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
リブラ丸の内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

世界の海苔を…世界の人々に
国際海苔開発、技術と信頼の
株式会社ヤマコ
本社 〒441-1061
愛知県安城市新田町八山13番地の1
TEL.(0566)76-7111 FAX.(0566)76-7782
山口工場
山口県防府市新橋公園
TEL.(0835)-23-0617 FAX.(0835)-23-0619

# 物流・ITに積極投資

## 三井食品 新中計策定

### 5年間で1千200億円計画へ

三井食品は今期から3か年の「中期経営計画2023」を策定した。4つの「基」（基軸・基盤・基準・基本）を固め、収益拡大を目指す。今後3～5年間で物流インフラやIT基盤の強化に約1千200億円の大規模投資を計画していることを明らかにした。

23日の決算会見で萩原伸一社長は「前中計で掲げた、卸として基盤固めと新たな挑戦を継続しつつ、物流インフラやITなどの新技術を活用し、収益拡大につなげる」と語った。

新中計では、5年後のあるべき姿に向けて、それぞれの現場でアクションプランを作成し、取り組みを具現化する。卸事業の基礎収益力を高めつつ、新技術を活用した競争力強化や新たなビジネスモデルの構築を進め、縮小均衡ではなく、売上・利益の拡大を目指す。

萩原社長

26日に開示した同社の前3月期連結決算は、売上高8千202億円（前年並み）、経常利益20億7千万円（43・7％減）、当期利益15億7千万円（37％減）で着地。物流費や人件費等のコスト上昇が響き、大幅減益となった。

直近5年間で売上高は270億円程度伸長した一方、経常利益は4億円のマイナス成長で、特に一昨年からの物流費上昇のインパクトが収益圧迫の要因となった。

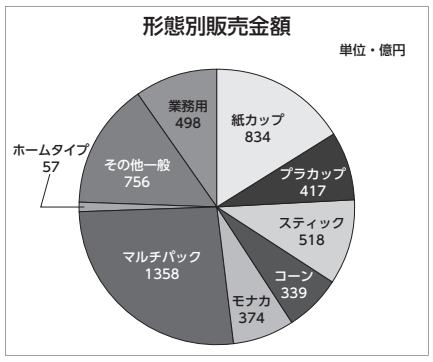
こうした中で新たに策定した中計最終23年3月期の定量目標は、売上高8千532億円（20年3月期比4％増）、経常利益26億円（同25・6％増）。4つの「基」の徹底とともに、物流インフラやITシステムを再整備し、得意先に新たな機能・サービスを提供することで収益拡大につなげていく構えだ。

なお、三井物産流通ホールディングス（略称MRH）設立に伴い、三井食品を含む物産グループ流通4社がMRHの傘下に資本統合した。萩原社長は「事業運営面では従前通りだが、各社のアセットを活用して連携を深める」と語り、三井物産として今後の流通事業に対するコミットメントを打ち出していく模様だ。

その上で、今期からの新中計について「デフレが継続し、コロナでインバウンド需要が消失する厳しい環境だが、縮小均衡ではなく、売上・利益ともに持続的な成長を目指す。三井食品は本気で変わっていく」と意気込みを示した。

# 最需期の大幅減から 8年連続成長ならず

## 19年度 アイス市場




アイスクリーム類の19年度（4～3月）市場規模は5千151億円、前年比0・7％減となり、8年連続での市場拡大は果たせなかった。最需期7月が気温が低く日照時間も短いという厳しい条件に見舞われ、20％を上回るマイナスとなったことが影響した。物量ベースでは87万4千kℓの6％減とさらにマイナス幅が大きくなっているが、18年度終盤に実施した7～8％増の価格改定効果から金額ベースでは微減ですんでいる。このほど、日本アイスクリーム協会が発表したもの。

4～6月は低温傾向ながら前年並みで推移し、7月に大きく落ち込んだ後、下期は暖冬傾向から金額・物量ともに回復していった。上期の販売金額は3千165億円（前年差マイナス108億円、3・3％減）、下期は1千986億円（プラス73億円、3・8％増）で、上期のマイナス分の7割近くを下期で挽回している。消費の通年化が進み、以前のように夏が駄目ならその年は終わりという業界体質は完全に過去のものとなった。

形態別の動きを見ると、カップでもスティックでもない、「その他一般」の進捗が2ケタ増と一番高かった。一口タイプやサンドタイプ、飲むタイプなど、従来の形態にとらわれないアイスの商品開発が進み、市場も継続的に伸びている。相関関係にあるのか、代表的なカップタイプは4～5％減だった。

また、最終盤でコロナの影響を受け、業務用は13％減と大きく落ち込んだ。

# カゴメ 名古屋本社ビル建替え

## 外観に社名由来「籠（かご）の目」

建物低層部の外観は、社名の由来である「籠の目」をモチーフに

新社屋の外観イメージ

カゴメは、名古屋市中区錦三丁目にある名古屋本社ビルを建て替える。本社ビルは、1962年6月の竣工から58年が経過しており、老朽化が課題だった。そこで経営方針である「働きやすく、働きがいのある会社」を目指すため、職場環境の改善を図るため建て替えることになった。工事は7月に着手し、2022年7月の竣工を予定している。

