手延べ麺、来春値上げへ

「揖保乃糸」が12年ぶり5％増

手延べそうめん、ひやむぎ、うどん業界が来春、値上げに踏み切る。「揖保乃糸」の兵庫県手延素麺協同組合は2008年以来12年ぶりに値上げを決定。今秋から来年春にかけて生産する「令和元年度産」手延べそうめん、ひやむぎの販売価格を、来年3月6日から末端で5％引き上げる意向を示した。乾麺市場で販売シェア1位の「手延素麺揖保乃糸　上級品300g」は上代で税抜400円になる。

他産地にも機運広がる

職人の経験や人の手が必要不可欠な手延べ麺は、生産コストの8割近くを人件費が占める。「前回値上げした2008年に比べて最低賃金は20％近く高騰。組合員の後継者不足や人手不足により、人件費はさらに上がり、トータルで20数％上昇した」と井上猛理事長は話す。

また主原料の輸入小麦の麦価は17、18年の2年間、春と秋の4回続けて上昇。19年はともに下がったものの、累計でみると過去分を相殺できていない。さらに包装資材や水道光熱費などユーティリティコスト高騰が圧迫。「将来的に供給と品質を維持するためには、いま価格を上げることが適正だと判断した」（同）という。

影響力が大きい「揖保乃糸」の値上げ発声により、全国の産地でも価格改定に向けた動きが出ている。生産量が全国2位の島原では、産地最大の島原雲仙農業協同組合が9月以降、同様に次年度産そうめんの値上げ交渉に入った。三輪のマル勝高田商店は、そうめん消費が高い西日本で「揖保乃糸上級300g」と拮抗する「三輪の神糸」をはじめ、ほぼ全商品で5％の値上げを予定。

このほか半田そうめん、小豆島そうめん、岡山県の「かも川」ブランドの有力2社も、改定率は未定だが値上げの方針を固めている。

小麦加工品では、昨夏に製パン製菓最大手の山崎製パンが実施。今春からはチルド麺大手、続いて即席麺業界が6月から一斉値上げした。

近隣の機械製乾麺では、今春に販売大手の日清フーズが一部の容量変更を行ったのを機に、市場で値上げが加速化。松一、葵フーズ、さぬきシセイなど乾麺専業が一部商品の値上げもしくは容量変更を実施した。

今秋はその他メーカーも追随して平均6～8％の幅で引き上げる。乾麺は春夏がメーンのため、来春に向けて準備に入るメーカーもいっそう増える見込みだ。

海外、23年に倍増を計画

オタフクソース

オタフクソースの佐々木直義社長は15日、広島市で開いた近況報告会において、2023年の海外売上高を現在の倍となる40億円に高める計画を示した。佐々木社長は昨年、100周年を迎える23年にグループの連結売上高300億円、経常利益率5％を目指す中計を発表しており、今回、同じ年の海外売上高を明らかにした。

19年9月期の海外法人を含む同社の売上高は251億円で、このうち21億円が海外。内訳は輸出が8億7千万円、米国が8億1千万円、中国が3億4千万円、マレーシアが9千万円となった。

佐々木社長

伸長率は米国118％、中国129％、マレーシア148％とそれぞれ高い成長を続けている。佐々木社長は「海外の売上構成比はまだ8％に過ぎず、伸びる余地は大きい」と強調。マレーシアは新工場の建設も計画。

前期売上高 240億円を達成

同社の19年9月期売上高は前年比102・9％の240億円。このうち家庭用が119億1千万円、業務用が119億8千万円。品群別の売上高はソースが135億円、酢が100万円（うちオタフクソース7億5千400万円）、お好み焼関連材料が110％の27億円、たれが101％の15億円、その他10億円。特別上回った。

佐々木社長は「売上高が240億円を超え、就任4年目で初めて予算を達成することができた」と振り返った。

10月10日のお好み焼の日キャンペーンの浸透や野菜の価格が安定して推移したこと、中食市場が好調だったことなどが売上増の要因となった。

国内6社の連結売上高は102・6％の247億円、経常利益は9億3千900万円（うちオタフクソース7億5千400万円）を見込む。

今期は〝brush up & creation〟を方針に掲げる。佐々木社長は「今あるものをより深く磨き込み、少しでも良いものを作り、同時にコストダウンを図る。一方で新しいことに関しては自社だけでなく、他の企業とも取り組み、一緒になってニーズをつかみ新しい市場を作る」と説明した。

今期は新たに「データ部」を新設。お好み焼の原料に使われている果実のデータをスーパーフードとして広げる狙いで、原料調達から商品開発までを行う。

今期の売上げはオタフクソースが245億5千800万円（経常利益7億8千万円）、6社連結で253億4千万円（同9億7千万円）を目標とする。

台風19号 想定外の事態発生

即席麺、水など駆け込みも

12日に東日本エリアを襲った台風19号は、広範囲にわたり爪痕を残した。千曲川、阿武隈川など東日本エリアの河川では、堤防の決壊や増水した水が堤防を超えるなどにより、宮城県・福島県・栃木県・茨城県・埼玉県・東京都・長野県の一部地域など浸水エリアが広範囲に及んだ。浸水に加え、土砂災害、停電や断水も続き、復旧まで長期化の様相を呈している。

