「商品が入らない」地域卸の苦悩

大手集中で後回し

外出自粛に伴う内食需要の高まりを受け、スーパーの食品売場は3月以降、軒並み売上げを大きく伸ばしている。4月に入ってからは品薄のカテゴリーや欠品する商品も増えてきた。それでも大手チェーンの店舗では比較的、商品が揃っているが、一方で地域の中小卸や小売店には商品が行き渡らず、需要の増加に対応できないケースが目立つ。

地域のスーパーにも多くの人が訪れている

こうした「すし」と国民に呼びかけて不定期な入荷は卸の現場にも混乱を招き、本来なら在宅勤務やフレックスの導入で縮小されているはずの労働時間を長くする要因にもなっている。

このように中小企業への商品が逼迫している背景には、生産の問題だけでなく、大手スーパーへの供給が優先されているという現状がある。京都の食品・菓子卸、丸正高木商店の高木誠治会長は「大手小売が納入業者にペナルティをかけ、中小・C&Cが後回しになるという構造的な問題がある」と指摘する。「政府は『商品は十分にありま

大阪の食品卸、大物の日阪俊典社長も「地元に商品を届ける役割を果たすべき地域スーパーに商品が流れてこない。モノの流れが上位に集中している現状がある」と強調する。

こうした中、地域卸各社は欠品の解決へ向け、さまざまな対策を講じている。大阪の食品卸、大楠屋は品薄が続く市販用のプレミックス粉に替え、業務用の商品をグループの小売店舗で販売する。酒井修司社長は「全般的に業務用卸は苦戦しているので、こうした提案をすると仕入れやすい」と話す。

同じく大阪で卸とC&Cを運営するグローリージャパンの末元義和社長は「欠品しているのは大手の商品が多く、中小では逆に余って困っているメーカーもある」と説明する。同社では土産物を作っていた工場で行き場を失った商品を購入し、自社の店舗で販売したところ買い物客に好評だった。末元社長は「それがNB商品の欠品をカバーすることにもなる」と話す。

今後の見通しはいまだ不透明だ。地域卸各社も「モノが十分ある状態に戻った時、急に売れなくなるのではないか」「自粛から3か月が経つ今がゼロだが、終息したら先が相次ぐかもしれない」と不安の色を隠さない。

一方で「今はコト消費は引き続き外出自粛が求められる中、食品は巣ごもり消費増加により、米飯や麺類、冷凍食品、レトルト食品、パスタ類などは引き続き好調な売れ行きを保っている。

前半のヤマ場とみられていた大型連休商戦は、自粛期間真っ只中だったため当初から期待感は薄かった。だが自粛解禁が予想される夏本番や秋需の購買行動にはどのような変化が起こるのか予断を許さない状況だ。相変わらずコロナ感染収束の目途はつかないが、コロナ後の消費構造は大きく変化するとみられ、業界は対応を迫られそうだ。

政府は「国難と言える困難な状況」と説明。リーマンショックを超える経済危機が叫ばれる中で、生活防衛意識が一層高まれば、やがて食品購買にも影響が出るはずだ。コロナ感染の影響による一時期のパニック購買は消えたが、週末のまとめ買いは相変わらず根強い。これに支えられ食品需要は総じて順調だが、果たしてこのまま続くのか。節約による生活防衛策を保ちながら実質的な購買力が低下することも念頭におかなければならない。

メーカー各社は、今のところ主力商品や定番商品に絞り、増産・フル生産体制を敷いており、秋冬向け新製品対応はまだ見えない。春先の展示会は軒並み中止されたため対応遅れは避けられない模様だ。「大きな社会不安が起こると消費者心理も大きく変わる」と大手メーカー。食品業界の対応が注目される。

新型コロナ影響 色濃く

家庭用、業務用で明暗

新型コロナウイルス感染症拡大を受けた外出自粛や緊急事態宣言により冷凍食品も大きな影響を受けた。スーパーでは混乱を避けるためにチラシを取り止めているケースもあり特売価格は一時的に減少しているものの家庭用は伸長。一方で外食や給食向けの業務用は落ち込んでいる。

2月末頃から在宅勤務、休校等が増えたことから3月の家庭用冷食市場は二ケタ増。企業態で高い伸びがみられるが、特にドラッグストアでの購入が増えており、日用品との「ついで買い」が増えたとみられる。

4月以降もその流れは概ね続いており、米飯、麺とこれまで以上に「弁当市場」といった主食系を中心に伸長。またお好み焼きなどのスナックや惣菜系も伸びている。働き手や子供が家庭で喫食することから、簡便な昼食としての利用がメインとみられるが、人数分を満たすために夕食のおかずにも、これまで以上に使われているとみる向きも多い。しかし、家庭用の中でも弁当需要の減少、「家庭用より当初は前年比120%だった」。兵庫県の食品卸、藤澤の藤澤康雄会長は明かす。同社は食品のほか水産や農産も扱うが、これらは地元の外食店や温泉旅館などにも納めているため売上げが減少しており、スーパーとの取引が中心の食品部門が頼みの綱だった。しかし、家庭用商品の需要は増加しているもののメーカーからの入荷がままならず、結果的に食品の売上げは前年並みにとどまった。

