

Marketer's Bar 

a gathering place of marketers & marketing service

# 10月の ヨミトル工房

目指せ！ タンパク質の優等生  
おでんだけじゃMOTTAINAI 練り物の底力

### 目指せ！ タンパク質の優等生

#### 事実

- ・おでんの材料である練製品は10月以降販売が伸長
- ・魚離れが言われて久しいが、練製品は魚介の中では好調カテゴリー
- ・10年前対比で、揚げかまぼこは販売不調
- ・かまぼこ／ちくわなどその他練製品は、概ね好調

#### 仮説

- ・3月と7月にかまぼこの販売のヤマがあり、東北の販促にヒントがある
- ・近年、生鮮魚介の平均価格が上がっているため、手軽に購入できる魚介加工品の需要が今後上昇する期待感がある
- ・良質なタンパク質への関心が高まっており、練製品の追い風になる

#### 提案方法

弁当、サラダなど  
日常生活への食提案強化

#### 注目商材

催事用季節限定  
の商品開発

#### 宣伝・販促

魚介製品としての  
良質たんぱく質訴求

#### ヨミトル 職人から 一言

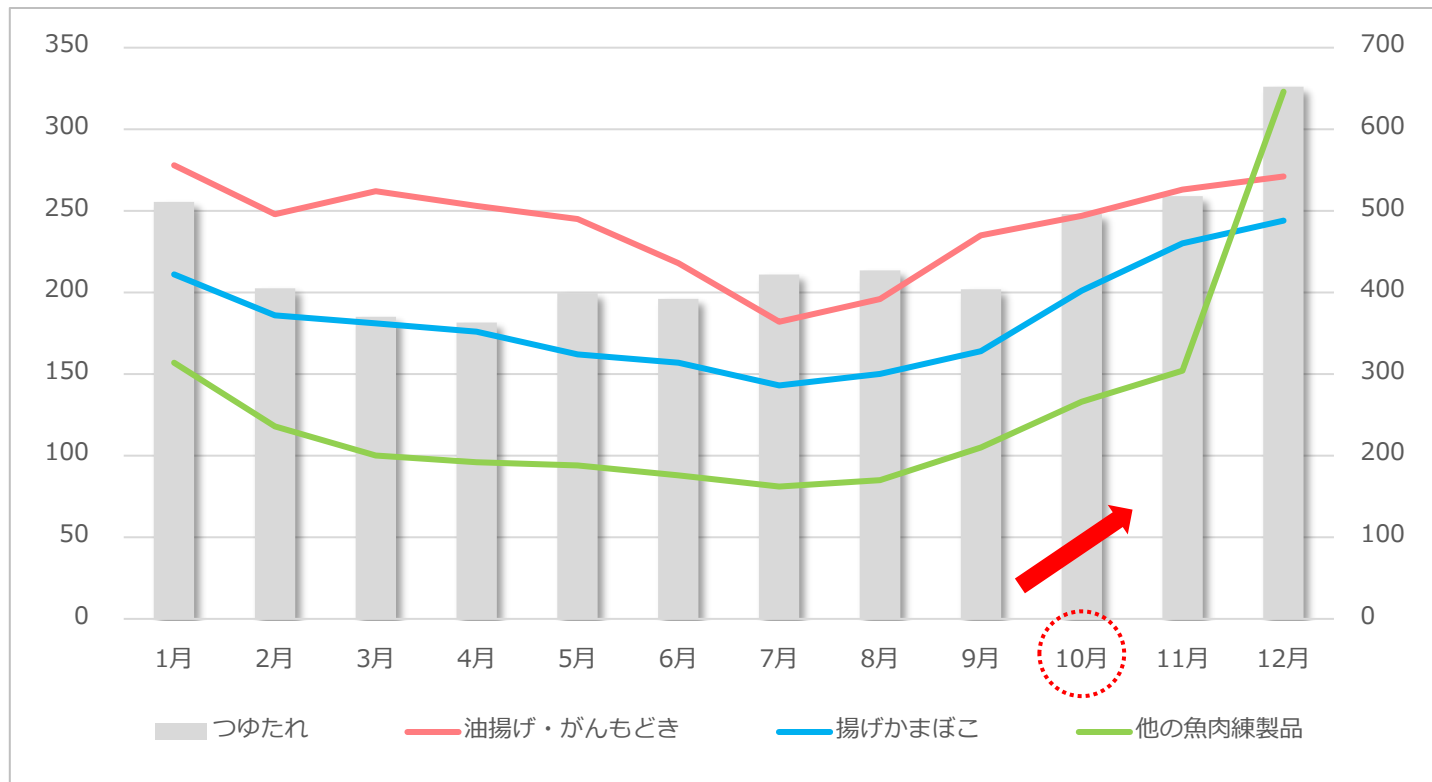
10月はおでんが恋しくなる季節。おでんといえば主役は練り物。魚離れの進む中で、魚介製品として比較的安定はしていますが、少し地味なカテゴリーです。季節指数では圧倒的に年末がピークなのですが、それを除くと3、7月にヤマがあり細かく見ると東北の催事販売が牽引しています。近年タンパク質への関心の高まりを利用して全国規模の仕掛けを取り組むことで伸長の可能性は大です。



