

# “内食化”が後押し

冬本番に巻き返し図る

不況の影響から外食を控え、家庭で食事をとる“内食化”的傾向が今年も続いている。こうした中、昨冬は家庭の団らん料理である鍋料理に注目が集まり、カセットコンロとカセットボンベの出荷個数が伸びた。しかし、今年は猛暑の影響が長引いていることもあり、例年より商戦のスタートが遅れている。【真島亮人】

09年はコンロ、ボンベ00万本で前年比10%とも数量で成長。日本ガス石油機器工業の統計によると、09年のカセットコンロの国内出荷台数はおよそ225万台で、金額が4億600万円。台数は前年比10.2%を記録したが、金額は99%と減少した。また、カセットボンベはおよそ1億460万本で、金額が42億600万円。台数は前年比1.4%を記録したが、金額は99%と減少している。

しかし、9月末現在までコンロ、ボンベとともに前年を割り込み、厳しい状況が続いている。

その背景には、9月下旬まで続いた猛暑の影響がある。例年9月初旬から活発に動き出す市場だが、今年は各小売店もチラシ掲載などを控え、売り場づく



カセットコンロ・ボンベ

HIIタイプに適応のコンロ

ボンベ市場は価格に課題

寒い冬に期待する  
(関係者) という声も

猛暑の影響を受け出

足が鈍ったものの、気

象庁の発表によれば今

年の冬は寒くなるとい

う。その通りとなれ

ば、内食傾向に後押

し、これから本格的な

シーズンを迎えて、まだ十分巻き返せる市

場だ。

岩谷産業の「カセットフーエンジニア」は、小型コンロとして初の内炎式バーナーを搭載し、ガスの使用量を従来品より16%削減した。TTSは「エコタイプは商談時から高い評価を得ている」と自信を見せる。これから本格化する商戦に向けて、経済性の高さを武器に市場活性化を目指す。

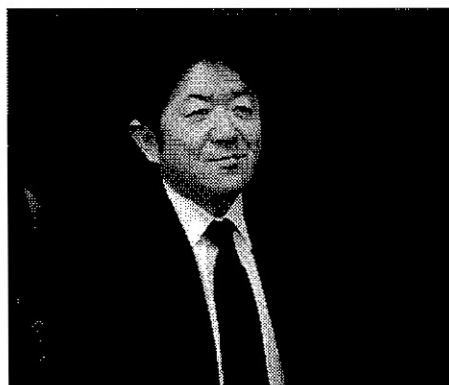
ボンベは、本体容器の素材として使われる鉄と中身であるブタンガスの価格が上がつているにも関わらず製品の卸値価格と小売価格が下がっているという厳しい状況が続いている。一方で従来品を内側に向けた内炎式に改めし、熱効率を高めたエコタイプの投入が目立っている。中でもTTSの「火予ちゃん」と「yan-e-co」は、通常火が外側に広がるようになされたバーナー(火吹き出し口)を内側に向けた内炎式に改めることで、従来品と比べ約20%の省エネを実現した。

る。

「一部のメーカーがシェア拡大を急ぐあまり、値下げに走っていくことが波及していく。

流通の値下げの要

求に対しては、今後も粘り強く交渉を続け、理解を得るしかない」



# TT S 高橋 佳嗣

# 先を見据え商品価値高める

「今これ見て  
力セットコソロ・ボン  
べ市場について聞かせ  
てください。

割り、厳しい状況。従来であれば、各小売店は9月初旬からチラシなどを利用して、コンロとボンベの需要を喚起すべく活動するが、猛暑が9月中旬まで続いたため、主に鍋料理に使うコンロ、ボンベの宣伝を控えた結果だろう。「9月末時点で前年同期比およそ95%と厳しい。猛暑の影響もあり、特にボンベ市場に影響が出ているようですね。

猛暑が9月中旬まで続いたため、主に鍋料理に使うコノロ、ボンベの宣伝を控えた結果だ  
る。[う]  
——特にボンベ市場に影響が出ているよう  
です。

況だ】  
— 厳しい環境を乗  
り切るための秘策は。  
「今秋は、エコ」を  
考えた省エネタイプの  
カセットコンロ『火子  
ちゃんコンロ eco』  
を投入した。ボンベの  
消費力口リーを抑えな

がっていることが大きな要因だ。これは一部のメーカーがシェア拡大という目的だけで行っているのが原因。この値下げが市場全体に浸透し始めている。加えて今年は、ポンベ本体容器に使われる鉄も、その中身であるプロパンガスも価格が上がっている。原価は上がっているのに、卸価格は下がるという厳しい状況になっている。現状、バイヤーからの値下げ圧力に対しては、粘り強く真摯に折衝しているが、製品の価格がなかなか下がらない。これが一因だ。