和歌山県の食品卸、共栄の玉置宗克社長も「店頭には引き続き多くのお客様が来店されており、ありがたい限りだ」と話す。

「注文通りに商品を納入できていたら、4月の食品売上げは前年比120%だった」。兵庫県の食品卸、藤澤の藤澤康雄会長は明かす。同社は食品のほか水産や農産も扱うが、これらは地元の外食店や温泉旅館などにも納めているため売上げが減少しており、スーパーとの取引が中心の食品部門が頼みの綱だった。しかし、家庭用商品の需要は増加しているもののメーカーからの入荷がままならず、結果的に食品の売上げは前年並みにとどまった。

和歌山県の食品卸、共栄の玉置宗克社長も「店頭には引き続き多くのお客様が来店されており、ありがたい限りだ」と話す。

対応はさまざまで、1～2ケースずつ細かく送ってくるところがあるかと思えば、一切連絡がなく、ある日まとめてパレット2枚分送ってくるメーカーもあるという。

実際にメーカーからは「休売している品が多く供給体制が不安定」（製粉メーカー）、「配荷の調整と得意先へのお断りが、営業マンの仕事になっている」（調味料メーカー）といった声が聞こえてくる。

卸に対するメーカーの場にも、これまで以上に使われているとみる向きも多い。しかし、家庭用の中でも弁当需要の減少、「家庭用より当初は前年比120%だった」。兵庫県の食品卸、藤澤の藤澤康雄会長は明かす。同社は食品のほか水産や農産も扱うが、これらは地元の外食店や温泉旅館などにも納めているため売上げが減少しており、スーパーとの取引が中心の食品部門が頼みの綱だった。しかし、家庭用商品の需要は増加しているもののメーカーからの入荷がままならず、結果的に食品の売上げは前年並みにとどまった。

和歌山県の食品卸、共栄の玉置宗克社長も「店頭には引き続き多くのお客様が来店されており、ありがたい限りだ」と話す。

対応はさまざまで、1～2ケースずつ細かく送ってくるところがあるかと思えば、一切連絡がなく、ある日まとめてパレット2枚分送ってくるメーカーもあるという。

実際にメーカーからは「休売している品が多く供給体制が不安定」（製粉メーカー）、「配荷の調整と得意先へのお断りが、営業マンの仕事になっている」（調味料メーカー）といった声が聞こえてくる。

卸に対するメーカーの

一方で業務用は外食、給食など「事態が好転すればある程度、業務用も回復するところもあるが、いつ収束するか次第でもありだ」と話している。

緊急事態宣言が終了する年の五輪やインバウンド復活に向けた商談などを予定を冷静に行いながら、柔軟な見方を養うことが肝要

スク影響も懸念されている。

緊急事態宣言が終了する年の五輪やインバウンド復活に向けた商談などを予定を冷静に行いながら、柔軟な見方を養うことが肝要

定番・主力品をフル生産

「コロナ後」購買力低下も

一方で業務用は外食、給食など「事態が好転すればある程度、業務用も回復するところもあるが、いつ収束するか次第でもありだ」と話している。

緊急事態宣言が終了する年の五輪やインバウンド復活に向けた商談などを予定を冷静に行いながら、柔軟な見方を養うことが肝要

スク影響も懸念されている。

緊急事態宣言が終了する年の五輪やインバウンド復活に向けた商談などを予定を冷静に行いながら、柔軟な見方を養うことが肝要

家庭用、業務用で明暗

長。またお好み焼きなどのスナックや惣菜系も伸びている。働き手や子供が家庭で喫食することから、簡便な昼食としての利用がメインとみられるが、人数分を満たすために夕食のおかずにも、これまで以上に使われているとみる向きも多い。しかし、家庭用の中でも弁当需要の減少、「家庭用より当初は前年比120%だった」。兵庫県の食品卸、藤澤の藤澤康雄会長は明かす。同社は食品のほか水産や農産も扱うが、これらは地元の外食店や温泉旅館などにも納めているため売上げが減少しており、スーパーとの取引が中心の食品部門が頼みの綱だった。しかし、家庭用商品の需要は増加しているもののメーカーからの入荷がままならず、結果的に食品の売上げは前年並みにとどまった。

和歌山県の食品卸、共栄の玉置宗克社長も「店頭には引き続き多くのお客様が来店されており、ありがたい限りだ」と話す。

対応はさまざまで、1～2ケースずつ細かく送ってくるところがあるかと思えば、一切連絡がなく、ある日まとめてパレット2枚分送ってくるメーカーもあるという。

実際にメーカーからは「休売している品が多く供給体制が不安定」（製粉メーカー）、「配荷の調整と得意先へのお断りが、営業マンの仕事になっている」（調味料メーカー）といった声が聞こえてくる。

