

# BiC FOOD REPORT

12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

## 和風調味料の代表格“味付け鍋つゆ”

**家庭内食が高止まり。通期で鍋の登場頻度が増えた**

家庭内食が高止まり。通期で鍋の登場頻度が増えた味付け鍋つゆは10月から本格商戦を迎えた。暖冬だった昨年だが、年末から21年1月上旬まで平年以下の低気温。特に全国各地で寒波による大雪が発生し、鍋の調理意欲を高めた。気温の次に冬鍋の増減に関わるのが野菜価格。今年は常態化した大雨などで8月から葉物価格が上昇傾向にある。白菜は10月前半まで高値推移。農林水産省は後半からのシーズンインで平年価格に戻ると見通しを立てていた。気温と野菜価格見通しから、今年の鍋の最盛期が始まるのは10月半ばとなった。

今季の市場は過去最高を更新したが前期を超えられるかが焦点となる。前3月期は前述の通り、ハイシーズンが寒く、野菜価格が低位安定。さらに新型コロナウィルスの感染対策で、家庭内食が高止まり。通期で鍋の登場頻度が増えた。

**自粛続きの新様式で共食の楽しさも再評価**

コロナ禍は前々期末から始まり、トップメーカーのM i z k a nが春鍋提案を全国化し、内食増をとらえた。構成比6割以上の3~4人前パウチが上期に大幅に伸び、成長著しい、シェア3割の1人前小分けタイプも増大。具材と煮るだけで主菜、主食になる簡単調理が支持された。野菜のかさが減ってたくさん食べられ、低糖質で高タンパクという優れた栄養バランスは、コロナ自衛の免疫ニーズに合致。パウチ・小分けとも上期に伸ばし、天候に左右されない鍋の健康価値を確立した。続く前下期も拡大。コロナ共存で外食の鍋需要が家庭に移った。冬こそ加温の機能・情緒メリットが実感でき、自粛続きの新様式で共食の楽しさも再評価された。

鍋つゆ市場は300億円ながら前期は通年で対前年比10%以上伸長。小分けの伸長率がパウチより高く、1袋1人単位の使い勝手の良さ、小世帯化対応の強みが広く認められ、鍋の日常化が加速した。食材を減らした、手軽な鍋ニーズも顕在化。具だくさんのスープやポトフ、雑炊、麺メニューとの境界線をなくした。

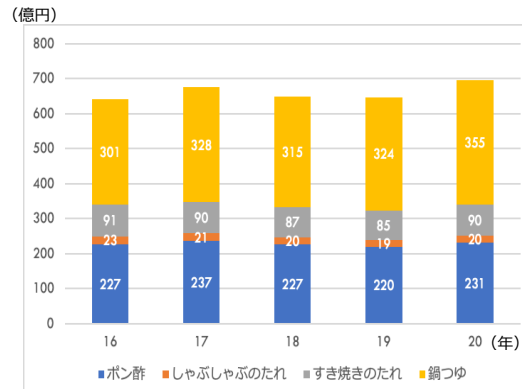
**新規参入が相次ぎ、既存企業も提案を強める**

簡単鍋の流行はしゃぶしゃぶつゆ人気に現れ、たれいらずの味付けつゆをエバラ食品工業、ヤマキが定着させた。大手チェーンの外食メニューとして浸透し、前期はコロナ対策の内食シフトを促進。鍋にくぐらせるだけで人気のカット野菜とも好相性。平日・昼食などの在宅需要も掘り起こした。

味種は寄せ鍋などの和風、キムチなどのピリ辛、健康的な豆乳とトレンドに大きな変化はなかった。コロナ禍を避ける定番集中も影響し、だし訴求が進んだ。家庭内調理が増え、消費者の情報収集も進んで、だしによる味わいの相乗効果が知られるようになった。今期はすでに上期にパウチ、小分けで

明暗が分かれている。パウチは前年の特需から反動減。小分けは前年並みと健闘しているとみられ、下期のベースアップが前年超えには必須となる。今後はキューピー、日清食品と大手メーカーの新規参入が相次ぎ、既存企業も提案を強める肉、ラーメンといった訴求点が注目される。(日本食糧新聞)

【鍋物調味料の市場推移（日本食糧新聞推計）】



●クリームチーズみりん粕漬け（新潟）



「三年熟成本みりん」のみりん粕と北海道十勝産の濃厚なクリームチーズを使用し、ほのかで優しいみりん粕の甘みが味わえる。味は「プレーン」「ジェノベーゼ」「かんずり」の3種類でお酒のつまみにも合う味に仕上げた。

