウンなどが寄与し増益に。

日本製粉は、製粉、食品、その他事業の売上高がいずれも前年を上回ったことに加え、販売増加による利益拡大とコスト削減などの効果が表れた。製粉事業は14・7％増、食品事業も23・5％増と大幅増益としている。

ハウス食品グループ本社は、調味加工食品事業と海外食品事業の売上げ増による増収効果に加え、マーケティングコストの減少で営業増益とした。

原材料価格、物流費、人件費、エネルギーコスト等々、コスト増の要因を売上げ増でカバーできるかどうか。通期業績の明暗も分かれそうだ。

2019年3月期第2Q上場上位20社

	会社名	売上高	伸長率	営業益	伸長率	益率
1	日本ハム※	618,000	▲1.4%	21,422	▲28.1%	3.5%
2	明治HD	611,971	0.1%	43,840	▲2.9%	7.2%
3	味の素※	546,493	3.4%	44,572	▲5.3%	8.2%
4	マルハニチロ	448,549	0.4%	10,215	▲21.2%	2.3%
5	伊藤ハム米久HD	426,425	2.3%	7,949	▲30.5%	1.9%
6	日本水産	350,483	5.8%	10,560	▲18.6%	3.0%
7	森永乳業	311,411	▲1.7%	14,826	▲12.1%	4.8%
8	雪印メグミルク	305,369	0.6%	9,587	▲13.4%	3.1%
9	ニチレイ	289,017	2.2%	13,792	▲15.1%	4.8%
10	日清製粉G本社	284,289	8.4%	14,406	10.0%	5.1%
11	キッコーマン	226,099	5.4%	20,068	5.2%	8.9%
12	日清食品HD※	214,662	1.9%	22,537	20.4%	10.5%
13	プリマハム	204,867	4.8%	7,243	0.6%	3.5%
14	ヤクルト本社	203,507	2.9%	23,795	4.3%	11.7%
15	東洋水産	196,451	3.4%	11,572	▲9.5%	5.9%
16	江崎グリコ	185,979	▲0.9%	12,874	▲17.0%	6.9%
17	日清オイリオG	172,262	3.3%	6,209	31.9%	3.6%
18	日本製粉	167,586	4.2%	5,346	18.8%	3.2%
19	不二製油G本社	147,143	▲1.7%	9,478	0.9%	6.4%
20	ハウス食品G本社	145,766	1.6%	8,572	15.0%	5.9%

※金額単位・百万円、益率は売上高営業利益率
※日本ハム、味の素、日清食品HDはIFRS（国際財務報告基準）
※味の素は営業利益欄に事業利益を記載
※日清食品HDは売上高の欄に売上収益を記載

■日清オイリオ　久野社長■

「かけるオイル」など付加価値品の展開強化

日清オイリオグループの久野貴久社長は14日に開いた第2四半期決算説明会で、20年度を最終年度とする中期経営計画「Oilli o Value UP2020」の目標達成に向けて、「付加価値品の利益貢献を高め、成長戦略を加速する」方針を強調した。

同社の第2四半期連結決算は売上高1千722億円（3・3％増）、営業利益62億円（31・9％増）。搾油採算の改善に加え、油脂の適正価格での販売や「かけるオイル」など付加価値品の拡販が進み、主力の油脂事業が堅調に推移。加工油脂事業も減収減益ながら、安定した収益を維持し、増収増益につなげた。

今上期を振り返り、久野社長は「汎用油カテゴリーの収益安定化と、付加価値カテゴリーの拡販が貢献した。18年度の営業利益108億円をしっかりと達成し、2020年度の目標である営業利益130億円に向けて、付加価値化カテゴリーの利益を積み上げていく」と語った。

グループ全体の付加価値カテゴリーの利益貢献は13年度を100とすると、17年度末で130％に上昇。これを18年度末に138％、20年度までに165％に高めていく計画。「付加価値品の利益貢献は今上期まで順調に推移しているが、最終目標の13年度比165％には、さらなる上乗せが必要」とし、加工油脂事業のグローバルサプライチェーンの強化、家庭用油脂の「かけるオイル」や、ヘルスサイエンス領域の「MCTオイル」の拡販を進める考えを示した。

加工油脂、欧州に新拠点

加工油脂では、5月にマレーシアのISF社がイタリア・ジェノバの油脂精製メーカー・ATI社の株式70％を取得。欧州市場に新たな精製拠点を構えることで、伸長するISF社の高品質なパームオイル製品の拡販につなげる。ATI社の精製設備は19年度から本格稼働を予定し、5年後には3億円の利益貢献を計画する。

