食品産業しんぶん
発行所 食品産業新聞社
本社 〒110-0015 東京都台東区東上野2-1-11 サンフィールドビル8F 電話(代表)03(6231)6091 Ⓕ03(5830)1570・1571
大阪支局 〒530-0044 大阪市北区東天満1-11-15 若杉グランドビル別館 電話(代表)06(6881)6851 Ⓕ06(6881)6859
購読料 (6ヵ月)24,150円

注目高まるハラル食品

通常品に比べて高付加価値

イスラム教徒(ムスリム)用の食品であるハラル食品に対する注目が高まっている。教義に則った処理や使用原料などに制約のあるハラル食品は付加価値が高く、世界に18億人ともいわれるムスリムが消費する食品だけで5800億ドルともいわれる巨大市場だ。マレーシアやブルネイは国家戦略としてハラル食品の輸出振興を進めている。マレーシアでは優遇措置を受けられるハラルパーク(工業団地)も用意している。

(4面以降に中国・アセアン進出企業特集)

ハラル認証マークのついた小児用ミルク(日本企業にて)

日本国内の食品市場は人口減、高齢化などにより縮小が避けられない状況にあることから、中国などへの海外市場を目指す食品メーカー、外食、小売企業が珍しくない。そうした中、ここ1~2年、日本企業にも注目されているのがハラル食品だ。

すでにマレーシアやインドネシアなどのイスラム国でハラル認証を受けて域内需要だけでなく、輸出まで行っている企業は多い。さらに、アセアン自由貿易協定を利用し、タイやベトナムといった非イスラム国家で生産して域内イスラム諸国へ輸出する成功例も出ている。また、非ムスリムにとってもハラル食品は安心・安全のよりどころにもなっているようで、これらの人々の購入例も増えているという。

中国は巨大市場で魅力も大きいが、カントリーリスクがあることも確か。そこでアセアンや南アジアに今後、進出を検討する食品企業もでようが、こうした企業にとって「ハラル」は一つのキーワードになることは間違いない。

大きい市場 規模も特徴

ハラル食品はムスリムがイスラム法上で食べられる食品のこと。一般的には豚肉を含まない食品などと言われるが、実際には豚肉由来のエキスや酵素も認められないし、牛など他の畜肉にしても定められた方法で処理しなければならない。

さらに加工・流通過程でもハラルとハラム(禁止された食品)を峻別することが求められる。この結果、ハラル食品は通常品に比べて付加価値が高いものになる。

市場規模が大きいことも特徴だ。ムスリム人口は世界人口の20%以上、18億人と言われ、その食品需要だけで計算上は年間5800億ドルに達する。貧困などの理由により、この需要の全てが認証されたハラル食品ではないようだが、東南アジア、西アジアなど経済発展によって、ハラル食品の需要が高まっている。また西欧や北米、中国南部には購買力のある多くのムスリムが居住している。

こうした点を考慮して、マレーシアやブルネイは国家戦略としてハラル食品の輸出振興を進めている。通常、ハラル食品の認証は各国の宗教団体等が行っているが、マレーシアは国家規格をもとにハラル食品公社が認証、ブルネイは国家機関である宗教省が認証する。これにより、イスラム国家の宗教団体や西欧や中国のムスリムからハラル食品としての信頼を得ようというものだ。実際、マレーシアの認証は中近東のイスラム国家でも通用しているという。

食品企業の誘致で ハラルパーク建設 マレーシア

またマレーシアは優れた技術を持つ食品企業を誘致するため、ハラルパークをいくつも建設しており、所得税や輸入税の優遇措置を行っている。

すでに味の素や大塚製薬、森永乳業などハラル認証を受けて活動している企業があるが、マレーシアの制度を活用して10年夏からキユーピーがハラル認証のマヨネーズなどを生産、一部は輸出を開始している。

新しいおいしさ提案

「じゅわり」ウインナーなど 新商品89品を紹介

伊藤ハム

伊藤ハムは1月26~27日の2日間、品川プリンスホテルアネックスタワー・プリンスホールで伊藤ハムグループ「2012年春のご提案の会」を開催した。2日間で2200人の来場を予定、関西会場(1月31日~2月1日、ANAクラウンプラザホテル神戸)の1800人をあわせ、合計で前年を10%上回る4000人の来場を予定している。

堀尾守社長

同提案会では、「Creating New Value(CNV) 食価値の創造」をテーマに、ハムソーセージ83商品(うち新商品27商品)、調理品153商品(60商品)、ギフト16商品(2商品)、合計で252商品、うち新商品89商品を紹介した。昨年に比べ、新商品は25商品、全体で81アイテム増加した。会場では、最初に「いちおし」の5商品を展示、ゆっくり見て試食してもらってから、チャネル別、コンセプト別の展示会場をみてもらうという2段階の展示方法とした。同社は、2012年春の食のトレンドを①堅実消費(賢く消費、身近に本格)②コト消費(プチ楽しい、キズナ実感)③個別化消費(わたし対応、健康配慮)――と分析、これに対し①お客様の安心や信頼に応えるブランドロイヤリティー強化②消費動向をとらえる創造的な新しい価値の提案③企業姿勢として食育・エコ・ユーザビリティー・社会貢献――とのコンセプトに基づいた提案を行った。

「いちおし」商品では、①コラーゲンケーシングを使い、より満足してもらえるようウインナーの新しい「おいしさのかたち」を提案する「じゅわり 特級ポークウインナー」②好評の「ベルガヴルスト」シリーズに追加した大判ソーセージ(ブラックペッパー、バジル)③ちょっとした贅沢がメニューに付与できる「つるし黒胡椒ベーコン」など「つるしブロック」シリーズ④新しい成形機で製造した「サクッ!チキ スパイシーフライドチキン」⑤メインディッシュとして満足できる「合挽きハンバーグステーキ2p」を紹介した。

構造改革を進め、来年度以降アクセルを踏む 堀尾守社長

26日には、堀尾守代表取締役社長、池内博昭取締役常務執行役員加工食品事業本部事業本部長らが記者会見した。その中で堀尾社長は、「今期は、中期経営計画CNV2015の初年度だが、CNVはまさしく今回の提案会のタイトル。食を創造し、新しい食の価値をつくる意気込みで提案している。厳しい状況が続くが、中期計画に基づき構造改革を進め、新しい価値を提供し続けることで拡販していきたい。CNVの進ちょくは順調に進み、構造改革から成長戦略に切り替えていく。中食・外食マーケットに、新商品開発力を高め、収益性を上げていく。構造改革をきっちり進め、来年度以降アクセルを踏んでいきたい」と、中期計画の進ちょくなどを説明した。

池内常務は、「年末ギフトは全体で95%とみられるが、ハムソーはこれを1~2%下回ったとみられ、当社もハムソー市場と同様の結果となった。その中で伝承シリーズがほぼ予定通りの数字だったが、ローストビーフ、その他のブランドは苦戦した。アッパーな伝承を強化したことで、平均単価は7円プラスとなった。一方、プロパー市場は、アルトバイエルンが2ケタの伸びで、ベルガヴルストも140%以上と好調だった。クリスマス商戦も日並びが良く予想以上で、年末はブロック商品が良いが、今回はつるしベーコンを入れ、大きく伸ばした。ギフトが苦戦もハムソートータルでは前年をオーバーした。中食・外食向けは、7月以降、ハムソー類を中心に10%以上伸長した。フランク類はコンビニ向けが好調、コンビニ向けファスト商品、デリカ向けが150%と好調だった」と述べた。

市販用ベビーチーズ強化

明太子味追加、おつまみ好調

宝幸

宝幸のロルフ事業部(チーズ)は、昨年本格参入した市販用チーズの更なる強化、売上拡大に乗り出す。ベビーチーズに3月5日から「おとなのベビーチーズ明太子味」を追加するほか、売れ筋の袋入りスモークチーズのキャンディタイプをリニューアルし、また常温タイプのカップ入りレアチーズケーキをチーズ増量して久しぶりに刷新するなど、市販用市場の中でロルフブランドの訴求力を高めて、売上増につなげる。

ロルフ事業部は約9割が業務用だが、昨年から市販用にも注力しており、市販用市場でスライスチーズに次ぐボリュームゾーンであるベビーチーズ(4個入)の参戦で、店頭でじわじわと存在感を高めている。今回の明太子味は、お酒のつまみ用途に絞り込んだ大人用で、やわらか食感がうりの既存3品が子供などのおやつ向けに対し、ターゲットを明確に分けているのが特徴。

お酒と一緒に、を強調する明太子味のベビーチーズ

「ピリッとした辛さの中にさわやかに香るゆず風味と、おとなのベビーチーズという言葉のインパクトにこだわった」(同事業部)。

リニューアルしたスモークチーズ、レアチーズケーキは、いずれもパッケージにロルフブランドのロゴを大きく配置し、店頭で目立つようになっている。

なお同社業績の現在のけん引役はロルフ事業であり、都内開催の日本ハム展示会でもチーズを使った居酒屋メニュー向け冷凍食品や、チーズ入りソーセージなどが多数目立った。ロルフ事業部は12年度も業務用と市販用両輪で事業基盤固めに一層注力していく構え。

「野菜をもっと食べよう」

愛菜ちゃんがカゴメのイベントでアピール

「愛菜の日」(1月31日)を前にした28日、この記念日を制定・登録したカゴメは都内でPRイベントを開催、野菜好きの芦田愛菜ちゃんが「野菜をもっとたくさん食べましょうね」とアピールした=写真。

小篠亮コーポレート・コミュニケーション本部長は「冬季の野菜摂取が通常時の8割程度に減少することから愛菜の日を定めた。特に減少する緑黄色野菜を摂って、バランスの取れた食生活をいていただきたい。全国の小売店200社・6000店舗に協力していただき、野菜摂取の提案を行う」と述べた。

舞台に登場した愛菜ちゃんは野菜のたっぷり入ったミネストローネをおいしそうに食べていた。

きょうの紙面から

ホームページ http://www.ssnp.co.jp
購読お申し込み 0120-81-4493

シグナル

企業の存続を親目線で思う

先週末、職業体験型テーマパークのキッザニア東京(東京都江東区)を訪れた。開園して5年だが多くの親子連れで賑わっており、集客力の高さは健在だ。パーク内では、子どもたちがハンバーガーやピザ作りに挑戦するほか、パイロットや消防士、サッカー選手など、様々な職業人になりきるわけだが、わが子を見て「将来、どれだけの職業・企業が生き残るだろうか」と考えてしまった。

厚労省の国立社会保障・人口問題研究所はこのほど、長期的な日本の人口動向を予測した「将来推計人口」を公表し2060年の人口は8674万人、うち65歳以上が39・9%の3464万人となり、少子高齢化が加速すると発表した。

毎年、食品・飲料メーカーには、消費者にとって身近な存在であることから入社希望の学生が多く集まる。だが、多くのメーカーは資材・原料の高騰によるコストアップと熾烈な価格競争という課題に直面し、利益を確保するのに必死な状況だ。これに加えて、人口減少で胃袋が少なくなり、老年人口の増加で一人当たりの消費量が減っていく中、食品は魅力ある業界であり続けられるだろうか。時代を生き抜く確かな中・長期的ビジョンが求められる。

キッザニアに集まるのはほとんどが小学生。その子たちが就職活動を行う頃の12年後には、65歳以上が推計で3割を超えるという。リクルーティングの面からも、食品業界の利益体質への変化は待ったなしだ。(菊池)

