

ようやく秋らしくなり、鍋が恋しい季節になった。健康志向、時短志向の高まりを受けて拡大してきた鍋つゆ市場。2015年度（需要期である15年9月～16年2月）の市場規模は3003億円、11年度からの平均伸張率は105.6%。毎年新品種が続々と登場し、味も種類も多様化してきている。そんな中、今年の各社の傾向をみてみると「個包装タイプ」「あっさり味」といったキーワードが浮かび上がる。

鍋つゆ市場 今年の注目は

「個包装タイプ」「あっさり味」

カット野菜やキノコ類とセットで提案



鍋を美味しく食べたい。そんな人々をターゲットにした「Plus」の「あっさり味」の鍋つゆが、今年9月9日実施のアンケート（対象115人）で、最も好まれる味として選ばれた。反対に好まなくなった味には「油っこい」（52.2%）、「こってり」（35.8%）が挙げられた。また、同社が9月に実施した鍋についての調査（対象112613人）でも、50.8%が数年前と比較して「あっさり」した味を好むようになったと回答。だしのきいた定番のあっさり系の味に、好みが戻っていることがうかがえる。

「こなべつち」としてリニューアルし、4種類を発売した。ほかのメーカーでは今年、キッコーマンが「Plus鍋」を、にんべんが「だしが世界を旨くする」シリーズをそれぞれ3種類新発売している。

好みの多様化やマンネリ対策に、さまざまな味の鍋つゆが発売されてきたが、今年は「あっさり味」への回帰がみられそうだ。

◇なるびが4月に実施した生活者調査（対象11573人）では、数年前より好むようになった味として「あっさり」（34.3%）、「だしをきかせた」（31.3%）、「うま味」（25.0%）が多く選ばれた。反対に好まなくなった味には「油っこい」（52.2%）、「こってり」（35.8%）が挙げられた。また、同社が9月に実施した鍋についての調査（対象112613人）でも、50.8%が数年前と比較して「あっさり」した味を好むようになったと回答。だしのきいた定番のあっさり系の味に、好みが戻っていることがうかがえる。

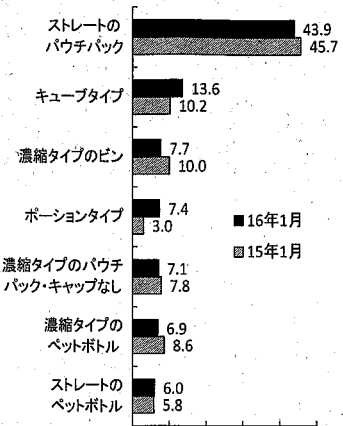
「濃縮タイプのビン」（7.7%）、「ポーションタイプ」（7.4%）と続く。2014年との比較では、「キューブタイプ」「ポーションタイプ」の利用は増えている一方、「ストレートパウチパック」「濃縮タイプのビン」は減少しているのが特徴的だ（左上表）。「キューブタイプ」「ポーションタイプ」のような、「個包装タイプ」が利用を伸ばしている背景を表すデータがある。インターワイヤードが運営するネットリサーチ「DISSERTIVE」に関するアンケートより

「なべ料理に関するアンケート」より

「個包装タイプ」の鍋つゆは、12年発売の味の素一鍋キューブ、13年発売のエバラ「フチッと鍋」(どちらも今年は全7種類)が市場を牽引してきた。昨年、ミツカンが「ままご美味し」シリーズのミニパックを発売し、「個包装タイプ」の鍋つゆ市場に参入。今年はその傾向を推察するのにも良いだろう。

青果売場ではこうした傾向をふまえて、カット野菜とセットで「個包装タイプ」「あっさり味の鍋つゆ」を提案してはどうか。また、昨今の野菜価格高の影響が少ない、キノコ類やトウモロコシとの組合せを推薦するのも良いだろう。

直近1年に利用した市販の鍋つゆ (単位=%)



マイボイスコムが1月に実施した鍋料理に関する調査（対象11万822人）によると、自宅で鍋を食べる人のうち、7割強が市販の鍋つゆを使用している。直近1年以内に利用した鍋つゆのタイプは、「ストレートのパウチパック」が43.9%で最も多く、次いで「キューブタイプ」(13.6%)、「ポーションタイプ」(7.4%)、「濃縮タイプのパウチパック・キャップなし」(7.1%)、「濃縮タイプのペットボトル」(6.9%)、「ストレートのペットボトル」(6.0%)と続く。