2021年（令和3年）
6月1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,第2,第3火曜日）

今号の特集

▷中京地区 有力問屋特集 ④～⑦面
▷卸を支える業界団体 ⑧～⑨面
▷ソース特集 ⑩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】

第3408号
発行所
中部飲食料新聞社
名古屋市中村区名駅5－18－9
電話（052）571－7116代表
FAX（052）571－7118
東京支局
東京都中央区日本橋横山町1-4 203
電話（03）5614－7531
FAX（03）5614－7532

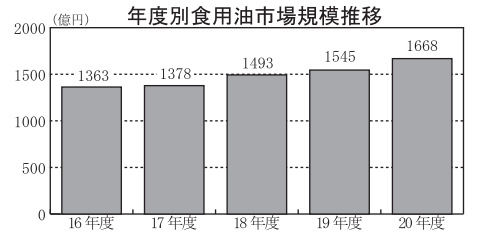
中部飲食料新聞

大正から 食を伝えて100有余年

20年度食用油市場
過去最高を更新
内食機会の増加などが寄与

日清オイリオグループは、20年度の食用油金額市場規模が一六六八億円、前年比8.0％増で着地したとの推計を発表した。

かつては敬遠されがちであった食用油だが、近年は必要な栄養素としての認知も高まり市場は拡大、20年度の市場も一六〇〇億円を突破し過去最高を更新。拡大の要因として、コロナ禍に伴う内食機会の増加、健康性やおいしさといった価値訴求が奏功したと見られる。



カテゴリー別の動向は、キャノーラ油は11％増の四三八億円と2ケタ増と好調で、調理機会拡大の影響が強く見られた。一方、近年は大幅な伸長が続き食用油内の市場規模トップであったオリーブ油は0.7％増の四三一億円と堅調、キャノーラ油が再び市場規模1位となった。ごま油は使用機会が大幅に拡大し24・2％増の三六八億円。こめ油が健康性や味覚などの特性が浸透し33・9％増の一〇三億円と一〇〇億円の大台を突破。このほかサプリ的オイルは9.3％減の一九〇億円と減少するも、アマニ油は引き続き一〇〇億円規模を超え、美容や運動に役立つことが期待されるMCTオイルは115・3％増と大きく伸長した。

なお、主要カテゴリーでの1～2年前と比較した使用量の変化については、オリーブ油で33・3％、アマニ油で49・2％、ごま油で26・5％、こめ油で48・3％が増加したと回答。オリーブ油及びごま油は「いろいろな料理に使うようになった」、アマニ油では「自分や家族の健康に配慮して」、こめ油では「使用する食用油のタイプが変わった」との意見が多く聞かれた。

バローグループ
新中期3ヵ年経営計画策定

バローグループは新たな中期3ヵ年経営計画（22年3月期～24年3月期）を策定した。

19年3月期～21年3月期の中期経営計画は定量目標の「営業収益六八〇〇億円、経常利益二一〇億円」「ROA5.6％以上、ROE7.7％以上」を達成。スーパーマーケット事業の既存店の収益改善にも成果をだした。一方で継続的な課題として経営効率の改善があり、グループ横断的な商品力の向上などの取組みを進めていく。

新たな中期経営計画は同社グループでは2030年を見据えた中長期経営方針「バローグループ・ビジョン2030」「サステナビリティ・ビジョン2030」の実現に向けたもの。重点施策として【商品力の向上】【顧客との接点強化】【生産性の改善】に取り組み、サステナビリティ・マネジメントとして【グループ・ガバナンスの強化】【脱炭素社会の実現と食品廃棄物の削減】に取り組む。定量目標は「営業収益七八〇〇億円、営業利益二九〇億円、経常利益三一〇億円」「ROE9.3％、ROIC6.3％、D／Eレシオ0.6倍」を設定。

田代会長兼社長は終了した前中期経営計画について「事前に変化の予想など様々な議論を行っており新型コロナという予想外の要因はあったが、全体的には予想した方向で変化した。それに対して。数値の動きはあるが変化に上手く適応できており対応力がついてきたと感じている。しかし変化は予想以上の大きさであり、もう一段階対応力を高めていくことが大きな課題となる」と総括。

新たな中期経営計画について「長期計画の『バローグループ・ビジョン2030』『サステナビリティ・ビジョン2030』の2つがグループとして一番重要な課題であり、その実現のために3年間の中期計画を策定した。サステナビリティの実現に向けて具体的な取組みが非常に重要。3ヵ年の数値目標はあるが、ビジョン2030は数値だけでなく数多くの変化が生じるので、それらの変化に対応できるかどうかが大事となる」と述べた。

J―オイルミルズ
「ビオライフ」独占輸入・販売

J―オイルミルズは、プラントベースフードで世界的に有名なUpfield GEC Limited（アップフィールド社）との間で「Violife（ビオライフ）」ブランド製品の独占輸入・販売に関する提携を締結した。

