

2021年
(令和3年)

1月13日

(第三種郵便物認可)
昭和23年4月15日

毎月3回発行
(第1,2,3回曜日)

今号の特集

- ▷新春ご挨拶 ②~④面
- ▷菓子特集 ⑥~⑦面
- ▷食用油特集 ⑧面

中部飲食料新聞社ホームページ
<http://chuin.net/>【業界情報発信中】

▽
和歌山県出身▽
1970年4月23日生
役社長に就任予定
（株）サンライズ代表取締
役長の神吉康成氏は取締役
部長が2月21日付で就任する。
現代表取締役社員食品本部長▽
14年取締役執行役員食品事
業部長▽16年常務執行役員
取締役執行役員人事総務
本部長▽19年専務取締役執行
役員担当本部長▽20年常務
執行役員担当本部長兼営業
本部長



大桑弘嗣氏（現代）

オーネック

新社長に大桑弘嗣氏

大桑弘嗣氏（現代）
社長に大桑弘嗣氏（現代）
表取締役副社長兼営業本
部長が2月21日付で就任す
る。現代表取締役社員食品本
部長▽19年専務取締役執行
役員担当本部長▽20年常務
執行役員担当本部長兼営業
本部長

とし、1月9~11日の3連休の感染状況を踏まえて判断するが、緊急事態宣言は避けられないとの見通しだ（1月8日時点）。

請することも視野に入れて検討せざるをえない」

月は2月7日までの約1ヶ月

自粛を求める一方で、学

校の休校は外されてい

るもので、飲食店の営業

時間の短縮や夜間の外出

拡大が広がり、医療が逼

迫している状況に対応す

るもので、飲食店の営業

時間の短縮や夜間の外出

宣言を昨年4月に続き再

発令した。首都圏の感染

状況が広がり、医療が逼

迫している状況に対応す

るもので、飲食店の営業

時間の短縮や夜間の外出

拡大が広がり、医療が逼

迫している状況に対応す

るもので、飲食店の営業

時間の短縮や夜間の外出

拡大

20年振り返り
日本社で会見を行い、次の通り説明した。
20年振り返り
オリンピックによる景気浮揚や前年の天候不順の巻き返しなどを期待する。各社員が使命感を持ち、リモートワークなど新たな働き方も進めた。商品供給に努めたほか、新たな動きは変化する生活に対する外的にはありました。



アサヒ飲料〈米女社長〉 激動の2020年を振り返る

アサヒ飲料の米女太一
社長は20年12月17日に東

21年の年頭にあたり謹んで新年のごあいさつを申し上げます。21年を展望しますと、新型コロナウイルス感染症が早期に終息することが想定されます。コロナ禍は日本企業に対して、これまで潜伏化している経営課題を引き彌りにし、また顕在化していく課題をより顕著なものとしており、その傾向は本年も継続するものと考えております。代表

謹んで新年のお慶びを申し上げます。日清製粉グループでは長期ビジョンである「NI COMPASS for the Future」に基づき、当社は「Prime Mea tor (食の求道者)」のビジョンのもと、中長

2021年 新年のごあいさつ



健康価値の提供

社長 松田 克也

的なものとしましては、経営全般においては、デジタル化や働き方改革の進展であり、食品業界においては、健康や安全・安心への意識の一層の高まりなどがありますが、企業には変化に対しても柔軟に適応することが求められています。

当社グループは、「明治らしい事業運営とサ

治ならではの健康価値の提供」を経営の軸に据え、お客様の生活の充実に貢献するとともに、本業を通じて社会課題の解決

を意図として再認識し、明治らしさの事業運営とサ

イタル化や業務プロセス

を重点ドメインと捉え、べく努めてまいりました

お客様の期待に応えることを意図してまいります。

本年は延期された東京オリンピックが開催され、大会が安全に開催され、食育活動や当社商品

の刷新に取り組み、スピードを意識した経営スタイルを実現することで、新たな明治に進化することを目指してまいります。

本年は延期された東京オリンピックが開催され、大会が安全に開催され、食育活動や当社商品

の刷新に取り組み、スピードを意識した経営スタイルを実現することで、新たな明治に進化することを目指してまいります。

本年も当社は安全・安心の商品を安定的にお届けする社会的使命を果たしていくとともに、企業としてのコンプライアンスを遵守し中長期戦略を確実に実行し、持続的成長を図っていく所存です。

