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

きょうの主な内容
「天災・競合などで前年割れ」（ワイン特集　4～5面）
「アイネット東北工場を取材」（菓子流通版　7～8面）

カメセの青のり
自然の恵みを美味に育んで、皆様にお届けしたい
青海苔専門問屋
株式会社カメセ水産
東京都江東区猿江1-4-8
TEL03-3631-2304㈹
FAX03-3631-8062

上期動向　踊り場の状況

米菓

ポテチショック反動も影響

米菓市場はここ数年、伸長傾向を示して生産金額規模をついに2千800億円の大台まで膨らませてきた。一方で、今年に入ってからの市況は芳しくなく、踊り場の状況に差し掛かっている。全国米菓工業組合の1～9月生産状況は、あられ1・0％増、せんべい2・4％減、合計1・0％減のマイナスとなった。上期マーケットデータでは、月にもよるが4月が出鼻をくじかれた格好で出遅れ、秋冬に向けて尻上がりに取り戻してきてはいるものの、新潟大手の上期業績でも明暗が分かれている。加えて、原料米をはじめ物流費、包装資材などコストアップが米菓各社に重くのしかかっている。

新潟大手は明暗

亀田製菓は、平成30年度から新中期経営計画で平成42年度には"あられ、おせんべいの製菓業"から"Better For Youの食品業"への進化を掲げている。国内米菓については、経営資源の配分や効率性重視の観点から製品アイテム数を削減・適正化し、主力ブランドの定番商品の販売活動に注力し収益性の向上を図った。一部製品では、期初に内容量改定など規格変更の対応策を講じている。

結果、上期の国内米菓事業は377億5千4百万円（前年同期比0・2％減）と微減で着地。通期の国内米菓は802億6千万円（0・7％増）を狙う。上期の主力ブランドの動向は、亀田の柿の種が3・7％増、つまみ種5・1％増、うす焼4・6％増、ソフトサラダ9・6％増と好調に推移したが、ハッピーターン4・0％減をはじめ、まがりせんべい、手塩屋、ぽたぽた焼、揚一番が苦戦した。

海外事業は、米国連結子会社Mary's Gone Crackersが、周辺地域の記録的大雨による影響から回復し前年を上回り、生産機能の新工場への移転集約も今年7月に完了した。食品事業の強化を進め、最近では大豆で作ったヘルシーおつまみや柿の種専用ふりかけマシン発売が話題となった。

三幸製菓はここ数年、右肩上がり路線を確実に進めており、4～9月の業績も前年同期比7％増と拡大した。好調要因は主力商品である雪の宿10％増、粒より小餅30％増、チーズアーモンド5％増、丸大豆せんべい20％増、ぱりんこ5％増とそれぞれ高伸長を遂げた。売上げ500億の大台達成から、さらに成長度合いを高めてきている。

一方で、両社の拡売路線の狭間に立つ岩塚製菓は、前年マイナスを強いられている。昨年のジャガイモ不足による米菓スナックへの需要増加の反動減少もあり、売上高は112億2百万円（4・0％減）。期初からは値上げの浸透に努めたものの価格競争激化の影響や物流費や燃料費など諸経費の高騰を受け、営業損失1億円となっている。

ただ、味しらべや黒豆せんべい、田舎のおかきなど主力6ブランドは5％増と伸長した。製造部門では「田舎のおかき」の自動化ライン増設による生産性向上や、「大人の新潟ひとつまみ　海老黒胡椒」などにおいて、品質保持を目的に窒素ガスを充填することで賞味期限の延長を可能とし食品ロスの削減も進めた。

経常利益については、WantWantからの株式配当金約14億円を受取配当金に計上し、大幅な増益となっている。

栗山米菓は上期売上げが対前年が100％とイーブンを堅持した。主力のばかうけが100％で推移し、瀬戸の汐揚が17％増と右肩上がりを継続する。間食健美は6％減、星たべよは8％減と低迷したが、渚あられが11％増と2ケタ伸長を達成した。これからのシーズンは、受験応援企画やひなあられ（アンパンマンなど）の季節商品に注力する。

ぼんちについては、日清食品グループ入りから決算期を変更し、4～9月の上期においては前年をやや上回る成績を収めることができた。「ぼんち揚」はスタンドパウチで辛子明太子を投入した分がプラスオンとなり、昨年から導入した6パックも、うま塩シーフードからエビマヨに切り替えて堅調に推移。味かるたは苦戦するも、ピーナツあげが好調に売上げを伸ばしている。

