

# BiC FOOD REPORT

9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

## 次世代獲得目指して昆布加工品強化

### 増える料理&調味料用途

昆布佃煮や塩ふき昆布、とろろ昆布、だし昆布など、高齢者を中心としたユーザー層を獲得してきた昆布加工品市場だが、社会環境の変化に伴い、次の世代に受け入れられるトレンド対応や使い方が、いま求められている。加工品メーカーでは料理の調味料として用途の訴求に力を注いできた。コロナ禍による内食需要の高まりの中で、量販店・SMなどでは特に塩ふきの伸びが目立ち、佃煮やとろろの動きも堅調だった。ご飯や麺料理の「添え物」としての消費増のほか、需要期ではないが昆布茶が順調に推移したことを加味すると、主菜・副菜の調味料用途としての需要も大きく伸びたと推測される。

これまでの用途提案が着実に浸透・定着している証となった。SM販売のメーカー各社では巣ごもり需要定着・拡大のチャンスととらえ、売場連動型の販促を拡大強化。次世代層への最も効果的なアプローチとして、料理用途の訴求を一段と強めていく。一方、百貨店などで高級昆布を中心に扱う老舗昆布メーカーはコロナ禍の影響を大きく受けた。その中で各社は昆布のうまみにこだわった簡便商品の開発や販売チャネルの多様化を推進。若年ユーザー獲得拡大に努めている。道産原料事情の悪化で、新たな商流の育成・構築も課題だが、その対応も少しずつ進んでいるようである。



### 北海道産昆布の減少進む

昆布の国内生産量の大半を占める北海道の20年度産予測生産量（6月末時点、北海道ぎょれん調査）は、1万3232 tで、過去最低を記録した。過去10年平均比では16.8%と大きく減少傾向にある。現在、採取期を迎えているが、今後の天候次第で最終生産量は、さらに減少する可能性もある。原料価格は種類や等級によりまちまちだが、年々上昇しており、その原料高騰を受け、ここ数年間で値上げを実施した加工品メーカーは多く、量販店向けのとろろ昆布やだし昆布、直営店中心の老舗昆布企業の各種製品など、道南産真昆布を使用した製品の値上げが目立った。

北海道では、後継者不足による生産人口の減少や生息条件の悪化が続き、今後の生産量の回復・安定化は難しい状況にある。昆布そのものの需要が伸び悩む中、消費拡大策だけでなく原料事情への対応も課題。天然昆布にこだわる老舗メーカーの「神宗」では、生産量が著しく減少している道南産天然真昆布を使用する商品については、道北天然尻昆布を併用して対応している。「小倉屋山本」や「マツモト」では、北海道産の減少を受け、将来を見据えたロシア産昆布の市場育成をスタートさせている。（日本食糧新聞）

●ふんわり名人あんこ餅（新潟）



ふんわりとした食感と北海道産あずきを丸ごと使用した粉末あずきを合わせ、あずき本来のおいしさとあんこ餅のようなめらかなくちどけを再現。化学調味料・着色料不使用で素材本来の味わいが楽しめる。

製造販売 越後製菓（株）

参考価格 250円（税込）

内容量 60g

賞味期限 120日

●まるちゃん パリパリ無限キャベツのもと 焼肉のたれ風 鬼うまガーリック味（東京）



「パリパリ無限」シリーズの期間限定味。パリパリとした食感の麺を砕いて、キャベツを加え、粉末スープと混ぜるだけでクセになる味わいの料理が簡単に調理できる。ガーリックをガツンと利かせたコクのある焼肉のたれをイメージした粉末スープでやみつきになる1品。

製造販売 東洋水産（株）

参考価格 160円（税別）

内容量 51g（めん40g）

●混ぜ込み 悪魔めし 焦がしねぎ塩（愛知）



混ぜ込み悪魔めしの第二弾。具材は、天かす（あげ玉）、天つゆ、青のりをベースとし、ねぎ・焦がしねぎ、塩（顆粒）が入った混ぜ込みタイプのふりかけ。ネギの香ばしさとほのかな甘みが、食欲をそそる。

製造販売 （株）浜乙女

参考価格 130円（税別）

内容量 20g

賞味期限 10か月

●豆乳こんにゃく麺 濃厚とんこつ醤油・濃厚鶏しお白湯・濃厚ごま味噌担々（三重）



極太平打ち風の豆乳こんにゃく麺に、濃厚で本格的な味わいのスープを合わせ、ヘルシーながらも食べ応え抜群のラーメンに仕上げた。糖質やカロリーを気にせずスープまで飲み干せる。通常の小麦麺と比べて弾力があり、糖質に配慮しながらも、満腹感が得られる。

