

# BiC FOOD REPORT

11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

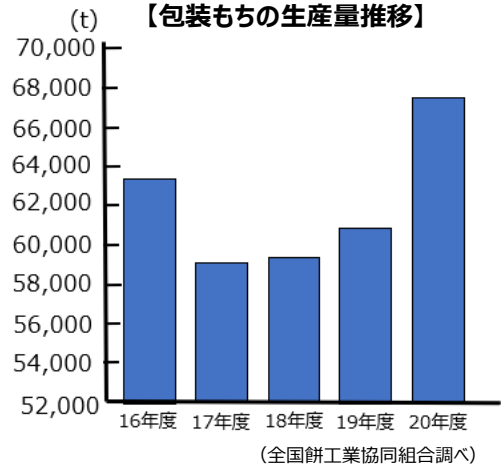
### 包装もち通年消費定着へ正念場

#### 20年度生産量は過去30年間で最高

全国餅工業協同組合調べの20年度（20年4月～21年3月）包装もち生産量は、前年比10.9%増の6万7532tとなり、2年連続6万t超え、3年連続で増加した。熊本地震発生による防災意識の高まりで保存食として急増した16年度の6万3000tを大きく上回った。組合員数の増減などで単純に比較はできないが、16年以前では1990年と91年に6万t超え、それ以降5万t台で推移し、平成から令和にかけての30余年間では、20年度が最も加工した包装もちが生産され、食べられた年ともいえる。

金額ベースでは本紙推計で5～6%増の379億円規模。家計調査の消費推移で見ても3年連続で前年超えとなった。

【包装もちの生産量推移】



#### もちの価値が再認識された

19年ごろから、冬に偏りがちの需要を通年で喫食させる提案が徐々に浸透。夏場のバーベキューなど、アウトドアでの食のシーンが増加。19年10月からの消費税引き上げに伴い、外食から内食への回帰で鍋物商材としてのもちの家庭内消費が高まっていった。こうしたベースがありながら、20年に入り新型コロナウイルス感染拡大に伴い、学校の臨時一斉休校や企業でも在宅勤務が増えたことで、2月末から包装もちの発注が急増。ステイホームの影響は続き、通年でも多くの人の喫食機会を得て、もちの価値が再認識された。メーカーも「十数年に一度の好機」ととらえ、需要拡大に務めている。

#### 各社健康軸・厚切りで新商品を発売

各メーカーの今秋の新商品は、各社新市場を創出する動きが見られる。トップのサトウ食品は、健康軸の切口で、熱に強い乳酸菌配合の「切り餅・まる餅」を発売。同じく健康軸では、たいまつ食品が素材の玄米に着目した玄米使用商品を上市した。

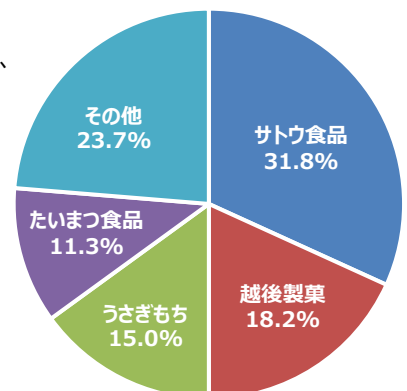
また、サトウ食品のしゃぶしゃぶ・鍋用もち「いっぽん」や前原製粉の業界最小「プチまるもち」など、もちの小型・薄型形がこれまで進められてきた。

一方、越後製菓はこの動きに逆行して今秋、昔家庭でついたようなしっかりかみしめて満足感が得られる「厚切り」を発売、市場の活性化を図る。食シーン提案では、たいまつ食品とアイリスフーズが相次ぎ即食性を訴求した「いなりもち」を上市。また、たいまつ食品は、ギザギザにカットしたもちによる朝食やBBQシーンを提案。マルシン食品は「生かき餅」シリーズ

で「しそ餅」を追加し、「おやつ餅」を含めた味付けもち強化で独自性を打ち出す。厳しさが続く外食市場だが、徐々に回復の兆しが見え始め、テークアウト業態に向けたうさぎもちのメニュー提案力や、城北麺工のトッポギの堅調な需要維持など、業務用でのもちの登場シーンにも今後期待できそうだ。（日本食糧新聞）

【包装もちの2020年度市場シェア】

(日本食糧新聞推計)



●地熱仕立ての温泉ヨーグルト (秋田)



地熱のまち秋田県湯沢市ならではの温泉熱でじっくり低温発酵させたヨーグルト。赤・黒・白の3種類あり、赤は鮮やかな赤紫色のビーツ、黒には竹炭、白にはコラーゲンをそれぞれ配合。消費者の健康志向に訴えた商品。