**小暮 豊**  
大手スーパーや  
CVSで商品部の  
責任者など歴任。  
現在NPO理事、  
メーカー顧問等

おでんの季節、練り物は10月に一気に支出金額が増える

❖おでん関連商品 1世帯当たりの支出金額（2021年1月～12月） 単位：円



他の魚肉練製品：  
半ぺん  
しんじょ  
つみれ  
だて巻  
魚肉ソーセージ  
魚肉ハム

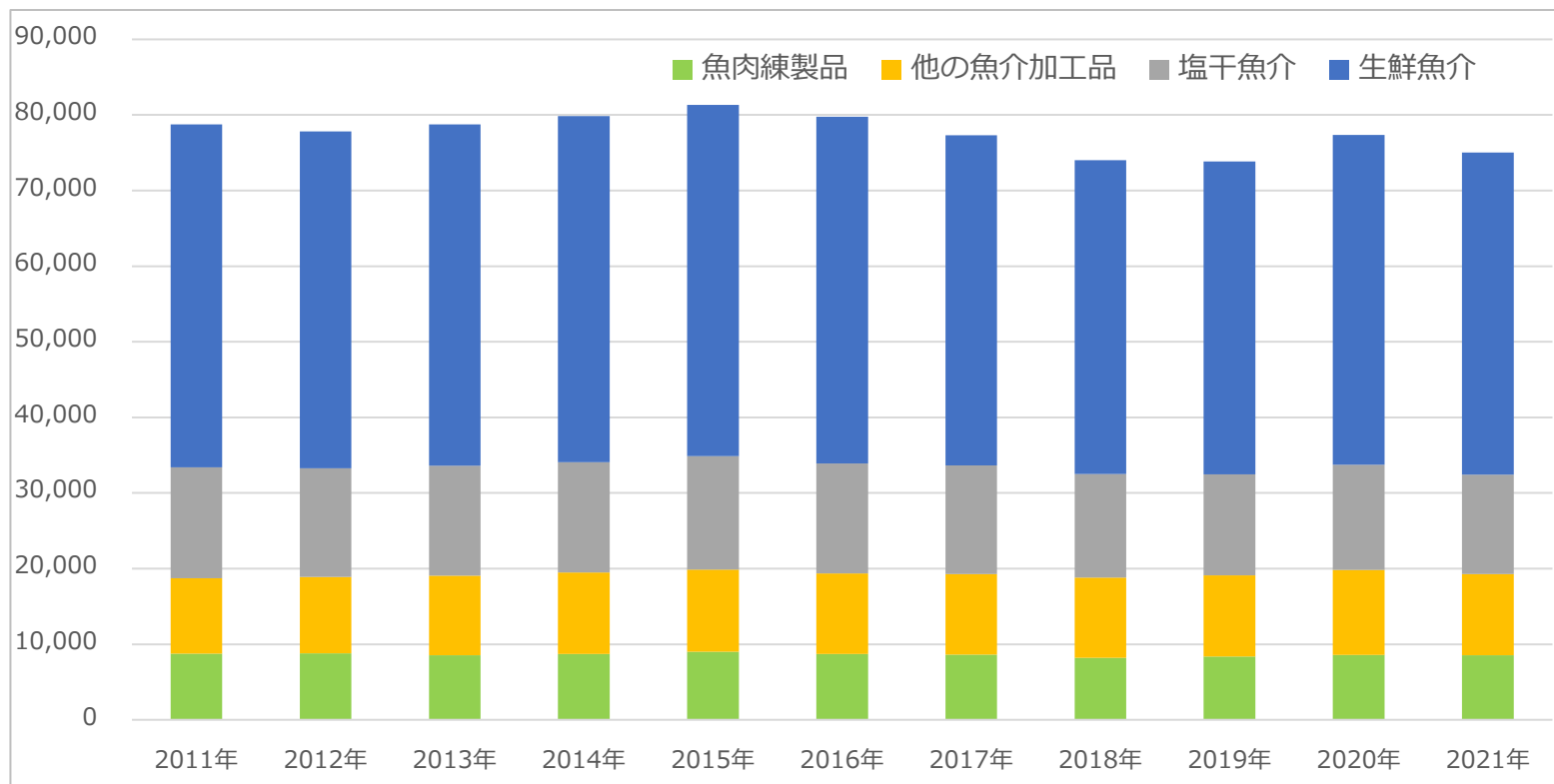
※つゆたれは、第2軸（グラフ右側）使用  
それ以外は、第1軸（グラフ左側）使用