製造販売 ヤマモリ醤油（株）

参考価格 380円（税別）

内容量 270g

●聖護院かぶらのもみじおろしぼん酢（京都）



京の伝統野菜「聖護院かぶら」をたっぷりと使ったもみじおろしに鰹と昆布の一番だしを配合し、ちょっと贅沢なもみじおろしぼん酢に仕上げた。ありそうでなかった具だくさんポン酢で鍋料理以外にも焼肉やサラダ、唐揚げやギョウザ、ハンバーグなど幅広い料理に合う。

製造販売 （株）創味食品

参考価格 683円（税別）

内容量 550g

●米糀しょうゆ（兵庫）



国産米を100%使用したグルテンフリーの新しいしょうゆ風味の調味料。通常の濃口しょうゆに比べて塩分を25%カット。醤油こうじ菌と、清酒こうじ菌の2種類のこうじを合わせて熟成させることで、米の自然な甘みとうま味が味わえる。

製造販売 ヒガシマル醤油（株）

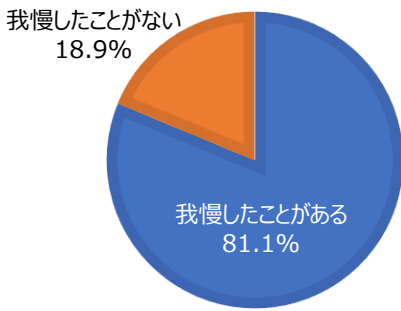
参考価格 400円（税別）

内容量 330ml

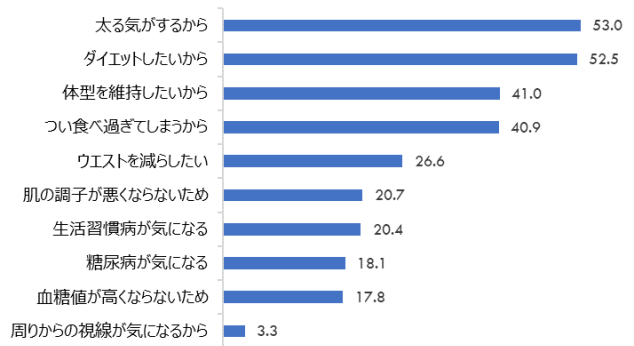
賞味期限 12か月

## 「我慢」経験で8割がストレス増加

【甘いものを我慢したことがあるか？】



【甘いものを我慢する理由】



(株)明治が5月22～23日に、インターネットで全国の20～40代の女性1,236人を対象に「甘いもの」に関する意識調査を行い、調査対象の80%以上の女性が体形変化などを理由に「甘いものを我慢した」経験を持ち、これがストレスや心の疲れにつながるという実態が浮き彫りになった。また「できることなら我慢せず食べたい」という解放欲求を持っている人は、85%以上に。新型コロナに伴う在宅時間増で、おやつが増えた人は半数となった。

「甘いものを食べることを我慢した時期がありますか」という質問に、81.1%の人が一度以上我慢したことがあると回答。その理由は「太る気がするから」53%、「ダイエットしたいから」52.5%の順となり、体重を気にして我慢をしている実態が明らかになった。「甘いものを我慢することに、ストレスや精神的疲労を感じますか」との質問には、78.4%の人が「ストレスを感じる」と回答。さらに、58.8%の人が「精神的疲労を感じる」という結果になった。

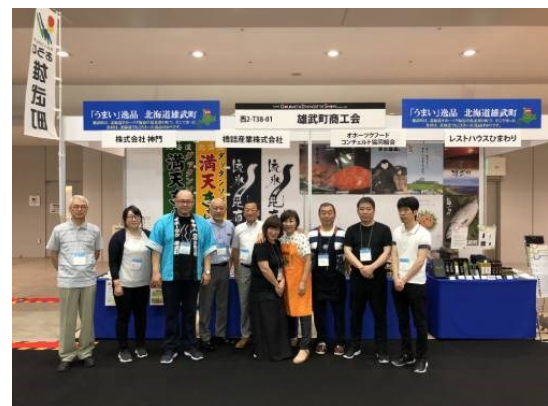
また、甘いものを我慢していたのに、食べてしまったことが一度以上あると回答した人は91.5%で、罪悪感を感じた人は78.5%という結果になった。「甘いもの我慢」はストレスや疲労感につながるだけでなく、我慢していたのについ食べてしまうことで罪悪感も生んでいることも分かった。