本紙集計　2011年輸入酒 銘柄別ランキング ❷

単位：1c/s、※＝本紙推定

順位	銘柄	2011年	2010年	輸入業者
337	ドミニク フーシェ	180	-	徳岡
337	ラ・ベル・ピエール	180	-	ワールドリカープランニング
339	ベレール ウィ	175	-	徳岡
340	ロベール サルネ	170	-	徳岡
341	カロンセギュール	169	-	徳岡
342	シャトー・ド・ムルソー	165	-	リラックス
343	ムーラン プリンス	164	100	リラックス
344	レグナー	162	178	サカツコーポレーション
345	ヴォコレー	155	105	サカツコーポレーション
346	ペルヴィラン　フレール	155	-	徳岡
347	ル・ヴュー・スーショ	152	-	マヴィ
348	ドメーヌ サンニコラ	150	200	木下インターナショナル
348	シャトールラズ	150	-	リラックス
350	Ｃｈレスコンブ	148	-	徳岡
351	バール フレール	136	118	サカツコーポレーション
352	アンリ・ド・ヴィラモン	134	131	コニシコーポレーション
353	ドメーヌ・コンビエ	130	-	リラックス
354	ユージェーヌ・メイエー	129	-	マヴィ
354	ダルマイヤック	129	-	徳岡
356	ルイ エシャノール	125	250	サカツコーポレーション
357	セニャール・ド・ポミエ	124	-	マヴィ
358	プロヴァンス地方	100	-	カーブかない屋
358	パトリック・ボードアン	100	150	木下インターナショナル
358	ドメーヌ フランソワ・シデーヌ	100	150	木下インターナショナル
358	ドメーヌ ロジェ・ラサラ	100	100	木下インターナショナル
358	ドメーヌ ジョルジュ・シコト	100	70	木下インターナショナル
358	ＣＶＢＧ	100	100	サカツコーポレーション
358	ドメーヌ・デュ・ムーランナヴァン	100	-	マヴィ
358	シャトー・ソーリエール	100	-	リラックス
358	シャン・ド・ラベイ	100	-	リラックス
358	シャトー・ヴァニエール	100	-	リラックス
358	パヴィヨン・ラ・ボリー	100	-	リラックス
358	コスティエール・エ・ソレイユ	100	100	中川ワイン販売
370	ドメーヌ ビゾ	60	50	木下インターナショナル
371	ドメーヌ パスカル・エ・ニコラ・ルヴェルディ	50	150	木下インターナショナル
371	ドメーヌ アンリ・ジェルマン	50	70	木下インターナショナル
371	アルフォンス・メロ	50	50	木下インターナショナル
371	ドメーヌ　コス・メゾヌーヴ	50	50	木下インターナショナル
371	ル・ルフュージュ	50	-	マヴィ
371	フランスワインその他	50	136	中川ワイン販売
377	ナス ジョンストン	25	50	サカツコーポレーション
378	フェリックス シャブリ	20	30	サカツコーポレーション

★ドイツワイン

順位	銘柄	2011年	2010年	輸入業者
1	ドイツワイン	32,000	32,000	メルシャン
2	Ｓ・シュロスベルグ	16,500	15,000	国分
3	ツェンツェン(ＰＢなど)	15,000	5,800	日本酒類販売
4	モーゼル＆ライン	10,299	12,764	稲葉
5	マリエンゴールド	8,871	948	コルドンヴェール
6	マイバッハ	8,464	7,336	モトックス
7	レー・ケンダーマン	6,600	8,200	日本リカー
8	レーケンダーマン	6,200	6,000	サッポロビール
9	ジョセフ・ドラーテン	5,300	2,600	ドウシシャ
10	モーゼル地域	5,194	3,771	ヘレンベルガー・ホーフ
11	アレンドルフ	5,000	5,700	センチュリートレーディング
11	ナイトミュージック	5,000	5,000	日食
13	ライヒスラート	4,102	-	徳岡
14	ドラーテン	4,000	5,000	アサヒビール
15	ファルツ地域	3,801	2,590	ヘレンベルガー・ホーフ
16	カールマイスター	3,346	2,626	スマイル
17	ゲブリューダー・シュテッフェン	3,198	3,036	モトックス
18	レッドヘヴン	3,136	3,920	コルドンヴェール
19	グートロイトハウス	2,800	5,500	白鶴酒造
20	モーゼルラント	2,700	1,000	月桂冠
21	ブルーナン	2,600	5,000	巴ワイン・アンド・スピリッツ
22	カール ハインツ	2,529	4,584	コルドンヴェール
23	ブルーヘヴン	2,446	2,647	コルドンヴェール
24	ブルーフィッシュ	2,389	-	グローバルコンセプト
25	ドルンフェルダー	2,346	954	リカーマウンテン
26	バーデン地域	2,170	1,980	ヘレンベルガー・ホーフ
27	ザンクト・ミヒャエル・ヴァインケラライ	2,137	2,594	モトックス
28	Ｊ＆Ｈ　ゼルバッハ	2,100	3,100	飯田
28	ペーター・メルテス/ドムヘレンベルク	2,100	6,500	月桂冠
30	モーゼルランド	1,800	2,000	三国ワイン
31	バロン　ルートヴィヒ	1,700	2,200	巴ワイン・アンド・スピリッツ
32	クロスター	1,582	288	モトックス
33	ジンマーマン　グレーフ&ミューラー	1,400	3,000	三菱食品
33	ルドルフミューラー	1,400	1,400	明治屋
35	モーゼルランド	1,260	810	モトックス
36	モレナ	1,200	-	セントミハエル　ワイン&スピリッツ
37	シュナイダー	1,100	600	日本酒類販売
38	フランツレー	1,000	2,000	キッコーマン
39	フランケンワイン	857	980	ムラタ栄興
40	フランケン	800	600	月桂冠
41	ミッテルライン地域	770	659	ヘレンベルガー・ホーフ
41	フランケン地域	770	1,053	ヘレンベルガー・ホーフ
43	ブルーナン	758	748	コルドンヴェール
44	ＳＴ．アーバン	528	620	コルドンヴェール
45	ルイス・ガントラム	500	400	木下インターナショナル
46	ラインガウ地域	454	610	ヘレンベルガー・ホーフ
47	ケスラー ツィンク	392	-	ワールドリカープランニング
48	Ｄｒ．ツェンツェン	286	381	コルドンヴェール
49	リンクリン	275	-	ラシーヌ
50	ラインヘッセン地域	270	250	ヘレンベルガー・ホーフ
51	Ｓ．Ｋ．エーバーバッハ	255	300	コルドンヴェール
52	ショーンレーバー　ブリュームライン	250	350	木下インターナショナル
53	ドイツ　エステート　ワイン	200	450	日本リカー
54	キルシェングートゥ・ヴォルフ	50	50	木下インターナショナル
55	ファルケンベルク		47,000	サントリー

★イタリアワイン

順位	銘柄	2011年	2010年	輸入業者
1	イタリアワイン	455,230	429,031	モンテ物産
2	ＭＡＳＩ、ほかイタリアワイン	197,000	185,700	日欧商事
3	ファルネーゼ、他	106,129	89,691	稲葉
4	イタリアワイン	90,000	143,000	メルシャン
5	センシィ	70,500	28,000	三菱食品
6	ゾーニン	56,000	54,000	アサヒビール
7	フォロナリ他イタリアワイン	49,500	57,000	明治屋
8	サルバライ、シェンク	33,000	24,500	日本酒類販売
9	フェウド・アランチョ	31,841	26,000	モトックス
10	アンティノリ/プルノット	28,000	21,000	アサヒビール
11	ルーチェ、ほか	27,500	26,200	日本リカー
12	ヴィラ モリーノ	26,646	8,001	コルドンヴェール
13	オスコ	19,906	18,560	スマイル
14	モンカロ	19,600	14,500	飯田
15	チェヴィコ	17,166	9,195	アグリ
16	ジュンティ	17,000	18,000	センチュリートレーディング
17	カビッキオーリ	11,800	13,000	飯田
18	サルトーリ	11,752	12,243	モトックス
19	カステラーニ	10,656	-	ワールドリカープランニング
20	ヴィヌムレックス	10,280	23,770	健興通商
21	ヴィラダンテ	10,000	7,000	日食
22	ベリーニ	9,727	9,893	スマイル
23	カンティーン・ソルド	8,000	12,000	巴ワイン・アンド・スピリッツ
24	フレスコバルディ	7,660	-	エノテカ
25	ラリナム	7,545	4,950	モトックス
26	ジャコバッティ	7,000	7,000	三井食品
27	キアルリ	6,945	6,076	コルドンヴェール
28	グラーティ	6,441	5,305	モトックス
29	パスクア	6,300	56,000	国分
30	パラッツォ ヴェッキオ	6,045	1,998	コルドンヴェール
31	ルイジ・レオナルド	5,500	1,200	白鶴酒造
32	ナターレ・ヴェルガ	5,200	5,200	三国ワイン
33	ガルシア・カリオン	5,100	7,500	巴ワイン・アンド・スピリッツ
34	ピッチーニ	5,072	-	東京ヨーロッパ貿易
35	サルトーリ	5,071	4,028	コルドンヴェール
36	その他のイタリアワイン	4,870	4,793	スマイル
37	パリオ	4,718	4,506	モトックス
38	ガヤ	4,186	-	エノテカ
39	ディ・ヴィーノ	4,140	3,050	ベルーナ
40	コンティ・ゼッカ	4,076	5,606	モトックス
41	サンアントニオ	3,630	3,320	モトックス
42	デコ	3,462	2,983	モトックス
43	ドゥエティッリ	3,446	-	ワールドリカープランニング
44	ロッカ	3,400	3,600	飯田
45	ルフィーノ	3,380	2,328	コルドンヴェール
46	ディ	3,250	3,550	モトックス
47	ロンディーヌ	3,000	3,000	日食
47	Ｂビルナバイナス、他	3,000	-	日本酒類販売
49	モンテグエルフォ	2,896	1,892	コルドンヴェール
50	ル　ピアッツェ	2,890	1,924	コルドンヴェール
51	チェスコン	2,750	2,600	リラックス
52	バタジオーロ	2,709	2,135	コルドンヴェール
53	チェッキ	2,600	2,500	三国ワイン
54	カルピネート	2,400	1,200	オエノングループ
54	テッラ　ヴォーナ	2,400	2,400	コルドンヴェール
56	モンテ・アンティコ	2,200	2,500	三国ワイン
57	コローシ	2,199	1,870	モトックス
58	キリエラ	2,175	1,744	モトックス
59	マッキオーレ	2,042	1,662	モトックス
60	ソーライ	2,002	7,960	コルドンヴェール
61	ルカレッリ	1,999	1,999	コルドンヴェール
62	エラ	1,900	1,550	モトックス
63	テレザ・ライツ	1,897	1,461	モトックス
64	ニコレッロ	1,837	750	モトックス
65	ラ・カチャトーラ	1,659	-	リカーマウンテン
66	サンタ・マッダレーナ	1,652	1,819	モトックス
67	トゥア・リータ	1,630	1,067	モトックス
68	マストロベラルディーノ	1,572	2,139	モトックス
69	マルケーゼ デ ペトリヴィラ	1,488	-	セントミハエル　ワイン&スピリッツ
70	ボナッキ	1,475	-	ワールドリカープランニング
71	ロッカ　デッレ　マチエ	1,454	723	アプレヴ・トレーディング
72	イタリアワイン	1,446	-	カーブかない屋
73	サルヴァドーリ	1,410	-	徳岡
74	エスト・エスト・エスト	1,400	1,350	モトックス
74	モンテ・スキアーヴォ	1,400	-	モトックス
76	グレヴェペーザ	1,334	1,392	モトックス
77	ヴィエ・デ・ロマンス	1,303	1,219	モトックス
78	カンパニオーラ	1,300	3,000	サッポロビール
79	アドリア・ヴィーニ	1,250	-	徳岡
80	サン・シルヴェストロ	1,220	1,044	モトックス
81	ヴァッレ デラカーテ	1,200	300	飯田
81	テヌータ モンテティ	1,200	400	飯田
81	マルシリアーナ	1,200	853	モトックス
84	サンテロ	1,176	1,919	モトックス
85	テッレ・チェビコ	1,149	750	モトックス
86	カンパニョーラ	1,107	-	徳岡
87	ゴレッティ	1,105	440	モトックス
88	レ・コンテッセ	1,100	1,000	飯田
89	カザルボルディーノ	1,099	715	サカツコーポレーション
90	モランド	1,015	-	徳岡
91	ヴァルド	1,000	1,000	キッコーマン
91	ア・マーノ	1,000	1,000	三国ワイン
93	ラルコ	998	466	ラシーヌ
94	テッレ ディ ボー	915	-	ワールドリカープランニング
95	ヴァッレ・デッラッソ	900	997	ラシーヌ
95	マタネ	900	600	三国ワイン
97	テデスキ	800	600	オエノングループ
98	サンジョベーゼ プーリア	756	-	リカーマウンテン
99	フラゴリーノ	717	-	リカーマウンテン
100	パオロ・マンゾーネ	712	-	徳岡
101	ファゾーリ・ジーノ	677	210	ラシーヌ
102	サンカイオ	650	350	木下インターナショナル
103	カンティナガラッソ	640	-	ワールドリカープランニング
104	トリンケーノ	620	-	ラシーヌ
105	ノッツォーレ	604	608	スマイル
106	ニコラ・マンフェッラーリ	600	200	ラシーヌ
107	カステラーレ	585	-	徳岡
107	テヌータ　ディ ブルキーノ	585	-	ワールドリカープランニング
109	コロレード	530	440	リラックス
110	ベラヴィスタ	517	-	エノテカ
111	イタリアワイン	475	481	アグリ
112	プンセット	459	217	ラシーヌ
113	トマス＆ギーセン	450	200	ラシーヌ
114	カーザフラッシ	450	-	ラシーヌ
115	チェンナトイオ他	420	1,100	日本酒類販売
116	テルッツィ＆ピュトー	410	400	三国ワイン
117	カステラーニ	400	1,148	アグリ
117	タウラージ04	400	-	リカーマウンテン
119	モンティチーノ　ロッソ	388	463	アグリ
120	エリオ・アルターレ	359	-	ラシーヌ
121	フォッサマラ	355	-	ワールドリカープランニング
122	イル・パラッツィーノ	335	-	ラシーヌ
123	ロッケ・ディ・マンゾーニ	308	-	徳岡
124	ボッカディガッビア	250	-	ラシーヌ
125	アラルディカ	250	350	リラックス
125	オットマッツォ	250	-	リラックス
127	サンタソフィア	236	-	サカツコーポレーション
128	サルヴァドーリ ヴィラ シルヴィア	235	-	ワールドリカープランニング
129	イタリアワインその他	170	300	中川ワイン販売
130	トスカーナ地域	150	125	ヘレンベルガー・ホーフ
131	フリーニ	140	60	三国ワイン
132	ルイジ・エイナウディ	130	100	三国ワイン
133	カシーナ・イル・ミリン	107	100	マヴィ
134	ヴィラ・ヴェスコヴィレ	99	-	アプレヴ・トレーディング
135	テッラ ムーザ	50	-	マヴィ
136	ガヴィロ		146,000	サントリー
137	ボッラ		16,000	サントリー