最後になりますが、皆様のご健

康環境地域」とした

全国トマト加工品業公正取引協議会

副会長 森山國分

佐々木淳一透晃

平均一透晃

日本加工食品卸協会

副会長 森山國分

佐々木淳一透晃

日本加工食品卸協会

副会長 森山國分

佐々木淳一透晃

日清フーズ株 ブランドの価値向上

社長 小池 祐司

期戦略である「事業構造の転換」(収益基盤である常温家庭用製品を維持・強化しつつ業務用プレミックス・冷凍食品事業の拡大)、「価値の創造」(簡便「本格」健康)をテーマとした付加価値製品の開発・育成、「海外への進攻」を今後もしっかりと推し進めて参ります。

日清フーズ事業においてはコロナ禍においても「簡便」「本格」「健康」をテーマとした付加価値製品の開発を推進し、家庭内需要の増加に対応した多くの新製品を上市しました。「スマート・イエストの価値向上」や他社との連携・コラボにも注力しています。コロナ禍本年は、特に「ブランドの価値向上」や他社との連携・コラボにも注力しています。コロナ禍において消費者の生活様式や食のスタイルは大きく変化していくなか、市場の変化にアンテナを張

くるお好み焼&チヂミセット」、家庭で本格イタリアンが楽しめる冷凍ワンディッシュパスター「青の洞窟」レギュラー品の全面リニューアル、トップシェール・トレイ付

ZIAを発売しました。本年は、特に「ブランドの価値向上」や他社との連携・コラボにも注力しています。コロナ禍本年は、特に「ブランドの価値向上」や他社との連携・コラボにも注力しています。コロナ禍において消費者の生活様式や食のスタイルは大きく変化していくなか、市場の変化にアンテナを張

り、柔軟に対応した施策を実行していきます。

本年も当社は安全・安心な製品を安定的にお届けする社会的使命を果たしていくとともに、企業としてのコンプライアンスを遵守し中長期戦略を確実に実行し、持続的成長を図っていく所存です。

最後になりますが、皆様のご健

康環境地域」とした

全国トマト加工品業公正取引協議会

副会長 森山國分

佐々木淳一透晃

日本加工食品卸協会

副会長 森山國分

佐々木淳一透晃

日本加工食品卸協会

副会長 森山國分

佐々木淳一透晃

日本加工食品卸協会

副会長 森山國分

佐々木淳一透晃

申し上げます。日清製粉グループでは長期ビジョンである「NI COMPASS for the Future」に基づき、当社は「Prime Meat Investor (食の求道者)」のビジョンのもと、中長

期戦略である「事業構造の転換」(収益基盤である常温家庭用製品を維持・強化しつつ業務用プレミックス・冷凍食品事業の拡大)、「価値の創造」(簡便「本格」健康)をテーマとした付加価値製品の開発を推進し、家庭内需要の増加に対応した多くの新製品を上市しました。「スマート・イエ

トナカ食」をテーマとした「簡便」調理をサポートする「日清カップ」でつ

けるお好み焼&チヂミセット」、家庭で本格イタリアンが楽しめる冷凍ワンディッシュパスター「青の洞窟」レギュラー品の全面リニューアル、トップシェール・トレイ付

ZIAを発売しました。本年は、特に「ブランドの価値向上」や他社との連携・コラボにも注力しています。コロナ禍本年は、特に「ブランドの価値向上」や他社との連携・コラボにも注力しています。コロナ禍において消費者の生活様式や食のスタイルは大きく変化していくなか、市場の変化にアンテナを張