製造販売 (株)丸魚 魚沼水産  
参考価格 500円～580円（税込）  
内容量 各60g

●たい焼きりキュール 酔うたい焼き（茨城）



“酔うたい焼き”をコンセプトに「たい焼きの生地感」と「上質なあんこ」の調和に徹底してこだわり抜いた新感覚のりキュール。ストレートで飲むほかに、牛乳で割ったりバニラアイスにかけたりと色々な楽しみ方ができる。

製造販売 明利酒類(株)  
参考価格 1,078円（税込）  
内容量 500ml

●ぼったラーメン（埼玉）



食用昆虫の粉末を麺に16匹分、スープに15匹分を配合したストレート麺タイプのインスタントラーメン。草食性で素朴な味で食べやすい"ぼった"の風味を邪魔しない『塩』ラーメンに仕上げた。

製造販売 (株)アールオーエヌ  
参考価格 780円（税込）  
内容量 200g（約2人前）  
スープの素(15.6g)2袋

●豆乳マヨネーズ（東京）



濃厚な豆乳をベースに、国産の醸造酢や菜種油を使用。化学調味料・合成保存料・合成着色料のほか、乳製品・卵・蜂蜜も使用していない。非加熱充填により過度な加熱を避けることで素材本来のうまみを活かした。

製造販売 imperfect(株)  
参考価格 600円（税込）  
内容量 150ml

●ノザキの麻辣コンビーフ（東京）



花サンショウと麻辣醤を利かせたコンビーフ。ラーメン、麻婆豆腐、冷奴、焼そば、野菜炒め、チャーハンなどの具材やおつまみとして、花サンショウの爽やかな香りと麻辣醤のしびれるような辛さを家庭で手軽に楽しめる。

製造販売 川商フーズ(株)  
参考価格 430円（税別）  
内容量 80g

●どうぶつのおやこ（香川）



動物をモチーフとした蒲鉾。ニワトリとヒヨコの組み合わせのほか、クマ、パンダ、ブタの親子の組み合わせの4種類。親にはゆで卵、子供にはうずら卵が入り、ハート型の蒲鉾も添えられ、食卓や弁当に彩りを加えられる。

製造販売 (有)熊野かまぼこ店  
参考価格 2,099円（税込）  
内容量 詰め合わせ

# バイヤー調査 “メまで美味しい鍋つゆ”

12月に入り一段と冷え込みが厳しさを増してきた。温かい食べ物が増え、食卓での登場頻度が増えるのが鍋料理だ。主要5社5ブランドの鍋つゆを対象とした今回の調査では、ミツカンの「メまで美味しい鍋つゆ」が総合評価で首位を獲得した。味やブランド力などで高い評価を得ており、同社はメーカー別評価でも1位となった。調査手法は、日本経済新聞社の「小売業調査」の対象になっているスーパー137社を対象。回収率は42.3%。調査の実施・分析は日経リサーチが担当した。

ブランド別総合評価では、ミツカンの「メまで美味しい鍋つゆ」が234点で首位。2位となったエバラ食品工業「プチッと鍋」に20点以上の差を付けた。メまで美味しい鍋つゆは2009年発売された。鍋だけでなく、うどんなどの締めまで2度楽しめることを売りにシリーズ展開している。特に人気なのが「ごま豆乳鍋つゆ」。あっさりした味わいの中にもコクがあるまろやかな味わいが広い層から支持を集める。14の評価項目うち10項目で1位となり、特に「ブランド力」(88点)や「うま味」(81点)への評価が高かった。同シリーズは現在11商品を展開しており、「リピート購入率」(78点)もバイヤーからの支持につながっている。

2位のエバラ食品工業の「プチッと鍋」は211点を獲得した。1人分ずつポーション容器に入った鍋つゆで、人数に合わせて手軽に鍋を楽しめるのが特徴。新型コロナ禍で個食が好まれるようになったことも追い風となっている。鍋だけでなく料理の調味料として活用できるのも強みだ。「商品コンセプト」(78点)や「ターゲット設定」(76点)など5項目で1位となった。

同じくエバラ食品工業が手掛ける「なべしゃぶ」は191点を獲得し、3位に入った。同商品はしゃぶしゃぶ用の鍋つゆで、つけダレをつけなくてもしっかりとした味わいを楽しめる。「商品コンセプト」(78点)の項目ではプチッと鍋と同点で首位を獲得した。4位はイチビキの「赤から鍋スープ」。名古屋発祥の飲食店「赤から」の定番商品「赤から鍋」の味を再現した家庭用の鍋つゆで、「利益率」(40点)で1位を獲得した。