05年4月に日本たばこ産業の過縁子会社であった東京たばこ商事から、喫煙具、カセットコンロとカセットボンベなどの輸入販売元事業を譲り受けたTTS。原材料高騰や価格競争に揺れる力セットコンロ・ポンベ市場と、子どもの誤使用など安全性の問題に配慮して、来年9月よりチャイルドレジスタンス(CR)規制の施行が決まったライター市場において、どのような施策を打つて出るのか。高橋佳嗣社長に話を聞いた。



CRにも対応してい  
る。1回2時間の充電  
で、約100回程度使  
え、充電すれば繰り返  
し使える。こうした新  
しいタイプのライター  
を投入することだが、ラ  
イター市場を少しでも  
活性化させたら」

（ア）イターハ、消費  
一業界の課題は何  
でしよう。

「市場自体は成長し  
てゐる。しかし、陣取  
り合戦のよ  
うに配荷競  
争をしてばかりで、  
現場である中国やベトナム  
に行き、品質チエックや荷揚ほか、ほか

生活用製品安全法に基づき特別特定製品に指定される。子どもの誤使用を防ぐ機能を付加し事故を防止するとい

CRにも対応してい  
る。1回2時間の充電で、約100回程度使  
え、充電すれば繰り返し使える。こうした新  
しいタイプのライターを投入することで、ラ  
イター市場を少しでも活性化させたい」  
——今後の方向性についてお聞かせ下さ  
い。

模は、高級フイターを  
ディスボーザブル（廃  
い捨て）ライターのほ  
か、禁煙パイポ、携持  
灰皿などの喫煙具も含  
めおよそ650億円。  
ディスボーザブルフン  
ターは年間5億本強距  
売されている。しかし

戦略などプランが打ち出しつづく。同時に競争も行われていらのが現状だ。しかし、年後、10年後を見据ると、新しい価値を達した力セットコンロ開発や、さらなる安値化の追求、ボンベの安定供給などに注力していくべきだと考えている。少なくとも3年生を見て戦略を立てねば、安売りに走るこはないはずだ」

——来年9月よりC  
R規制が施行されま  
す。

「ライターは、消費  
生活用製品安全法に基づ  
き特別特定製品に指定  
される。子どもの誤  
使用を防ぐ機能を附加  
し事故を防止するとい  
うものだ。毎月、生産  
現場である中国やベト  
ナムに行き、品質チエ  
ックを行なうほか、ほか

度の減少が予測され  
る」

——市場も今後は25%程  
りした影響で、ライタ  
ー

CRにも対応してい  
る。1回2時間の充電で、約100回程度使  
え、充電すれば繰り返し使える。こうした新  
しいタイプのライターを投入することで、ラ  
イター市場を少しでも活性化させたい」  
——今後の方向性についてお聞かせ下さ  
い。

の各社も国内に検査設備を設けなくてはならないなど、品質を高めるには費用がかかる。同時にアウトサイダーと呼ばれ、日本喫煙具協会に属さない業者の輸入品を中心とした製品は、事故防止に必要な品質の確保が十分でない場合が多く販売しにくくなる。このアウトサイダーが全体のおよそ半分を占めるところから、市場は縮小しても協会に属していないメーカーにとつてはチャンスでもある」

CRにも対応して、で、約100回程度使え、充電すれば繰り返し使える。こうした新しいタイプのライターを投入することにより、ライター市場を少しでも活性化させたい」――今後の方向性についてお聞かせ下さい。

「日本や韓国ばかりではなく、世界中で使えるアイテム。現在、親会社により台湾、ロシア、ベトナムなど世界約50カ国で展開しているが、今後は中国にも浸透させたい」

「また、炎を見ながら食卓を囲めるコンロは、因らんを作り出すツールとして有効だ。加えて“安価である”、“どこでも持ち運べる”、“災害用としても備蓄ができる”というメリットがある。こうした特長を広く知つてもらつて消費者に働きかけていく。ライターは、品質を高める一方、常に新しい機能や斬新なデザインなどを

「たいたくさんやった。規格もことから、市場は縮小しても協念に属していくメーカーにとつてはチャンスでもある」  
——新製品を発売しました。

CRにも対応していける。1回2時間の充電で、約100回程度使えて、充電すれば繰り返し使える。こうした新しいタイプのライターを投入することだ。ライター市場を少しでも活性化させたい」

——今後の方向性についてお聞かせ下さい。

「コンロ、ポンペは、日本や韓国ばかりではなく、世界中で使えるアイテム。現在、親会社により台湾、ロシア、ベトナムなど世界約50カ国で展開しているが、今後は中国にも浸透させたい」

「また、炎を見ながら食卓を囲めるコンロは、団らんを作り出すツールとして有効だ。加えて、安価である、どこにでも持ち運べる、災害用としても備蓄ができる」というメリットがある。こうした特長を広く知つてもらおうべく消費者に斬新なデザインなどを生み出し、価値を高めていきたいた。