国内市場では、食用油の新たな使い方として注目されている「かけるオイル」の提案を強化。オリーブオイルやごま油、アマニ油など「鮮度のオイル」シリーズを軸に、2020年度には「かけるオイル」市場を400億円規模に引き上げる計画で、付加価値品の需要拡大につなげる。汎用油カテゴリーでは、「日清ヘルシーオフ」や「日清キャノーラ油ナチュメイド」など、新たな機能を付加した戦略商品の拡販や、業務用では中食・外食向けの取り組みを強化する。

そのほか、ヘルスサイエンス領域では、「MCTオイル」の展開を強化。「MCTオイル」は今年度から営業体制を強化し、量販店・ドラッグストアでの取り扱いが広がっており、今上期55％増、下期も40％増を計画している。サッカーの長友佑都選手を起用したスポーツ分野での利用拡大に加え、人気モデルの長谷川潤さんを起用したプロモーション展開により、美容や健康を意識する女性層への展開を広げる。

新春名刺交換会ご案内

年内も余日少なく、皆さまにはいよいよご多忙のことと存じます。明平成31年新春にあたり恒例により関係者各団体のご支援を得て、次の各地で食品業界新春名刺交換会が開催されます。各社第一線の方々のご参加をお勧めいたします。

◇

「第53回大阪食品業界新春名刺交換会」
▽日時＝平成31年1月5日（土）午後4時から▽場所＝大阪園▽問い合わせ先＝電話06（6361）4971

◇

「第45回広島地区食品業界新春名刺交換会」
▽日時＝平成31年1月7日（月）午前10時から▽場所＝ANAクラウンプラザホテル広島3F▽問い合わせ先＝電話06（6361）4971

「第49回四国食品業界新春名刺交換会」
▽日時＝平成31年1月8日（火）午後1時から▽場所＝JRホテルクレメント高松▽問い合わせ先＝電話06（6361）4971

食品新聞社

キロ当たり5円前後値上げへ

NMソルト　来年1月1日出荷分から

和歌山・NMソルトは、来年1月1日出荷分から業務用塩の値上げを行う。値上げ幅はキロ当たり5円前後。同社は一般用の塩を原料に使用した塩を製造・販売している。既にメキシコ塩を原料に使用した日本食塩製造・日本精塩がキロ当たり5・5円の値上げを1月1日出荷分から打ち出しており、これで輸入原塩の2大供給ソースであるメキシコ系、オーストラリア系の天日塩を使用する製造・加工メーカーが値上げを実施することになる。

NMソルトは、南海化学子会社としてソーダ工業用に大量使用する天日原塩を購入してきた経緯を踏まえ、輸入天日塩を原料に粉砕加工した塩を主に道路融水雪用に提供する塩市場に参入した。その後事業拡大を図るべく、和歌山に食品工場を竣工するなど、梅や醤油などの加工食品原料に使用する業務用塩の製造・販売も手掛けている。今回の値上げは融雪用除く一般用の全塩種を対象としている。

逆光線

大手製油で、シカゴ大豆相場は各社の上期は、売上高は微増ながらも利益面では大幅増益と好決算が相次いだ。ミール相場の上昇による搾油採算が改善し、昨年来取り組んできた価格改定も寄与した▼営業利益は前期比2ケタ増だが、一昨年並みの水準に戻ったのが実態。16年後半からの急激なコスト上昇に苦しんできたが、一年余りにわたる粘り強い価格改定の努力がようやく実を結び、付加価値品の利益貢献も進んできた▼足元では米国大豆の豊作や米中貿易摩擦の激化で、シカゴ大豆相場は5月以降軟化しているが、菜種は依然高止まりが続いている。大豆相場の下落は製油各社にとって下期の大豆調達コストにはプラスに働くが、物事はそう簡単ではない▼シカゴ大豆の下落でユーザーの下げ期待が一層強まることが予想されるが、ミール相場の軟化や菜種の高止まり、海上輸送費や物流費、ユーティリティコストの上昇を考えると、下期の採算は厳しいと言わざるを得ない。通期業績の達成には付加価値化の取り組みとともに、現状の価格水準を維持できるかが、大きな焦点となっている。

きょうの主な内容
「総合流通特集PART2」（6～10面）

北海道産のてんさい糖から生まれたオリゴ糖
ヨーグルトにヨーグル糖
オリゴ糖（ケストース）含有シロップ
製造元 加藤美蜂園本舗

世界の海苔を…世界の人々に
国際海苔問屋 株式会社ヤマコ
本社　〒446-0061　愛知県安城市新田町小山119番地の1
TEL(0566)76-7511　FAX(0566)76-7788
中国・江蘇省　連雲港雅馬河紫菜有限公司
TEL 0518-2342368　FAX 0518-2342345

初立春 塩昆布茶
お茶の香りと磯の香り。とっても上品なおちつきの味わい。
安田食品工業株式会社
香川県小豆郡内海町安田甲103番地　TEL.(0879)82-2225

NISSIN 日清食品
ふっくら。
きつねうどん
日清のどん兵衛