卸に対するメーカーの

冷凍食品

は一時的に減少しているものの家庭用は伸長。一方で外食や給食向けの業務用は落ち込んでいる。

2月末頃から在宅勤務、休校等が増えたことから3月の家庭用冷食市場は二ケタ増。企業態で高い伸びが

ソーシャルディスタンスの重要性 視覚的に表現

コカ・コーラシステムは11日から、ソーシャルディスタンスを保つことの重要性を視覚的に表現したコーポレートメッセージを日本コカ・コーラの渋谷本社ビル前ほか全国数か所のデジタルサイネージで展開している。

●コカ・コーラシステム●

Coca-Cola

ロゴにも間隔

ソーシャルディスタンスを保つことの重要性を視覚的に表現したコーポレートメッセージ

日本コカ・コーラは「Coca-Cola」のロゴの文字同士の間隔を離したデザインやコピーには、ソーシャルディスタンスをされている。

保ち、離れていることが大切な人々を守る結果的には大切な人とまた会えることにつながるとのメッセージが込められている」とコメント。なお同様の広告は、すでに米国（ニューヨーク タイムスクウェア）をはじめ複数の国・地域でも掲出

逆光線

自家製の漬物「おうち漬け」を始める人が増えているそうだ。外出自粛により自宅で過ごす時間が増え、普段は時間がなくてなかなかできない体験にチャレンジする人が増えているそうだ▼自家製漬物に注目が集まる中、市販のぬか床製品が販売好調に推移している。ある漬物メーカーは販促ツールのぬか床専用陳列ボックスを活用して売場を設け、家でのぬか漬作りを訴求している。ぬか漬は作業に没頭できるので良い気分転換になる。ストレス過多の現代人にオススメだ。

容器が付いた商品もあるので初心者も安心だ▼自家漬はぬか漬だけでなく、浅漬や酢漬などバラエティーに富んでいる。直近はフレッシュな生姜を漬ける生姜漬が人気で、漬ける工程をSNSで発信する人も。これからの季節は店頭にらっきょうや梅が並び、メーカーが販売するらっきょうが酢や梅酢も需要期を迎える▼新型コロナ対策で増えたおうち時間と、健康意識の高まりは、日本古来の伝統食に改めて目を向けさせている。そうそう、おうちご飯は作業に没頭できるので良い気分転換になる。ストレス過多の現代人にオススメだ。

MINOKYU CO.,LTD.
SINCE 1875 309
ブラウンマスタード
Brown Mustard
㈱美濃久
(0586)69-0309

伊料理専門展
ACCI Gusto

11月に東京都内で開催

日本イタリア料理協会が主催するイタリア料理専門展「第10回 ACCI Gusto」が、今年は11月17～18日にかけて、東京・港区の都立産業貿易センター浜松町館で開かれ、イタリア料理に関するさまざまな展示などが行われる。

イタリア大使館などの関係機関、団体の協力を得て、ターゲットを絞った来場動員施策を実施し、関係者を集中的に動員するといい、協会シェフの調理デモンストレーション、イタリア食材や歴史、専門家による特別セミナーなどを予定する。

ASSOCIAZIONE CUOCHI CUCINA ITALIANA

隔日刊
食品新聞
発行所 食品新聞社
https://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 2020
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

きょうの主な内容

「待たれるコロナ禍収束」（中京外食・業務用特集 6～7面）
「4月市況 5～6%減」（アイス版 8面）

ODM×M サプリメントヒット商品開発プロジェクト
MULTIPLICATION OEM
Natural Create Project

世界中を巡り集めた、地球からいただく産物。より確かなこだわりの素材こそ、私たちの商品開発の基礎となります。世界各国や日本全国の風土と気候、生産者が育んだ自然素材の特性と機能を最大限に生かした 安心できる健康食品・サプリメントを 開発し、生産いたします。高齢化・情報化の社会の流れとともに 人々の健康への関心が強まり、栄養補助食品や機能性食品のニーズが、過去にないほど高まりを見せている今こそ、小さな小さなひと粒の製品に、 長年のノウハウと大自然の恵みを凝縮し、手に取る人の笑顔を創る商品を企画・開発・提案します。
それが、私たちエフアイコーポレイションの OEMを超えた「ODM×M」プロジェクトです。

ひと粒に込めるストーリー

今こそ免疫を高めるサプリメント
水なしでおいしく食べられるチュアブルタイプ
好評発売中

ウィルレスキュー
1粒にシールド乳酸菌®100億個 配合

＼NEW／

シールド乳酸菌®をはじめ、ビフィズス菌、ラクトフェリン、緑茶エキスなどの抗菌＆免疫アップ成分を配合。プロポリスの入った「ウィルレスキュー」に加え、お子様にも食べやすい、マヌカハニー入りの「ウィルレスキューマヌカハニー入り」が新しく登場しました。

プロポリス入り〔ティー風味〕

マヌカハニー入り〔ヨーグルト風味〕

1袋30粒入 ￥2,980（税別）

貴社のオリジナルOEMもご相談ください

FI CORPORATION 株式会社 エフアイコーポレイション
【健康食品・サプリメント受託製造ODMメーカー】TEL 058-259-4711
〒501-6005岐阜県羽島郡岐南町若宮地3丁目182 FAX 058-259-4717
http://fi-co.co.jp/
トコトン エフアイ 検索
GMP JIHFS