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）広島・福岡

© 食品新聞社 2019
THE JAPAN FOOD NEWS
購読料　半年33,346円

スナックとシリアル

2018年度市場動向は 明暗 スナック シリアル

主力分野の成否が勝敗要因

スナックとシリアルの2018年度市場動向は明暗を分ける形となった。スナック菓子は数量2・9％増、金額2・0％増と17年度に続き堅調に推移したが、シリアルは数量3・4％減、金額2・4％減とマイナスした。スナックは総務省家計調査でも18年全国1世帯（2人以上）の消費支出が4・0％増と伸長している。これはポテトチップスが過去最高の出荷額となったことと連動する。一方、シリアルは16年まで急成長してきたグラノーラがここ2年頭打ちとなっていることが大きい。

スナック菓子では、16年の台風影響でじゃがいもの主産地である北海道の収穫量が激減したため、17年春の店頭で一時期ポテトチップス製品が消える事態となったことが記憶に新しい。スナック原料に基づく割合は04年がポテト系50％に対してコーン系20％だったが、18年にはそれぞれ60％と15％と変動し、ファブリケートポテトも10％程度と若干低下した。17年は馬鈴薯減産により、コーン系が一定の代替機能を果たしている。

このポテチショックにより、17年はポテトチップスの生産数量が大きく落ち込んだ半面、その穴を埋めるように、ファブリケートポテト（成型）やコーン系スナック、小麦系スナック等が急増した。スナックのみならず米粉を使用した米菓製品もポテチショックの恩恵を受けた。しかし18年に馬鈴薯の収穫が回復すると、ポテトチップスの生産・出荷が従前を上回る増加に転じたため、17年とは全く逆の構図となった。

18年のポテトチップスは、金額ベースで80億円増、対前年比6・0％増の総額1千672億円と過去最高の出荷額を記録している。野菜系等その他スナックも63億円増加した。その半面、コーン系スナックは63億円減少、対前年比13・3％減の414億円まで落ち込んでいる。小麦系スナックも25億円マイナスの224億円だった。

この結果として、スナック菓子トータルでは数量ベース23万7千t、金額ベース2千738億円と過去最高の数値を更新している。それだけ、スナック菓子全体の金額ベース約6割を占めるポテトチップスの復調がもたらすプラス効果が大きかったことにほかならない。

シリアルに関しては、11年から16年にかけて約7倍の急成長を遂げてきた。グラノーラは10年前の09年度金額ベースでシリアル全体の17％を占めるに過ぎなかったが、ピーク時の16年には構成比18年でも構成比67％と最大カテゴリーであることには変わりがない。

ただ、グラノーラに関しては中国など訪日外国人が購入している分を除いて、純粋に国内市場だけを見れば、この2年間も大きな変動はなく、市場にしっかり定着している感もある。実際問題として、グラノーラ最大手であるカルビーは昨年、北海道と京都にグラノーラのライン設置・増強を行い、主に中国向けの輸出を拡大しており、海外市場の拡大を進める。

カテゴリー的にはグラノーラの伸長に対して漸減傾向にあったコーンフレークが18年は数量7・3％増、金額3・5％増と久しぶりに前年を上回った。それでも、スナックは最大ジャンルのポテトチップスの伸長で拡大したが、シリアルは最大ジャンルのグラノーラが沈み、減産・減収が避けられなかった。つまり、それぞれの市場のメーカカテゴリーの動向によって成否を分けた形となっている。

連続赤字から脱出 経常益1.2億円確保

白子決算

白子は3日、東京本社で前3月期の決算会見を開催した。連結売上高は前期比98・6％の182億8千1百万円で、注目の経常益（2期連続赤字）は連結が1億2千万円、単体も1億2百万円を叩き出してV字回復となった。今期は6月から再び値上げも実施するなど国産海苔の不調は続き、新社長の手腕が試される難局は続いている。

前3月期は海苔相場が4年で約50％上昇した流れが一旦終息し、平均単価も9％安で終漁したことや、この間に価格改定で容量減で対応することで、通年で利益改善が進んだ。また、納入価格維持や値引き、値差補填金や販促費の管理強化など徹底したコスト削減も実施。これらにより業界全体にもショックを与えた同社の連続赤字は脱出した。