花岡海苔店　東京・日本橋

今年は初のファンミーティングを開催し、ゆるキャラグランプリにぼんちネコが参加するなど、従来にない取り組みを進める。今年は親会社がNHK「まんぷく」で脚光を浴びる中、8月にはぼんち揚チキンラーメン味が評判よく、11月にはラーメンパックにそっくりの5パック商品も投入し、話題性を高めている。

関東では天乃屋が、歌舞伎揚に次ぐ柱として「古代米煎餅」などつぶつぶ系がヒットとなり、コンビニ向けもち麦商品の投入も相まって好調に推移する。前年度8月期決算も数％の上乗せとなった。現在、福島に新工場・矢吹工場を建設着工に入り、さらに生産能力を高めるべく多額の投資も行っている。

金吾堂製菓は昨年7月に厚焼の1枚減量を他社に先駆けて実施したため、今年度上期は売上げが減少したが、下期に入ってから回復している。オリーブはこれまで大きく伸びた反動による影響を受けているが、発売5年となるほろほろ焼きが成長している。トータルでは前年度は前年並みで着地した。

このように各社各様の取り組みを行っているが、全体的に物流費や資材費、人件費などが上昇し、メーカー収益を圧迫している状況はどこも同じである。コスト上昇分は一部メーカー・製品で減量値上げなどを実施しているが、今後も製品価格に反映していくことが大きな課題である。

さらに米菓の場合、主原料であるコメについても、特定米穀はやや落ち着いてきたが、加工用米は30年産価格が26年産と比べて3割アップとなり厳しい環境は依然として続いている。米菓原料米の安定的な確保が米菓メーカーにとって最大の課題であり、全国米菓工業組合でも加工用米の生産促進を図るための活動に取り組んでいる。

イオン

ビオセボンに出資
オーガニックの成長加速

イオンは13日、フランス国内でオーガニック専門スーパーマーケットを展開する「Bio c' Bon SAS」（以下、BCB）に出資することを明らかにした。

イオンとBCBを傘下に有するMarne&Finance Europe社は、日本国内のオーガニック市場開拓に向け、16年5月に共同出資会社「ビオセボン・ジャポン」を設立。14日にオープンした「横浜元町店」（横浜市）を含め、都内（6店）と神奈川県（2店）にオーガニック専門スーパーマーケット8店を出店しているが、BCBに資本参加することで、同社の革新的な商品開発力や生鮮のバリューチェーン、在庫管理システム、IT・物流などのノウハウを積極的に活用。国内オーガニック市場とビオセボン・ジャポンの成長を加速する狙い。

今回の出資により、BCBは戦略委員会を新たに設置。イオンから同委員会の委員1人を派遣する予定。同委員会では、日本とフランスのオーガニック商品開発やサプライチェーン構築などの事業戦略の議論を深めていく。

イオンでは「BCBとのビジネスコラボレーションを通じ、同社とより緊密な連携体制を構築。グループを挙げて日本におけるオーガニック市場の創出、拡大を牽引していく」とし、ビオセボン・ジャポンを通じた国内オーガニック市場の成長に意欲を示した。

アサヒ飲料は今期（12月期）、事業活動がそのまま社会的価値向上につながる活動を加速し、財務的価値と社会的価値の両方で成果を上げた。

12日に本社で会見した岸上克彦社長＝写真＝は「財務的価値と社会的価値を一緒に回している。社会的価値を追求することで財務的価値がついてくるという観点でいろいろな活動に取り組んでいる」と語った。

社会的価値追求は、ESGの活動とともに、健康・環境・コミュニティパートナーシップ・食育・サプライチェーンマネジメントの5つを領域とする全部門・全社員の活動「アサヒ飲料健康チャレンジ」が軸足となっている。

アサヒ飲料

企業価値が向上
ESGと「健康チャレンジ」で
財務的価値と社会的価値を一緒に回す

「健康チャレンジ」の一例を挙げると、神奈川県では「十六茶」や自販機を活用した未病の普及・啓発活動を展開し、京都大学とは飲料の健康価値を検討するための共同プロジェクトを開始。直近では沖縄県の各自治体やコミュニティでヘルスケア飲料を通じた健康課題の解決に取り組んでいる。

ESGでは、「三ツ矢」の日（3月28日）と「カルピス」の誕生日（7月7日）を契機に実施した店頭イベントの売上げの一部を赤い羽根福祉基金を通じて全国の「こども食堂」に寄付。社員の活動としては「三ツ矢」の出前授業を刷新し、「カルピス」の出前授業は訪問校を増やした。

