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代
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代
（支局）広島・福岡

© 食品新聞社 2019

THE JAPAN FOOD NEWS
購読料　半年33,346円

Bull-Dog
ソースはやっぱり
ブルドック

菓子市場　停滞感漂う

牽引車不在、目新しさ欠く

上場大手、減収傾向強まる

菓子市場は厳しい市場環境となっている。ここ数年は、チョコレートやグラノーラなど高成長を遂げるカテゴリーが全体を牽引してきたが、それも一巡し、目新しさを欠いている。一方で、カルビーと湖池屋が値上げを発表するなど価格是正の動きも見られる。物流費、包装資材費、人件費などのコストアップは、どのカテゴリーにも一様にのしかかっている大きな課題である。

菓子上場大手の19年3月期第3四半期決算を見ると、明治は連結では増収増益ペースだったが、菓子事業は昨年4月からの取引制度見直しによる販売価格の変更やチョコレートの減収により大幅に下回った。チョコレートの減少幅は縮小したとはいえ2ケタマイナス（10・6％減）の状況。営業利益も減収影響で減益となった。

江崎グリコの菓子・食品事業は売上高3・4％減。ビスコや神戸ローストショコラ、ホーバルなどが貢献したが、主力のポッキー・プリッツがマイナスし、利益面でも減益となった。

森永製菓の菓子食品部門は0・6％の減収。チョコボール、ミルクキャラメル、森永ビスケット、おっとっとが前年を上回ったものの、ハイカカオ市場の一巡により需要が停滞したカレ・ド・ショコラや、プリングルスが前年の売上げ拡大の反動影響でマイナスとなった。

新潟最大手ブルボンは菓子事業が0・5％増と微増収を確保。ビスケットでは濃厚チョコブラウニーが好調に推移し、キャンデーではミネラル塩飴が大幅伸長、チョコは既存品が伸び悩んだが、小箱チョコ商品群、ファミリーサイズ商品群などが順調に推移し、全体で前年並みを確保した。会社全体の営業利益は0・2％減と微減。

菓子最大手のカルビーは、馬鈴薯不足影響の昨年同期に対し、累計ベースではポテトチップスの需要増により増収増益で推移した。第3四半期だけを見ると減収だが、海外スナック・海外フルグラ拡大によりベーカリー子会社売却影響を除くと増収となった。利益面については物流費・原材料費の悪化などのコスト上昇を吸収しきれず減益となった。

米菓では、最大手亀田製菓が連結売上高0・4％増と前年実績をクリアし、国内米菓事業も売上高0・6％増、営業利益18％増と増収増益を確保した。一方、岩塚製菓は売上高2・7％減、営業利益32・5％減と逆境に立たされている。

不二家の18年12月期連結売上高は0・6％減と微減だったが、営業利益は14・1％増と増益を達成した。製菓事業のうち菓子部門は2・8％増と伸長している。

湖池屋の19年6月期第2四半期連結売上高は国内スナック事業の大幅な拡大などにより11・3％増と好調に推移した。損益面も営業損失から営業利益2億6千9百万円まで回復している。

以上のように、上場企業の菓子食品部門の動向を見ると、一部で前年を維持または上回っているが、多くの企業が減収減益を強いられており、特に昨年下期に入ってから物流費や人件費などのコストアップが響き、減益傾向が強まっている様子がうかがえる。

きょうの業界天気図
米菓
くもり
成長から安定・微減傾向。値上げムードなくコスト増加が課題に。

きょうの主な内容
5～7　家庭用冷食特集
9～20　米菓特集

ネスレ日本

新ビジネスモデル推進

デジタル活用し生産性向上

Nestlé
Good Food, Good Life
デジタル・トランスフォーメーション
ネスレの定期便サービス利用は100万件超
消費者（BtoC）
顧客（BtoB）
2020年、Eコマース比率は20％に
消費者／顧客のデータ把握
直接的なつながり
ネスカフェ アンバサダー
カフェ・イン・ショップ
ネスカフェ サテライト
ネスレ ウェルネス アンバサダー
一般家庭
ホテル・レストラン
動物病院

