

BiC FOOD REPORT

7月号

食品業界に於ける弊社独自マーケティング活動の注目すべき情報を毎月にお届け致します。

食品業界のマーケティングなら

ベーシックインフォメーションセンター株式会社



BiC Food Produce

東京都千代田区東神田2-6-2 タカビル5F

TEL : 03-3864-6351 FAX : 03-3865-2007

https://bic-foodproduce.jp/

全国の食品情報の中から、話題性のある市場や新商品、ユニークな販促活動の情報を弊社の視点で提供。今後の食品事業に参考にして頂ければ幸いです。

情報源：日本食料新聞、健康産業新聞、日経流通新聞、その他

BFPの視点

2019年（1月～12月）

パウチ惣菜の成長勢い止まらず

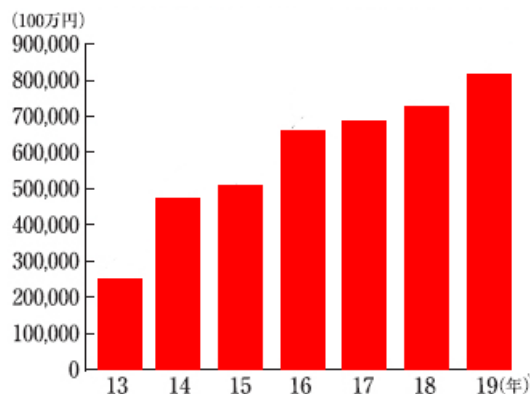
7年間で市場規模4倍の8000億円超えに成長

日本惣菜協会の「2020年版惣菜白書」によると、19年の「袋物惣菜」（容器包装後低温殺菌処理され、冷蔵で30日程度日持ちする調理済包装食品）の市場規模は、前年比11.8%増の8109億78百万円と8000億円の大台に突入。19年までの7年間で約4倍に成長した。惣菜全体の10兆3200億43百万円に占める「袋物惣菜」の構成比率は、前年比0.8%増の7.9%と年々拡大を続けている。「袋物惣菜」は、チルド帯を対象としているため、常温商品も含めると、その規模はさらに大きいと思われる。

「袋物惣菜」市場を業態別に見ると、CVSの市場規模は、前年比20.7%増の5411億円36百万円、構成比66.7%と圧倒的なポジションを占めている。

また、CVS内において「袋物惣菜」は、米飯類、一般惣菜に次ぐ構成比16.1%を占め、他の業種に比べて存在感が大きい。特にCVSでは、移り変わりの早い消費者ニーズを素早くとらえて商品展開。コロナ禍では、在宅勤務による生活リズムに合わせた販促活動を行うなど、様々な工夫を凝らしている。

【袋物惣菜の市場規模】



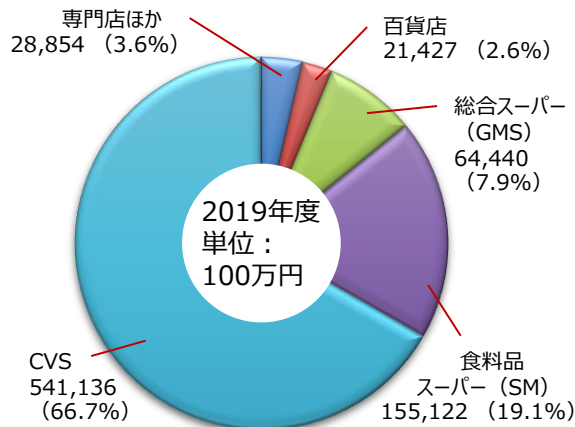
売れ筋に変化／アイテムを絞り込む

今年は新型コロナが猛威を振るい、総菜売場は大きな打撃を受けた。特に、弁当類は軒並み売上げを落とす一方で、冷凍食品や乾物・乾麺など、日持ちするロングライフ食品売場が活況を呈した。また、緊急事態宣言発令に伴う外出自粛要請により、買いだめ需要が高まり、家で調理する機会が増加。生鮮売場の素材系に客足が向き、家庭で手料理を楽しむ傾向に傾いた。そうした中で、袋物惣菜も少なからず影響を受けた。