★スペインワイン

順位	銘柄	2011年	2010年	輸入業者
1	プリンス・デ・バオ	178,300	113,600	ＣＧＣ(シジシージャパン)
2	王様の涙、ほかスペインワイン	156,000	160,000	日本酒類販売
3	ドンシモン	87,306	58,674	コルドンヴェール
4	ガルシア・カリオン	78,200	60,000	サッポロビール
5	ヴィーニャカロッサ	56,000	43,000	三菱食品
6	ヴィニャペーニャ	53,511	29,794	コルドンヴェール
7	トーレス	50,000	52,000	サントリー
8	ガルベイ	27,000	22,000	国分
9	フェルナンド カストロ	25,656	-	ワールドリカープランニング
10	モンテラーゴ	25,349	7,599	コルドンヴェール
11	マス・デ・モニストロル他	23,222	18,274	稲葉
12	その他のスペインワイン	23,000	26,000	メルシャン
13	アンディマール	19,349	14,083	コルドンヴェール
14	アルマグロ	19,192	16,037	スマイル
15	ボルサオ	19,000	25,000	メルシャン

輸入洋酒特集　4～7面

2011年 輸入酒通関累計

スティルワイン　数量・金額増が6カ国に

ワイン

2L以下のワイン　2011年の通関数量と金額

	2011年	数量(L)	前年比	金額(1,000円)	前年比	CIF単価
1	フランス	50,454,820	107%	36,075,436	104%	715
2	イタリア	28,260,310	114%	11,215,143	110%	397
3	チリ	24,174,709	113%	6,113,201	103%	253
4	スペイン	15,813,823	116%	3,776,746	110%	239
5	アメリカ合衆国	9,260,136	106%	5,241,607	99%	566
6	オーストラリア	6,405,343	86%	2,808,295	90%	438
7	ドイツ	3,493,386	120%	1,531,442	99%	438
8	アルゼンチン	2,489,562	102%	834,311	100%	335
9	南アフリカ共和国	1,619,645	60%	512,830	56%	317
10	ニュージーランド	782,798	105%	693,500	106%	886

スパークリングワイン　2011年輸入通関数量と金額

	2011年	数量(L)	前年比	金額(1000円)	前年比	CIF単価
1	フランス	9,533,038	101%	22,241,599	103%	2333
2	スペイン	5,603,691	104%	2,694,830	98%	481
3	イタリア	5,026,833	114%	2,520,611	111%	501
4	アメリカ合衆国	1,218,190	90%	464,747	90%	382
5	オーストラリア	1,084,931	100%	635,194	101%	585
6	チリ	906,441	121%	316,253	112%	349
7	メキシコ	544,320	137%	189,797	125%	349
8	ドイツ	284,622	88%	147,756	80%	519
9	南アフリカ共和国	248,356	75%	101,172	70%	407
10	アルゼンチン	189,248	99%	75,077	95%	397

旧大陸3カ国が前年を上回る伸び
「ボジョレー」低価格化進む

国別に見ると、前年23%の大幅増となったチリが、昨年も13%の2ケタ増。一方で、上位10カ国中、前年を上回る伸びを見せたのは、イタリア(14%増)、スペイン(16%増)、ドイツ(20%増)の3カ国。いわゆる旧大陸だったことは興味深い。前年は3%減だったフランスも、今回は7%増に回復した。金額ベースで見ても、前年2ケタ減だったトップのフランスをはじめ、イタリア、スペインなど旧大陸上位3カ国がプラスに転じており、「数量増、金額減」が顕著だった市場にも変化の兆しが見られる。

新大陸の中では、南アフリカが前年のワールドカップ特需の反動で4割減と大きく数を落としたほか、オーストラリアも前年に続き2ケタ減となった。

ただし、オーストラリアの場合は、「タティアラ」のようにバルクで輸入され、日本でボトリングされる商品は入っておらず、前年の17倍になったオーストラリアからのバルクワイン輸入量を加えると、数量では約4%減と、市場規模そのものが大きく縮小したわけではない。さらにCIF単価を見ると、オーストラリアとニュージーランドのオセアニア2カ国だけが増となっている。市場規模は小さいながらもCIF単価が最も高いニュージーランドは、前年の伸びこそ下回ったが、5%増となった。

アメリカは数量の伸びは変わらないものの、金額では前年割れ。ただしアメリカも、バルクワインの輸入量が前年比18%増となっており、バルクで輸入され、国内でボトリングされる商品を中心に数を伸ばしている模様だ。

流通系直輸入商品が価格を競うボジョレーヌーヴォーは、昨年ついに500円を切った。11月のフランスからのワイン(2ℓ以下)の航空貨物は、9ℓ換算で59万c/sとなり、数量ベースでは前年の55万c/sを上回ったが、1ℓあたりのCIF単価は734円と、前年の7%減、さらに前々年比では2割減と、低価格化が進んだ。ペットボトルに関しては、ボジョレーワイン委員会が数年前から「品質にふさわしいガラスボトルを」と、禁止の方向で動いていたが、昨年も実現には至らなかった。低価格競争については、「客引きのためのおとりとして使われるのは残念」と遺憾の意を示しているが、低価格がボジョレーヌーヴォーの数量増に貢献したことは間違いない。

スパークリングワインは、前年は上位10カ国中9カ国で2ケタ増を記録したが、今年2ケタ増になったのは3カ国のみ。昨年同様、関税撤廃・引き下げにより価格面で優位なチリとメキシコは、数量面・金額面で2ケタ増と伸びが目立つ。

また、2010年唯一前年割れとなり、スペインに2位の座を譲ったイタリアが、11年は14%増、500万ℓ超と伸長。スティルワインと同じく、ワールドカップの反動で、南アフリカは2ケタ減となった。

数字は小さいが、10位以下では、11位ポルトガル、12位オーストラリアが、ともに14%増となっている。

流通系ＰＢで韓国がトップに

ビール

ビールの2011年通関数量

		2011年	2010年	前年比
1	大韓民国	11,820,692	1,364,226	866%
2	メキシコ	6,348,489	5,829,310	109%
3	アイルランド	4,864,739	4,738,616	103%
4	オーストラリア	3,673,363	4,601,815	80%
5	ベルギー	2,708,368	2,495,544	109%
6	ドイツ	2,661,701	2,018,211	132%
7	アメリカ合衆国	1,982,391	1,518,827	131%
8	英国	1,468,699	1,338,870	110%
9	ベトナム	1,164,105	389,761	299%
10	オランダ	1,022,607	1,109,599	92%

「低価格商品」伸び率鈍化
「ベルギービール」認知上昇

長らくメキシコ、アイルランド、オーストラリア、ベルギー、ドイツが輸入通関実績の上位を占めていたが、今年は前年比8・6倍、1000万ℓ超の韓国が初めてトップに立った。これは、イオン「バーリアル ドラフトビール」導入によるものと見られ、同社の販売計画とも数字が合致するが、実際の販売数量は5カ月間50万c/s(420万ℓ)と厳しかった模様。しかし、ビール系新ジャンル・麦芽発泡酒では、同社の「バーリアル」が前年(6カ月分)の2・6倍の750万c/sと確実に強さを見せつけた。

輸入ビール市場ではここ数年、「低価格商品」と「高付加価値商品」の二極化が進んだ。「低価格商品」の多くは、韓国産新ジャンル・麦芽発泡酒で、確かに今回も48%の大幅増となっており、トップブランドは軒並み数字を大きく伸ばしたが、伸び率は若干落ち着いてきたようだ。

一方で、「高付加価値商品」を代表する個性的なビールの多いベルギーは、インポーターが一丸となり大阪・東京二都市での「ベルギービール ウィークエンド」開催などを通してジャンルとしての認知を上げ、底辺拡大につなげた。ベルギーからのビールの通関数量は今回9%増だが、ベルギービールの多くが含まれる発泡酒区分では前年比2・1倍に拡大と、その成果は確実に現れている。

上位銘柄中心に2ケタ増と伸長

ウイスキー

「ウイスキー原酒」大幅に拡大
スタンダードウイスキー2ケタ増

英国スコッチウイスキー協会が発表した最新(2011年1～10月累計)の数字では、スコッチ全体の日本への輸出量は62%の大幅増となっている。バルクのブレンデッドモルトが中心だが、昨年2割減だったシングルモルトも19%増、ボトルのブレンデッドモルトも約2倍規模にまで拡大した。

2011年累計の通関実績でも、「ウイスキー原酒」が昨年に続き2・9倍と大きく拡大したほか、英国積み10%増、米国積み23%増、バーボンは前年並となっているが、銘柄別ランキングを見ると、すべてのブランドで大きく伸びたというわけではない。

銘柄別に見ると、スタンダードウイスキー「バランタイン」「ホワイトホース ファインオールド」「ジョニーウォーカー レッドラベル」「デュワーズ」などが2ケタ増となった。さらに、バーボンの「フォアローゼズ」「アーリータイムズ」や、販売数量トップの「ジャックダニエル」、「カナディアンクラブ」なども2ケタ増。シングルモルト最大ボリュームの「マッカラン」も、昨年に続き2ケタ増と伸長した。

日本でのウイスキー需要は、昔「水割り」、今「ハイボール」と、食中酒として飲まれることで拡大してきた。また、初めの一杯として、「とりあえずビール」だけでなく、「ハイボール」という選択肢も定着した。ウイスキーがこれだけ身近なお酒になった今、それぞれのウイスキーが持つ個性を伝え、ハイボールだけではないウイスキーの楽しみ方を提案する段階にきているのではないか。

小売・流通

人口密集地に相次ぎ出店

地域唯一の駐車場で広域集客も

サミット（本部＝東京都杉並区）とライフコーポレーション（同台東区）が、相次いで都内の人口密集地に駐車場を持つSM（食品スーパー）を出店した。両店とも平面駐車スペースが取れないことから、1階が駐車場、2階が店舗というピロティー構造にした。周辺に駐車場を持つSMがほとんどないことから広域からの集客も見込む。

サミット、ライフ

サミットストア荏原4丁目店では次世代型店の小型フォーマット開発を目指す（写真㊧）。ライフ菊川店では地域にないこだわり商品を多く導入した（写真㊨）

サミットは1月18日、東京都品川区に「サミットストア荏原4丁目店」を開店した。売り場面積は1175㎡(355坪)で、同社の新店の標準規模(約500～700坪)より狭い。同社は昨年10～11月に出店した700坪クラスの3店(成城店、テラスモール湘南店、横浜岡野店)を、生活スタイルの変化に対応した次世代型実験店に位置付ける。生鮮売り場は生素材を店内調理し、加工食品は用途別のくくりや生鮮品とのクロスMDを強化した。