り、柔軟に対応した施策を実行していきます。

本年も当社は安全・安心な製品を安定的にお届けする社会的使命を果たしていくとともに、企業としてのコンプライアンスを遵守し中長期戦略を確実に実行し、持続的成長を図っていく所存です。

最後になりますが、皆様のご健

康環境地域」とした

全国トマト加工品業公正取引協議会

副会長 森山國分

佐々木淳一透晃

日本加工食品卸協会

副会長 森山國分

佐々木淳一透晃

日本加工食品卸協会

副会長 森山國分

佐々木淳一透晃

日本加工食品卸協会

副会長 森山國分

申し上げます。日清製粉グループでは長期ビジョンである「NI COMPASS for the Future」に基づき、当社は「Prime Meat Investor (食の求道者)」のビジョンのもと、中長

期戦略である「事業構造の転換」(収益基盤である常温家庭用製品を維持・強化しつつ業務用プレミックス・冷凍食品事業の拡大)、「価値の創造」(簡便「本格」健康)をテーマとした付加価値製品の開発を推進し、家庭内需要の増加に対応した多くの新製品を上市しました。「スマート・イエ

トナカ食」をテーマとした「簡便」調理をサポートする「日清カップ」でつ

けるお好み焼&チヂミセット」、家庭で本格イタリアンが楽しめる冷凍ワンディッシュパスター「青の洞窟」レギュラー品の全面リニューアル、トップシェール・トレイ付

ZIAを発売しました。本年は、特に「ブランドの価値向上」や他社との連携・コラボにも注力しています。コロナ禍本年は、特に「ブランドの価値向上」や他社との連携・コラボにも注力しています。コロナ禍において消費者の生活様式や食のスタイルは大きく変化していくなか、市場の変化にアンテナを張

り、柔軟に対応した施策を実行していきます。

本年も当社は安全・安心な製品を安定的にお届けする社会的使命を果たしていくとともに、企業としてのコンプライアンスを遵守し中長期戦略を確実に実行し、持続的成長を図っていく所存です。

最後になりますが、皆様のご健

康環境地域」とした

全国トマト加工品業公正取引協議会

副会長 森山國分

佐々木淳一透晃

日本加工食品卸協会

副会長 森山國分

佐々木淳一透晃

日本加工食品卸協会

副会長 森山國分

佐々木淳一透晃

日本加工食品卸協会

副会長 森山國分

申し上げます。日清製粉グループでは長期ビジョンである「NI COMPASS for the Future」に基づき、当社は「Prime Meat Investor (食の求道者)」のビジョンのもと、中長

期戦略である「事業構造の転換」(収益基盤である常温家庭用製品を維持・強化しつつ業務用プレミックス・冷凍食品事業の拡大)、「価値の創造」(簡便「本格」健康)をテーマとした付加価値製品の開発を推進し、家庭内需要の増加に対応した多くの新製品を上市しました。「スマート・イエ

トナカ食」をテーマとした「簡便」調理をサポートする「日清カップ」でつ

けるお好み焼&チヂミセット」、家庭で本格イタリアンが楽しめる冷函ワンディッシュパスター「青の洞窟」レギュラー品の全面リニューアル、トップシェール・トレイ付

ZIAを発売しました。本年は、特に「ブランドの価値向上」や他社との連携・コラボにも注力しています。コロナ禍本年は、特に「ブランドの価値向上」や他社との連携・コラボにも注力しています。コロナ禍において消費者の生活様式や食のスタイルは大きく変化していくなか、市場の変化にアンテナを張

り、柔軟に対応した施策を実行していきます。

本年も当社は安全・安心な製品を安定的にお届けする社会的使命を果たしていくとともに、企業としてのコンプライアンスを遵守し中長期戦略を確実に実行し、持続的成長を図っていく所存です。