高岡社長

ネスレ日本は、スマートフォンなどのデジタル機器を通じた消費者・パートナー・取引先とのコミュニケーションを強化して生産性を向上させる。

26日、都内で発表した高岡浩三社長兼CEOは、ECや家庭外で展開しているネスカフェシステムなど消費者と直接的なつながりを持ち顧客データを把握できる取り組みを〝デジタル・トランスフォーメーション〟と総称し、「BtoC（消費者）もBtoB（顧客）もデジタル・トランスフォーメーションで21世紀型のビジネスモデルに変えていくかがわれわれの最重要課題」と語った。

4月1日から家庭用と業務用（家庭外）で展開するスターバックス製品は、オフィスなどで展開している会員制度「ネスカフェ　アンバサダー」（3月現在45万件）とスーパーなどの狭小スペースで展開している「カフェ・イン・ショップ」（現在4千軒）のネスカフェシステムにも導入される。

スタバ製品の家庭用第1弾としてカプセル式本格カフェシステム「ネスカフェ　ドルチェ　グスト」（累計300万台）から専用カプセル5品を新発売する。「カプセルはすべて輸入しているのだが、発表後、想定よりも遥かに大きい受注をいただきうれしい誤算となった。マーケットやアンバサダーからの期待も大きく、プレミアム化への大きな戦略の武器になる」と期待を寄せた。

「ネスレ　ウェルネスアンバサダー」（10万件）は、ネットやECに不慣れなシニア層に向けて新CMを4月に放映し「不慣れな方には電話対応でAI診断の受け方を説明して顧客層を広げていく」。

デジタル・トランスフォーメーションの領域も拡大。「ネスカフェ」「キットカット」に加えてペットフードでも展開。ネスレ日本ネスレピュリナ　ペットケアとDSファーマアニマルヘルスはパートナーシップ契約を締結しペット用療法食・サプリメントを販売する。

「獣医さんも治療後の状態は分からない。この問題を解決するため、デジタルでつなぐことで治療後も引き続きサポートできるようにした業界初のビジネスモデル」と述べた。

昨年70％上昇したEC物流費に対しては、昨年10月から佐川急便と共同運営している「MACHIECO便」で対応している。

滑り出し上々で「東京、大阪を中心とした大都市圏では非常にうまくいっており、年内にできれば全国展開したい。最低でも全国70％、うまくいけば80％カバーできる。現在の目標は最低でも6億円（のコストダウン）」と意欲をのぞかせた。

新社長に太田取締役

森永製菓

新井社長は顧問に

森永製菓のトップ交代人事が内定した。太田栄二郎取締役専務執行役員が代表取締役社長に就任する。新井徹代表取締役社長は取締役を退任し顧問に就任する。6月27日付。

太田次期社長

太田栄二郎（おおた・えいじろう）氏は1959年6月30日生まれ。82年4月森永製菓入社、2011年6月同社取締役就任冷菓事業本部長委嘱、14年4月同社取締役営業本部長委嘱、同年6月同社取締役上席執行役員、15年6月同社取締役常務執行役員などを経て17年6月から現職。

登板

アサヒビール
社　長
塩澤　賢一氏

3つの方針で魅力創造

期待感を持たれる会社へ

3月19日付で前任の平野伸一氏から引き継ぎ社長に就任した。1981年に入社以来、主に営業部門で活躍。27年間は営業現場で過ごし、営業本部長などを経て17年からはアサヒグループ食品の副社長を務めていた。

昨年のアサヒビールはRTDやノンアルビールなどは堅調に推移したものの、主力のビール類は落ち込み、課題を残した。就任に当たり「今一度、基本に立ち返ってアサヒビールは何をすべきなのか」と問う。

新グループ理念のもと、ビール社では〝お客様の最高の満足のためめに3つの経営方針を掲げる。

一つ目は〝社員一人ひとりがワクワクしながらイノベーションを起こせる環境の構築〟。得意先の課題解決や生産効率の改善などについて「すべてを自分事としてとらえ、自由闊達に意見し合う組織の力を、今まで以上に盛り上げたい」と意気込む。