荏原4丁目店では3店のエッセンスを凝縮し、300～400坪の既存店にも導入できる実験フォーマットの開発を目指す。具体的には加工食品のお薦め品を常時試食できる「おためし下さい」、目の前でカットする青果の「フレッシュサラダ&カットフルーツコーナー」、鮮魚売り場で生魚から店内調理する「焼魚・煮魚コーナー」を導入した。小型店だがデリカコーナーと連続するインストアベーカリーも導入し、手作りサンドイッチも販売する。

スペースの都合で省いたのは、サラダ野菜の量り売り、マヨネーズ・ドレッシングと青果のクロスMD、精肉売り場の店内でこねて焼いたハンバーグ、生肉から焼くスペアリブ、フレッシュハーブを含めたスパイスコーナー、乾麺とチルドと冷凍を1カ所にまとめたパスタコーナーになる。

同店は東急目黒線の西小山駅、武蔵小山駅、東急池上線荏原中延駅からそれぞれ700mに立地する。西小山駅前の「サミットストア西小山店」をはじめ、各駅前に複数のSMと商店街があるが、商圏人口は半径500m圏で2万人、1km圏で7・5万人、1・5km圏で16万人と人口密度の高さは都内でも有数の地域だ。足元商圏だけでなく、35台収容の地域唯一の大型駐車場で周辺地域からも集客し、初年度年商19億3000万円を目指す。

◆　◇

ライフコーポレーションは1月25日、東京都墨田区に「ライフ菊川店」を開店した。首都圏のピロティー構造は都心に立地する渋谷東店(東京都渋谷区)と神田和泉町店(同千代田区)に次いで3店舗目。売り場面積は1429㎡(432坪)で、標準規模(500～600坪)よりやや小型。今期の首都圏の新店で導入していた量り売りの惣菜は省略したが、128円均一コーナーを設けたインストアベーカリーは導入した。

同店は都営新宿線菊川駅、森下駅からそれぞれ500mに立地する。商圏人口は半径500m圏で6600人、700m圏で1・7万人。SMの競合店は菊川駅周辺に赤札堂とオオゼキがあるが、森下駅周辺にはない。近隣には生鮮コンビニ「ローソンストア100」も複数店あり、人口密度と比較してSMが不足している地域と言える。

南に1～2kmの半蔵門線清澄白河駅、東西線木場駅周辺には、マルエツ、マックスバリュ、サミット、オーケーストア、イトーヨーカ堂があり、基本商圏は菊川駅、森下駅周辺に限られる。一方で畜産の焼肉コーナーでは、「みすじ」「ざぶとん」など希少部位を扱うほか、国産白菜使用のキムチなど地域にないこだわり商品を多めに導入し差別化した。44台収容の駐車場も備え、広域からの集客も狙う。初年度年商目標は21億円。

開店情報

①開店日②所在地③出店方法④総売場面積(直営面積)⑤駐車台数⑥年商目標⑦営業時間⑧従業員数(正社員)

▽ライフコーポレーション「ライフ二条駅前店」(GMS)＝①2011年12月14日②京都市中京区西ノ京星池町4-1③単独④3670㎡⑤149台⑥31億円⑦午前9時30分～午後12時⑧114人(26人)

▽神戸物産「業務スーパー神田店」(SM)＝①12月15日②東京都千代田区神田多町2-7-2③単独(ニューセントラルホテル1階)⑤なし⑦午前9時～午後8時

▽神戸物産「業務スーパー尾西店」(SM)＝①12月15日②愛知県一宮市五城字東備前5-1③単独⑤あり⑦午前9時～午後10時

▽イオンリテール「まいばすけっと堤通2丁目店」(SM)＝①12月16日②東京都墨田区堤通2-7-37白髭店舗③単独⑤なし

第1回「お弁当・お惣菜大賞」を発表

秋田の「わっぱ飯」、新潟の「のっぺ」など 地域色高い商品が受賞

SMトレードショー

「第46回スーパーマーケット(SM)トレードショー」(2月1日～3日に東京ビッグサイトで開催)で、「第1回SMお弁当・お惣菜大賞」の受賞商品が発表された。トレードショーを主催する新日本スーパーマーケット協会をはじめ、日本チェーンストア協会、日本スーパーマーケット協会、オール日本スーパーマーケット協会、全日本食品など、SM業界の主要団体が実行委員を務めた。

自社・他社の推薦で寄せられた3万6421品目の中から、香川芳子審査委員長(香川栄養学園学長)、京極利治審査副委員長(日本弁当サービス協会会長)をはじめとした審査委員8人と一般消費者が、彩りや盛り付け、栄養バランスなどの商品力、リピート率などの販売力、ネーミングや売り方などの販促力、アイデア力、作業効率など考慮し、8部門から大賞と準大賞を選定した。なお、1日には大賞受賞者によるパネルディスカッションも行われた。

第1回スーパーマーケットお弁当・お惣菜大賞　大賞受賞商品

部門	審査委員選定	一般消費者選定
弁当	ほたてわっぱ飯（498円）伊徳（秋田）	豪華二段弁当（1,980円）ミートモリタ屋（大阪）
惣菜	しみず　のっぺ（298円）清水商事（新潟）	山の幸とんかつ（420円）デリスタスエヒロ（神奈川）
サラダ	自家製12品目のﾃﾞｨｯﾌﾟｻﾗﾀﾞ（498円）ﾔﾏﾀﾞｽﾄｱｰ(兵庫)	温野菜のｶﾗﾌﾙｻﾗﾀﾞ（380円）京北スーパー（千葉）
麺	もち麦かけうどん（500円）内子フレッシュ（愛媛）	野菜たっぷり和風あんかけちゃんぽん（398円）　平和堂（滋賀）
丼	特盛りタワー天丼（398円）スーパー玉出（大阪）	オークワ名物海老天重（498円）オークワ（和歌山）
寿司	特選ばら寿司2人前(698円)にしがき（京都）	お寿司屋のまかない丼（680円）あさかわマート（愛媛）
おにぎり	手巻おにぎり鮭（98円）ダイエー（東京）	ｻﾊﾞほぐし身と明太子のﾋﾟﾘ辛ｻﾝﾄﾞおにぎり(198円)　富士ｼﾃｨｵ(神奈川)
調理パン	まめっチーズ（100円）遠鉄ストア（静岡）	炙りﾍﾞｰｺﾝ&ﾏｽﾀｰﾄﾞﾁｷﾝｻﾝﾄﾞ(398円)三徳（東京）
地域食材活用賞	パパヤーチャンプル弁当（450円）　リウボウフーズ（沖縄）	
	地産地消弁当（1,000円）　キヌヤ（島根）	
高付加価値賞	お楽しみ小箱（1,000円）　紀ノ國屋（東京）	
	冷製海鮮オードブル9点盛（680円）　ジョイス（岩手）	
	松永牛サーロインステーキ重（680円）　キヌヤ（島根）	
専門店・ｺﾝﾋﾞﾆ部門	豚珍巻(とんちんかん)しょう油味玉子(420円)　れんげ(山口)	
	蒸しでり　寄せ鍋（380円）　ローソン（東京）	

青森産ほたて、秋田産の山菜を組み合わせた伊徳(秋田)の「ほたてわっぱめし」(498円)、新潟の郷土料理「のっぺ」を商品化した清水商事(新潟)の「しみず のっぺ」(298円)、希少なもち麦を使用し、道の駅「内子フレッシュパークからり」(愛媛)で販売する「もち麦かけうどん」(500円)など、ローカル企業の地域性を生かしたメニューが多く入賞した。

一方でダイエー(東京)の98円のおにぎりなど、大手ならでは安定した原料調達力、商品開発力で、価格と味のバランスが取れた定番品も、改めて評価されている。また、スーパー玉出(大阪)の「特盛りタワー天丼」(398円)＝写真＝など価格訴求型SMの商品もボリューム感と味、価格などの総合バランスで選ばれた。

自社推薦のほか、食材を提供している食品メーカー、弁当容器メーカーなどからも推薦があり、日頃協会とは縁が薄い各地のSMチェーンの多彩なメニューも候補に上がったという。また、今回急遽、特別賞として、「地域食材活用賞」、600円以上のメニューに限定した「高付加価値賞」、SM以外の「専門店・コンビニ部門賞」も選ばれた。

ボリュームや価格も評価の基準になる

来場者数 前回より939人増、8.4万人に

SMトレードショー

新日本スーパーマーケット協会(会長＝横山清アークス社長)は6日、東京ビッグサイト(東京都)で2月1～3日に開催した「第46回2012スーパーマーケットトレードショー」の総来場者数が8万4360人だったと発表した。昨年を939人上回り、3年連続で目標の8万人をクリアした。

今年は1295社・団体が出展し、昨年を162小間上回る2552小間の過去最大規模の展示会となった。全国各地の自治体や金融機関が取りまとめた地域色豊かな食材は約640社で昨年を110社上回った。

なお、次回「第47回スーパーマーケットトレードショー」は、2013年2月13～15日に、東京ビッグサイトで開催される。

新店レポート

カスミ「フードマーケットカスミ前橋リリカ店」

大型店撤退相次ぐ中心街に出店

買い物不便地域解消へ

カスミは2011年12月8日、群馬県前橋市にSM(食品スーパー)「フードマーケットカスミ前橋リリカ店」を開店した。2010年10月に閉店したGMS(総合スーパー)「前橋サティ」跡に開業したSC(ショッピングセンター)「前橋リリカ」の核テナントとしての出店。前橋市の中心市街地では、2010年の8月にGMS「イトーヨーカドー前橋店」も閉店している。同社としては住民の不便さを解消するため、「なんとしても出店したかった」(カスミ広報)という。（名波）

「サティ」閉店跡に開業した「前橋リリカ」

「前橋リリカ」は前橋駅の北2kmの国道17号沿いに立地する。地上3階建てで売り場面積は約2万5000㎡、駐車台数は1034台。土地を所有する大手下着メーカー「グンゼ」(大阪)がSCの運営も手掛ける。テナントはカスミのほか、サンドラッグ、ダイソー、パシオス(衣料)、西松屋(子供用品)、ヒマラヤスポーツ(2012年春開店)、ブックオフスーパーバザー(総合リユース)などの大型専門店とフードコートで構成する。

カスミとしては地域の旗艦店として、売り場面積2000～3000㎡で品揃えの幅を広げた「フードスクエア」業態での出店を目指していたが、賃貸できる売り場面積が1773㎡にとどまったため、標準タイプの「フードマーケット」での出店になった。ただ、売り場の随所に調理方法や食卓の提案を行うPOPを取り付け、高崎ハムや地元メーカーのタレ漬けホルモン、沼田市のみそパンなど、地域商品を約140品目集めるなど、フードスクエアに近い幅広い品揃えのフードマーケットにした。

同社は店舗の減少が続き、生活が不便になっている中心市街地への出店を積極的に進める。07年には茨城県水戸市中心部の「ダイエー水戸店」撤退跡に開業したSC「ミーモ」内に、SM「フードマーケットカスミミーモ店」(売り場面積992㎡、初年度年商目標10億円)を出店している。

水戸、前橋ともに県庁所在地だが、郊外に大型商業施設が増えていることと高齢化の進行で、中心市街地も年々商売が成り立ちにくくなってきている。それでも人口密度はまだ高いので、ダイエー、サティともに利益は出ていたが、将来を見据えて撤退した状況だ。

「前橋リリカ」の足元商圏の人口構成比は60歳以上が39%と前橋市平均の35%よりも高い。子供が独立した高齢夫婦が多く、サティ撤退後は、郊外に住む子供が車で迎えに来て、郊外の大型店に買い物に行かざるを得なかったという。

カスミでは地元商品を積極的に導入する

前橋の中心市街地では、04年にGMS「リヴィン前橋店」(西友)も撤退している。跡地は図書館などが入居する公共施設「前橋プラザ」になり、地下1階に前橋に本部を置くSM「フレッセイ」が出店している。「前橋リリカ」開業前は、前橋駅北側の中心市街地で食品が購入できる量販店は、フレッセイ2店(SM)、ヤオコー1店(SM)、百貨店のスズランのみだった。