最後になりますが、皆様のご健

康環境地域」とした

全国トマト加工品業公正取引協議会

副会長 森山國分

佐々木淳一透晃

日本加工食品卸協会

副会長 森山國分

佐々木淳一透晃

日本加工食品卸協会

副会長 森山國分

佐々木淳一透晃

日本加工食品卸協会

副会長 森山國分

申し上げます。日清製粉グループでは長期ビジョンである「NI COMPASS for the Future」に基づき、当社は「Prime Meat Investor (食の求道者)」のビジョンのもと、中長

期戦略である「事業構造の転換」(収益基盤である常温家庭用製品を維持・強化しつつ業務用プレミックス・冷凍食品事業の拡大)、「価値の創造」(簡便「本格」健康)をテーマとした付加価値製品の開発を推進し、家庭内需要の増加に対応した多くの新製品を上市しました。「スマート・イエ

トナカ食」をテーマとした「簡便」調理をサポートする「日清カップ」でつ

けるお好み焼&チヂミセット」、家庭で本格イタリアンが楽しめる冷函ワンディッシュパスター「青の洞窟」レギュラー品の全面リニューアル、トップシェール・トレイ付

ZIAを発売しました。本年は、特に「ブランドの価値向上」や他社との連携・コラボにも注力しています。コロナ禍本年は、特に「ブランドの価値向上」や他社との連携・コラボにも注力しています。コロナ禍において消費者の生活様式や食のスタイルは大きく変化していくなか、市場の変化にアンテナを張

り、柔軟に対応した施策を実行していきます。

本年も当社は安全・安心な製品を安定的にお届けする社会的使命を果たしていくとともに、企業としてのコンプライアンスを遵守し中長期戦略を確実に実行し、持続的成長を図っていく所存です。

主力のチヨコレートの大好きな商戦のヤマ場となるバレンタインでは、2月14日が日曜日の週末型であることから手作りシリーズが高まると予想。さらに新型コロナウイルスに伴う家庭での菓子調理機会や意識の高まりも手作りニーズの後押しとなると見込まれるため需要を取り込みに注力する。取り組みテーマとして①ファミリー・ティーンに『家ナカバレン』として、

チヨコレート大作戦

主要メーカーの動向

新型コロナウイルス感染症拡大の影響は、菓子市場にも大きな影響を及ぼしている。

とにおける立地店や駅店の需要が減少し、休日の影響も加わりパートタイルタイプ商材は伸び悩んでいる模様。屋外で食会が多い飴や錠菓、ガムは一部健康系が健闘するも全体では厳しい状況だ。このほか、インバウンド需要の減少や観光の人出減により土産物連商品が減少するなど昨年の菓子市場は大きな変化が見られた。

販売施策面では、消費者の店内滞在時間の短縮化で店頭やパッケージ開

の進化を提案するが、超えるが、ローラー橋の建設は、まさに「スケールの壁」を乗り越えた傑出した実績だ。このプロジェクトは、日本の技術力と国際的な視野を示す重要な一歩となるだろう。

明治は「オンラインチコレートフォーラム20」を昨年12月8日開催した。同フォーラムでは商品ヤーナリストの北村森の監修の下、全国の10代の男女600人を対象

大袋・徳用品、定番 フレンド回調

20年の菓子市場は新型コロナウイルス感染拡大が消費者行動に大きな変化を与え、各事業者は商品供給とともに、新たな消費変化への対応に努めた。

東子の消費動向に変化

リーを目指すトニーズ社の日本初の正規代理店となり、「トニーズ・チヨコロンリー」商品の発売をスタートさせた。

すつと
かわらな
い



【クイズで当たる!】
スコットは、「○○○の麻婆豆腐の素は発売50周年を迎えた」の空らんに当てはまる漢字3文字を答えて応募する。抽選で7千名に同社商品詰合せやオリジナルエコバッグが当たる。クローズド懸賞【マークで当たる!】コースは商品パッケージの「今日もおいしく」マーク2枚1口(一部商品は3枚1口)を集め、応募する。