国民食ともいえる、おでん。練り物はおでんが登場する10月からつゆたれと連動して上昇する

データ出典：総務省統計局

魚肉練製品は、対10年前比97.6%

❖魚介類 1世帯当たりの支出金額（2011～2021年） 単位：円



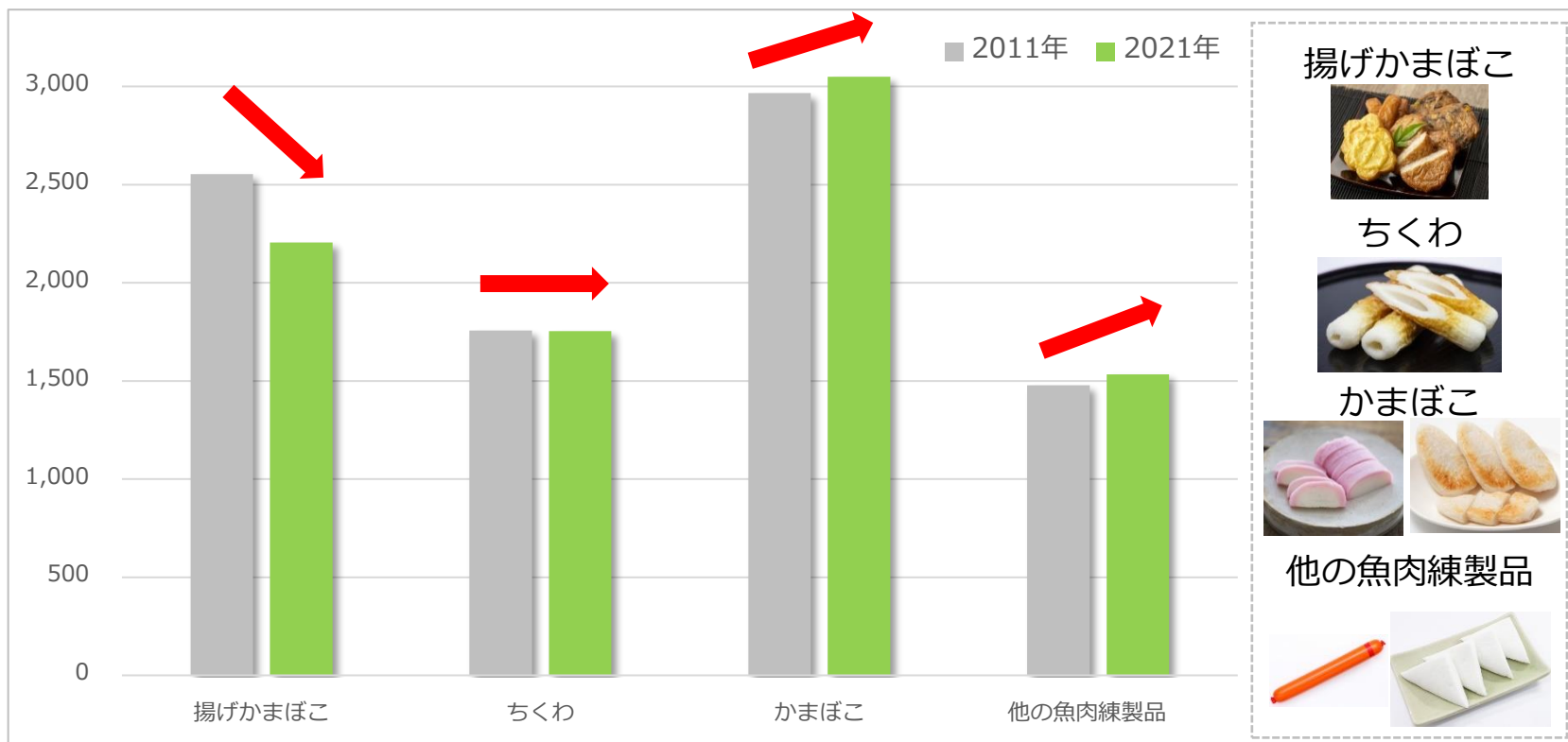
対10年前比で生鮮魚介は95.7% 塩干魚介は91.6%  
練製品は魚介の中で比較的安定したカテゴリーと言える