製造販売 (株)栗駒フーズ  
参考価格 253円(税込)  
内容量 150ml

●きくらげチップス (新潟)



ビタミンDを筆頭に食物繊維や鉄分などが豊富な「きくらげ」を主原料に、さらにビタミンDと相性の良いカルシウム(ビタミンDはカルシウムの吸収を助ける)も強化。女性にうれしい栄養素をたっぷり含むチップスに仕上げた。

製造販売 まつや(株)  
参考価格 432円(税込)  
内容量 20g

●CARB UP!最中 (長野)



トレーニング時の糖質補給を目的とした最中。糖質と一緒に摂取すると筋グリコーゲンの補充を促進されるとされる酢酸マルマンりんご酢・クエン酸ゆず皮を配合。餡子はさっぱりした味の白あんを使用し、ゆず風味の爽やかな味とした。

製造販売 マルマン(株)  
参考価格 100円(税込)  
内容量 32g(16g×2)

●植物生まれのとろけるスライス チェダータイプ (東京)



乳原料・乳糖・ナッツ不使用のプラントベースチーズ(植物性チーズ代替品)。ココナッツ油を使用しており、植物由来の成分を抽出した豊かな風味とコクが楽しめる。料理や菓子、パンに塗るなど、さまざまな用途に使える。

製造販売 (株)J-オイルミルズ  
参考価格 オープン  
内容量 140g(20g×7枚)

●とまとこんぶ (大阪)



北海道産の昆布を使用し、イタリア産のドライトマトを50%配合した。昆布とトマトの両方に含まれている植物由来の「うまみ」成分「グルタミン酸」をWの効果で引き出し、シンプルながらも深みのある味わいに仕上げた。

製造販売 (株)マツモト  
参考価格 580円(税込)  
内容量 100g

●まるでタン塩 (岡山)



大豆たんぱくを焼き肉のような食感に仕上げた。うまみのある、スパシーなタン塩レモン風味が楽しめる。お酒のおつまみとして、ビール・酎ハイ・焼酎等に良く合うほか、野菜炒めなど料理の素材としてアレンジもできる。

製造販売 カモ井食品工業(株)  
参考価格 216円(税込)  
内容量 40g

## ナッツ、健康需要で市場拡大

### 素焼き人気、間食で栄養素補給

アーモンドやクルミなどナッツの人気の高まっている。酒のつまみのイメージだったが、健康的な食品として購入する女性が増えたためだ。塩や油を使わない商品も増えている。新型コロナウイルスによる巣ごもり消費も追い風となって、大袋の売れ行きも好調だ。

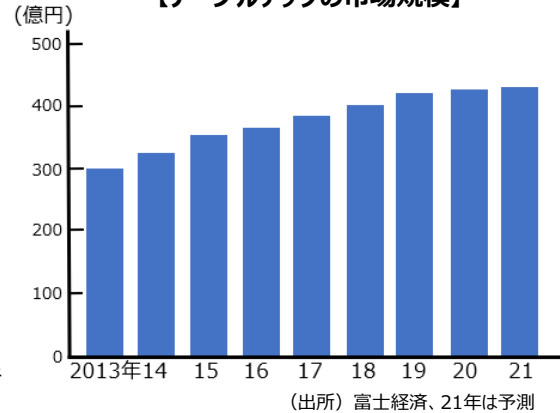
かりかりとした歯触りと香ばしさが特徴のナッツ。国内で流通する商品の大半は輸入品で、米国産が多い。産地で殻むき処理して輸入、日本で袋詰め加工している。輸入量は増えている。農林水産省によると、品目別で最も数量が多いスイートアーモンドの2020年の輸入量は、前年比6.9%の3万8700トン。2番手のクルミも同8.1%増の1万8800トンと伸びている。

チョコ菓子などでも多く使われるが、今市場をけん引するのはミックスナッツなど、焼いたナッツをそのまま楽しむ商品だ。輸入会社や加工メーカーなどで組織する日本ナッツ協会（東京・中央区）によると、ナッツには食物繊維やビタミンのほか、悪玉コレステロールを減らす「不飽和脂肪酸」が含まれるとされ、不足しがちな栄養素を間食で補いたいといったニーズに対応できるという。調査会社の予測によると、21年のテーブルナッツの市場規模は430億円。10年前に比べ1.6倍に拡大する。「健康的な食品として消費者に認識されるようになったため」と、同社は指摘する。新型コロナウイルスによる巣ごもりも追い風になっている。「家飲みや子供のおやつ用として、容量が多い大袋の需要も高まっている」（日本ナッツ協会）

ナッツ類の好調は、アーモンド、クルミ、カシューナッツ以外にも広がる。中でも注目株は緑色のピスタチオだ。「製菓向けが主流だったが、ミックスナッツの彩りとして使う商品も増えている」。メーカーによると、ヘーゼルナッツやピーカンナッツの関心も高まっているという。

