

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) 4972/47
東京都中央区入船1-9-8
郵便番号 104-0042
電話 03 (3552) 3756-4031
名古屋市中央区丸の内2-10-11
リブラのいぬ 305号
郵便番号 460-0002
電話 052 (221) 5391/47
(支局) 広島・福岡
© 食品新聞社 2019
THE JAPAN FOOD NEWS
購読料 半年 33,346円

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
東京都荒川区東上野3-1-18

自然解凍品などは順調推移

始
ま
る

18年度業務用冷食市場は、上期は人手不足への対応に一役買うとして順調に推移したものの、下期は一部カテゴリを除き雲行きは怪しく、通年では前年超えとみられるが、先行きは不透明だ。

業務用冷食

治食市場は業務用、家庭用と下の下期から企業用との差はあるが、両市場ともに伸び悩み、家庭用が沈めば業務用は上がる、といった関係があったはずだが」と言を傾ける業者もいる。

への対応商品やシェアの図る。

自技術、水分を保ちサクサク感を実現。反響も大きい。

日本産は下期から上昇傾向で、マーケットで開発した商品ほど反応は良いという。昨秋投入のラタン類や、細か術的な蓄積もあって仲長

味の素冷凍食品は数年前から調理現場の課題解決に取り組み、技術的な蓄積もあって仲長

当・介護施設などが順調。自然解凍品は特に受け入れられ、オマセカロリーも商品もレス

●惣菜・テイクアウト弁当
●介護施設などが順調。自然解凍品は特に受け入れられ、オマセカロリーも商品もレス

（株）美ノ
（0586）69-0

AMERICA MUSTARD
SINCE 1909
MILWAUKEE CO.
アメリカンカンスタード

開発して検印し、マルハニチロはCVSに於いては最も新商品

い部分にこだわったとい
う「海老がギッシリ」こ
に寄与。デザート、焼目
付き餃子、自然解凍の焼
れ、今後も両カテゴリー
の展開を検討していく。

日本惣菜協会がまとめた18年の惣菜市場規模は10兆2千518億円（前年比2・0%増）となっ

10兆2,518億円に

日本惣菜協会 18年の惣菜市場規模

業態	2016年		2017年			2018年		
	売上	構成比	売上	構成比	前年比	売上	構成比	前年比
専門店、他	29,024	29.5	29,203	29.0	100.6	29,542	28.8	101.2
百貨店	3,674	3.7	3,643	3.6	99.2	3,596	3.5	98.7
総合スーパー	9,148	9.3	9,212	9.2	100.7	9,481	9.2	102.9
食料品スーパー	25,417	25.8	26,205	26.1	103.1	26,824	26.2	102.4
CVS	31,133	31.6	32,289	32.1	103.7	33,074	32.3	102.4
合計	98,399	100.0	100,555	100.0	102.2	102,518	100.0	102.0

た、9年連続のプラス。業態別の市場規模は左表の通り。「CVS」食料品S M が3%台で伸び「専門店」総合S M は横ばい。「百貨店」は微減となった。

書」で公表。「惣菜白書」は惣菜の市場動向、消費者動向、参考資料から構成される業界唯一の統計資料。発行15年目を迎える19年版では2019年1～3月の期間、惣

下期から伸び悩み

などが影響しているのではと警戒されている。昨年末頃から10月後半向けに財布の紐を絞めているのではとの見もあり、また秋に予定される消費税増税に心理的な影響や長期的な社会保険料のなどを懸念。	「うす味」シリーズを4月に投入。昨年8月の学校給食実施基準の改正に即し今年度の「国産豚使用のパンパグやうす味・バーク団子」「うす味・バークパティ」などを推出。	味の素は2017年度の中期経営計画で掲げた20年度構造目標「業利益率10%・ROE 10%」の次期中計での「%」の達成を目標とし、今期より「ノーパンシロコロ」のような集約と重点化、アナライ
--	--	---