「甘いものを我慢せずに食べたいですか？また、周りの目を気にせずに食べた時に幸せを感じますか」との質問には、85.4%の人が「甘いものを我慢せずに食べたい」と回答。さらに「周りの目を気にせずに食べた時に幸せを感じる」と回答した人は、83.7%という結果で、多くの女性が周りの目を気にすることなく、甘いものを我慢せずに食べたいという「解放欲求」を持っていることが分かった。

### ① BFP インフォメーション

## 第28回グルメ&ダイニングスタイルショー秋2020開催 今年も雄武町商工会様のご出展を支援いたします。

弊社では東京ビックサイトにて開催されます「第28回グルメ&ダイニングスタイルショー秋2020」にて、4年連続で北海道 雄武町商工会様のブースご出展サポートを担当させていただく事となりました。ブースでは多くの消費者様、バイヤー様よりご好評いただいております、北海道雄武町の農産品、海産物を展示並びにご試食いただけます。この機会にぜひ雄武町商工会ブースへのご来場くださいませ。



昨年のブース写真

詳しくはこちら！ <https://bic-foodproduce.jp/news/200924/>





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。

## 過熱水蒸気カット野菜

規格外野菜を過熱水蒸気を用いてカット野菜として販売したい。約10年前の江別の農家からの相談である。対象野菜は「トウモロコシ」「かぼちゃ」「玉ねぎ」「アスパラ」「じゃがいも」「インゲン」、などの規格外野菜。過熱水蒸気の設定は既に導入済み。どうすれば良いのか。要は東京で、過熱水蒸気カット野菜のニーズと販路先の指導をして欲しいという相談である。加工品業者からの相談は多いが、農家からの相談は初めて。まだ6次化産業が注目される以前であり、野菜の知識も乏しく、とりあえず話だけでも伝え札幌に行く際に立ち寄ることを約束した。

それから数日後、札幌の仕事を兼ねて、朝9時にレンタカーで江別に向かった。農家の方から、宿泊ホテルまで迎えに行くと言われたが、他にも数社訪問するのでレンタカーで何と伝え、農家まで向かったが、カーナビに住所がのっているのに目的の農家が見当たらない。周辺をグルグル回ったが、それらしい農家が見つからない。やはり北海道は広い。江別も広い。道に迷いながら、農作業している人に聞きながら、ようやく目的の農家へたどり着いた。広い農場のわりには小さな事務所で、農家のオーナーと過熱水蒸気の設定メーカーの担当者2名が私を待っていた。遅れたことを詫びながら名刺交換。早速、長ぐつに履き替え農場へ。広い農場を歩きながら、野菜の栽培方法と規格外野菜の処理方法の説明を受ける。事務所に戻って、過熱水蒸気のカット野菜を試食。“東京で売れますかね”“販路先を見つかりますかね”その問いに対し、まず、市場ニーズを調査することを提案することにした。

東京に戻り調査設計の作成。過熱水蒸気のカット野菜を家庭用と業務用に分類。それぞれの用途別に過熱水蒸気カット野菜を評価してもらう調査を設計。その提案が決定され調査を実施。具体的な対象先は、家庭用はスーパー、業務用はレストラン、惣菜業者、給食業者、福祉施設、その他飲食店。それら用途対象先へサンプルを持参し、スーパーでは、カット野菜は流通しているが、過熱水蒸気カット野菜の流通は少なく、トウモロコシやかぼちゃは、旨味が凝縮し、鮮度も良く、高評価。惣菜業者や給食業者は、玉ねぎの皮をむくなどの手間が省けて調理効率が良いと、こちらも高評価。ニーズがあることは分かった。しかし課題が。

課題は、北海道からの流通価格では、東京では勝負にならない。特に、スーパーや惣菜業者、給食業者は、カット野菜を大量に仕入・使用するので原価意識が高く、安定供給も希望。残念ながら、農家はそれに対応できない。販路先としては限界がある。一方、レストランなどの飲食店やスイーツ店では、野菜をペーストや副菜に加工するため、過熱水蒸気カット野菜に限らず、北海道の規格外野菜の関心度が高く、スポット契約だが販路開拓をする事が出来た。野菜の知識が乏しく、はじめはどうなるかと思っただが、少しでも農家に貢献できて、ホッ！とした案件でした。



“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](mailto:bfp-info@bic-net.com)