データ出典：総務省統計局

練製品の中で10年前と比較して下降したのは、揚げかまぼこだけ

### ❖魚肉練製品 1世帯当たりの支出金額（2011年・2021年比較）

単位：円

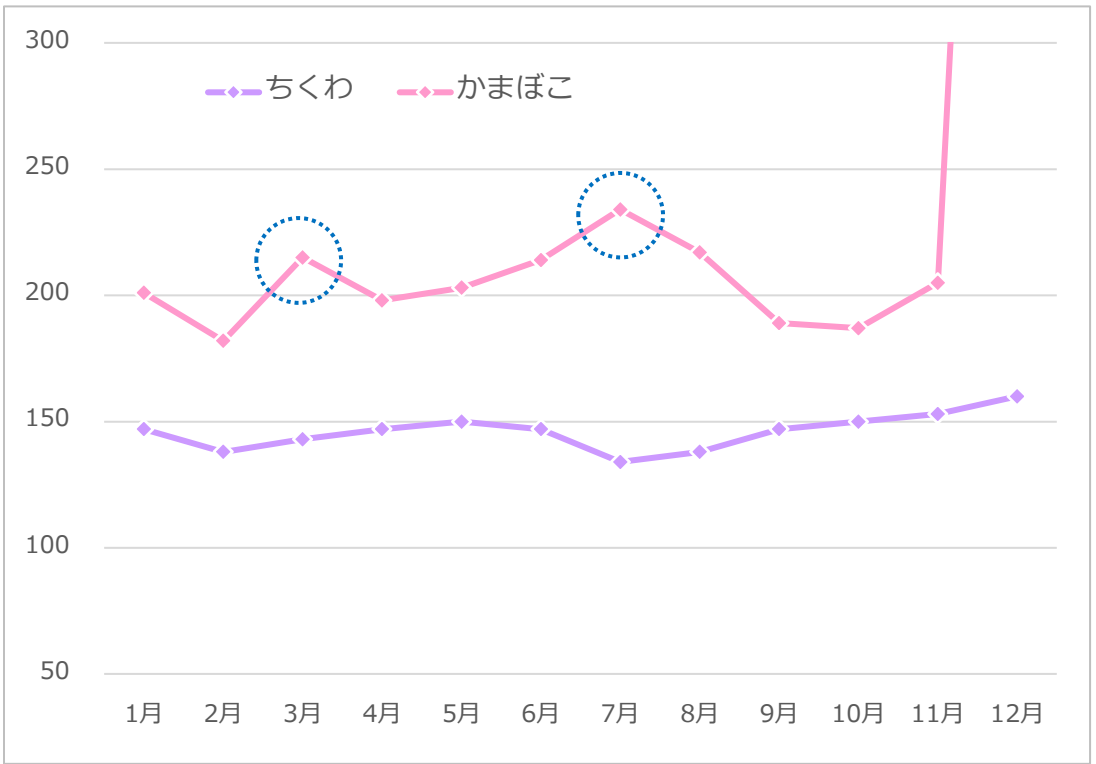
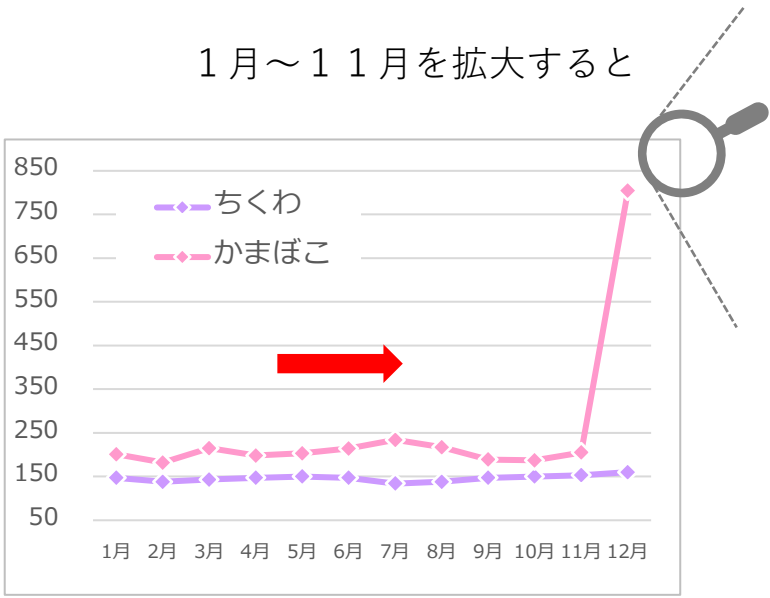


