

BiC FOOD REPORT

5月号

食品業界に於ける弊社独自の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 ～ ふりかけ・お茶漬け市場 ～

子供人気で需要増

ふりかけ市場は19年度、前年比1%増の384億円で着地したと推定される。年初まで同2%減で推移していたが、2月末から需要が急増。コメ消費が一気に増え、ふりかけも販売が進んだ。新型コロナウイルスの感染防止に向けた、政府の休校要請が契機になり、それ以降のふりかけ販売は同2桁増。3年連続となる縮小が避けられた。

3月の自粛要請を経て、店頭回転率は高止まり。さらに4月の主要都市の緊急事態宣言によって、子供を中心に消費マインドが高まった。食シーンは家庭内食を開き、従来少なかった昼夕食需要も拡大。

春の最盛期である新学期や新生活需要は、一部先取りできたが、行楽需要は大幅減。さらに弁当用途は、業務用も含めて激減。イベントなどはキャンセルが続出。給食も純減し、悪影響を受けている。新型コロナウイルスの影響は主に外食を直撃しており、食品業界全体で業務用需要が家庭用に移っている。

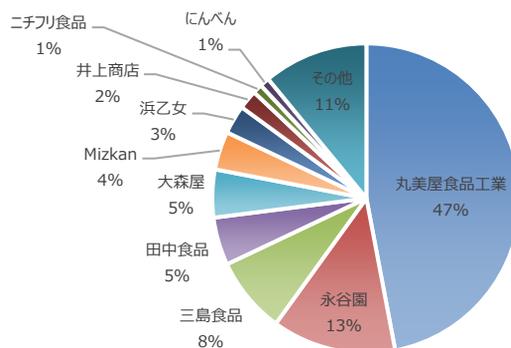
カテゴリー別で見ると、大袋直詰めが40%、混ぜ込みが20%、ウェット具材のソフトタイプが10%、残りは、小袋詰め合わせのミニパック、おむすび、キャラクター、大袋分封などが続く。

大袋は丸美屋食品工業「のりたま」、三島食品「ゆかり」など、ロングセラーに人気がある。今は緊急事態だけに消費がさらに集中。今年は、「のりたま」が発売60年。「ゆかり」は50年と半世紀を超える周年イヤー。両社とも需要増を狙った販売戦略に取り組む。

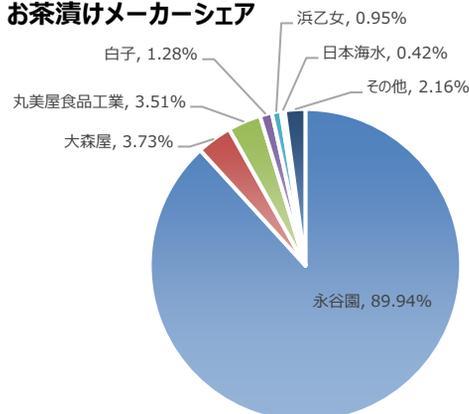
一方、お茶漬け市場は、ふりかけの規模には劣るもののふりかけ市場と同様に、期末の需要増を受けて、19年度175億円の実績を示した。新型コロナウイルスの影響で、主食のコメ購買と備蓄が加速。お茶漬けは、ふりかけ以上の消費の伸びを示した。食欲がなくても簡単に食べられるなど、お茶漬け市場継続に希望が感じられる。

お茶漬けは、前期需要期に悪天候が続いて2月まで縮小していた。冷夏になって酷暑の食欲増進を求める向きが減り、最盛期の年末年始が暖冬。買い置き消費の期待が減退した。市場は、トップメーカーの永谷園がシェア約90%を占め、トップブランドの「お茶漬け海苔」は圧倒的な認知度を誇っている。休校要請のあった2月末からは大幅増収。続く、「さけ」「梅干し茶漬け」ともに急激に伸長。市場全体を前年実績並みまで押し上げた。

ふりかけメーカーシェア



お茶漬けメーカーシェア



● チェブオハウ鮭の具だくさん汁（北海道）



北海道産のサケと大き目に切ったジャガイモ、大根、人参などの野菜類を、利尻昆布の自然な旨味と塩でシンプルな味わいに仕上げた汁物缶詰。アイヌ伝統料理である「オハウ（鮭の具沢山汁）」を再現し、缶詰にしたのが特徴。