緊急事態宣言中の4月～5月を対象に、日本食糧新聞社が調べた袋物惣菜動向によると、和風袋物惣菜販売数量は、19年4月～5月の101万6901個に対し、20年4月～5月は76万9185個と24%減少。洋袋物惣菜販売数量は、19年4月～5月では144万1703個であったが、20年4月～5月は124万8628個と13.4%減となった。洋袋物惣菜は、ハンバーグが中心で、和袋物惣菜に比べると依然として根強い人気を保っていることが分かった。

「袋物惣菜」は、単身・共働き世帯の増加、少子高齢化による個食ニーズの増加などを背景に、調理に手間をかけず、食べたい時に食べられる簡便性で、今後の市場は、さらに加速すると言える。

【袋物惣菜の業態別構成比】



●いぶりがっこラー油（秋田）



いぶりがっこを細かく刻んで粉チーズ入りラー油に漬け込んだ、ご飯のお供。コリコリ食感の燻製風味にラー油の辛味とチーズの旨味が加わり、食べ飽きないおいしさ。あつあつご飯やチャーハンの具にもお薦め。

製造販売 （株）フルール
参考価格 648円（税別）
内容量 180g
賞味期限 製造から1年

●「戦国武将メシ缶詰」織田信長 桶狭間の戦い出陣メシ・明智光秀 武士のもてなしメシ（東京）



戦国武将が食べていた食事を史実に基づいて再現した缶詰が付いた、歴史体感マガジン。戦国武将のストーリーをマガジンで読みながら、付録の缶詰を食して楽しめる。

製造販売 国分グループ本社（株）
／（株）デアゴスティーニ・ジャパン
参考価格 900円（税別）
内容量 75g
賞味期限 36ヶ月

●とらぶぐコラーゲン美容ジュレもも味・キウイ味（東京）



とらぶぐ専門料理店「玄品」の独自製法で抽出した、高品質のとらぶぐコラーゲンをふんだんに使用。さらにビタミン、鉄分、大豆イソフラボン、ヒアルロン酸など、キレイにうれしい成分も一緒に取れる美容ジュレ。

製造販売 アース製薬（株）
参考価格 オープン/200円（税別）
内容量 150g
賞味期限 18ヶ月

●ご飯がススムさばのキムチ煮（千葉）



りんごの甘み、かつお節などの魚介の旨みと甘みが特長のピクルスコーポレーション「ご飯がススムキムチ」の味付けを採用した、さばのキムチ煮缶詰。辛さ控えめでご飯にも良く合い、子供にもお薦め。家族全員で楽しめる。

製造販売 信田缶詰（株）
参考価格 300円（税別）
内容量 190g
賞味期限 製造日より3年間

●焼さばフレーク缶詰（静岡）



静岡県産竹焼塩と駿河湾海洋深層水で味付けした焼サバのフレーク。焼きの手間もなく骨除去済みで、手軽に静岡の郷土料理「鯖の花漬け」が食べられる。焼きの香ばしさが魅力の上質な味わい。

製造販売 潮宝食品（株）
参考価格 450円（税別）
内容量 50g

●小さな四角い ライスペーパー（兵庫県）



手のひらサイズにすることで、子供でも簡単に手巻き寿司のように好きな食べ物を巻いて楽しめる。適度に厚みがあり四角いため折込も容易で、初めてライスペーパーを使う人でも、春巻きや手巻きサラダを作ることができる。

