

謹賀新年



Food Navigation  
FOOD NAVIGATION

**新**年明けましておめでとうございます。旧年中は『Food Navigation』会員企業様をはじめ、業界内外の方々からの応援やご支持をいただき、ありがとうございました。心より感謝を申し上げます。

2024年の小売業界においては、2023年に引き続き原料費や人件費等に起因する値上げが続きました。そのため、商品品質や付加価値の向上に注力する企業も多くみられました。また、物価上昇による影響を最小限に抑えるため、物流や仕入れ方法の見直し、コスト削減等に取り組んだ企業も多くありました。

賃金アップも大きな話題となりました。賃金アップによる収入増加により、今後の景気や消費活動に期待が持てます。一方で、人件費の増加は経営負担になる可能性があり、生産性向上や効率化、従業員のモチベーションやスキルの向上などが急がれます。

デリカに関しては、2023年に引き続き、多くの企業で概ね順調に推移しました。潮目を迎え、トレンドが変わるとの懸念もありましたが、結果的には順調に推移しました。特に米飯においては、売上前年比ベースで2年以上伸長し続けている企業もあり、デリカ業績を下支えしています。

一方、原材料値上げも深刻で、特に米飯においては米の値上げ問題が深刻でした。値上げをせずに維持している企業がほとんどですが、米の値上げは企業努力では難しいレベルの値上げとなっており、今年は値上げに踏み切る企業が多くなると予想されます。そのため、各企業“価値を伴う値上げ”を前提に、商品の磨き込み、あるいは大幅なリニューアルに取り組んでいます。

また、人手不足も深刻です。各社のデリカ担当者と話をすると、「人がいないからこれ以上商品を作れない」という話をよく聞きました。さらに、新商品などの投入に関しても「従業員に負荷を掛けられないから、新商品の投入を積極的に出来ない」という声もありました。

2024年7月23日付「農林水産省告示」により、飲食料品製造業分野にて、総合スーパーマーケットや食料品スーパーマーケットが、特定の分野に係る特定技能外国人の受入れ可能な事業所として追加されました。すぐに改善されるというわけではありませんが、今後に期待が持てます。

その他、プロセスセンターの導入やアウトパックへの移行を進める企業も多いようですが、店舗における生産管理や作業管理など、コスト削減や生産性の改善がまだまだ必要と言えます。

デリカ意外の生鮮部門などでの惣菜化は、取り組む企業が引き続き増えています。生鮮・惣菜部門として連動する動き、各生鮮部門内で惣菜化する動きなど様々ありますが、生鮮部門のロス対策や生鮮商品の売り切りを前提にした生鮮惣菜への取り組みを実施し、本来の生鮮と生鮮惣菜共に成果を上げている企業もあります。生鮮惣菜の導入により、生鮮惣菜の売上に注目を浴びがちですが、生鮮売上を落とさずにプラスオンすることが本来の目的であり、本業を見失わないようにすることが必要と言えます。そのような部分も引き続き取材していきたく思います。

小社は『Food Navigation』という媒体名の通り、“食”から様々なキーワードを探り、微力ではありますが皆様に“ヒント”や“気づき”をご提供できるように邁進して参ります。何卒、今後ともご支援・ご協力をいただけますよう心よりお願い申し上げます。

今年一年が皆様にとって、健康で豊かな実りのある一年であることを心よりお祈り申し上げます。

株式会社フードナビゲーションジャパン  
代表取締役 小池 一生