製造販売 国分北海道（株）

参考価格 550円

内容量 290g

賞味期限 36ヵ月

● ストローに使えるコロネッキー（新潟）



環境問題に対応し、ストローのような吸い上げ機能もあるスティック菓子。シェイクやスムージータイプのドリンクにトッピングしてストローとして使える。コールドドリンク専用でストロー使用後は食べられる。

製造販売 （株）ブルボン

参考価格 業務用価格

内容量 20本

賞味期限 7ヵ月

● ふなぐち酒粕プリオッシュ（新潟）



「ふなぐち菊水一番搾り」の酒粕を贅沢にパン生地に練り込み、牛乳や卵、バターをふんだんに使った芳醇な香りが特徴の仏菓子パン・プリオッシュの風味と重なって特別な味わいに仕上がっている。

企画 菊水酒造（株）

参考価格 オープン価格

内容量 2個

賞味期限 3年6か月

● 大人のおつまみシリーズ（石川）



魚肉、海藻をメインとした揚げかまぼこの新ブランド。夜に食べる罪悪感が少なくお酒が進む一品。コリコリ食感の茎わかめとわさびの効いた「わさび揚げ」梅と昆布の王道の組合せの「梅こんぶ揚げ」の2種を用意。

製造販売 （株）スギヨ

参考価格 178円

内容量 100g

賞味期限 9日

● アスパラガス プロテイン（東京）



より健康に配慮して、ロングセラーのアスパラガスに大豆プロテインを配合した商品。ゆっくりと吸収されるため腹持ちがよく必須アミノ酸のバランスが良い大豆アミノ酸を配合。1袋で1/4日分のたんぱく質約15gを含有しています。

製造販売 （株）ギンビス

参考価格 160円

内容量 135g

● 大阪王将もずく入りぎょうざ（東京）



沖縄県恩納村産モズクを15%配合。国産鶏肉を使用し、生姜と酢を入れてさっぱりと仕上げた。素材を生かした風味で化学調味料、ニンニクは不使用。スープに入れるなどのアレンジも美味しい。

製造販売 イートアンド（株）

参考価格 オープン価格

内容量 204g

朝食市場から間食市場を狙え！

カルビーは、シリアルを朝食から間食に拡大。同社消費者調査で、「フルグラ」の間食喫食率は、約13%を占め、「普段のおやつとしてそのまま食べており、外出先でも食べたい」などの消費者の声から、「フルグラ」の食シーンを朝食から間食へと拡大する。栄養・食べやすさ・素材感を重視し改良を重ね「フルグラ」の食感やおいしさをそのままに、新しい形態の同商品が完成。

丸い形状で一口サイズ、間食に適した商品に仕上がっている。間食でおいしく栄養を取りたい健康意識の高い20～40代女性をターゲット。栄養面も食物繊維、鉄分、8種類のビタミンが入った、学校や職場、アウトドアなど、いつでもどこでも手軽に楽しめる栄養調整食品。価格はオープン価格で130円前後（税込み）／26g。



因みに、朝食市場は、2018年で、1兆97億円規模で、前年同年比で1.0%の伸び。今後、継続的に伸長が見込まれる。また、朝食を欠食する人が朝食をとると想定する市場規模は、1兆7千億円と言われており、その潜在需要は大きい。一方、間食市場は、間食する事で空腹感を抑え夕食の食べ過ぎを防ぐヘルシーなツッキングという健康法が注目され、「新しい間食市場」として、アーモンドのナッツやドライフルーツなどがコンビニで売られている。朝食市場は、勿論だが、間食市場も今後は目を離せない。

関西はチョコレート、関東はチーズが人気

秋の菓子パン素材ランキング

関西	2017年	2018年	2019年
1位	さつまいも	栗	栗
2位	栗	さつまいも	チョコ(ショコラ)
3位	くるみ	カスタード	さつまいも
4位	カスタード	かぼちゃ	カスタード
5位	りんご	くるみ	アーモンド
6位	ぶどう(レーズン)	チーズ	りんご
7位	アーモンド	チョコ(ショコラ)	生クリーム

関東	2017年	2018年	2019年
1位	栗	栗	栗
2位	さつまいも	さつまいも	さつまいも
3位	かぼちゃ	かぼちゃ	チーズ
4位	くるみ	りんご	りんご
5位	バター	チーズ	カスタード
6位	りんご	カスタード	アーモンド
7位	チョコ(ショコラ)	いちじく	シナモン