同社は食を通じた独自の価値創造に取り組み、価値ある製品を届けることで、おいしさ、人々の健康、社会や環境の負荷抑制に貢献している。その取組みの一つとして植物性の原材料を使用した乳系PBF（乳製品を植物性原材料で代替した製品）市場参入することとし、アップフィールド社の子会社が開発した「ビオライフ」ブランドの製品の日本国内における独占輸入・販売契約を締結した。

今回のアップフィールド社との提携により「ビオライフ」で国内の乳系PBF市場に参入、21年4月に新設したスペシャリティフード事業部内の関連する事業とのシナジー効果創出を図る。

味の素社
農産物ECスタートアップ企業の坂ノ途中に出資

味の素社は、農産物ECスタートアップ企業の㈱坂ノ途中に出資した。これにより同社は坂の途中の株主として事業成長を支援するとともに、販売している野菜やスペシャリティコーヒー豆などを活用した新事業モデルの検討を開始する。なお、今回の出資は同社のコーポレートベンチャーキャピタルの第一号案件となる。

坂ノ途中は低環境負荷の農業に取り組む新規就労者や東南アジアの森林減少防止に寄与するスペシャリティコーヒー豆の生産者等を支援し、小規模ならが高品質・低環境負荷の農法で栽培された野菜のセットやコーヒー豆のサブスクリプション販売を行い、この支援活動を通じて独自に構築された生産者とのネットワークや同社の取り組みや製品を強く支持する顧客層を強みとしている。

同社グループの保有する商品力や知見と坂ノ途中の保有する生産者や顧客とのネットワークの共有により新たな価値提供の可能性が検討でき、EC販売の領域に豊富な経験を有する坂ノ途中との取組みで消費者との新たな接点が期待できることから今回の出資となった。

日本加工食品卸協会
インボイスへの対応まとめた手引き公開

日本加工食品卸協会は、インボイス制度への対応方針をまとめた「インボイス制度対応―企業間取引の手引き（第一版）」を協会ホームページに公開した。

今後、協会では手引きに掲載した考え方に基づき、メーカーや小売・外食業との相互の認識共有に向けて、様々な協議を行っていく。

同協会はかねてより「インボイス制度対応専門部会」を設置し、23年10月より導入される適格請求書等保存方式（インボイス制度）の対応を検討してきた。今回、現時点での加工食品卸売業者としての対応方針をまとめた手引きを作成し、ホームページに掲載した。

平和堂
交野市と災害時の必要物資の提供で協定締結

平和堂は、大阪府の交野市と地震などの災害発生時での生活に必要な物資などの供給に関する「災害時等に必要な物資の調達に関する協定」を締結した。

同社と交野市は事前に災害への備えを協働して行うことで、地域の顧客や地域社会に甚大な被害が発生した際、緊密な連携のもと被災者への支援を実施し地域社会の復興に貢献し続ける。これにより地震や風水害、その他の災害が発生、または発生する恐れがある場合に、同社は交野市からの要請に基づき、可能な範囲で優先的に食料品や日用品などの物資の提供を行う。

同社は今回の交野市との協定により災害時における生活必要物資の調達支援に関する協定の締結先（自治体）が、総計50ヶ所となった。なお、大阪府内では4ヶ所目。

街角経済
ボーナスの期待

6月の企業は夏のボーナス準備期を迎えて忙しい。今夏は「コロナ禍」のなかにあって、昨年を上回れない厳しい支給額のようであるが、それでも夏最大の関心事の到来である。

多くの企業では4月に取り組んだ昇給に続いて人件費対策の考え時、実施時期である。

小規模企業では春の賃上げが1％程度という中、今夏のボーナスの期待は如何だろうか。企業は今、「コロナ不況」のなかにあって先行きの見通しがはっきりしない。国の資金繰りの支援策に頼っての『企業の緊急事態？』下での経営のところも多い。

だから①時代の見通しがはっきりしない②不況である③営業時間の短縮④消費意欲が低迷している⑤外出自粛要請だ――といった商業環境が最悪のなかにあって、「ボーナスの支給どころではない」という声も当然ある。

それでも早かった梅雨入りとともにボーナスの支給額の話題の季節を迎えてきた。

（大橋隆士）

食と地域に特化して社会と
共生できる企業を目指します。
総合食品商社
株式会社 中部メイカン
取締役社長 小寺 仁康
本 社／大垣市大井4丁目25番地の5
本 部／岐阜県岐阜市柳津町流通センター1丁目1の4
TEL（058）279-3231（代表） FAX（058）279-3120
中部メイカングループ
株式会社メイカングループ 西濃酒類販売 株式会社
株式会社磯 美 人 CMDフーズ 株式会社

マルヤマ
伝～統 おいしいお付き合い
で～んと

マルヤマ おつまみセット
乾物・総合食品商社
西山商事株式会社

マルヤマ 田吾作セット
マルヤマ印製造元
株式会社 まるやま
〒454-8533 名古屋市中川区富田町大字千音寺16割 TEL.052-431-8451(代)