製造販売 ケンミン食品（株）
参考価格 190円（税別）
内容量 60g

| こどもに食べさせたいパウチ惣菜

「たべぷろ」が調査を実施

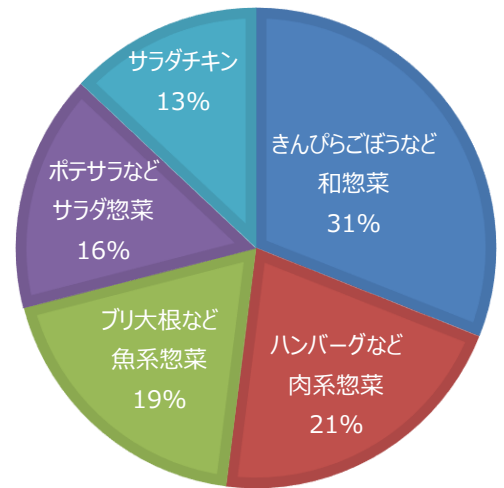
パウチ惣菜の王道は、やはり和惣菜。働くママに向けたメニュー提案サイト「たべぷろ」が、「働くママが子どもに食べさせたいパウチ惣菜は何か」をテーマに実施したアンケートによると、「きんぴらごぼうなどの和総菜」が全体の31%と最も多かったことが分かった。子どもには多種類の野菜を食べてもらいたいという、親の願いが反映された結果となった。

子どもには、和食を中心に食べさせたい

アンケートは、子どもを持つ全国20～40代の既婚女性100名を対象に、6月5日～22日に実施した。調査の結果、「きんぴらごぼうなどの和総菜」に続いて多かったのが、「ハンバーグなど肉系惣菜」、次いで「ブリ大根などの魚系惣菜」、「ポテトサラダなどサラダ惣菜」「サラダチキン」の順位となった。

「きんぴらごぼうなどの和総菜」が1位になった背景には、子どもには和食を中心に食べさせたい親の思いがある。「和食には栄養がある」「植物繊維やビタミンが摂取できる」「日本食は健康的である」「野菜の中でも植物繊維が豊富な根野菜をたべさせたい」など、プラスイメージがあることが垣間見られた。

【働くママが子どもに食べさせたいパウチ惣菜は】



肉系惣菜は体づくりに／魚系惣菜は体に良いから

2位の「ハンバーグなど肉系惣菜」については、ハンバーグが子どもの好きなメニューであるのと、メインディッシュとして最も手軽な惣菜として重宝されていることが分かった。具体的に見ると、「肉などのタンパク質は体を作るのに必要不可欠な食材で、子どもも好きなメニューなので嫌がらず食べる」「作るのが面倒なものが簡単に用意できるから便利で助かる」などの声が挙がっている。

「ブリ大根などの魚系惣菜」については、「骨まで柔らかい上に、缶詰のような癖がなく、子どもでも食べられる」といった声やDHAなどの成分が体に良いことを評価する声などがある。「ポテトサラダなどサラダ惣菜」は、「できるだけ野菜を食べさせたい」、「サラダチキン」は、「低カロリー高タンパク質で、味も子どもの食欲をそそる」「手で簡単に自由な大きさにできる」といった声も挙がった。

① BFP インフォメーション

「北海道 ご当地レトルトカレーフェア」大好評開催中！

<https://bic-foodproduce.jp/news/200625/>

2020年6月22日（月）より、東京・秋葉原ちゃばらにて、「このカレーの味を知らないなんてもったいない！北海道 ご当地レトルトカレーフェア」を開催中。当初の予定を延長し、6月22日（月）から8月末まで、ちゃばら店レジ前イベントスペースにて実施。

※好評につき7月6日より規模を拡大し「夏カレーフェア」として継続開催中。

今回は、6月22日（月）から7月26日（日）までの5週間の売上ベスト3をご紹介します。

<1位>



北海道肉ソシ大統領の肉デカビーフカレー

<2位>



りくべつ鹿あしよろチーズ鹿チーズカレー

<3位>



知床玉ねぎとエゾシカ肉のキーマカレー

1位の「北海道肉ソシ大統領の肉デカビーフカレー」は、2,000円（税込）という価格にもかかわらず、ダントツ人気の販売数となっている。話題性のあるおもしろい商品であること、そして本格的な美味しさが秋葉原のお客様のニーズにマッチした結果だと思われる。2、3位には、シカ肉を使ったカレーがランクイン。めずらしいシカ肉を使ったカレーであり、さらに都内ではあまり流通していない商品であったことが販売数につながった。