原田社長

白子は海苔に関するほぼ全市場に参入する〝全方位型企業〟だけに、同社を業界のバロメーターとする金融機関は多い。その企業が2期連続の赤字だったことで、他の海苔企業に対する審査も厳しくなっていた。海苔の大不作もショックだが、銀行が海苔業界にお金を貸し渋ることも同じぐらい大きなショックだった。

個別成績は別表の通り。ギフトは依然として漸減傾向で、家庭用は引き続きプラス。業務用は微減で着地した。お茶漬け・ふりかけ、レトルトは大幅減が続いており挽回を目指す。

■白子83期決算概況（2019年3月期）■

	金額	前年比(％)
連結売上高	182億81百万円	98.6%
経常益	1億20百万円	—
単体売上高	175億2百万円	98.8%
経常益	1億02百万円	—
＜部門別実績＞		
ギフト	37億29百万円	93.2%
家庭用	89億66百万円	104.2%
業務用	45億56百万円	97.9%
お茶漬け ふりかけ	1億98百万円	83.1%
レトルト	1億35百万円	76.5%
その他	41百万円	85.9%
地域別売上構成比	東日本65.4%（前期65.1%）	
	西日本34.6%（前期34.9%）	

主な質疑応答

――新社長の事業方針について。

原田　際立った方針変更はない。ギフト、家庭用、業務用の3本柱で動いているが、ギフトは低迷が続き以前の市場規模に戻ることは考えられない。それに代わるのは業務用の増加であり、家庭向上にも貢献するため同子会社を中心に規模拡大を目指す。また、中国産、韓国産の海苔輸入に関しては国産海苔の著しい生産力低下に直面し、日中韓で海苔原料の奪い合いも予想される。日本国内の海苔需要は頭打ちだが、中国現地向けは、海外向けでも顧客が増えて業績も向上している。連結利益にも貢献するため同子会社を中心に規模拡大を目指す。また、中国産、韓国産の海苔輸入に関しては国産海苔の著しい生産力低下に直面し、日中韓で需要増が当社が取り組むだけの需要はある。

また、中国の子会社は中国現地向け、海外向けでも顧客が増えて業績も向上している。連結利益にも貢献するため同子会社を中心に規模拡大を目指す。また、中国産、韓国産の海苔輸入に関しては国産海苔の著しい生産力低下に直面し、日中韓転寿司などの方が当社にとっても提案力が生かされると思っている。あくまで営業的な優先ということ。工場稼働も生産枚数が一定規模ないと減価償却もできない。そういう意味でも業務用拡大は引き続き重要な方針だ。

「一番厳しい時代の社長」

長く白子の〝顔〟として営業本部長から常務、社長と歴任した新濱繁利氏が社長を退任した。同社初のプロパー社長であり、叩き上げらしい指導力と情熱で厳しい時代を乗り越えてきた。それも苦しかった同社の過去を知る数少ない人物になっていたこともあるだろう。

新濱氏退任あいさつ

社長を13年務めたが、一番厳しい時代に担当したかなと思っている。在任した期間に売上構成比もギフトが減り、業務用が大きく増えた時代だった。大手CVSとの取引が始まり工場投資も行うなど変化も激しかった。当社初の赤字を出したこともあった。

新濱相談役

現在も中計を推し進めているが、肩を張らない目標を立てている。自然体で利益が出る会社が良い。今回、新しい社長に代わり後を任せたい。相談役に退いたが、しばらくはサポートしたいと思っている。

連続赤字から脱出 経常益1.2億円確保

白子決算

快進撃モードに突入 今期一気に4～5％増

マヨネーズ

調味料は動きが少なく変化に乏しいカテゴリー。毎年、前年比でプラスマイナス1％の範囲で動き、その多くが暫減傾向にある。ところが、5月に上半期が終了したキユーピーのマヨネーズは金額ベースで6％増、6月に第1四半期が終了した味の素は3％増で着地した。異常値とも言える動きだが、その背景には油とメーカーのコミュニケーションがある。

18年の1～3月は天候不順から野菜相場の高騰とはいえ、まだ半分以上が野菜にかけて使われるマヨネーズは、前年同期比で3～4％前後のマイナスとなった。

キユーピーの新年度は12月から始まるため、前年の期初はもろに野菜高騰の影響を受け、その翌年となる今上期の数字は当然高くなる。味の素は4月からが新年度で、18年1～3月の相場高は関係ない。そのため2桁間の数字は大きく開いたが、実際の市場は4～5％増と思われ、マヨネーズに強力な追い風が吹いていることは間違いない。