一方で前橋駅の南側地域には、07年に「けやきウォーク前橋」(ユニー)が開業している。郊外では「イオンモール高崎」(06年開店)、「パワーモール前橋みなみ」(ベイシア、2010年開店)などの大型SCも開業し、中心市街地から顧客の流出が加速していた。

カスミは水戸、前橋ともに、商売を成り立たせるため、家賃の引き下げ交渉を行い、割安な賃料で出店している。「前橋リリカ」の場合、高齢化は進むが、すぐそばに群馬大学があり、学生も多く居住していて、地域の潜在需要は当面は高いと見る。年商16億円は予定通りクリアでき、2年目には黒字化の見込みだ。ただ、高齢化と人口減少は続くので、今後どうしていくのかが課題になる。

水戸の「ミーモ店」は開店から3年余り経つが、売り上げは当初計画を下回って苦戦している。SC「ミーモ」は不動産会社のフォレストハウス(東京)が運営するが、4～5階のテナントが埋まらない状況が続き、SCの維持そのものも課題になっている。

主要加工食品62品目

POSデータ

11月分（上）

データ：ＫＳＰ－ＳＰ

調査店舗：全国のスーパー400店舗

醤油

今月順位	前月順位	商品名・容量	メーカー	売上金額(円)	金額シェア(%)	平均単価(円)	カバー率(%)
1	1	こいくちしょうゆ　マンパック　１Ｌ	キッコーマン食品	5,504,338	6.3	222	75.2
2	2	特選丸大豆しょうゆ　１Ｌ	キッコーマン食品	3,626,206	4.1	320	42.5
3	3	特選丸大豆しょうゆ　750ml	キッコーマン食品	3,604,453	4.1	318	65.8
4	4	こいくち　期間限定　１Ｌ	キッコーマン食品	2,609,506	3.0	186	20.8
5	6	特選有機丸大豆の吟選しょうゆ　１Ｌ	ヤマサ醤油	2,445,514	2.8	320	51.0
6	5	減塩しょうゆ　750ml	キッコーマン食品	1,904,875	2.2	328	56.8
7	7	新味しょうゆ　ボトル　１Ｌ	ヤマサ醤油	1,602,913	1.8	162	12.2
8	8	しょうゆ　パック　１Ｌ	ヤマサ醤油	1,566,660	1.8	188	25.8
9	10	ラピタ　こいくち醤油　1.8Ｌ	井ゲタ醤油	1,446,618	1.7	302	2.2
10	15	うすくちしょうゆ　１Ｌ	ヒガシマル醤油	1,138,409	1.3	234	22.8
11	9	特選丸大豆しょうゆ　500ml	キッコーマン食品	1,130,460	1.3	269	63.8
12	17	グローリィ醤油　1.8Ｌ	ワダカン	1,110,955	1.3	234	2.8

味噌

今月順位	前月順位	商品名・容量	メーカー	売上金額(円)	金額シェア(%)	平均単価(円)	カバー率(%)
1	1	料亭の味　750ｇ	マルコメ	7,938,765	6.7	336	78.2
2	4	だし入り風味一番　750ｇ	ハナマルキ	2,004,006	1.7	243	42.8
3	6	合わせみそ　カップ　１kg	ますやみそ	1,632,768	1.4	392	14.5
4	5	一休さん　750ｇ	マルコメ	1,590,070	1.3	192	44.0
5	3	みそ　白　３kg	ワダカン	1,554,465	1.3	575	2.5
6	2	純正こうじみそ　袋　１kg	マルサンアイ	1,549,312	1.3	231	38.8
7	11	マルコメ君　こし　750ｇ	マルコメ	1,490,170	1.3	183	31.2
8	7	だし入り料亭の味　減塩　750ｇ	マルコメ	1,478,917	1.2	353	41.0
9	9	ジョウセン　仙台味噌　カップ　750ｇ	仙台味噌醤油	1,440,640	1.2	390	35.8
10	17	だし入りおかあさん　１kg	ハナマルキ	1,399,618	1.2	157	24.5
11	18	無添加田舎みそ　750ｇ	ハナマルキ	1,390,871	1.2	297	40.8
12	8	生詰無添加あわせみそ　850ｇ	フンドーキン醤油	1,361,567	1.1	405	11.2

風味調味料

今月順位	前月順位	商品名・容量	メーカー	売上金額(円)	金額シェア(%)	平均単価(円)	カバー率(%)
1	1	ほんだし　120ｇ	味の素	11,466,963	17.2	267	85.2
2	2	ほんだし　480ｇ	味の素	10,639,293	16.0	720	48.0
3	5	だしの素　粉末　10ｇ×26Ｐ	シマヤ	2,405,841	3.6	326	31.0
4	3	ほんだし　箱　320ｇ	味の素	2,264,380	3.4	586	22.5
5	4	ほんだし　小袋Ｋ－24　192ｇ	味の素	2,225,018	3.3	386	32.5
6	7	だしの素　大徳顆粒　500ｇ×２Ｐ	ヤマキ	1,599,896	2.4	546	16.5
7	6	だしの素　粉末　10ｇ×14Ｐ	シマヤ	1,559,867	2.3	230	27.8
8	9	だしの素　鰹あじ　ポリ　80ｇ	東洋水産	1,433,265	2.2	106	4.5
9	8	だしの素　粉末　10ｇ×52	シマヤ	1,234,262	1.9	596	2.2
10	10	ほんだし　40ｇ	味の素	1,086,294	1.6	146	59.5
11	17	新鰹だしの素　600ｇ	マルトモ	1,029,259	1.6	356	13.0
12	11	ほんだし　ＳＫ－14　112ｇ	味の素	1,011,124	1.5	336	39.0

ソース

今月順位	前月順位	商品名・容量	メーカー	売上金額(円)	金額シェア(%)	平均単価(円)	カバー率(%)
1	1	お好みソース　フクボトル　500ｇ	オタフクソース	4,763,818	11.5	274	75.0
2	2	中濃ソース　500ml	ブルドックソース	3,758,256	9.0	205	49.2
3	3	とんかつソース　500ml	ブルドックソース	2,155,949	5.2	203	45.0
4	6	ソース　とんかつ　醸熟　500ml	カゴメ	1,570,445	3.8	156	41.0
5	5	お好みソース（本格）　300ｇ	オタフクソース	1,517,775	3.7	201	55.2
6	4	中濃ソース　300ml	ブルドックソース	1,433,757	3.5	182	58.0
7	10	ソース　中濃　醸熟　500ml	カゴメ	1,342,257	3.2	151	25.2
8	7	ソース　ウスター　醸熟　500ml	カゴメ	1,284,294	3.1	164	42.2
9	11	具のソース　卵と野菜のタルタル　145ｇ	キユーピー	1,249,855	3.0	198	67.2
10	8	お好みソース　ハンディボトル　1,150ｇ	オタフクソース	1,094,043	2.6	408	15.0
11	9	焼そばソース　フクボトル　500ｇ	オタフクソース	986,003	2.4	268	54.5
12	12	ソース　ウスター　醸熟　300ml	カゴメ	904,805	2.2	151	44.2

焼き肉のたれ

今月順位	前月順位	商品名・容量	メーカー	売上金額(円)	金額シェア(%)	平均単価(円)	カバー率(%)
1	1	黄金の味　中辛　400ｇ	エバラ食品工業	3,958,897	8.3	306	66.0
2	2	黄金の味　甘口　400ｇ	エバラ食品工業	2,327,219	4.9	306	65.2
3	3	スタミナ源たれ　瓶　410ｇ	上北農産加工農協	1,894,030	4.0	177	9.0
4	5	黄金の味　中辛　210ｇ	エバラ食品工業	1,476,465	3.1	242	79.2
5	4	生姜焼のたれ　230ｇ	エバラ食品工業	1,469,818	3.1	189	87.2
6	8	わが家は焼肉屋さん　中辛　400ｇ	キッコーマン食品	1,315,787	2.8	273	54.2
7	7	ジャン焼肉のたれ　240ｇ	モランボン	1,306,917	2.8	432	51.2
8	6	焼肉のたれ　醤油味　300ｇ	エバラ食品工業	1,093,170	2.3	189	57.8
9	9	おろしのたれ　270ｇ	エバラ食品工業	977,950	2.1	236	82.5
10	11	特製焼肉のたれ　240ｇ	叙々苑	975,352	2.1	576	55.0
11	10	黄金の味　辛口　400ｇ	エバラ食品工業	938,086	2.0	304	54.2
12	13	黄金の味　甘口　210ｇ	エバラ食品工業	906,280	1.9	246	74.0

マヨネーズ

今月順位	前月順位	商品名・容量	メーカー	売上金額(円)	金額シェア(%)	平均単価(円)	カバー率(%)
1	1	キユーピー　マヨネーズ　500ｇ	キユーピー	18,090,692	23.4	216	85.8
2	2	ハーフ　400ｇ	キユーピー	11,897,968	15.4	211	87.2
3	3	ピュアセレクト　マヨネーズ　400ｇ	味の素	10,517,228	13.6	166	87.0
4	5	ピュアセレクト　ローカロリー　コクうま　カロリー55%カット　360ｇ	味の素	3,874,433	5.0	189	86.8
5	4	キユーピー　マヨネーズ　プラス１　350ｇ	キユーピー	3,388,653	4.4	202	65.2
6	6	キユーピー　マヨネーズ　400ｇ	キユーピー	2,431,731	3.1	195	7.5
7	9	ピュアセレクト　サラリア　210ｇ	味の素	2,418,908	3.1	307	81.8
8	8	タルタルソース　155ｇ	キユーピー	2,358,832	3.1	190	89.5
9	7	ハーフ　プラス１　300ｇ	キユーピー	2,147,843	2.8	198	57.2
10	11	生活良好　マヨネーズ　500ｇ	コプロ	1,685,173	2.2	192	16.5
11	15	キユーピー　マヨネーズ　35周年記念ロゴ付　350ｇ	キユーピー	1,491,670	1.9	167	12.2
12	10	ＣＧＣ　マヨネーズ　400ｇ	ＣＧＣ	1,461,894	1.9	168	20.2

ドレッシング

今月順位	前月順位	商品名・容量	メーカー	売上金額(円)	金額シェア(%)	平均単価(円)	カバー率(%)
1	1	深煎りごま　ドレッシング　170ml	キユーピー	11,551,997	12.2	177	92.0
2	2	深煎りごま　ドレッシング　380ml	キユーピー	4,978,617	5.3	407	65.0
3	3	ピエトロ　ドレッシング　和風　280ml	ピエトロ	4,250,717	4.5	381	72.8
4	5	シーザーサラダ　ドレッシング　170ml	キユーピー	3,420,056	3.6	180	89.2
5	4	ノンオイル　青じそ　190ml	理研ビタミン	2,910,972	3.1	148	89.8
6	6	すりおろしオニオン　ドレッシング　170ml	キユーピー	2,573,246	2.7	184	81.8
7	7	コプロ　深煎りごま　ドレッシング　500ml	コプロ	2,147,552	2.3	355	14.0
8	9	焙煎胡麻　ドレッシング　１Ｌ	キユーピー	2,036,537	2.2	735	25.2
9	11	ＣＧＣ　キユーピー　深煎りごまドレッシング　380ml	キユーピー	1,989,224	2.1	394	18.0
10	8	テイスティドレッシング　和風香味野菜　210ml	キユーピー	1,894,588	2.0	285	77.5
11	10	テイスティドレッシング　イタリアン　210ml	キユーピー	1,696,613	1.8	282	73.2
12	12	シーザーサラダ　ドレッシング　380ml	キユーピー	1,441,048	1.5	408	57.5