これまで防災意識は主に「地震」に注がれていたが、9月9日に千葉県を襲った台風15号では、突風により電柱が倒れ大規模な停電が発生するなど「電害」が社会問題として浮上。今回は記録的豪雨により各地で浸水や土砂崩れが発生、多くの河川が氾濫したことで想定外の「水害」の脅威に直面した。

個人や企業、産業界により自然災害への取り組みは異なるが、被害を最小限に食い止めるには個人が取り組む「自助」、地域や身近にいる人同士が助け合う「共助」、国や地方自治体などが取り組む「公助」があり、中でも基本となるのは一人ひとりが自身の身を守る「自助」と言われている。

今回は1週間ほど前から最大規模の台風との予報が流れ、自治体も台風上陸の数日前から啓発を促し、交通機関も大規模な計画運休を実施するなど比較的対応は早かった。人が、やはり個人の対応遅れが目立った。

河川の氾濫や堤防の決壊場所は、ほぼハザードマップと一致しているが、被害にあった多くの人が「自分だけは」の意識が働いた模様で、関係者はハザードマップの存在を再啓発する動きもある。

店頭から消えた食品類。千葉のコンビニのパン売場（12日）

台風上陸前には駆け込み需要も発生した。14日、取材に応じたイオンリテールの柳澤正樹南関東カンパニー神奈川事業部イオンスタイルつきみ野店長は「台風に備えて駆け込みが多かったのは11日。即席麺や備蓄を含め水が多く買われた」と語ったが、実際、スーパーやコンビニのパン、即席麺、ミネラルウォーター、菓子類などは、11日から駆け込み需要が発生していた。

14日のイオンスタイルつきみ野の売場

12日の台風当日、首都圏の立地店舗では、イトーヨーカ堂、マルエツ等が全店で休業したほか、台風当日の12日にグランドオープンしたイオンスタイルつきみ野店も、台風の影響で9時から13時までの4時間に営業時間を短縮した。13日からは通常営業に戻ったが、品揃えについては14日時点で「100％ではない」（同）が、ご満足いただけるレベルにまで復活した。お取引先様にご協力いただいて並べることができている」と説明。イオンリテールとイオンモールでは15日から全店が営業中となっている。

食品流通業界では、水没エリアのコンビニなど一部を除き、通常の営業体制に戻りつつあるが、土砂崩れなどにより交通網が寸断された地域では物流に支障をきたし、日配品の欠品も目立っている。通常の品揃えが回復するには時間がかかる見通しだ。

なお、即席麺メーカーには16日の時点で注文が殺到。メーカーが対応に追われている模様だ。

逆光線

自然の猛威をまざまざと見せつけられた。台風19号は東日本の広範囲に甚大な被害をもたらした。記録的な大雨により堤防の決壊、浸水が相次ぎ、今も人々の生活に多大な影響を与えている▼台風の上陸をひかえた11日夜。小売店では飲料水やカップラーメン、パン、缶詰などの備蓄用食糧を求める客が殺到した。首都圏のスーパーでは12日午前中まで営業を続けた店舗も多かったが、雨風が強まる中でも必要最低限のモノを確保しようと閉店間際まで混雑が続いた▼首都圏で場所によっては16時間を超える計画停電・断水は想定していても、これほど広範囲で水害の危険性が高まるとは想定外だった▼大雨時別警報が初めて発令され、避難指示・勧告が出た地域も多かった。避難所の確認や、いつどのタイミングで何を持って避難すべきか。スマホの警戒アラームが鳴り響く中、想定外の事態に備え、日頃から想定レベルを高めていく必要があることを思い知らされた。

機能性の卵、好調発進

鶏卵大手間で温度差も

イセ食品（埼玉県鴻巣市、伊勢孝信社長）が販売する鶏卵業界初の機能性表示食品「機能性表示食品　伊勢の卵＝写真」は全国で5千店舗を超える予想以上の反応。今月からはTVCMを投下し、消費者の認知を進めている。鶏卵大手の同社だが、単一ブランドの新商品でTVCMを投下するのは極めて稀で、力の入りようがうかがえる。