ちくわは対10年前比99.8% かまぼこ・他の魚肉練製品は微増  
販促次第でさらに市場を盛り上げられる可能性がある

データ出典：総務省統計局

### 支出金額からヨミトル販促の可能性 ①3月と7月のヤマ

❖ちくわ・かまぼこ 1世帯当たりの支出金額（2021年1月～12月） 単位：円

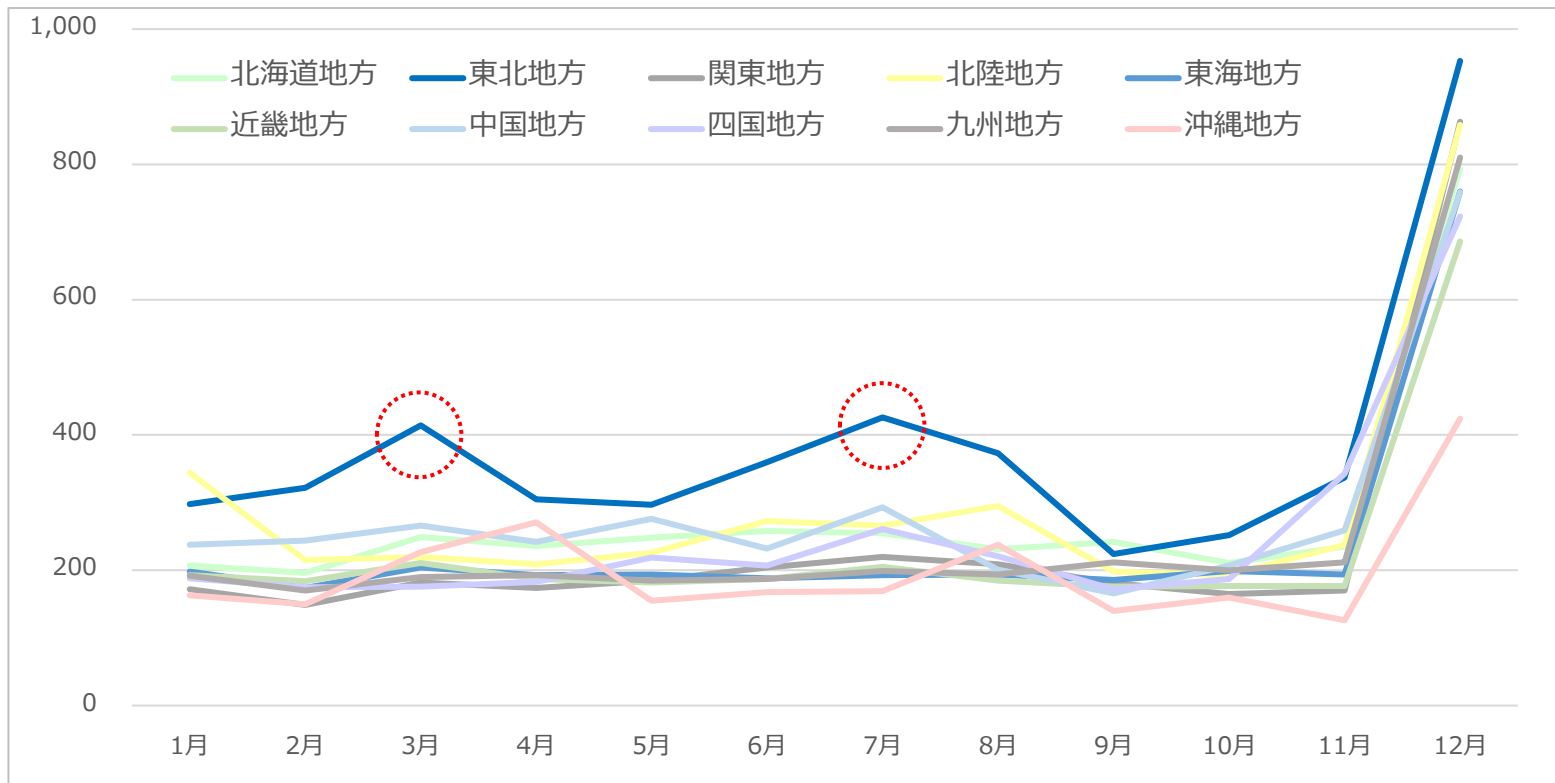


かまぼこやちくわの支出金額は季節変動が小さいが（年末除く）かまぼこは、3月と7月に販売のヤマが見える



①3月と7月のヤマ 牽引しているのは、東北地方

❖かまぼこ 地域別1世帯当たりの支出金額（2021年1月～12月） 単位：円



多くの地方は年間を通じて売上に大きな変化がない中、東北地方だけが3月と7月に売上が上がっている

①3月と7月のヤマ 東北に学ぶかまぼこの販促は、季節限定商品と企画

3月：ひな祭り



ひな祭りの飾りであるぼんぼりや菱餅をイメージした細工かまぼこ詰合せを仙台の老舗かまぼこ店が販売

7月：七夕祭り



7月7日は「笹かまの日」にちなみ、笹かまを食べながら夜空を見上げる団らんの時間を作って欲しいという願いを込めた告知を実施



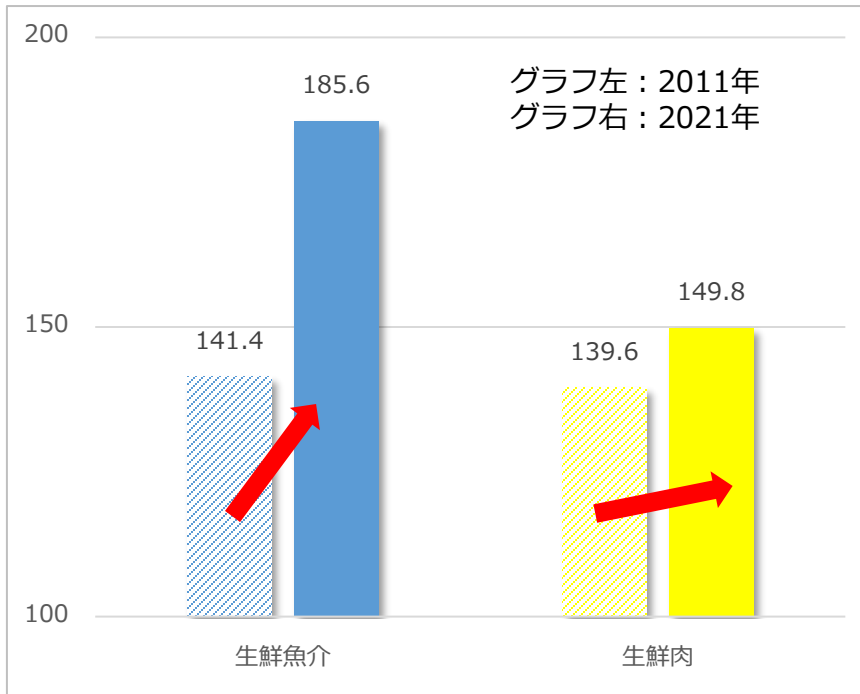
7月7日「笹かまの日」にあわせて仙台のかまぼこメーカー16社が笹かまぼこ食べ比べセットを販売