つゆ

今月順位	前月順位	商品名・容量	メーカー	売上金額(円)	金額シェア(%)	平均単価(円)	カバー率(%)
1	2	創味のつゆ　1,000ml	創味食品	7,116,421	3.3	656	78.5
2	4	昆布つゆ　１Ｌ	ヤマサ醤油	6,072,545	2.8	269	58.5
3	1	つゆの素　ＯＴ－131Ｗ　ペット　１Ｌ	にんべん	5,328,365	2.5	368	30.0
4	3	おでんの素　20ｇ×４	ヱスビー食品	4,839,966	2.2	116	87.5
5	7	ごま豆乳鍋つゆ　ストレート　750ｇ	ミツカン	4,568,889	2.1	282	64.0
6	10	寄せ鍋つゆ　ストレート　750ｇ	ミツカン	4,049,041	1.9	281	52.5
7	18	昆布つゆ　ハンディボトル　1.8Ｌ	ヤマサ醤油	4,029,272	1.9	384	14.8
8	8	キムチ鍋の素　300ml	エバラ食品工業	3,664,945	1.7	208	86.2
9	6	本つゆ　ペット　１Ｌ	キッコーマン食品	3,598,289	1.7	257	58.0
10	5	追いがつおつゆ２倍　１Ｌ	ミツカン	3,465,500	1.6	302	49.8
11	13	キムチ鍋つゆ　ストレート　750ｇ	ミツカン	3,244,810	1.5	281	51.8
12	17	甘熟トマト鍋　400ｇ	カゴメ	2,947,940	1.4	274	68.0

サラダ油・天ぷら油

今月順位	前月順位	商品名・容量	メーカー	売上金額(円)	金額シェア(%)	平均単価(円)	カバー率(%)
1	1	キャノーラ油　1,000ｇ	日清オイリオＧ	16,777,006	18.6	229	52.2
2	2	ＣＧＣ　日清キャノーラ油　１Ｌ	日清オイリオＧ	11,184,248	12.4	228	19.8
3	3	味の素　さらさらキャノーラ油　1,000ｇ	Ｊ－オイルミルズ	9,407,363	10.5	243	69.5
4	5	くらしモア　日清ＷＢキャノーラ油　ペット　１kg	日清オイリオＧ	5,892,295	6.5	219	7.8
5	11	キャノーラサラダ油　1,000ｇ	昭和産業	3,808,231	4.2	209	12.5
6	4	生活良好　一番しぼり　キャノーラ油　1,000ｇ	コプロ	3,080,624	3.4	256	15.5
7	6	ヘルシーリセッタ　600ｇ	日清オイリオＧ	3,022,279	3.4	472	81.5
8	7	キャノーラ油　ポリ　1,300ｇ	日清オイリオＧ	2,612,012	2.9	369	56.0
9	8	キャノーラ油　ヘルシーライト　1,000ｇ	日清オイリオＧ	2,611,761	2.9	399	70.2
10	10	キャノーラ油　１kg	理研農産化工	2,194,789	2.4	220	9.5
11	9	生活良好　一番しぼり　キャノーラ油　1,500ｇ	コプロ	1,985,428	2.2	398	15.2
12	12	味の素 健康サララ　ＵＤボトル　600ｇ	Ｊ－オイルミルズ	1,752,733	2.0	483	80.8

ジャム・マーマレード

今月順位	前月順位	商品名・容量	メーカー	売上金額(円)	金額シェア(%)	平均単価(円)	カバー率(%)
1	1	アヲハタ55　イチゴジャム　瓶　330ｇ	キユーピー	2,673,238	7.4	313	73.2
2	2	アヲハタ55　イチゴジャム　165ｇ	キユーピー	2,435,980	6.8	187	88.8
3	3	アヲハタ55　ブルーベリージャム　330ｇ	キユーピー	2,080,936	5.8	315	69.5
4	4	アヲハタ55　ブルーベリージャム　165ｇ	キユーピー	1,536,536	4.3	185	86.8
5	5	アヲハタ55　オレンジママレード　瓶　330ｇ	キユーピー	1,488,881	4.1	313	68.2
6	6	アヲハタ55　オレンジママレード　165ｇ	キユーピー	1,259,489	3.5	186	86.2
7	7	Ｆカップ　イチゴジャム　150ｇ	ソントン食品工業	1,029,717	2.9	106	42.8
8	8	ヨーグルト用フルーツソース　ブルーベリー　150ｇ	森永乳業	918,011	2.6	196	51.8
9	9	ランプ　いちごジャム　瓶　380ｇ	キユーピー	761,191	2.1	208	36.8
10	10	Ｆカップ　ブルーベリージャム　150ｇ	ソントン食品工業	667,855	1.9	105	35.2
11	12	ＣＧＣ　カップジャム　いちご　190ｇ	ＣＧＣ	598,408	1.7	110	15.8
12	11	カンピー　ブルーベリージャム　850ｇ	加藤産業	523,204	1.5	405	15.8

マーガリン・ファットスプレッド類

今月順位	前月順位	商品名・容量	メーカー	売上金額(円)	金額シェア(%)	平均単価(円)	カバー率(%)
1	1	ネオソフト　320ｇ	雪印メグミルク	10,034,191	20.7	207	89.8
2	6	コーンソフト　バター入り　300ｇ	明治	3,112,743	6.4	214	47.0
3	4	コーンソフト　320ｇ	明治	2,650,021	5.5	204	38.8
4	3	なめらかソフト　300ｇ	明治	2,497,876	5.1	184	37.8
5	7	ネオソフト　箱　160ｇ	雪印メグミルク	2,388,398	4.9	151	82.8
6	2	ＣＧＣ　コーンソフトブレンド　320ｇ	ＣＧＣ	2,143,766	4.4	184	19.8
7	5	ヘルシーソフト　オフスタイル　脂肪分70%オフ　140ｇ	明治	2,122,592	4.4	200	65.5
8	8	ネオソフト　ハーフ　箱　160ｇ	雪印メグミルク	1,847,757	3.8	199	83.8
9	9	ネオソフト　べに花　箱　160ｇ	雪印メグミルク	1,820,559	3.8	262	65.8
10	10	バター仕立てのマーガリン　140ｇ	雪印メグミルク	1,541,601	3.2	212	57.0
11	11	ケーキ用マーガリン（無塩）　箱　100ｇ×２	雪印メグミルク	1,347,674	2.8	214	58.2
12	13	まるでバターのような　マーガリン　200ｇ	雪印メグミルク	1,317,095	2.7	239	57.8

チーズ

今月順位	前月順位	商品名・容量	メーカー	売上金額(円)	金額シェア(%)	平均単価(円)	カバー率(%)
1	1	北海道100さけるチーズ　プレーン　30ｇ×２	雪印メグミルク	8,305,325	3.8	180	88.2
2	3	６Ｐチーズ　120ｇ	雪印メグミルク	8,259,710	3.8	213	89.8
3	2	とろけるスライス　８枚　144ｇ	雪印メグミルク	7,211,544	3.3	217	83.0
4	5	ＱＢＢ　ベビーチーズ　プレーン　４個　60ｇ	六甲バター	5,295,130	2.4	112	81.2
5	10	ＣＧＣ　ミックスチーズ　300ｇ	ＣＧＣ	4,667,617	2.1	335	17.5
6	6	スライスチーズ　８枚　144ｇ	雪印メグミルク	4,622,442	2.1	215	82.2
7	4	ＣＧＣ　とろけるスライスチーズ　８枚　144ｇ	ＣＧＣ	4,578,232	2.1	185	19.8
8	7	クラフト　パルメザンチーズ　80ｇ	森永乳業	3,993,510	1.8	396	65.5
9	13	北海道100カマンベールチーズ　100ｇ	雪印メグミルク	3,906,954	1.8	289	70.0
10	14	クラフト　とろけるスライスチーズ　８枚　144ｇ	森永乳業	3,832,520	1.7	187	29.0
11	8	ＱＢＢ　カマンベール入りベビーチーズ　４個　60ｇ	六甲バター	3,586,269	1.6	112	75.8
12	12	クラフト　切れてるチーズ　袋　164ｇ	森永乳業	3,563,720	1.6	257	79.8

インスタントカレー

今月順位	前月順位	商品名・容量	メーカー	売上金額(円)	金額シェア(%)	平均単価(円)	カバー率(%)
1	1	バーモントカレー　中辛　238ｇ	ハウス食品	11,143,269	12.7	183	91.0
2	2	バーモントカレー　甘口　238ｇ	ハウス食品	9,253,090	10.6	186	91.0
3	4	完熟トマトのハヤシライス　200ｇ	ハウス食品	4,042,644	4.6	228	89.0
4	5	バーモントカレー　辛口　238ｇ	ハウス食品	3,797,689	4.3	179	89.8
5	6	とろけるカレー　中辛　200ｇ	ヱスビー食品	3,714,525	4.3	128	86.5
6	7	ジャワカレー　中辛　207ｇ	ハウス食品	3,651,072	4.2	244	89.5
7	3	こくまろカレー　中辛　190ｇ	ハウス食品	3,297,593	3.8	169	89.2
8	8	２段熟カレー　中辛　160ｇ	江崎グリコ	3,047,339	3.5	140	86.8
9	9	ゴールデンカレー　中辛　220ｇ	ヱスビー食品	2,589,069	3.0	197	88.2
10	10	ジャワカレー　辛口　207ｇ	ハウス食品	2,314,724	2.7	246	89.0
11	11	とろけるカレー　甘口　200ｇ	ヱスビー食品	2,111,701	2.4	128	79.2
12	15	とろけるカレー　辛口　200ｇ	ヱスビー食品	1,648,173	1.9	122	77.8

中華料理の素

今月順位	前月順位	商品名・容量	メーカー	売上金額(円)	金額シェア(%)	平均単価(円)	カバー率(%)
1	5	ＣｏｏｋＤｏ　15　回鍋肉用　箱　90ｇ	味の素	7,241,155	13.0	160	89.0
2	1	麻婆豆腐の素　中辛　162ｇ	丸美屋食品工業	6,015,719	10.8	180	92.8
3	2	麻婆豆腐の素　甘口　箱　162ｇ	丸美屋食品工業	3,775,875	6.8	180	91.0
4	3	ＣｏｏｋＤｏ　10　青椒肉絲用　100ｇ	味の素	2,958,974	5.3	158	89.8
5	4	麻婆豆腐の素　辛口　箱　162ｇ	丸美屋食品工業	2,032,950	3.6	186	87.5
6	6	ＣｏｏｋＤｏ　麻婆茄子用　箱　130ｇ	味の素	1,638,022	2.9	158	85.5
7	8	麻婆春雨　中辛　143ｇ	永谷園	1,505,010	2.7	219	73.2
8	7	広東風かに玉　115ｇ	永谷園	1,449,997	2.6	198	85.0
9	9	ＣｏｏｋＤｏ　干焼蝦仁用　110ｇ	味の素	1,430,562	2.6	158	86.5
10	11	ＣｏｏｋＤｏ　あらびき肉入り麻婆豆腐用　中辛	味の素	1,421,116	2.5	179	68.0
11	10	麻婆春雨　甘口　143ｇ	永谷園	1,211,209	2.2	222	77.0
12	15	ＣｏｏｋＤｏ　20　八宝菜用　箱　130ｇ	味の素	1,149,904	2.1	159	86.8

米飯加工品

今月順位	前月順位	商品名・容量	メーカー	売上金額(円)	金額シェア(%)	平均単価(円)	カバー率(%)
1	2	サトウのごはん　新潟コシヒカリ　３食　600ｇ	佐藤食品工業	4,546,352	9.3	394	57.8
2	1	ＣＧＣ　ショッパーズプライス　ごはん　200ｇ×３	ＣＧＣ	3,965,162	8.1	255	19.0
3	4	サトウのごはん　銀シャリ　200ｇ×５	佐藤食品工業	2,338,111	4.8	482	19.2
4	8	ごはん　パック　200ｇ×３	ヱスビー食品	1,798,782	3.7	261	25.8
5	7	たきたてご飯　こしひかり　200ｇ×３	テーブルマーク	1,762,184	3.6	278	22.8
6	5	マルちゃん　あったかごはん　200ｇ×３	東洋水産	1,742,557	3.6	278	23.0
7	3	ＣＧＣ　ショッパーズプライス　ごはん　200ｇ×５	ＣＧＣ	1,672,618	3.4	442	9.8
8	6	マルちゃん　あったかごはん　ほしのゆめ　200ｇ×５	東洋水産	1,545,733	3.2	402	10.2
9	9	サトウのごはん　銀シャリ　200ｇ×３	佐藤食品工業	1,427,519	2.9	258	16.2
10	10	白がゆ　250ｇ	味の素	1,418,430	2.9	109	62.8
11	11	生活良好　宮城ひとめぼれ炊きたてごはん　３個	コプロ	1,077,575	2.2	300	9.0
12	14	ごはん　200ｇ×５個	ヱスビー食品	942,604	1.9	472	13.0