パン用フィリングを製造する友栄食品興業（大阪府）は、同社の独自調査による過去5年間のデータを基にした、今秋のパントレンド予測を発表した。

そのデータの中で2019年の結果を見ると関西・関東ともに、秋のトレンド1位は「栗」で、2位は、関西で「チョコ」、関東では「さつまいも」。3位は、関西で「さつまいも」、関東では「チーズ」の調査結果となった。また、関西・関東の両地域で、アーモンドが順位を上げ、コクのある風味が注目を集めていることが分かった。また、2018年に「カボチャ」は、関西では4位、関東では3位と健闘したが、2019年は、大きく順位を落とした。その一方で、リンゴが善戦。秋の味覚素材として注目を浴びた。

因みに、惣菜パンのランキングは、関西・関東ともに「チーズ」が1位。2位は、関西で「じゃがいも」、関東では「キノコ」。3位は、関西で「ごぼう」、関東では「トマト」の調査結果でした。

① BFP インフォメーション



コロナウイルスの影響により休業いたしておりました「ちゃばら店」ですが、現在6月初旬の営業再開に向け、準備を進めております。出店企業様には大変ご迷惑をお掛けしていますが、再開までもうしばらくお待ち下さい。また6月下旬には営業再開イベントを企画準備中です。詳細につきましては、改めてご案内させていただきます。ちゃばら店「こだわり逸品北海道コーナー」を新商品を開発した企業様のPRの場、自治体様のブランドUPの場として活用して頂くコーナーとして、引き続き企画推進してまいります。



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「B i C F O O D P R O D U C E」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やばら店内に「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。

北海道の縁の始まり

リニューアル創刊号を4月に発刊したものの、私のコーナーが無いとの嬉しい指摘があり、5月号から“北海道調査物語”として、北海道案件を手掛けてきた約10数年間の物語を面白可笑しく紹介していきたいと思ひます。

以前にも紹介しましたが、私は福島県生まれの東京育ち。北海道には一切縁はありません。なのに何故、北海道に。ですよね。今思えば2003年、今から約17年前の夏に、阿寒湖アイヌコタンへ観光に。その時に買った木彫りの「キタキツネのキーホルダー」が、とても可愛らしく、車を数台乗り換えても、「キタキツネのキーホルダー」だけは、今でも大切にバックミラーに付けています。それが縁を呼んだんですかね。冗談はさておき、大好きな北海道で経験した調査物語を紹介して行きたいと思ひます。

「社長！北海道中小企業総合支援センターと言うところから、調査の問い合わせの電話です！」

電話に出た女性スタッフが、なぜ北海道から。不思議そうな顔をしながら私の部屋へ。

「えっ！北海道から電話？」急ぎ電話に出ると、「伊藤社長さんですか、建築分野の市場調査が専門と聞いて電話を差し上げました。是非、そちらに伺って具体的な話を説明したいのですが」、そう、この1本の電話が今日に至る切っ掛けをつくる最初の電話でした。

その数週間後、確か季節は夏だったと思ひます。北海道中小企業総合支援センターの担当者2名が、汗を拭きながら、当社の事務所に来たことを思い出します。会議室で名刺交換を行い、挨拶をかわし、椅子に座って直ぐに「ところで、どうして当社を知ったのですか」と尋ねると、北海道建設部の委託業者リストに当社が登録されていたとの事。

何故当社が委託業者リストに登録を。それも北海道建設部に。その時に思い出したことが。確か、札幌に断熱材メーカー主催の講演会講師として招かれた時、そのついでにと、北海道建設部に当社の説明に立ち寄ったことを。担当者の方が、忙しいのに時間を割いて、話を聞いて頂いただけでなく、委託業者リストにまで登録していたなんて知りませんでした。驚きと感謝です。そこに登録されていなければ、北海道の縁はなかったでしょう。

調査案件の打ち合わせ内容は、稚内の建設業者が、ホタテの貝殻と珪藻土を混ぜた漆喰の内装材を開発。製品特徴は、部屋の湿気や臭いを吸着する内装材。その製品の市場ニーズを東京の工務店やハウスメーカー、設計事務所に調査をかけ、強いてはマッチングして欲しいとの案件でした。北海道中小企業総合支援センターから紹介して頂いた稚内の建設業者へ連絡をして、初めて稚内空港に降りた時の感動は今でも忘れません。そうそうホタテの貝殻の山も忘れません。ホタテの貝殻は土に戻らないんですね。始めて知りました。この案件が北海道初の調査受託案件第一号。北海道の縁の始まりです。