これらの取り組みにより、日経BP社の「環境ブランド調査2018」では昨年の25位から8位へと急浮上。「各地域の皆さまと一緒になって取り組んだことが結実した。本社の社員もそうだし、各地域で取り組んだ支社・工場の社員も手応えを感じている」と述べた。さまざまな調査結果から健康に強みを持つ会社のイメージの向上も図れたという。

販売面では、「三ツ矢」「カルピス」「ウィルキンソン」などの主要ブランドが牽引し1－11月で前年同月比4％増となった。第3四半期（1－9月）業績は、自然災害や物流の混乱に見舞われた中、増収増益で着地した。

この要因について「売上げが業界平均を上回りトップラインを維持できたことと、数年来、取り組んでいるブランドミックス・容器ミックスなどの収益改善策が成果を生んだ。一昨年から大型投資を続けてきた生産面でのコストダウンも収益強化につながっている」と説明した。

設備投資は、1月に稼働したアサヒ飲料群馬配送センターに約50億円投じ、12月から生産開始している六甲工場の炭酸水生産ラインに約20億円投じた。

自然災害と物流の混乱に対しては「来年に向けた考え方としては、工場と倉庫の配置、物流の距離を一から見直し今年のようにお客さまにご迷惑をかけることがないようにしていく」。

逆光線

我が町では毎年、お盆を過ぎると例大祭が開かれる。メーンは神幸祭で、町内囃子・高張提灯・宮太鼓・大麻（神職）・注連榊・御神旗・祭員（神職）・賽持（白丁）・祭員（神職）・神輿・斎王（騎馬）・役員総代で構成される長い隊列が町内を練り歩く。その前に行われる浜降り祭では朝3時から太鼓の音が鳴り響く▼ここの祭典委員を務めていて最近よく耳にするのが「太鼓の音がうるさい」との苦情。祭典中、社務所にもその手の電話が多く寄せられるという。宮司日わく「苦情主は新築マンションの住民がほとんど」とのこと。私もクレーマーが隊列に割って入り男たちと取っ組み合いになった光景を目撃したことがある▼"郷に入っては郷に従え"の処世の法はなくなりつつあるようだ。離島の中には、集落に溶け込めない移住者が集まりコミュニティー崩壊の危機に瀕しているところもあると聞く▼改正入管法が国会で成立した。拙速に成立し様々な問題を孕む中で、日本文化の断絶を危惧する向きもある。だが、その点は心配ご無用。断絶は既に始まっているのだから。

新社長に晃明副社長が昇格
●岩田食品●

岩田食品は社長交代を行い、岩田晃明副社長が代表取締役社長に就任した。岩田功社長は代表権のある会長に就き、経営陣の若返りを図った。

功会長は佃煮製造から和洋惣菜製造に事業を転換。工場の新設・増強、外食事業への参入、東名阪主要駅の商業施設やデパ地下への惣菜店出店など事業拡大に取り組んだ。

岩田晃明新社長

晃明社長は1978年11月21日生まれの40歳。2003年、早稲田大卒、同年岩田食品入社。08年サンフランシスコ大経営修士号修了、12年取締役、15年取締役副社長。

みんなをまるく。世界をまるく。
金吾堂
まじめに、おいしいもの作り
http://www.kingodo.co.jp
株式会社　金吾堂製菓　東京都中野区弥生町4－14－4

天乃屋
AMANOYA

The 歌舞伎揚ファン。
かなり、多いんです、歌舞伎揚ファンの皆様が。
でも、天乃屋のお煎餅は歌舞伎揚だけではありません。
揚げても、焼いても、笑顔がこぼれる「おいしさ」です。

ぷち歌舞伎揚激辛とうがらし味　きなこともち麦の揚せんべい　もち麦粒ごとおせんべい　贅沢シーフードの揚せんべい　歌舞伎揚11枚　古代米煎餅14枚
ぷち歌舞伎揚アソート　歌舞伎揚十八番　おつまみミックス　歌舞伎揚瑞夢しょうゆ味　歌舞伎揚瑞夢えび味
株式会社天乃屋　www.e-amanoya.co.jp/
東京工場●東京都武蔵村山市伊奈平2-17-2
岩手工場●岩手県奥州市前沢古城字外ヶ沢65-5
福島工場●福島県西白河郡矢吹町松倉742