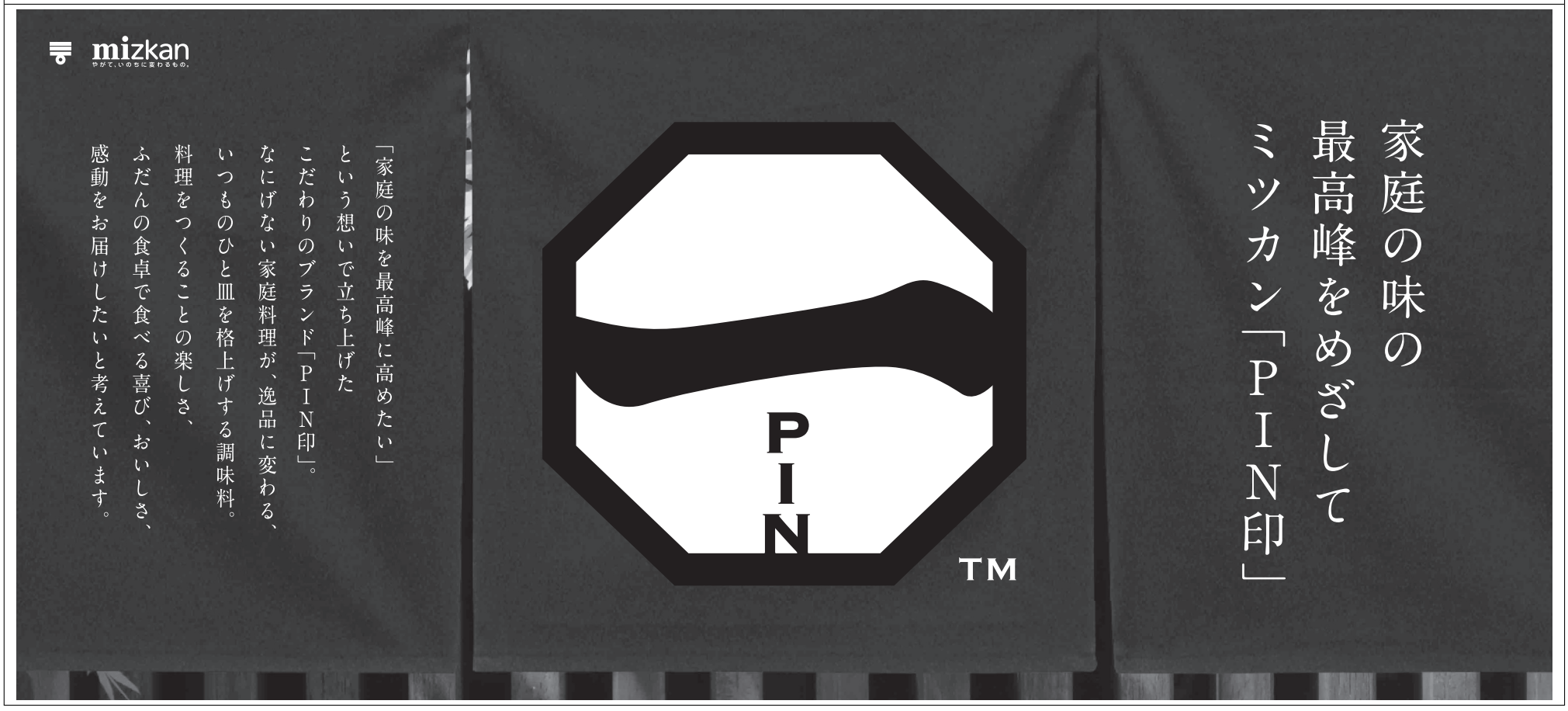
「機能性表示食品　伊勢の卵」はEPA、DHAを豊富に含有した卵。卵2個で一日に必要なEPA、DHAを摂取し、中性脂肪値を下げる機能が期待できる。EPA、DHAは機能性表示食品制度の関与成分として受理例が多い機能性素材。日常的に摂取して消費者にとって〝健康〟だけでなく、〝簡便性〟も期待できる。同社は既存ブランドとして「伊勢の卵」を販売していたが、特別な飼育法や品質管理によって安定した品質を実現し、既存品とは異なる商品として上市した。

4年前にスタートした機能性表示食品制度は、加工食品に限定せず生鮮品（野菜、水産品等）でも受理可能なのが制度の特徴の一つ。生鮮品では、もやしやミカンなどでも受理されており、消費者の関心を集めた結果、販売量でも好結果を得た。鶏卵市場は、長らく「物価の優等生」と言われ続けてきたその結果として、中小生産者の廃業が相次ぎ、大手への集約が進行中。その中で人口が集中する大都市圏でのシェア争いも激しくなっており、供給過多から卵価が上振れできずに苦戦を強いられている。

一頃はブランド卵が数多く誕生し、卵価引き上げの救世主と目されたが、一部ブランド商品を除き消費者にしっかり定着していないのが現状。

イセ食品は現在、「機能性表示食品　伊勢の卵」を3か所で生産しているが、需要増に対応し供給体制を強化する。

今後、アキタやJA全農たまごなど大手業者による〝機能性食品の卵〟への参入も予想されるが、アキタは現在「きよら　グルメ仕立て」の販路拡大に注力中。TVCMでもACC賞でシリーズ3作が受賞しており、当面は健康よりもまず美味しさを優先して訴求していく模様だ。



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

きょうの食料天気図
ふりかけ・お茶漬け
はれ
マツコ番組でふりかけを紹介。千載一遇の拡販チャンス来る。
きょうの主な内容
6～9　ふりかけ・お茶漬け特集
10　飲料TODAY