

売上げ好調も

コスト増が重荷

利益確保、法改正への対応急務

今年是全国の21社から回答を得た。18年夏は記録的猛暑となり各地で最高気温を更新。暑すぎて自宅での調理が敬遠されるのではとも思われたが、高単価手延べ麵から低価格機械麵まで売れに売れた。メーカーによっては欠品が発生し、休日返上でフル生産しても間に合わず、シーズンを通して供給不足が続いた。ほかにも大阪北部地震や西日本豪雨の影響で物流が滞り、台風による停電で工場が停止するなど災害によるチャンスロスもあった。「商品さえあればもっと売れた」と久々に景気のいい話も聞こえた。ただ、年間売上げは多くのメーカーが増収となったが、利益は前年割れが半数を超えた。価格競争やコスト増加に加え、新食品表示法やHACCP義務化など法改正への対応も急務。環境の変化にスピードを持って対応できるかが問われている。

13社が増収を達成

昨年の売上高は回答のあった20社中、増収13社、横ばい3社、減収4社。物量では17社中、増加7社、横ばい5社、減少5社。全体的な物量としては減少基調だろうか。金額ベースで5%以上伸ばし

味わい」など低価格大容量シリーズ、認知度がアップした「新潟5大ラーメン」などが牽引した。

増益は3社のみ

昨年の利益は21社中、増益3社、横ばい6社、減益12社。売上げは伸びたが、利益は横ばい以下がほとんど。減益理由は人件費、物流費、資材、原料費などの高騰によるもの。増益を達成したのは、はたけなか製麵、尾張製粉、小嶋屋総本店の3社のみだった。

はたけなか製麵は「ぜいたく茶そば」「おやっ彩そうめん」など高単価製品の伸びが貢献。尾張製粉は新商品導入や既存店のシェアアップが奏功。小嶋屋総本店は看板商品「布乃利小嶋屋そば」のWEBでの受注販売が好調だった。売上げを伸ばして前年並みの利益を確保できれば良い方で、売上げが伸びても減益だったメーカーもあり、環境の厳しさがかうかがえる。

健康軸の無塩、そばが好調

昨年、貢献した商品は健康志向

から引き続き無塩製品、そばが好調。はたけなか製麵、はくばく、下田商事、小嶋屋総本店、松代そば善屋、田磨製麵などで無塩やそばなど健康軸商品の伸びが顕著。地域性を生かし、幅広い世代を取り込める「ご当地ラーメン」も小山製麵、松田製麵所、松代そば善屋などが好調だった。

国産・地元産原料使用商品の支持も根強い。尾張製粉では愛知県産ハード系小麦・ゆめあかり使用の「冷やし中華」を発売し、初年度から売上げ貢献。既存品では金トビ志賀の愛知県産小麦・きぬあかり使用の「名古屋きしめん」、石丸製麵の「国産芳純うどん」などが年々支持を高めている。

産地ブランドでは小嶋屋総本店「布乃利小嶋屋そば」、マル勝高田商店「三輪の神糸」、かも川手延素麵「手延半生めん」シリーズなどが貢献した。

15社が増収を計画

今年の売上目標は回答のあった18社中、増収14社、横ばい3社、減収1社。物量ベースもほぼ同様。このうち5%以上の増収を計画するのは松田製麵所、下田商事、小

たのは北勢製粉、尾張製粉、田磨製麵、松代そば善屋。

北勢製粉は乾麵の扱いが少ないが「1kgそば」が大きく伸長。尾張製粉は産地商品「風鈴印大矢知手延ひやむぎ」などが貢献。田磨製麵は健康志向の高まりから「食塩不使用商品」「そば」が好調。松代そば善屋は「得得盛り」「大地の