ふりかけ

今月順位	前月順位	商品名・容量	メーカー	売上金額(円)	金額シェア(%)	平均単価(円)	カバー率(%)
1	1	のりたま　大袋　62ｇ	丸美屋食品工業	3,777,635	7.2	193	82.5
2	2	ゆかり　22ｇ	三島食品	1,831,230	3.5	112	89.8
3	3	おとなのふりかけ　その２　34.8ｇ	永谷園	1,597,219	3.0	221	81.2
4	4	おとなのふりかけ　その１　37.6ｇ	永谷園	1,398,906	2.7	222	83.2
5	5	ごましお　ニューパック　50ｇ	丸美屋食品工業	1,368,739	2.6	79	77.8
6	6	のりたま　ニューパック　袋　30ｇ	丸美屋食品工業	1,298,708	2.5	96	47.2
7	7	味道楽（大袋）　62ｇ	丸美屋食品工業	1,180,064	2.2	194	49.0
8	8	それいけ!アンパンマンふりかけ　ミニパック　50ｇ	永谷園	1,006,181	1.9	206	71.5
9	10	緑黄野菜ふりかけ　50ｇ	大森屋	952,661	1.8	184	70.2
10	13	のりたま＆バラエティミニパック　５種　46ｇ	丸美屋食品工業	947,123	1.8	210	62.0
11	9	ソフトふりかけちりめん山椒　28ｇ	丸美屋食品工業	939,469	1.8	106	71.0
12	11	すき焼き（大袋）　90ｇ	丸美屋食品工業	925,666	1.8	196	45.5

インスタントスープ

今月順位	前月順位	商品名・容量	メーカー	売上金額(円)	金額シェア(%)	平均単価(円)	カバー率(%)
1	1	クノール　カップ　コーンクリーム　８Ｐ	味の素	8,416,979	7.6	295	85.8
2	2	クノール　カップ　つぶたっぷりコーン　８Ｐ	味の素	8,220,136	7.5	291	88.8
3	3	クノール　カップ　ポタージュ　８Ｐ	味の素	4,770,929	4.3	295	82.5
4	6	スジャータ　粒入りコーンポタージュ　900ｇ	名古屋製酪	3,374,255	3.1	270	71.8
5	4	クノール　カップ　コーンクリーム　４Ｐ	味の素	3,049,096	2.8	146	89.0
6	5	クノール　カップ　つぶたっぷりコーン　４Ｐ	味の素	2,823,811	2.6	145	89.5
7	7	クノール　カップ　ポタージュ　４Ｐ	味の素	2,075,849	1.9	144	88.5
8	11	スジャータ　コーンポタージュ　900ｇ	名古屋製酪	2,032,027	1.8	265	69.8
9	8	おいしさいろいろすーぷ　122.8ｇ	ポッカ	1,847,493	1.7	254	58.0
10	9	クノール　ふんわりたまごスープ　袋　５食	味の素	1,574,438	1.4	317	59.2
11	10	クノール　栗かぼちゃのポタージュ　３袋　56.7ｇ	味の素	1,439,818	1.3	163	68.0
12	12	クノール　カップオニオンコンソメ　８Ｐ	味の素	1,429,115	1.3	302	49.5

インスタント味噌汁・吸物

今月順位	前月順位	商品名・容量	メーカー	売上金額(円)	金額シェア(%)	平均単価(円)	カバー率(%)
1	1	生タイプみそ汁　あさげ　徳用10袋　190ｇ	永谷園	5,589,695	9.2	231	86.2
2	2	松茸の味お吸いもの　３ｇ×４袋	永谷園	3,144,783	5.2	98	87.2
3	3	生タイプみそ汁　ゆうげ　徳用10袋　190ｇ	永谷園	3,129,973	5.1	228	84.5
4	4	１杯でしじみ70個分のちから　みそ汁　58.8ｇ	永谷園	2,588,633	4.3	101	83.5
5	5	１杯でしじみ70個分のちから　減塩みそ汁　45.6ｇ	永谷園	1,440,700	2.4	100	55.8
6	8	１杯でしじみ70個分のちから　しじみわかめスープ　12ｇ	永谷園	1,193,162	2.0	102	70.0
7	6	よりどり12食　285ｇ	ハナマルキ	1,064,869	1.8	227	38.0
8	11	新即席生みそ汁　しじみ　８食×21ｇ	マルコメ	982,456	1.6	95	43.8
9	7	みそ汁太郎　12食　162.2ｇ	永谷園	952,979	1.6	233	45.5
10	9	あさげ　６袋　56.4ｇ	永谷園	922,084	1.5	205	60.2
11	13	新即席生みそ汁　わかめ　12食×18ｇ	マルコメ	886,471	1.5	94	50.0
12	60	いちご煮　４号缶　415ｇ	味の加久の屋	850,948	1.4	868	4.5

冷凍調理

今月順位	前月順位	商品名・容量	メーカー	売上金額(円)	金額シェア(%)	平均単価(円)	カバー率(%)
1	1	ギョーザ　12個入り　252ｇ	味の素	14,001,023	4.4	202	80.8
2	2	やわらか若鶏から揚げ　ボリュームパック　325ｇ	味の素	11,151,658	3.5	362	72.8
3	3	エビシューマイ　12個　156ｇ	味の素	7,346,236	2.3	200	72.8
4	4	エビ寄せフライ　115ｇ	味の素	6,261,240	2.0	168	79.2
5	7	ごっつ旨いお好み焼　294ｇ	テーブルマーク	5,493,191	1.7	236	73.0
6	5	３種の和惣菜　３種×２個　90ｇ	日本水産	5,225,976	1.7	181	66.8
7	6	ミニハンバーグ　144ｇ	ニチレイフーズ	4,964,734	1.6	162	65.2
8	10	国産　鶏つくね串（照焼）　138ｇ	ケイエス冷凍食品	4,766,957	1.5	174	67.0
9	9	牛カルビマヨネーズ　144ｇ	マルハニチロ食品	4,638,422	1.5	181	72.5
10	8	大阪王将　たれ付餃子　204ｇ	イートアンド	4,271,186	1.4	184	49.5
11	11	新鮮卵のふっくらオムレツ　140ｇ	テーブルマーク	4,156,701	1.3	184	60.2
12	14	衣がサクサク牛肉コロッケ　６個　162ｇ	ニチレイフーズ	4,092,116	1.3	169	78.0

冷凍麺

今月順位	前月順位	商品名・容量	メーカー	売上金額(円)	金額シェア(%)	平均単価(円)	カバー率(%)
1	1	ＣＧＣ　さぬきうどん　５食　200ｇ×５	ＣＧＣ	6,291,614	5.2	246	19.8
2	2	カトキチ　さぬきうどん　５食　１kg	テーブルマーク	6,206,984	5.1	303	33.2
3	3	ママー　お弁当用スパゲティ　ナポリタン　240ｇ	日清フーズ	5,367,527	4.4	176	75.5
4	5	ママー　ソテースパゲティ　ナポリタン　260ｇ	日清フーズ	4,706,252	3.9	190	63.0
5	4	横浜あんかけラーメンＦＱ　482ｇ	マルハニチロ食品	4,582,907	3.8	232	61.0
6	6	ちゃんぽん　１人前　402ｇ	日本水産	4,245,872	3.5	248	54.8
7	8	スパゲティなす入りミートソース　300ｇ	日清フーズ	3,375,059	2.8	192	46.8
8	9	ＣｏｎａＣａｒａ　お弁当用ソース焼きそば　195ｇ×３	日清フーズ	3,295,426	2.7	171	49.8
9	7	讃岐麺一番ヶ肉うどん　336ｇ	テーブルマーク	3,154,161	2.6	174	33.8
10	10	ママー　お弁当用スパゲティ　たらこ　195ｇ	日清フーズ	2,748,787	2.3	179	40.8
11	12	カトキチ　さぬきうどん　３食　600ｇ	テーブルマーク	2,464,071	2.0	191	16.2
12	11	オーマイ　たらこといかスパゲッティ　280ｇ	日本製粉	2,181,149	1.8	230	30.0

冷凍米飯加工品

今月順位	前月順位	商品名・容量	メーカー	売上金額(円)	金額シェア(%)	平均単価(円)	カバー率(%)
1	1	大きな大きな焼きおにぎり　６個　480ｇ	日本水産	6,628,411	15.6	281	72.8
2	2	Ｈｏｔ！１具だくさん　五目炒飯　袋　450ｇ	味の素	4,351,642	10.2	280	46.5
3	4	あおり炒めの焼豚炒飯　450ｇ	マルハニチロ食品	3,313,987	7.8	274	33.8
4	3	Ｈｏｔ！１具だくさん　エビピラフ　430ｇ	味の素	3,066,202	7.2	285	43.0
5	5	焼おにぎり　480ｇ	ニチレイフーズ	2,298,820	5.4	271	38.0
6	7	石焼風　ビビンバ炒飯　450ｇ	アクリフーズ	2,037,527	4.8	273	33.2
7	8	ビビンバチャーハンＨ　450ｇ	マルハニチロ食品	1,916,851	4.5	272	22.5
8	9	高菜ピラフ（しその実入り）　450ｇ	アクリフーズ	1,774,967	4.2	273	25.8
9	6	えび五目炒飯　450ｇ	テーブルマーク	1,571,091	3.7	278	32.2
10	10	くらしモア　エビピラフ　500ｇ	ニチレイフーズ	1,545,745	3.6	348	7.2
11	11	鶏ごぼうごはん　450ｇ	アクリフーズ	959,861	2.3	279	23.5
12	12	ＣＧＣ　エビピラフ　450ｇ	ＣＧＣ	822,187	1.9	246	14.5

小麦粉

今月順位	前月順位	商品名・容量	メーカー	売上金額(円)	金額シェア(%)	平均単価(円)	カバー率(%)
1	1	小麦粉　フラワー　チャック付　袋　１kg	日清フーズ	5,890,908	28.6	188	87.8
2	2	カメリア　チャック　１kg	日清フーズ	2,823,137	13.7	300	86.0
3	3	小麦粉　フラワー　500ｇ	日清フーズ	2,080,912	10.1	143	82.5
4	4	ハート粉　１kg	日本製粉	1,207,732	5.9	138	18.8
5	5	ＣＧＣ　パン名人　強力粉　１kg	ＣＧＣ	1,171,672	5.7	196	19.8
6	6	ハート　薄力小麦粉　１kg	日本製粉	690,074	3.4	129	18.5
7	9	小麦粉　フラワー　チャック袋　750ｇ	日清フーズ	646,374	3.1	151	10.2
8	8	ふっくらパン強力小麦粉　チャック付　１kg	日本製粉	559,982	2.7	265	26.0
9	7	ＣＧＣ　断然お得　薄力粉　１kg	ＣＧＣ	422,537	2.1	117	1.0
10	12	バイオレット　チャック付　１kg	日清フーズ	336,016	1.6	297	41.5
11	11	こんな小麦粉欲しかった　400ｇ	日本製粉	332,515	1.6	170	36.8
12	13	パン専用小麦粉　２kg	日清フーズ	267,608	1.3	717	15.2

プレミックス

今月順位	前月順位	商品名・容量	メーカー	売上金額(円)	金額シェア(%)	平均単価(円)	カバー率(%)
1	1	ホットケーキミックス　150ｇ×４	森永製菓	3,638,442	13.0	268	74.8
2	2	お好み焼粉　600ｇ	日清フーズ	2,124,800	7.6	292	73.8
3	3	ショッパーズプライス　ホットケーキミックス　200ｇ×４	ＣＧＣ	1,983,327	7.1	216	19.2
4	5	たこ焼粉　600ｇ	日清フーズ	1,272,243	4.5	303	58.2
5	4	ホットケーキミックス　600ｇ	昭和産業	1,256,917	4.5	182	18.0
6	6	月島もんじゃ焼ソース味　81.3ｇ×５	ブルドックソース	781,305	2.8	304	58.8
7	8	オタフク　チヂミこだわりセット　袋　２人前	お好みフーズ	635,635	2.3	263	46.2
8	10	お好み焼き粉　20%増量	日清フーズ	613,973	2.2	301	13.2
9	11	ＣＧＣ　お好み焼き粉　600ｇ	ＣＧＣ	587,599	2.1	203	16.8
10	13	コプロ　お好み焼粉　600ｇ	コプロ	490,804	1.8	201	12.2
11	7	コプロ　ホットケーキミックス　600ｇ	コプロ	483,600	1.7	200	10.8
12	16	たこ焼粉　袋　200ｇ	日本製粉	464,163	1.7	111	35.5