ひな祭りは限定商品の投入で七夕は企画で、かまぼこ市場を盛り上げている

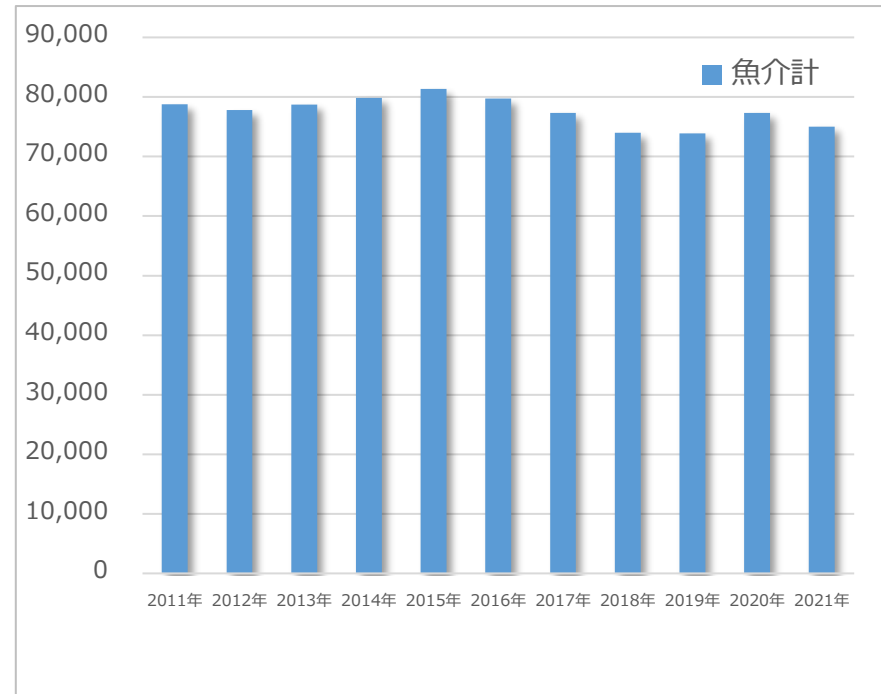


価格推移からヨミトル販促の可能性 ②魚介加工品の潜在能力

A 生鮮魚介・生鮮肉  
全国平均価格（2011年・2021年比較）  
単位：円 100グラム当たり



B 魚介類 1世帯当たりの支出金額  
（2011～2021年） 単位：円

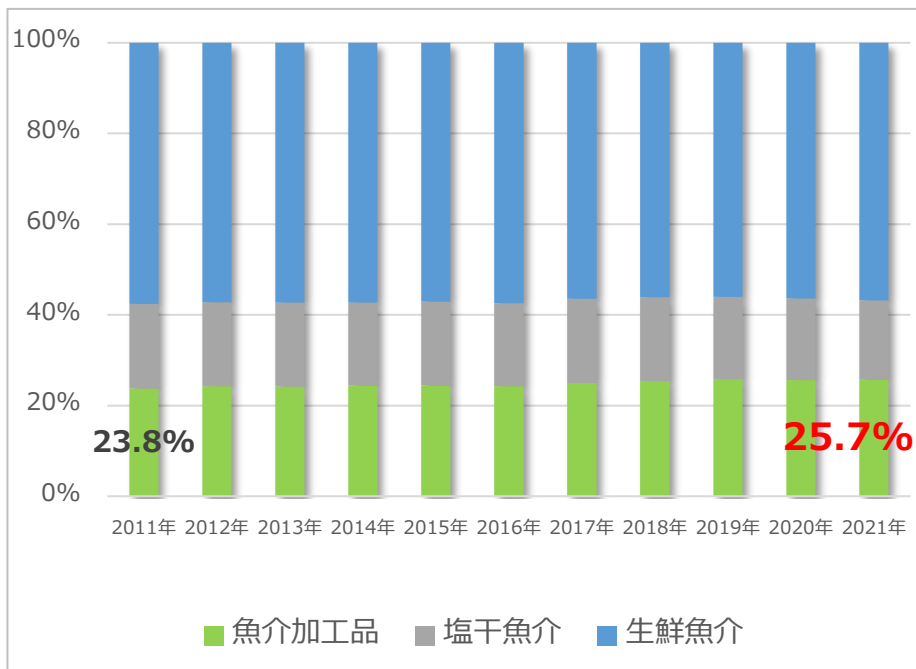


生鮮魚介と生鮮肉の価格差は、この10年で大きく拡大（A）  
生鮮魚介の価格急上昇により魚離れが進行し、魚市場は減少傾向（B）

### ②魚介加工品の潜在能力 生鮮魚介の価格上昇で、魚介加工品需要が高まる

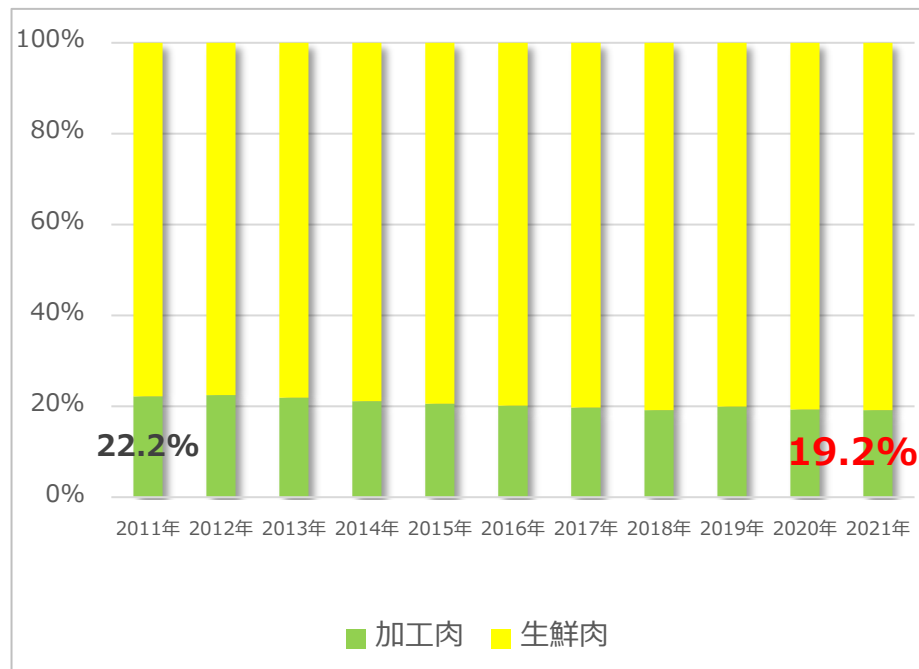
❖魚介類・肉類 1世帯当たりの支出金額 構成比推移（2011年～2021年）

魚介類 構成比