かつてのアサヒビールが「いつもいいことアサヒから」を掲げ「スーパードライ（SD）」など新しいコンセプトの商品を投入したDNAを受け継ぎ「期待感を持たれるような、前向きで明るい会社にしたい」。

二つ目は〝高い専門性を活かしたソリューション型経営体制により、国内酒類のリーディングカンパニーとしての地位を確立すること〟。高い専門性を持った経営陣が揃った。各分野のプロが考え抜いた提案や意見を尊重し、協議した上で最適な意思決定を図る考えだ。

三つ目は〝「SD」を、日本を代表するブランドとして他を寄せ付けない、存在感のあるブランドに育成すること〟。グループでは「SD」がグローバル市場で成長することを目指しており、その礎として国内市場でのブランド価値上昇を図る考えだ。また、若年層に向けた新需要創造を目指した「スーパードライ　ザ・クール」を業務用市場向けに発売する予定だ。

「現在の酒類市場環境は決して楽観視できるものではない」というが、改元や10連休、ラグビーW杯、来年に迫った五輪など消費を押し上げるイベントや変化の兆しもあるとし「こうした兆しに最適な打ち手を投じることでビール業界全体の活性化を図る」と話す。

ホールディングスの小路明善社長は塩澤氏を傾聴力・発信力・統括力に優れていると評価。1月末に社長就任を打診した。「食品に骨をうずめるつもりだったので驚いた」と振り返るが「現在は酒類の分野が広がったのでビールが低迷しているように見えるが、決してチャンスがないとは思わない」と意欲的だ。基幹ブランドの強化と新需要の創造に「率先垂範で邁進する」と決意する。

長い営業経験とともに直近2年間での食品事業の経験も役立つ。「食品では個々の商品を見て課題を探り修正するしか経営改善を図れないという体験をした。ビール社でも生かしていきたい」。

逆光線

働き方改革関連法の時間外労働規制が来月1日から大企業に適用される。月45時間、年360時間を超える残業は原則禁止となり、違反者には罰則（6カ月以下の懲役または30万円以下の罰金）が科せられる▼その施行を目前に控え、厚生労働省などが大企業に取引上の配慮を求めている。昨年7月の関連法制定以降、大手が進める改革の弊害が下請企業に押し寄せているからだ▼中小企業庁が行った実態調査では「親事業者の業務平準化のため、発注数量が予定より大幅に増えても納期を変えてくれず、残業等のしわ寄せが発生している」（自動車産業）、「親事業者の働き方改革実施により、年末年始に発注が集中したため、三が日も操業した」（印刷産業）などの悲鳴が多数寄せられた▼こうした短納期発注に起因する下請法違反行為について、厚労省と中企庁は公正取引委員会と連携して厳しく指導する方針だ。当日発注・当日納品などの短すぎるリードタイムは、食品業界でも長年問題視されてきた。今後は労働環境是正の観点から見直しが迫られることになりそうだ。

ニチレイ
使いやすい250gになって新登場！
のせたり、まぜたり、炒めたり。
250g
さらにしっとり！
切れてる！
サラダチキン
111kcal
365
いろいろつくろう！
アレンジレシピ
サラダ
サンドイッチ
バンバンジー
はじめっから切れてます。
300種類以上の
アレンジレシピ
掲載サイトはこちら
株式会社ニチレイフーズ
https://www.nichireifoods.co.jp

KS
ケイエス冷凍食品
あたたかなハートで「食」をクリエイトする
安全 Safety
安心 Relief
信頼 Trust
「楽しい食事の時間」はおいしさから
おかげさまで35周年
国産鶏肉使用
鶏つくね串
肉だんご
エビのチリソース
ずっとおいしく！
もっとおいしく！
KS FROZEN FOODS
ケイエス冷凍食品株式会社
https://www.ks-frozen.co.jp