味の素社は、「プラントベースドミート」(植物由来の代替肉・以下PBM)の普及を目指す取組の一環として、PBMの原料となる、大豆由来の植物肉の開発・製造・販売を手がけるスタートアップ企業のDAIZU(株)(熊本市／従業員38名／設立15年2月)と投資契約を締結、資本参加(約一億円出資)を行つたと発表した。

世界的に植物由来の代替肉のDAIZUに資本

味の素社は、「プラントベースドミート」(植物由来の代替肉・以下PBM)の普及を目指す取組の一環として、PBMの原料となる、大豆由来の植物肉の開発・製造・販売を手がけるスタートアップ企業のDAIZU(株)(熊本市／従業員38名／設立15年2月)と投資契約を締結、資本参加(約一億円出資)を行つたと発表した。

世界的に植物由来の代替肉が注目され拡大している。

味の素社は、「プラントベースドミート」(植物由来の代替肉・以下PBM)の普及を目指す取組の一環として、PBMの原料となる、大豆由来の植物肉の開発・製造・販売を手がけるスタートアップ企業のDAIZU(株)(熊本市／従業員38名／設立15年2月)と投資契約を締結、資本参加(約一億円出資)を行つたと発表した。

世界的に植物由来の代替肉が注目され拡大している。

「ゼロミート」
丼小売チエーンで採用
大豆を使
用ゼロミートハンバ
ー製品「ゼ
グ」が、イオン東北が運
びで、営するマックスバリュの
のみなら
弁当「口コモコ丼（大豆
外食向け
ミートハンバーグ）」に
ネルへの
東北地方で初めて採用。
いる。
スタート販売で消費者から
大きな評価を獲得、12月
2日より80店舗に販売が
た「業務
、市場は
同社では
同社の「おいしさ設計技
術」を活用しソリューシ
ョン提案を実施。加工食

届けるとともに、地球環境保護や美味しく健康的な食生活の貢献に努める。拡大された。

丸美屋食品工業は、毎年恒例の正月キャンペーントとして、「麻婆豆腐の素」発売50周年も記念した「丸美屋家族の初夢キャンペーン」を1月1日～2月15日まで実施している。

丸美屋食品
現金100万

『ルック』新商品育成
不二家 チョコレート『ルック』は、昨年秋の新商品『ルック3ホワイトラバーズ43g』に注力する。同品はフイアンティース・バニラ・プレミアムの3種のホワイトチョコを食べ比べができることがコンセプト。TVC M投下やデジタル配信などで盛り上げている。また、主力商品「ルックア・ラ・モード12粒」はバレンタイン限定のハートフレームデザインを展開。手書きでメッセージを書き込んで想いを伝えられる。このほか、バレンタインを自分で楽しむ女子に向けて「ハートのご褒美ルック

ピスタチオ35g』を1月26日に新発売。ピスタチオスティーツのトレンドを取り込んだ商品内容で、20~40歳代女性の自分消費需要を喚起する。

『ミルキー』は昨年秋、主力『ミルキー袋120g』を環境に配慮した紙包包に変更した。ぬり絵」を楽しめるようなパッケージとなり好評を得ている。

自然なミルクの美味しさと柔らかい新食感が特徴の『やわらかピュアミルキー袋80g』も発売以来好調に推移している。

アメリカーサイズの大袋菓子は内食化で需要が拡大。育成商品『ホールパイ大人のリッチチョコ22枚』等を中心に量販店への拡販に注力する。

主力商品「アルファベットヨコレート」はこ
数年、細かく碎いた薄
きクレープをヨコヨコで
んだ「アルファベット
ヨコレート」が好評。
た、「アルファベット
ヨコレート 2つの苺」
期間限定販売している
大袋ヨコレートは
人気のフランス菓子を
メージした新商品「フ
ランタンショコラ」
に注力。香ばしいアーモ
ンドを入れたザクッと
た食感を楽しめ、キャラ
メリ風味を特徴とする
また、「チーズイーツチ
コレート」「つぶより苺
ヨコレート」「マカダミ
チヨコレート」「ナツツ
ヨコレートコレクシ
ン」等の各種商品も展開
箱入りタイプのチヨコレ
ートは、大豆プロテ
ンを配合して健康感も
い「プロチ」を昨年秋に

