バラエティ豊かなラインナップ
チョコエッグ
本物のおいしさ
セコイヤチョコレート
フルタ製菓株式会社
〒544-0023　大阪市生野区林寺6-7-22

菓子・食品・パン関連資材専門紙　流通記者会加盟紙
菓業食品新聞
The Journal of confectionery
URL:http://okashi.info　e-mail:okashi@nespe.com

平成29年　2月22日（水曜日）
（毎月12、22日発行）第2159号
昭和41年7月2日第3種郵便物認可

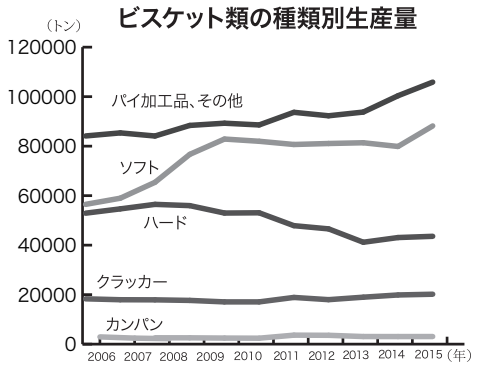
発行所　〒553-0003 大阪市福島区福島 1-2-12-605
TEL 06(6458)2045 FAX06(6458)6520
株式会社 菓業食品新聞社
支社・京都
発行人　狩野　智子　　一カ年　8,400円

平成28年ビスケット国内生産量
半期で前年比2・7%増
「カンパン」好調に推移
ビスケット消費量
奈良県が1位、107枚

平成27年度の国内ビスケット生産量は、25万8900トン（前年比5・2・7%増となった。内訳は、ハードビスケット2万1838トン（9%増）、生産金額2580億円（7・5%増）だった。

また、28年の上半期（1月から6月）におけるビスケット全体の生産数量は13万32トンで、前年同期より2788トンとなった。特にカンパンは、半期クカー1万138トン、カンパン2055トン、パイ・加工品・その他5万りによるとみられる。

ビスケット類の種類別生産量



ビスケット消費量
都道府県ランキング2015年

順位	都道府県	枚数	金額（円）
1	奈良県	107.4	2,234
2	兵庫県	95.5	2,054
3	岩手県	90.0	1,691
4	千葉県	88.4	1,803
5	富山県	87.5	1,716
6	栃木県	86.1	1,802
7	静岡県	79.2	1,701
8	茨城県	76.7	1,717
9	神奈川県	74.7	1,646
10	北海道	73.9	1,450

CVSビスケットトップはルヴァン

首都圏CVS250店舗以上のクッキー・ビスケットの売上ランキングしている。中でも、1位を除いてすべて1位を保持、一大ヒット商品となった。

20位までの味のトレンドとしては、チーズ、チョコレート系が強く、プレーン系より、クリームを挟んだもの、スイーツ系が好まれる傾向にある。

クッキー・ビスケット コンビニ POS
（首都圏CVS235店舗、1月30日～2月5日、右端は売価）

1	ヤマザキビスケット	ルヴァン チーズサンドミニ小袋	106
2	ヤマザキビスケット	レモンパック ミニ 小袋	106
3	不二家	カントリーマアムミニ バニラ	108
4	ロッテ	チョコパイ 2個入	141
5	ヤマザキビスケット	抹茶サンド ミニ 小袋	106
6	ヤマザキビスケット	ルヴァンS	172
7	ヤマザキビスケット	ルヴァン チーズサンド	237
8	ブルボン	アルフォート ファミリーサイズ	365
9	ヤマザキビスケット	エントリー	237
10	江崎グリコ	ビスコ 発酵バター仕立て	113
11	東ハト	シュープリーム クリームサンド	216
12	ヤマザキビスケット	ルヴァンチーズS カマンベールP	140
13	ブルボン	オリジナルアソート	306
14	ヤマザキビスケット	レモンパック	237
15	森永製菓	スナッキング チョコチップクッキー	148
16	ブルボン	プチ チョコチップ	86
17	森永製菓	スナッキング 香ばし胚芽ビスケット	148
18	輸入	マーケットO リアルブラウニー	123
19	ブルボン	プチ チョコラングドシャ	86
20	ヤマザキビスケット	ルヴァン クラシカル 6P	206

ビスケット消費量
大阪府は44位

2015年の都道府県別1人あたりのビスケット消費量（総務省の統計に基づく、クッキー、サブレ含む）ランキングによると、1年間の全国平均は63・5枚（前年は72・0枚）となった。上位の県については次のとおり。

トップは奈良県で、107・4枚、消費金額が2234円。2位は兵庫県95・5枚、2054円、3位岩手県90・0枚、1691円、4位千葉県88・4枚、1803円、5位富山県87・5枚、1716円となった。最下位は青森県で、36・4枚、838円。東京都は14位、大阪府は44位だった。

欧米でトレンドにセイボリー市場

ビスケットは、「スナック市場」の一カテゴリーだが、世界的に健康志向が高まってきていることから、「セイボリー」と呼ばれる、甘くないスナックが注目されている。主に塩味系のもので、野菜やチーズをのせたタルトやクレープ、プレッツェル、ナッツなど、適量に摂ることで美味しさと満腹感が得られ、ダイエット効果につながる。特に欧米では、昨年「Sweets to Savory」がトレンドワードとなり、「間食＝甘いもの」という概念が変わりつつある。ただし、1回の間食で100キロカロリーまでが理想とされる。

近年、日本のビスケット市場は着実に成長を遂げている。今はスイーツ系が主流だが、プレーン、チーズ系などもファン層は厚い。甘くて美味しいもの、甘くないがヘルシーで満腹感が得られて美味しいもの、双方のニーズを満たすことが求められる。

3面　井村屋 春夏新商品
6面　大阪市 食品衛生施設
12面　菓祖神社敬神会 節分祭