新社屋は地下1階・地上11階建てで、地下1階から5階はカゴメグループが使用し、6階から上はテナントを誘致する予定。建物低層部の外観やエントランスは、錦三丁目の新たなシンボルとして親しんでもらえるよう、社名の「カゴメ」の由来であるトマトを収穫する際の「籠（かご）の目」をモチーフに採用する。商標として使用していた六角形の星がトマトを収穫する際の「籠の目」に似ていることから、1963年に社名を「カゴメ」とした。

執務スペースは、ミーティングスペースを広く確保することで、コミュニケーションの活性化を促し、新たなアイデアの創出を図る。1階には大きなトマトキッチンスタジオを設置し、新商品発表会や料理講習会などに活用する。

新社屋住所は愛知県名古屋市中区錦三丁目14番15号（現住所と同じ）。新社屋が完成するまでの一時移転先住所は〒460－0008 名古屋市中区栄三丁目1番1号 広小路本町ビルディング7階・8階（7階カゴメアクシス、カゴメ健康保険組合、8階カゴメ名古屋支店）。電話番号および FAX番号は現在使用している番号と変わらない。移転先の業務は7月27日開始。

# 登板

## ハチ食品 社長 高橋 慎一氏

# 生産供給体制を強化 新たな販路 常に開拓

ハチ食品は江戸時代に薬種問屋として創業した老舗企業。20世紀初めに日本で初めてカレー粉を製造した企業としても知られている。6月19日に新社長に高橋慎一氏が就任した。少子化や家庭での調理機会減少を背景に、カレー市場では売上金額でレトルトがルウを逆転した。ハチ食品もレトルト食品を中心に売上げが順調に拡大している。

同社のレトルトカレーはディスカウントやドラッグ、百円均一など比較的低価格のチャネルに強い。高橋社長も自社の強みを「低価格でも満足できる味と品質を実現する、開発からストオペレーション」にあると語る。

しかし、近年は大手N Bもドラッグやディスカウントなどのチャネルに対応した商品を強化している。また、カレー同様に好調なレトルトパスタソースでも、同社は低価格帯でシェアは高いが、今後競合が激化すること は容易に想像される。

常に開拓する意識が重要」と話す。

ハチ食品の課題については「生産供給体制の強化」と語る。長きにわたり出荷量の拡大が続いており、各工場の製造能力は限界に近付いている。

一昨年の水害では協力工場が被害を受け、一部商品の製造ができなくなった。今後、成長を続けるためには有事にも安定的に商品を供給できる体制を確立することが求められる。9月には駒ヶ根工場の増設が完成する。製造ライン自体の増設ではないが、製品倉庫、原料倉庫、前処理施設を強化することで生産性向上を図る。まだ計画段階だが、レトルトラインの増設も検討している。

コロナ禍によりレトルトカレー、レトルトパスタソースの市場規模が拡大した。「売上げの3割を占める業務用が厳しかった。家庭用でも3～5月は増大する受注にお応えできないことも多く、物流費もかさみ利益面で苦しい部分もあった。

しかし、初めてハチ食品の商品を利用した消費者も多く、ハチ食品の商品を知ってもらう機会となったのでは」と話す。

地元関西では知名度がありカバー率も高いが、首都圏など他のエリアでは定番での採用は低くハチブランドの浸透は十分ではない。今後は東日本でもシェアを高めたいと考えており「日本で初めてカレー粉を作ったメーカーとして、スパイスの加工技術を極め商品開発・販売に生かすことで他社との差別化を目指す」方針だ。

## 逆光線

今夏は猛暑予想。〝日傘男子デビュー〟のキャッチコピーもここ数年はすっかりお馴染みとなってきたが、今年は熱中症予防だけでなく、新しい生活様式における「ソーシャルディスタンス（社会的距離）を保つのに最適」との謳い文句が踊る▼朝夕の通勤風景や日中の人出も、緊急事態宣言の解除を受けて、徐々に従前の様相を取り戻してきた。筆者の住む地域は首都圏のようなラッシュはないが、その分距離を置いて座ろうとするので、中途半端に隙間ができる。空いているスペースに座ろうとすると、噛みつくような視線を向ける人を時折見る▼また、マナー啓発運動の成果で一時期は減っていた、大きなリュックを背負ったままの姿も増えてきた。背後で窮屈な思いをしている人がいても我関せずで、「これで良いのか」と言わんばかりの疲れが、知らぬ間に心に暗い影を落としていたようだ。

理論を盾にする。ただ、それに強い苛立ちを覚える自分にもハッとした。これではまるで「自粛警察」と同じではないか。コロナ禍に「自粛警察」と同じ

きょうの業界天気図
カレー
うすぐもり
内食増加で家庭用市場に追い風。レトルト中心に安定成長。
きょうの主な内容
5 中国版
6～8 カレー特集

ヤマモリ
THAI DANCE
タイカレーシリーズ 全9品が レンジ対応パウチになり 更に便利になりました！

家庭で楽しめる タイクックシリーズ も充実
ヤマモリ株式会社
本社 〒511-8711 三重県桑名市陽だまりの丘6-103
商品企画開発部 〒105-0014 東京都港区芝2-3-18 YM芝公園ビル3F
TEL.03-6324-1205

おいしさと健康 Glico
まるでプロがじっくり 煮込んだようなコクと香り

【プレミアム熟カレー 中辛】
【甘口】
【辛口】
【ハヤシ】