

メーカーアンケート分析

気温上昇、中食需要が追い風

乾麺メーカーにアンケートを実施し、23社の回答を得た。23年はコロナが5類に移行したことで外食産業の回復が進んだものの、節約志向の高まりから内食傾向もあった。気象庁によると23年の年平均気温は全国的に高く、特に北・東・西日本で記録的な高温となった。1946年の統計開始以降、北・東日本では、春・夏・秋の3季節連続で季節平均気温が1位の高温となり、西日本では夏の気温が1位タイの高温となった。そのため「そうめん・ひやむぎ」は梅雨明け以降に好調だったが、中元などのギフトは苦戦した。主要な原料となる輸入小麦の政府売渡価格は、23年4月期は8万2千60円/t（前期比13・1%増）の算定価格を7万6千750円/t（同5・8%増）に激変緩和措置で上昇幅を抑制。23年10月期では6万8千240円/t（同11・1%減）だった。ただ

為替では1ドル150円台となるなど円安が進行し、小麦以外の原料やエネルギーコスト、物流費などが高止まりしており、予断を許さない状況だ。ウエザーニューズが24年3月から8月までの天気傾向から商品の売れ行きを予想した「春夏の小売需要傾向」を発表。夏（6〜8月）は地球温暖化の影響で北半球の気温が高い状態が継続することや、ラニーニヤ発生により太平洋高気圧の北への張り出しが強まる影響で暑い夏になる。今春は早い時期から気温が高く、夏にかけても高い状況が続くことから、冷やし中華など冷たい食品や夏物商品の需要が例年より早めに高まり、夏になっても需要の高い状況が続くとみている。また降水量は全国的に平年並みから多い傾向。そのため、気温に加え中食需要も高まるとみられ、そうめん・ひやむぎの需要も上昇するとみられる。

売上げは おおむね前年超え

売上げでは、回答のあった22社のうち15社が『増収』、6社が『横ばい』と回答した。23年は24社の回答のうち『増収』12社、『横ばい』5社、『減収』7社だったことを考

えると多くのメーカーで回復がみられた。多くのメーカーで輸入小麦の高騰、電気ガスなどのエネルギーコスト、包装資材、物流費などさまざまな面で負担が増え価格改定に踏み切ったことで売上げを押し上げた。梅雨明け以降に気温が上昇したことで家庭用商品は好調に推移したが、中元時期に気温が低かったことでギフトは苦戦し

たメーカーが多かった。輸入小麦の政府売渡価格は23年10月期に前期比11・1%減となったものの、21年4月に5・5%増、同10月19%増、22年4月17・3%増と大きく上昇してきており、22年10月期は引き上げを回避し据え置きと判断されたが、前述の通り23年4月期に13・1%増とトータルで大きく負担が増えている

増益9社 価格改定などで改善

る状況が続いている。円と米ドルの為替相場も23年1月の月平均で約130円だったものが右肩上がりに上昇し、150円代になるなど円安が進行。小麦以外の原材料や包装資材、エネルギーコストの高騰が危惧される。さらに、人件費の上昇、24年物流問題による物流費の増加も懸念されている。

23年の利益面では、回答のあった21社のうち『増益』が9社、『横ばい』が7社だった。22年のアンケートでは回答のあった半数が『減益』と答えており、価格改定が進まないなどの要因があった。それから多くのメーカーが価格改定を進めたことに加え、売上増が後押しするなど改善が進んだ。

『増益』だった9社は、小麦の高騰などで23年に価格改定に踏み切ったメーカーが多かったほか、夏の気温上昇により受注が増加し売上げを伸ばしたことで利益増につながったメーカーもあった。一方、『横ばい』『減益』と回答したメーカーでは、価格改定をするこ