「ガーナピンク」発売
チヨコレートは、バレンタインデー商戦に向けて商品や販促を展開していく。主力商品『ガーナ』ブランドは近年、バレンタインや母の日などに合わせて手作り需要を喚起させてきたが、コロナ禍で在宅需要が拡大したことから、新常態の生活シーンに同ブランドを定着させるべく様々な取り組みを行う考えだ。

直近の商品展開では、バレンタインを可愛く演出するこの時期だけの限

く質13gと食物纖維が入った「ピタ」の2品を販売している。このほか、アルコール分が入ったスティックチョコ「ワンドバー」シリーズや、エアインチョコ「ぷくぶくたん」の新発売に新発売した。「ガーナホワイト」にいちごパウダーを練り込み本格的で甘酸っぱい苺味に仕上げ、パッケージはピンク色基調としている。このほかのチョコレートは毎年好得の冬季限定の「ラミー」と「バッカス」が今シーズンも好調に推移している。ガム商材は昨年12月、

キャンディは「沖縄のきびとう生姜飴80g」、チャーミングキャンディ80g、「ポリスハニー」のど飴80g」を新発売。子供用菓子「おさるのジョージ」つくろう!手づくりブリッジも展開する。

**むし歯のない社会へ。
LOTTE キシリトールガム**

食品初!
日本歯科医師会推薦商品

◎XYLITOL®

愛知県椎茸商業協同組合

事務局 名古屋市中村区名駅5丁目18番9号（株中部飲食料新聞社 内）
電 話：052（571）7116 FAX：052（571）7118

会社 伊勢丘商店 永井海苔 株式会社

株式会社 磯美人 名古屋中央乾物 株式会社
王将椎茸 株式会社 西山商事 株式会社
有限会社 木村商店 株式会社 浜乙女
株式会社 テラジン 合名会社 森川弥六商店



5月5日は「わかめの日」です

～わかめの消費啓蒙活動に取り組んでいます～



「W-1 グランプリ」では、下北沢駅周辺でのわかめPR活動の実施、下北沢成徳高校でのレシピコンテストに協力しています。日本わかめ協会では、安心・安全な美味しい「わかめ」を消費者へお届けするために活動しています。会員へ向けての品質指導や生産環境の改善に取り組むなど、確かな品質の維持向上に努めています。



日本わかめ協会
Nippon Wakame Association

今期は内食化が進行するなかで家庭用食用油市場が大きく拡大している。汎用油カタゴリーでは「日清キヤノーラ油ナチュメイド」「日清キヤノーラ＆アマニ油」「日清ヘルシーオフ」といった付加価値性のあるアイテ ムが好評を得た。またごま油も大幅な拡大を示す。このほか、こめ油も着実に浸透が進んでおり、昨年秋に発売した900



サプライ的オイル提案強化

コロナ禍による内食化の進行を受けて家庭用を中心とし、業務用は外食店の不振などから苦戦を強いられたが、加工用は好調に推移した。

近年はキヤノーラ油などのレギュラー油において、健康性などを付加した差別化商材が好評を得ている。コレステロールなどのカットや健康油をブレンドした商品などに加え、最近ではこめ油が日常使いに適した健康油として高い人気を得てい

20年の食用油市場は、工口が禍によつて内食需要が高
え家庭用製品が好調に推移し、なかでも健康性を付加
ごま油は大きく伸長した。一方、オリーブ油は引き続き
大容量で安価な輸入商材が増加しており金額ベースの
たアマニ油やえごま油といったサブリオイルは着実に進

