隔日刊
食品新聞
発行所　食品新聞社
http://www.shokuhin.net/
大阪市北区西天満5－10－17
郵便番号　530－0047
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 2019
THE JAPAN FOOD NEWS
購読料　半年33,346円

18年 UDF生産統計 量額2ケタ成長続く

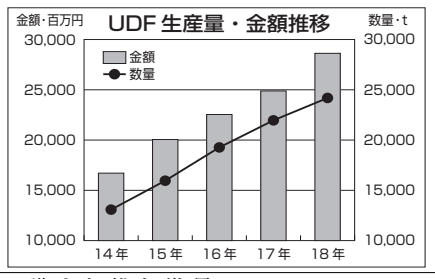
製品登録数も順調な伸び

ユニバーサルデザインフード（UDF）の2018年（暦年）生産量は、前年比10・2％増（2万4千174ｔ）、同生産金額は14・9％増（286億3千3百万円）となり、量額ともに9年連続で2ケタ増となった。日本介護食品協議会が会員企業82社を対象とするUDF生産統計を集計し発表した。

今年5月末時点の登録アイテム数は2千103アイテム（前年比78品目増）。販売先別の生産量と生産額は、市販用が生産量22・7％増（6千220ｔ）、生産額116・1％増（94億1千8百万円）、業務用は生産量6・5％増（1万7千954ｔ）、生産額14・4％増（192億1千5百万円）。市販用と業務用の比率は25・7％対74・3％。数量的には少ないものの市販用が順調な伸びを示している。

区分別（UDF区分1～4）の生産量・額、タイプ別の製品登録状況は、「容易にかめる（区分1）」生産量16・1％増（6千267ｔ）、生産額24・5％増（53億9百万円）、「歯ぐきでつぶせる（区分2）」同15・1％増（2千871ｔ）、同9・6％増（26億7千1百万円）、「舌回復したことで16・1％増だった。全体としては同6・3％増（7千92ｔ）、同12・3％増（3千578ｔ）、7・9％増（86億8千3百万円）。数量は「舌でつぶせる（区分3）」が最も多かったが、伸び率は「容易にかめる（区分1）」、生産量3・2％増（3千462ｔ）、生産額3・4％増（84億1千6百万円）。「冷凍タイプ」が同11・6％増（1万1千730ｔ）、同18・4％増（116億4千6百万円）、「常温タイプ」（レトルトパウチ、カップゼリー等）は同11・3％増（8千982ｔ）、同23・6％増（85億7千2百万円）。

タイプ別の前年比は「乾燥タイプ」（とろみ調整食品、加水して成型する粉末製品含む）が、5月1日～10月31日）以降は西日本豪雨など自然災害で物流が寸断し



日新製糖 決算会見

非砂糖事業が中期貢献
「きび砂糖」増産開始

日新製糖は3日、前3月期の決算会見を東京証券会館で開催した。4月から社長に就任した森田裕社長のデビュー会見となり、今中計の進捗状況や新中計に対する市場認識や戦略を述べた。

まず大場財務部長が前期業績を説明。既報の通り前期の砂糖その他食品事業の売上高は0・7％減で、ツキオカフィルム製菓が通期で寄与したが砂糖販売の数量減少で減収となった。健康産業事業は2・3％増、倉庫事業は輸入合板の取扱量が同6・3％増（7千92ｔ）で微減収増益となった。

方針説明する森田社長

続いて森田社長から中計の進捗と今期の事業計画が発表された。

今期は中計5年の最終年度であり、ROE5％を目指している。この5年間を比較すると非砂糖事業（健康産業、倉庫、新規事業）の売上構成比は9・7％上昇し、営業利益では7・8％押し上げている。今後も非砂糖事業拡大を目指す方針だ。

また、精製糖の重点政策では一昨年来、設備増強に取り組んできた「きび砂糖」の今福工場での生産を下期から開始する予定であり、総合甘味政策ではガラクトオリゴ糖などに利用されており、年替わりで採用が続いている。地道に紹介を続けて砂糖の収益性を高めていく。

【質疑応答】

――「きび砂糖」、フロストシュガーなど付加価値品の目標や進捗について。

森田　「きび砂糖」は今福工場での生産開始後、5～6年で10～20％増やしていきたい。フロストシュガーは菓子パンなどに利用されており、年替わりで採用が続いている。地道に紹介を続けて砂糖の収益性を高めていく。

――海外展開は現状の略的パートナーシップを

森田　カセタイ社と戦タイから拡大はあるか。

（商品名カップオリゴ）の拡販に努め、事業領域の拡大についてはツキオカフィルム製菓を昨年12月に完全子会社化。食用純金箔事業、フィルム事業の拡大を目指す。

健康産業事業ではフィットネス市場4千600億円で会員総数は約460万人で全人口の3・65％にとどまっており拡大余地があると分析。コンパクトジムやアンチエイジングなど目的特化したジムはさらに伸びる余地があるとしてM＆A（エヌエーシーシステム買収）を実施している。小型店の出店を加速していく。これら各施策で今期最終年度でのROE5％達成にめどがついている。