西井社長

トライの推進」なほ開催した西井孝明取締役は、競争激化に伴い日食品の売上減少により

にIoT、AIの活用

社長（最高経営責任者）

を始めた。また、業務予想および中期（DX）を行う。これは10日に

19年3月期決算はヘルスケアや海外事業が伸び

中、明かにしたものの

経営計画に反して発表

ルトレーション

を含めたシナ

を始めた。また、業務予想および中期（DX）を行う。これは10日に

19年3月期決算はヘルスケアや海外事業が伸び

中、明かにしたものの

経営計画に反して発表

ルトレーション

を含めたシナ

同社はグローバル食品
正業トップ10クラス入り
を目指しているが、今年
度はグローバルトップ3
カテゴリーとなり得る領
域に。これを踏まえて計画し

味の素

世界トップ3分野に集中

次期中計へ前倒しで着手

中計の土佐りとしてアセツトを可能な限り前倒して着手する。国内食品の具体的な取組みは、汁物や中華、メニュー調味料で強いブランドの徹底的強化や越境E.C.の推進など。

次期中計に向けたアセツトライト化は非重点事業の投資抑制と縮小・売却および資産効率の向上

國分
勸兵衛
平成を語る
《8》

平成23年へ2011V以下な社会構造変化に追いつけない状況にある。

A black and white portrait of a man with white hair and glasses, wearing a dark suit, white shirt, and patterned tie. He is looking directly at the camera. The background is slightly out of focus, showing a framed picture on the wall.

✕
✕
✕

人口構造・国民意識の変化

トベきてしょ、マケットが縮んでコストが恒常的に上がるだけですが、付加価値を高めたいくより他に存続のためあります。高齢者が食わず、よくに加工してやります。多様化する生活のニーズ

使い勝手を高めるのも有効でしよう。現に高級のニットフライスは着るのに、量から買の転換の、卸にはとるものが、最近では少額大量販売のコモディティの領域でも、店に反対はされてきまし

ロス削減の気運でも上げられていへきでしょう。量から買の転換の、卸にはとるものが、最近では少額大量販売のコモディティの領域でも、店に反対はされてきまし

大量販売モデルは家庭のいふ細分化されてきまし

量から質へ転換を

付加価値向上の他に道なし

くべきでしょう。マーケットが縮んでコストが恒常的に上がっているわけですから、付加価値を認めていくと変わりました。家庭で無

使い勝手を高めのもの有効ロス削減の気運さらに盛
トが縮んでコストが恒常的
に上がっているわけですか
ットプライスは違えるほ
——量から質の転換の
わってゆくのかなどが
ようか。

から機能フィ
のような形に
ではないでし
でさえ間違っ
時間解決し
もある。改め
みると、平成
も供給を継続
歩み自体がそ
「数年は同業
す」

（次号に続く）

本動作を超え
る仕事も増え
てくるでしょ
う。その中で
商いも、ずっと利益が出る
私たちが得る
いわけではありません。長

[illegible]

逆光線

物性たんぱく白
へる注目度
が増してい
社会課題と
植物性たん
植物性たん
主産・出荷
1752t。注
目され、大
豆ミート
白、小麦た
など新たな
1.0%と緩
ってきた。お

ける▼植物性
「21世紀の食
菜型食品」と
く変わりつつ
ある▼か
へきな期待が
つて、アナリ
ストから
きたが、そ
は植物性たん
白の事業

改良等の加工 問われたこともあつて、植物性た た。コスト競争力は永続的な課題だが、短期的視点では決して計れ

増量剤という価値ある事業として先行した時点で、飛躍の時を迎えていた▼小麦系はいる。

みずみずしい「まるごと果実」。



果実と果汁で作った自然な甘さが特長の「まるごと果実」。みずみずしい生のフルーツのようなフレッシュ感とフルーティーな香りが、パンやヨーグルト、スイーツをおいしく引き立てます。 8種類の果実がそろっています。

 **アヲハタ**
まるごと果実 www.aohata.co.jp