代表取締役 伊藤敏郎

1983年にマーケティング会社ベーシックインフォメーションセンター（株）を設立。2007年には、北海道における加工食品の商品開発から販路開拓を一貫して行う「BiC Food Produce」を立ち上げる。それらに関わった案件は約250件を数え、2017年には、地域特産品店の秋葉原ちゃばら店内に「こだわり逸品北海道コーナー」を設け、北海道商品のテストマーケティングや自治体のブランディング等を手掛ける。

冷凍石狩鍋の販路開拓に苦戦

前々回、前回にお話した珪藻土の商品開発支援以降、北海道の企業から食品に関する依頼案件が増え、その案件数は約10年間で250件以上を数えます。面談だけした企業を含めると1000社は越していると思う。多くの調査やマーケティング支援、等をさせて頂きました。その中から、今回は「冷凍石狩鍋」についてお話しします。

今から約10年前の案件です。依頼先は石狩市の鮭料理の老舗店「あいはら」。石狩の美味しい石狩鍋を全国の消費者に食べてもらいたい。店舗の待ちの営業から攻める営業ができる商品を開発したい。その為の商品企画はどの様にすれば良いのか。販路先が全く無いのに販路先が見つかるのか。そこからの相談でした。

「あいはら」のメニューは、鮭を使った料理が多く、「鮭コロッケ」「鮭シューマイ」「鮭の竜田揚げ」「鮭寿司」「石狩鍋」等々。それらの中で、石狩鍋に絞ったのは、店舗の売りが石狩鍋であること。北海道らしい商品よりも石狩らしい商品にしたかったこと。常温では賞味期限に限界があるので冷凍にすること。そこまでは、直ぐに描けたが、当然「あいはら」でも同じ様に考えていたようだ。しかし、「あいはら」は、どこから取り組んで良いか分からない。そこで、鍋料理全体の市場（鍋ギフト・スープ市場も含む）を調べることにした。鍋市場は、当時250億円の規模で右肩上がり。女性を狙った美容や健康料理として、鍋料理の新しい展開を見せていた。その市場を狙った美肌効果が高い「鍋用コラーゲン」なる商品も新発売されていた。

それをヒントに、鮭の効果を調べてみると、『鮭には、神経伝達物質の原料になり、筋肉を引き締める効果のある「DMAE」という物質が入っており、加齢とともに縮んでくる筋肉を身体の内部から変えることができるアンチエイジングのスーパーフード』とダイエット本に書かれていた。これだ！市場動向からも鮭の効果からも、冷凍石狩鍋は売れる。そう考え、開発支援を行った。しかし、石狩鍋の具材は、鮭以外に「ネギ」「キャベツ」「コンヤク」「豆腐」、等も入っており、その具材全てを冷凍にして食感を失わないかどうか。その領域になると、私の知識は乏しい。そこで、食品機械メーカーの技術者にも開発に加わってもらい、どうにか冷凍石狩鍋の商品開発にこぎ着けた。

「あいはら」の様な店舗を構えている企業の販路先は、食品商社経由か通販が一般的な販路先となるが、食品商社経由では掛率が合わない。通販は、軌道に乗るまでに時間がかかるのとこと、弊社が直接小売店やスーパー等へPR。さらに、東京の高田馬場祭りや練馬祭り等の催事出展で消費者へもPR。催事には、「あいはら」の代表が、自ら参加し、石狩鍋を1杯300円で試食販売を行った。

販路開拓は、期間限定でスーパー数社に採用されたが、石狩鍋は冬場にしか売れない。若世代は石狩鍋を知らない。鮭が入っているのも知らない。その現実がぶつかった。販路開拓の苦い貴重な経験であった。



当時の価格1260円／750g（1人前）

“商品開発や販路開拓”販促活動や営業方法”など、お気軽にお問合せ下さい。

【お問合わせ】ベーシックインフォメーションセンター(株) BiC Food Produce 東京都千代田区東神田2-6-2 タカビル5F

TEL : 03-3864-6351 FAX : 03-3865-2007 URL : <https://bic-foodproduce.jp> E-mail: bfp-info@bic-net.com