【鍋つゆの上位5商品のブランド採点表】

ブランド採点表	① メまで美味しい (ミツカン)	② プチッと鍋 (エバラ食品工業)	③ なべしゃぶ (エバラ食品工業)	④ 赤から鍋スープ (イチビキ)	⑤ キムチ鍋の素 (エバラ食品工業)
総合評価	234	211	191	180	173
うま味	81	45	52	64	53
商品コンセプト	66	78	78	57	35
利益率	33	26	28	40	10
リピート購入率	78	59	52	53	53
テレビCMなどの広告・宣伝	55	64	59	0	9
ブランド力	88	64	55	48	72
パッケージ	59	40	45	47	24
商品価値と価格のバランス	60	38	31	31	29
ターゲット設定	40	76	50	55	28
コク深さ	55	29	21	36	43
ネーミング	62	62	43	45	35
素材・製法	38	38	24	14	24
消費者キャンペーン、イベント	28	21	12	2	9
POPなど店頭販促物	35	21	14	5	3

## ① BFP インフォメーション

### 秋葉原ちゃばら店 期間限定！「北海道 ニセコ町コーナー」のご案内

秋葉原ちゃばら店にて、2021年12月1日から2022年1月31日までの2か月限定で「北海道 ニセコ町コーナー」を開設中です。

今年もニセコ町の逸品を取り揃えて、皆様のご来店をお待ちしております。

#### ● 商品ラインナップ

- ・NISEKO 農 POTATO SENBEI
- ・ゆり根バター てんさい糖
- ・ニセコラーメン
- ・オレンジラベンダー スクエアチョコレート
- ・アーモンドラベンダー スクエアチョコレート
- ・アロニア スティックチョコレート



詳しくはこちら！

<https://bfp-net.com/hokkaido-01/20211211-2/>



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。

## 出張が減っても東京の活動は変わらない

弊社の組織は、建設のマーケティンググループと食品のマーケティンググループに分かれる。食品グループはBFP（BiC Food Produce）と称して、北海道の食材に拘って、商品開発から販路開拓までを行っている。BFPのこれまでの案件数は250以上を数え、2回／月（2泊3日）は北海道へ出張していたが、今年はコロナ禍で、1月に北広島市、12月に帯広市の2か所だけであった。むしろ、ZOOM会議の方が、北見市、ニセコ町、雄武町、などと多かった。出張が減っても東京で活動する頻度や内容はいつもと変わらない。今回は、今年を振り返って、どのような商品のマーケティングを手掛けたか、また手掛けているかを簡単に説明したいと思う。

まず、北広島市の案件だが、「お客様に喜ばれる商品や店づくりを考えよう」をテーマに、講演会を行った。参加者は、農家（ピーマン、アスパラ、とうきび、など）、ファームレストランのオーナー、トマトジュースの製造農家、人参ジュースの製造農家、アンガス牛のフランクフルトやアンガス牛のカレー製造会社（牧場）、など約20名が参加した。趣旨は、参加者に商品づくりの面白さやその手法を伝えるもので、どこまで話が伝わったかは分からないが、質疑応答が活発に行われ盛り上がり、講演会を終えた。北広島市は、今後が楽しみである。なぜなら、2023年に北海道日本ハムファイターズの新球場を含めたエリア、HOKKAIDO BALLPARK VILLAGEが誕生するからである。新球場の周辺にはホテルやマンションが建ち、人の流れが大きく変わり、新たなニーズが生まれ新商品づくりが期待できる。

帯広市は、専門家派遣として、冷凍カップインピザの製造会社へ販売計画づくりや販促活動の指導を行ってきた。同社は、設立してまだ約1年半。十勝食材にこだわった冷凍保存の「どろぶたベーコンピザ」「シーフードピザ」「アスパラとインカのめざめピザ」「和風ピザ」を自社工場で生産。インターネット、百貨店催事、スーパーのギフト商品として販売している。それらの冷凍カップインピザは、ピザの食材やチーズが樹脂のカップに入っていて、電子レンジで解凍するオンリーワン商品である。課題は、如何に商品を認知させるか、販売計画や販売戦略を立案するかである。ピザの市場規模は2019年で約2870億円、前年比7.3%増となっているが、競合も多く価格

競争やサービス競争が激しい。その市場へ参入するには、差別化された商品でないと難しい。その点、冷凍カップインピザは、一般的な平たいピザと異なりカップにピザ具材が入って、フォークやスプーンで気軽に食べられる。そこに優位性を感じる。

北見市は、「氷下魚」や「数の子の炊き込みご飯の素」の商品開発の支援。ニセコ町は、「NISEKO 農 POTATO SENBEI」「ゆり根バターてんさい糖」「オレンジラベンダースクエアチョコレート」、などの弊社秋葉原ちゃばら店出品の支援。雄武町は、「韃靼そば」「韃靼そば茶」「流水昆布」「昆布うどん」「オリーブオイルドレッシング」の伴走型支援。北海道の出張が減っても東京の活動は変わらない。そんな充実した1年でした。来年も今年以上に充実した1年にしたいと思います。来年も宜しく御願ひ申し上げます。



旨み溢れだすどろぶたベーコンピザ

“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)