インスタント袋麺

今月順位	前月順位	商品名・容量	メーカー	売上金額(円)	金額シェア(%)	平均単価(円)	カバー率(%)
1	1	サッポロ一番　みそラーメン　５個パック　500ｇ	サンヨー食品	10,437,033	7.4	302	85.2
2	—	マルちゃん　正麺　醤油味　105ｇ×５	東洋水産	7,368,114	5.2	332	68.2
3	2	サッポロ一番　塩らーめん　５個パック　500ｇ	サンヨー食品	7,008,397	5.0	305	83.8
4	3	うまかっちゃん　94ｇ×５	ハウス食品	5,103,517	3.6	274	28.0
5	4	チキンラーメン　キャンペーン　５Ｐ　425ｇ	日清食品	4,958,775	3.5	316	84.2
6	—	マルちゃん　正麺　味噌味　104ｇ×５	東洋水産	4,691,849	3.3	331	67.8
7	5	チャルメラ　しょうゆラーメン　５食　485ｇ	明星食品	4,430,414	3.1	289	60.8
8	6	煮込みラーメン　しょうゆ味　314ｇ	永谷園	4,387,499	3.1	268	86.0
9	7	煮込みラーメン　みそ味　328ｇ	永谷園	4,306,954	3.0	270	83.2
10	—	マルちゃん　正麺　豚骨味　91ｇ×５	東洋水産	3,791,925	2.7	324	64.5
11	9	サッポロ一番　ちゃんぽん　106ｇ×５袋	サンヨー食品	3,150,772	2.2	296	63.5
12	8	出前一丁つくってキャンペーン　５食　505ｇ	日清食品	2,958,152	2.1	295	57.2

カップ麺

今月順位	前月順位	商品名・容量	メーカー	売上金額(円)	金額シェア(%)	平均単価(円)	カバー率(%)
1	1	カップヌードル　77ｇ	日清食品	11,070,091	4.1	117	92.5
2	3	カップヌードル　シーフードヌードル　75ｇ	日清食品	8,499,346	3.1	116	92.5
3	2	マルちゃん　赤いきつねうどん　96ｇ	東洋水産	7,331,536	2.7	99	55.8
4	4	マルちゃん　緑のたぬき天そば　東　101ｇ	東洋水産	6,507,446	2.4	98	55.8
5	5	スープヌードル　カップ　59ｇ	日清食品	5,598,467	2.1	91	75.0
6	7	スープヌードル　シーフード　61ｇ	日清食品	5,302,242	1.9	90	74.0
7	12	カップヌードル　カレー　85ｇ	日清食品	5,270,343	1.9	117	90.8
8	11	日清のどん兵衛　きつねうどん　東　96ｇ	日清食品	4,759,941	1.7	116	49.8
9	8	ペヤング　ソースやきそば　120ｇ	まるか食品	4,595,893	1.7	113	55.0
10	6	日清のどん兵衛　きつねうどん　西　95ｇ	日清食品	3,757,978	1.4	119	34.8
11	9	マルちゃん　Ｃ麺づくり　鶏ガラ醤油　97ｇ	東洋水産	3,720,363	1.4	103	72.0
12	10	焼そばＵ．Ｆ．Ｏ．　カップ　129ｇ	日清食品	3,719,751	1.4	116	38.0

乾麺

今月順位	前月順位	商品名・容量	メーカー	売上金額(円)	金額シェア(%)	平均単価(円)	カバー率(%)
1	1	揖保乃糸　手延素麺　上級品　300ｇ	兵庫県手延素麺協同組合	2,301,473	8.1	320	85.0
2	2	讃岐うどん　450ｇ	川田製麺	689,977	2.4	236	37.5
3	5	ＣＧＣ　讃岐うどん　100ｇ×５	ＣＧＣ	488,600	1.7	197	12.2
4	4	ナンバーワン　うどん　250ｇ	日清フーズ	484,717	1.7	110	17.2
5	6	あばれほうとう　260ｇ	はくばく	374,763	1.3	192	16.0
6	11	木曽路御岳そば　200ｇ	霧しな	355,348	1.2	171	21.2
7	7	山形のとびきりそば　袋　150ｇ×３	小川製麺所	351,023	1.2	412	33.2
8	47	上州手振りうどん　400ｇ×10	星野物産	341,169	1.2	2,019	0.5
9	3	お鍋ひとつで！　鶏南蛮そば　254ｇ	永谷園	335,267	1.2	260	41.5
10	8	伝統の二八そば　250ｇ	東京かじの	319,123	1.1	280	29.0
11	9	上州手振うどん　300ｇ	星野物産	307,696	1.1	208	20.2
12	12	やまいも蕎麦　袋　250ｇ	石黒製麺	282,640	1.0	203	10.0

生麺・ゆで麺

今月順位	前月順位	商品名・容量	メーカー	売上金額(円)	金額シェア(%)	平均単価(円)	カバー率(%)
1	1	マルちゃん　焼そば　３人前　480ｇ	東洋水産	23,843,034	8.4	161	77.8
2	4	手打ち式本うどん　220ｇ×３	シマダヤ	3,352,104	1.2	136	13.2
3	2	マルちゃん　醤油ラーメン　３人前　411ｇ	東洋水産	3,332,510	1.2	191	34.8
4	7	マルちゃん　鍋用ラーメン　180ｇ	東洋水産	3,018,181	1.1	184	68.0
5	9	マルちゃん　昔ながらの中華そば　しょうゆ味　120ｇ	東洋水産	2,890,604	1.0	117	44.8
6	5	マルちゃん　玉うどん讃岐　３人前　540ｇ	東洋水産	2,815,579	1.0	151	23.8
7	3	なべ焼うどん　箱　８食	高砂食品	2,714,483	1.0	831	1.8
8	27	マルちゃん　北海道小麦を使った玉うどん　540ｇ	東洋水産	2,434,310	0.9	113	18.2
9	11	お値うち太鼓判玉うどん　３食　600ｇ	シマダヤ	2,411,252	0.9	112	12.0
10	8	マルちゃん　味噌ラーメン　３人前　459ｇ	東洋水産	2,366,721	0.8	190	36.8
11	10	マルちゃん　塩焼そば　３人前　480ｇ	東洋水産	2,358,224	0.8	167	55.5
12	12	マルちゃん　生活良好　北海道小麦使用玉うどん　540ｇ	東洋水産	2,241,949	0.8	129	9.5

スパゲッティ

今月順位	前月順位	商品名・容量	メーカー	売上金額(円)	金額シェア(%)	平均単価(円)	カバー率(%)
1	1	ママー　チャックスパゲティ　1.6mm結束　600ｇ	日清フーズ	3,110,657	6.6	290	55.5
2	2	ポポロスパ　７分　結束　700ｇ	はごろもフーズ	2,877,673	6.1	244	49.8
3	3	ママー　スパゲティ　1.6mm　300ｇ	日清フーズ	2,179,659	4.6	129	73.2
4	8	ディチェコ　№11　スパゲッティーニ　500ｇ	輸入品・その他	1,977,706	4.2	208	51.0
5	7	ポポロスパ　７分　結束　500ｇ	はごろもフーズ	1,973,257	4.2	182	19.8
6	5	ママー　チャックスパゲティ　1.4mm結束　600ｇ	日清フーズ	1,821,014	3.9	294	46.8
7	6	オーマイ　結束スパゲッティ　1.5mm　500ｇ	日本製粉	1,503,942	3.2	202	38.2
8	10	パスタドーロ　スパゲッティ　１kg	カーギルジャパン	1,183,684	2.5	193	11.2
9	4	アントニオデニーロ スパゲティ 1.7mm　500ｇ	輸入品・その他	921,025	2.0	129	18.0
10	9	オーマイ　結束スパゲッティ　1.7mm　500ｇ	日本製粉	915,278	2.0	207	32.5
11	12	ママー　スパゲティ　1.4mm　300ｇ	日清フーズ	905,221	1.9	134	48.8
12	14	ディチェコ　№10　フェデリーニ　500ｇ	輸入品・その他	791,550	1.7	209	33.2

食パン

今月順位	前月順位	商品名・容量	メーカー	売上金額(円)	金額シェア(%)	平均単価(円)	カバー率(%)
1	1	超熟　６枚	敷島製パン	22,471,951	7.3	158	65.8
2	2	芳醇　６枚	山崎製パン	17,480,854	5.7	114	57.5
3	3	本仕込食パン　６枚	フジパン	14,863,433	4.8	142	54.0
4	4	ダブルソフト　６枚	山崎製パン	11,320,512	3.7	164	80.0
5	5	超熟　５枚	敷島製パン	9,446,546	3.1	161	52.0
6	6	ふんわり食パン　６枚	山崎製パン	9,275,057	3.0	143	75.8
7	7	ネオレーズンバターロール　６個	フジパン	8,320,456	2.7	157	55.0
8	8	ネオバターロール　６個	フジパン	8,120,759	2.6	156	55.2
9	9	本仕込食パン　５枚切	フジパン	7,380,832	2.4	148	31.0
10	10	超熟　８枚	敷島製パン	7,088,507	2.3	157	45.8
11	11	芳醇　８枚	山崎製パン	5,854,616	1.9	116	37.2
12	12	超芳醇角食　６枚	山崎製パン	5,842,707	1.9	143	37.0

菓子パン

今月順位	前月順位	商品名・容量	メーカー	売上金額(円)	金額シェア(%)	平均単価(円)	カバー率(%)
1	1	薄皮つぶあんぱん　５個	山崎製パン	11,361,778	2.4	118	85.8
2	3	薄皮クリームパン　５個	山崎製パン	7,385,344	1.6	125	80.2
3	2	ナイススティック	山崎製パン	6,964,004	1.5	92	77.2
4	4	ランチパック（ピーナッツ）　１個	山崎製パン	6,921,088	1.5	110	76.2
5	6	パスコ　超熟イングリッシュマフィン　４個	敷島製パン	6,425,221	1.4	146	61.8
6	5	コッペパン（ジャム＆マーガリン）	山崎製パン	6,297,802	1.3	91	70.2
7	7	モッチリング（バナナチョコ）スリーエフ	山崎製パン	5,278,278	1.1	95	44.2
8	8	薄皮チョコパン　５個	山崎製パン	5,234,364	1.1	124	74.5
9	10	ネオ黒糖ロール　６個	フジパン	4,938,585	1.1	156	49.2
10	9	ミニスナックゴールド　１個	山崎製パン	4,626,210	1.0	99	73.2
11	13	十勝バターレーズンスティック　６本	敷島製パン	4,560,271	1.0	168	61.2
12	14	十勝バタースティック　６本	敷島製パン	4,486,455	1.0	168	62.5

シリアル類

今月順位	前月順位	商品名・容量	メーカー	売上金額(円)	金額シェア(%)	平均単価(円)	カバー率(%)
1	1	フルグラ　418ｇ	カルビー	1,830,004	8.8	430	57.8
2	2	コーンフロスティ　コナン　215ｇ	日本ケロッグ	1,732,652	8.3	313	75.0
3	4	フルグラ　800ｇ	カルビー	1,266,791	6.1	842	21.0
4	3	シスコーンＢＩＧ　フロスト　240ｇ	日清シスコ	1,107,172	5.3	196	57.2
5	5	チョコワ　コナン　145ｇ	日本ケロッグ	854,099	4.1	313	66.8
6	6	ブラウンシュガー　230ｇ	カルビー	847,341	4.1	220	58.2
7	8	シスコーンＢＩＧ　マイルドチョコ　240ｇ	日清シスコ	718,523	3.5	193	48.2
8	7	トッピンチョコ　230ｇ	カルビー	707,553	3.4	222	60.8
9	9	チョコクリスピー　コナン　260ｇ	日本ケロッグ	692,202	3.3	322	64.5
10	12	ブランフレーク　プレーン　250ｇ	日本ケロッグ	686,664	3.3	328	46.0
11	11	玄米フレーク　大箱　220ｇ	日本ケロッグ	653,949	3.1	335	61.5
12	13	ＣＧＣ　フルーツグラノーラ　400ｇ	ＣＧＣ	638,384	3.1	344	15.5