※魚介加工品：魚肉練製品と他の魚介加工品の合計

肉類 構成比



魚を加工品で摂る人が増える一方、生鮮肉の価格上昇が抑えられている肉市場は、加工肉の構成比が年々減少している・・・練り物にチャンスあり

②魚介加工品の潜在能力 レシピ提案で魚介加工品は加工肉に代われる

❖練製品を使ったサラダ提案

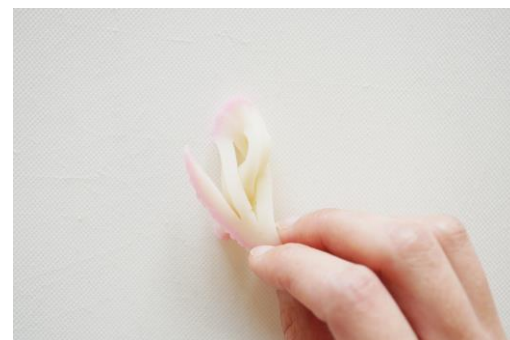


水菜とかまぼこの辛子醤油和え



きゅうりとかにかまのサラダ

❖お弁当にかまぼこ提案  
(飾り切り方の提案)

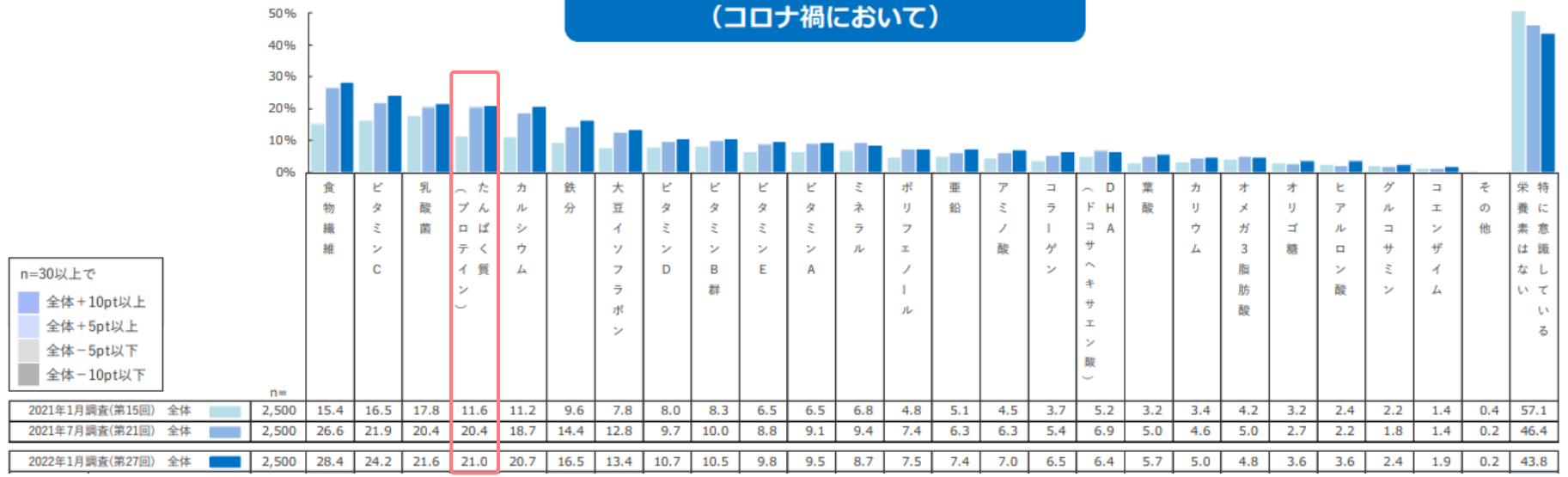


お弁当やサラダの定番だったハムなどの加工肉の代わりに、  
魚介加工品を利用するレシピが多数投稿されてきた

### 消費者トレンドからヨミトル販促の可能性 ③タンパク質ニーズ

❖アンケート調査・・・意識してとるようになった栄養素は？

意識してとるようになった栄養素  
(コロナ禍において)