――次期中計を策定する上で市場認識について。

森田　砂糖の制度変更があったものの競合品（加糖調製品）との価格差は効果があるほど縮小しなかったと認識している。依然として競合品の拡大懸念は残ったままになる。

その中で、現在の戦略を継続するのが方針となる。砂糖の減少を織り込みながら、高付加価値品に特化していく。既存製品は安心・安全で差別化を図る。

――ツキオカと日新製糖のシナジーは発揮されているか。

森田　まず食用純金箔事業は好調で中華圏でも需要が伸びているし、日新製糖の総合甘味サプライヤー政策に乗ってくる部分も多い。菓子、和菓子関係などお客さまが共通しているし、フィルム事業も同じ。例えば大手即席麺メーカーのノベルティとして採用されたフィルム製品もあるが、当社がバックにいることで信用力が増して引き合いも増えている。さらにシナジー効果が出てくるものと期待している。

「お～いお茶 緑茶」最注力

伊藤園は今期（4月期）、2月1日に発売30周年を迎えた「お～いお茶」に最注力していく。「お～いお茶」の前期販売実績は、前年比2・1％増の9千18万ケースを記録。これにより緑茶飲料市場は4千450億円へと拡大し、この中で「お～いお茶」のシェアは1ポイントアップの34％となった。

今期は「お～いお茶」で2・8％増の販売数量を計画し、緑茶飲料市場は今年（1―12月）、過去最高の4千470億円を見込む。シェアは過去最高だった05年と比べ6ポイントアップの35％と予想する。

本庄社長

伊藤園

本庄社長　無糖の味づくりに自負

ペットボトル容器について

都内で発表した本庄大介社長は「今年は発売30周年というここで、もう一度原点に返る。30年前には『お～いお茶　緑茶』しかなかったため、これをもう一度圧倒的ナンバー1にしていく」と語る。

「お～いお茶　緑茶」は中味と容器を刷新して5月27日から発売している。中味は、茶産地育成事業で開発された旨み茶葉を使用して旨み成分を約20％アップ。容器は、再生PET樹脂を使用した100％リサイクルペットボトルを6月下旬より一部エリアから採用していく。

ペットボトル容器については「30年までに『お～いお茶』はすべてBtoB再生容器にしていくことを検討している。海洋プラスチック問題は、当社だけの問題ではなく業界全体の問題として同業企業と協力して取り組んでいきたい」との考えを明らかにした。

「お～いお茶　緑茶」の350㎖サイズは〝小竹ボトル〟と称する新小型容器へと刷新して軽量化とPET樹脂使用量削減を図った。従来比でペットボトルは約14％軽量化、ラベルは約43％薄膜化、キャップはラックに加えて無糖ラテを積極的に展開している。海外でも20億人に向けて無糖飲料とリーフで商品価値を提案していきたい」と意欲を示す。

健康意識の高まりによって市場全体で無糖飲料の構成比が高まっていることに対しては「無糖で本当においしいものをつくるのには収益性の改善をテーマに掲げ、営業もスタッフも努力しなければどこの企業にも負けないと自負している。青汁も増収増益で終わることができた」。

具体的には下期に営業員の評価制度を利益中心に変更して市場全体の動向に加えて、営業員一人ひとりの店舗営業への職種の変更は70人くらいで行っている。1支店15～20人規模のため、3～4支店がまるまる地場改革でも成果がみられた。配送の一部を外部委託することで各支店の配送量を削減。その削減分を店頭での営業活動に充てることで商談力を高めていったという。

「ここ2年間くらいで、圧倒的ナンバー1にすべく拡販に努めていく」と語る。

「お～いお茶　緑茶」は中味と容器を刷新して5月27日から発売している。中味は、茶産地育成事業で開発された旨み茶葉を使用して旨み成分を約20％アップ。容器は、再生PET樹脂を使用した100％リサイクルペットボトルを6月下旬より一部エリアから採用していく。

健康意識の高まりによって市場全体で無糖飲料の構成比が高まっていることに対しては「無糖で本当においしいものをつくるのには収益性の改善をテーマに掲げ、営業もスタッフも努力しなければどこの企業にも負けないと自負している。青汁も増収増益で終わることができた」。

具体的には下期に営業員の評価制度を利益中心に変更して市場全体の動向に加えて、営業員一人ひとりの店舗営業への職種の変更は70人くらいで行っている。1支店15～20人規模のため、3～4支店がまるまる地場改革でも成果がみられた。配送の一部を外部委託することで各支店の配送量を削減。その削減分を店頭での営業活動に充てることで商談力を高めていったという。