健康食品のイメージを高めようと、メーカーは食塩や油を使わない「素焼き」の品揃えにも力を入れる。大手スーパーも「ここ数年、注目度が高いナッツの売り場を広げている」と話す。ナッツは糖質が少なく、緩やかに糖質を制御する「ロカボ」にも適するとされる。酒のつまみとして食べる男性が多かったが、「ロカボに注目される女性にも受け入れられるようになった」。ただ脂質は少ないため、食べる量次第では逆効果となるおそれもある。日々の生活により取り入れやすくしようと、最近ではナッツの小分けパック商品も増えている。（日経MJ）

【テーブルナッツの市場規模】



### ① BFP インフォメーション

## 北海道雄武町 × こまき食堂 コラボメニュー『雄武町おいしい定食』販売中

2021年11月22日（月）～11月28日（日）までの7日間、東京・秋葉原 CHABARA 店内にある“こまき食堂”にて、北海道雄武町の特産品である“流水昆布”や流水昆布でつくる“昆布うどん”“雄武の恵みドレッシング”、作付面積日本一を誇る韃靼そば（新品種満天きらり）を使用した“韃靼そば茶”を使った、北海道雄武町 × こまき食堂 コラボメニュー『雄武町おいしい定食』を販売しています。

期間中、ご試食アンケートにお答えいただくと、もれなく代金 300円OFF！のサービスも実施しています。

詳しくはこちら！ <https://bfp-net.com/hokkaido-01/20211122-2/>





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。

## 北海道野菜を100%使った混ぜご飯の素

これは売れるぞ！と思った商品の開発を断念せざるえなかった話です。事業特色や事業内容、実施スケジュール、事業収支、販売計画、などテストマーケティングを行い事業計画書まで作ったのに。試食会を数回行っただけで開発を中止。残念でならない。そのもったいない開発商品とは「北海道野菜を100%使った混ぜご飯の素」です。開発を断念した理由ですが、同商品の開発を計画していた企業は、カット野菜の専門会社。同社は、後継者がいないため以前からM & Aを考えていたようで、そのM & A先が急に決まったとかで開発を急遽中止。M & A先へ、同商品の開発を進める様に話をしたようだが、M & A先が関心を示さなかった。売れると思っていただけに残念でならない。2018年の話です。

今回は、売れると思った「北海道野菜を100%使った混ぜご飯の素」の開発事業計画について説明したいと思います。

まず、同商品とは「人参」「大根」「ごぼう」「キャベツ」「白菜」「きのこ」「ふき」、などの北海道野菜に「帆立のひも」を入れた添加物調味料一切なしの商品。これらの野菜にこだわるのは、同社がカット野菜専門会社のため毎月安定して新鮮な野菜が手に入るからで、同社に於いては関連事業として取り組みやすい開発商品であった。

商品コンセプトは、温かいご飯に直ぐに混ぜて食べられるヘルシーで無添加な混ぜご飯の素。おにぎりやパスタにも、キャンプや非常食にも美味しく召し上がれます。自宅北海道を味わえる「北海道野菜を100%使った混ぜご飯の素」。同商品の概要は小売用の場合、内容量はレトルト200g（2合）。装丁はパウチ包装を箱型パッケージにいれる。保存方法は常温。賞味期限1年間。小売価格600円（税別）。無添加で醤油味。そして緑を基調にしたパッケージをデザイン。ここまで事業計画書を作りあげました。

市場規模は、混ぜご飯の素だけの市場規模は明らかではないが、炊き込みご飯、炒めご飯の素、などの「ご飯の素」の市場規模は400億円（2017年）で、単身世帯、共働き世帯、高齢者世帯が増加し、その世帯が簡単に調理できる商品として年々「ご飯の素」の市場規模は増加を示している。この市場規模や成長性からみても、同商品の開発には取組むべきと思っていた。また、共働き世帯の“手抜きをしていると思われたくない家事”のアンケート調査の結果1位が料理で、その視点からも、自分なりにちょっと手間をかけて美味しい料理が出来る同商品は、ニーズがあると思っていた。

売上目標は、初年度3500個（卸価格300円で100万円と試算）。その根拠は、ターゲットが時短を大切にする世帯や健康を気にする世帯にニーズがある事。販路先は、カット野菜を卸していた札幌市内の既存ルートがある事。道外ならば、北海道フェーディスト、まるごと北海道、日本百貨（秋葉原ちゃばら店）、地域食材にこだわったスーパーから、既に取り扱いたい意向を確認しておいたこと。ここまで話を進めていたのに、急遽中止とは実にもったいない。だれかにチャレンジしてもらいたいものだ。



“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)