付加価値品への移行進む
各種メニュー提案で活性化

る。またオリーブ油は引き続き堅調に推移しており、20年の市場規模も拡大したと見られる。ただ、オリーブが主要生産国で豊作となつたことで安価な輸入商材が増加しており、価格の低下が課題となつてきている。ごま油は内食化の進行により大きく拡大しており、特に若年層の購入経験率が大幅に増加している。このほか、アマニ油やえごま油といったサブリオイルは、T-V番組で取り上げられる機会の減少などで市場は縮小したが、健康意識が高まるなかで着実な浸透が続いている。

主要各社は今年も引き続き、レギュラー油で付加価値商材の提案を強化していく方針にある。昨今の消費者の油に対する意識は、体に良い油を積極的に摂取することへと変わつており、そのなかで付加価値品へのシフトはさらに加速していくと見られる。オリーブ油はここ数年、料理にかける提案が好評を得てきたが、今後は炒め物や揚げ物など加熱調理における大容量製品の訴求を行う

たキヤノーラ油や
室調に推移するも、
場は伸び悩む。ま
透が進んでいる。

コロナ禍により家庭内の調理機会が上昇したことで、キヤノーラ油やこま油など購入経験率の高い油の使用量が増加し好調に推移した。また外食機会が減少したことでも、若年層の取り込みもつながったようだ。オリーブ油ではトマトと組み合わせた推奨販売が好評を得た。

20年1~10月家計調査
支出金額が大幅増
家計調査による20年1~10月の食用油支出動向は、支出金額が9.3%増の9.3%増の7309gと、まさに拡大した。コロナ禍での内食化の進行による家庭用製品の好調が表れており、特に緊急事態宣言の発令された4~5月は、支出金額が2ケタ増し、独特の風味が苦手な人へ健康成分が摂取できることを訴求していく。

る定着に向けて、朝食での活用など使用の習慣づけを図る。さらにドレッシングなど食用油以外の製品での使用を通し間口の拡大を進めていく。新型コロナウイルスの感染対策により試食やマネキンといった販促施策が行えないなかで、POPに

「ブルミルズ」化。クセを抑えた味わいの「AJINOMOTO Euro olive」が好調に推移し、新たに揚げ物や和食などにも使いやすいあつさりとした「Light」を発売する。

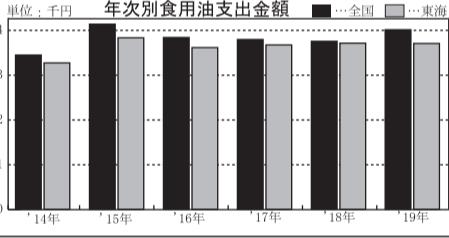
The chart displays the annual expenditure on cooking oil across two regions: National (black bars) and East Sea (gray bars). The Y-axis represents expenditure in thousands of yen, ranging from 0 to 4. The X-axis shows the years from '14 to '19. In all years, the national expenditure is slightly higher than the East Sea expenditure.

年	全国	東海
'14年	3.5	3.3
'15年	3.8	3.7
'16年	3.8	3.6
'17年	3.8	3.6
'18年	3.8	3.6
'19年	3.9	3.6

状況によつては価格改定が必要となる可能性もある。そのため製販とも、食用油の付加価値や機能性訴求を打ち出し、適正価格での販売が重要である。オリーブは安定推移すると見られるが、店頭では大容量の安価な輸入商材が増加しており、国

大豆・菜種高騰が予想

容量タイプの発売が予定されてい



The logo for NISSHIN Oillio. It features the word "NISSHIN" in a bold, black, sans-serif font above the word "Oillio", which is written in a larger, stylized, italicized black font. Below "Oillio" is a small, thin horizontal line. At the bottom of the logo is a curved, dark gray swoosh graphic.

鮮度のオイルかけごー!