「ここ2年間くらいで、圧倒的ナンバー1にすべく拡販に努めていく」と語る。

「お～いお茶　緑茶」は中味と容器を刷新して5月27日から発売している。中味は、茶産地育成事業で開発された旨み茶葉を使用して旨み成分を約20％アップ。容器は、再生PET樹脂を使用した100％リサイクルペットボトルを6月下旬より一部エリアから採用していく。

体制整い販売再開

家庭用「液体塩こうじ」

ハナマルキは1日、4月中旬から一時販売を休止していた「家庭用　液体塩こうじ」（350㎖、500㎖）の販売を再開した。同商品は今年4月から急激に需要が高まり、販売量が計画を大幅に上回ったため、十分な商品供給量を確保できない状況となっていた。

今後の安定的な供給体制が整ったため販売を再開した。「液体塩こうじ」は日本の伝統調味料である塩こうじを、同社独自の製法で液体化した万能調味料で、2012年の発売以来、積極的な販促を展開し、売上げも好調に推移している。

●ハナマルキ●

逆光線

今年の3月予報は、6月の降水量は平年並みだが、全国的に気温が平年より高めに推移し、7～8月は平年に比べ曇りや雨の日が多いと気象庁。昨年とは大きな違いはないが、昨年は蓑を開けてみれば平均気温は東日本で＋1・7℃と1946年の統計開始以降で最も高温を記録。7月23日には熊谷で日最高気温41・1℃を記録して歴代全国1位、さらに西日本で「平成30年7月豪雨」が発生し大きな被害があった▼東京では5月24日に今年初めて最高気温が30度を超え、夏物商品は早くもうれしい悲鳴をあげた夏本番は果たしてどうか。食品や飲料はお天気マーケティングがかなりの部分を占め、特にビールや飲料、アイスクリームなど水物商品は、夏の天気に一喜一憂し、冷夏ともなれば死活問題になりかねない▼小売や食品メーカーは、天候予測会社のビッグデータを収集し、万全の体制で本番に備えるが、予測のつかないゲリラ豪雨はどうにもならない▼そのときの条件によって変わりやすく、予想しにくい物事を「水物」と呼ぶが、夏物商品はまさに水物だ。

お知らせ

10日付は休刊とさせていただきます。ご了承ください。

食品新聞社

きょうの業界天気図
肉用調味料
はれ
食肉需要は旺盛。主要ブランドの価値向上で市場活性化へ。
きょうの主な内容
8～9　肉用調味料特集
10　CVS版

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
東京都墨田区墨田3-1-4-8
TEL03-3631-2304
FAX03-3631-8062

父の日には餃子！
感謝の気持ちを ギュッと包もう！
餃子皮
いつもありがとう！
隆祥房

安田のつくだ煮
小豆島の味――香り
安田食品工業株式会社
電話0879-82-2225

お肉売場で、逢いましょう。
素材、きわだつ。
モランボン
「ジャン 焼肉の生だれ」は、お肉売場に並んでいます。それは、名前のとおり、新鮮な「生だれ」だから。厳選した13種類の自然素材や薬味・香辛料を、独自の製法でブレンド。それぞれの風味を最大限に生かすため、加熱せずに温度管理を徹底しています。伝統の味を受け継ぎながら進化を重ねて、おかげさまで「ジャン」は今年で40周年。これからも、本格焼肉店の味をご家庭でも楽しんでいただけるよう、新鮮なお肉のそばで、今日もお待ちしています。
手作りの味わい、そのままに。
ジャン 焼肉の生だれ
40th 手作りの味わい、そのままに。
モランボン株式会社　http://www.moranbong.co.jp/
・ジャン焼肉サイト　http://www.moranbong.co.jp/jang/

日本食研
世界の食文化の開拓者
「世界一美しい」と評判のKO宮殿工場（愛媛県今治市）
焼肉のたれ 宮殿
晩餐館 焼肉のたれ 焙煎にんにく
日本食研ホールディングス株式会社
愛媛本社／愛媛県今治市富田新港一丁目3番地　TEL 0898(24)1881(大代)
KO宮殿工場／愛媛県今治市富田新港一丁目3番地　TEL 0898(33)2011(代)
千葉本社工場／千葉県印旛郡栄町矢口神明三丁目1番地　TEL 0476(95)8501(大代)
事業所／国内297ヵ所（全都道府県配置）
海外39ヵ所（台北・台中・高雄・香港・蘇州・大連・北京・南通・上海・杭州・広州・バンコク・ウエストサクラメント・ロサンゼルス・サンフランシスコ・ヒューストン・シカゴ・ニューヨーク・デュッセルドルフ・ロンドン・ソウル・シンガポール）
www.nihonshokken.co.jp