その風を吹かせているのが油だ。日清オイリオが今、オリーブオイルをサラダなどさまざまな料理にかけて食べるコミュニケーションを強力に展開している。同社によれば、直接料理にかけて食べる市場は現在380億円近い規模。健康オイルがテレビなどのメディアで取り上げられることが増え、体にいい油なら積極的に摂りたいとするポジティブなイメージが広がった。

油は高カロリー＝悪者という意識が薄れつつある。厚生労働省は4～5年前まで、卵は1日1個の摂取を推奨していたが、その制限を見直し今は1日何個までという〝縛り〟はなくなり、卵は良質なタンパク質だという意識も広がっている。

また、味の素は今期から、食パンの上にマヨネーズの土手を作り、そこに卵を割り入れオーブンで焼く「こがしマヨたまトースト」を全国展開している。前期までの、取れたて新鮮というブランドイメージのコミュニケーションから、直接購買に結びつく訴求に変えた。

キユーピーも創業100周年に当たる今年、全国を7地区に分け、地元料理や食材に合うマヨネーズを地区ごとに開発し販売している。

こうしたメーカーの動きから、マヨネーズの調味料使いも確実に進んでいると思われる。野菜相場の安定、油を歓迎する消費者の意識変化、メーカーのコミュニケーションなどの追い風を受け、マヨネーズは快進撃モードに突入した。

流通BMS導入企業数 6月時点 1万3,400社以上に

軽減税率対応で拡大傾向

流通システム開発センター流通システム標準普及推進協議会（略称：流通BMS協議会）がまとめた、卸・メーカーの流通BMS導入企業数は19年6月1日時点で1万3千400社以上と、この半年間で約500社以上の増加となった。

今秋の軽減税率制度（複数税率）への対応にあわせ、流通BMSを導入する動きが本格化している。流通BMSでは消費税軽減税率制度【区分請求書等保存方式】に対応するためのガイドラインを更新し公開。10月に向けて、流通BMSの導入企業はさらに拡大することが見込まれている。

なお、半年ごとに行われる「メーカー・卸の流通BMS導入企業数調査結果」では、自社導入型の卸・メーカー数は1万641社（前回比415社増）となった。内訳はサーバー型990社、クライアント型9千651社。外部サービス利用の卸・メーカー企業数は2千849社（前回比88社増）。

きょうの主な内容

「マヨネーズ大躍進、ドレッシング激変」（家庭用マヨ・ドレ特集　6～7面）
「エヌエス研究会『GRANDEX2019』ほか」（菓子流通版　8面）

永谷園のお茶づけ海苔
安田のだし つくり煮
小豆島の味香り
安田食品工業株式会社
電話0879-82 2225

逆光線

先週、九州南部を豪雨が襲った。降り始めからの雨量が1千㎜を超えた地区もあるなど大災害が予測され、鹿児島や宮崎には110万人以上を対象に避難勧告が出され、気象庁も臨時の記者会見を開いて早めの避難を呼びかけた▼その最中、テレビは魚釣りに興じている人たちを映していた。濁流と化した本流からたくさんの魚が逃げ込んでくるポイントで、大雨で経験したことのない大雨になると繰り返していた。どうもこのチグハグさが気になる▼崖崩れが心配される中、山間地と、高台の平地では切迫感は違う。十分少年化が懸念される。110万人のうちの穴場になるということだった。田植えをしている老夫婦の映像もあった▼これまでの経験からすれば、まだ魚は釣っていられる、田植えもできるという判断なのだろうが、一方で気象庁などは今までに経験したことのない大雨になると繰り返していた。どうもこのチグハグさが気になる▼崖崩れが心配される中、山間地と、高台の平地では切迫感は違う。十分少年化が懸念される。110万人のうち実際に避難したのは6千300人だったそうだ。

世界の海苔を…世界の人々に
国際海苔問屋
株式会社 ヤマコ
本社　〒446-0061　愛知県安城市新田町小山19番地の1
TEL.(0566)75-7511　FAX.(0566)76-7788
中国・江蘇省　連雲港雅馬河海苔有限公司
TEL.0518-2342368　FAX.0518-2342345