

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(代)
東京 都営浅草線大塚1-21-8
郵便番号 104-0042
電話 03(3552)3756-4031
名古屋市中区丸の内2-10-11
リゾルの内9番 305号
郵便番号 460-0002
電話 052(221)5391(代)
(支 局) 広島・福岡
© 食品新聞社 2020
THE JAPAN FOOD NEWS
創設 1947年 年刊 33,348円

CVS不振で大苦戦

海苔需要の約3割を占めるCVS向けがコロナ禍で大幅減を強いられている。CVSの来店客数が4月から7月まで約15~20%減少し、重要商品のCVSおにぎりが売れていない。家庭用海苔は巣ごもり消費で伸びているが、業務用のマイナスを穴埋めするには程遠い。海苔市場はここ数年の相場高騰を克服しつつあったが、レベル違いの苦境が襲ってきた。

海苔

今年4月に終漁した2019年度海苔共販は前年比約10%増の89億8千円を起すとして見送られた。また、昨年の相場高騰は続いたが、今年はCVS不振が響いて、平均単価はさらに上昇して13円40銭と約40年ぶりの高値を付けた。本業に昨年に続いて値上り(専ら)約24%増の約80億枚(専ら)約13億4000万枚と約40年ぶりの高値を付けた。本業に昨年に続いて値上り(専ら)約24%増の約80億枚(専ら)約13億4000万枚と約40年ぶりの高値を付けた。

需要に直撃

CVS向けはV向けが一番大きいはさらにながらある。贈答に納入する海苔企業が業界大手を中心に10~20社ほどいるが、来店客数の減少に合わせ、7月の納入実績は前年比15~25%減となっている。チェーンによる需要の減少は、海苔業界が最も懸念している。CVS向けはV向けが一番大きいはさらにながらある。贈答に納入する海苔企業が業界大手を中心に10~20社ほどいるが、来店客数の減少に合わせ、7月の納入実績は前年比15~25%減となっている。

ジャンクフードからの脱却

スナック市場 2大メーカー各自路線で

スナック市場は数年、コモディティ化や低価格化が進み低迷していた。しかし市場の60%強を占める2大メーカーは、それぞれ独自の商品開発でスナック市場の活性化に注力中。コロナ禍において消費者の健康意識はさらに高まり、変化も加速。スナックのジャンクイメージを脱却し、「健康志向」のユーザーの層に目を向け、商品の開発が求められる。2社ともに消費者ニーズを反映した商品を開発している。そのための味も変わる。



スナック棚には「健康志向」など消費者のニーズを反映した商品も並ぶ

スナックは消費者が原点を求め、健康志向の商品へシフトしている。2大メーカーはそれぞれ独自の路線で商品開発を進めている。そのためには味の調整も必要となる。消費者ニーズを反映した商品を開発している。そのための味も変わる。

この人と30分



健康食品、医薬品の普及した。同社は健康食品大手のA.P.I. (岐阜県 総合受託企業を標榜し、岐阜市野々垣孝彦社長) 医薬品事業には1997年から、前期(2020年8月)から参入している。新型コロナウイルスを背景に増加している、コロナウイルスでは健康食品の需要が急増している。健康食品の需要は、以前よりも高まっている。健康食品の需要は、以前よりも高まっている。

一般食品用原料にも着手

変化対応で過去最高益

健康食品は4月に単月新・原価システムによる過去の最高売上高となったが、5月以降は8月は省人化、ロボット化を促進し好結果となった。ハードウェアよりもソフトウェアの開発が重要。健康食品の需要は、以前よりも高まっている。健康食品の需要は、以前よりも高まっている。

健康食品の需要は、以前よりも高まっている。健康食品の需要は、以前よりも高まっている。健康食品の需要は、以前よりも高まっている。健康食品の需要は、以前よりも高まっている。

新しいカテゴリーにもチャレンジしており、食料不使用の「ラブレ」や「ポテトの素」を開発し、ポテトチップスに抵抗感のある層を取り込んでいる。「罪なきからあげ」は大豆たんぱくで作ったスナック。CVS限定で発売したが、消費者の要望も高く9月下旬にリニューアルした。消費者が時代を求める健康価値の追求は今後も続く。社会貢献は「JAPANA」や「ポテト」がある地域と取り組む。地域の課題をポテトチップスによって解決し、地域のブランドを育てていく。日本の食文化や風土、歴史と伝統があった魅力を活かしてスナック市場を活性化させたいという思いから同ブランドを立ち上げた活動が続いている。



CHIMAY Pères Trappistes

逆光線
新型コロナウイルスの影響で、オンライン対面会議が少なくなった。在宅勤務が主流となった。オンライン対面会議が少なくなった。在宅勤務が主流となった。

環境に配慮して 包装材料を減らしました。



海洋プラスチックごみを減らすことを目的に環境省が実施している「プラスチック・スマート」キャンペーンに参加しています。

「米菓」から「BEIKA」へ 岩塚製菓株式会社