ビタミンCや乳酸菌は以前より高く意識されてきたが、  
コロナ以降、食物繊維やタンパク質を意識する人が急増している

データ出典：株式会社 クロス・マーケティング

③タンパク質ニーズ 摂取目的が、筋トレのため→健康維持のためへ変化

❖Googleトレンド「タンパク質 摂取」と一緒に検索されるワード（2017年・直近1年）

5年前

2017年1月～2017年12月

	一緒に検索されているワード
1位	タンパク質 過剰摂取
2位	たんぱく質摂取量
3位	プロテイン
4位	タンパク質摂取量 筋トレ
5位	摂取カロリー

直近1年

2021年7月～2022年6月

	一緒に検索されているワード
1位	アミノ酸スコア 100
2位	タンパク質を多く含む食品
3位	ワクチン タンパク質 摂取
4位	糖質 一日摂取量 ダイエット
5位	1日に必要なタンパク質

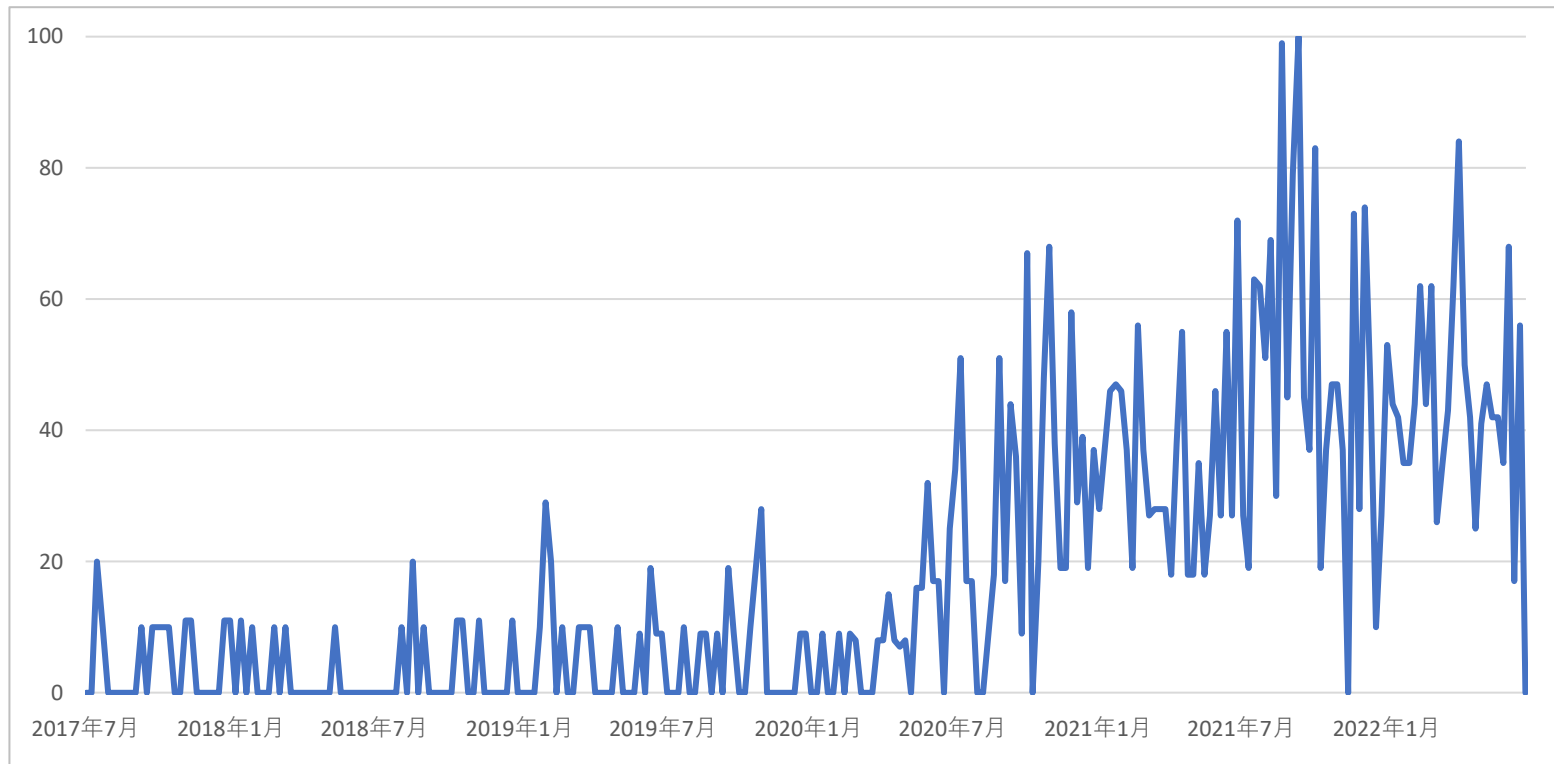


※アミノ酸スコアとは  
体を作る上で必要だが、体内では作れない成分である「必須アミノ酸」  
9種類の含有率を示したもののスコアが100に近いほど、理想的とされる

以前は筋肉をつけるためにタンパク質を摂る人が摂取量を気にしていたが、近年は一般的に良質なタンパク質摂取への関心が高まっている

③タンパク質ニーズ CVSに学ぶタンパク質の販促は、タンパク質強化商品

❖Googleトレンド「セブンイレブン たんぱく質」検索数推移（直近5年間）



※CVS各社の商品は「たんぱく」を平仮名表する物が多いため、Googleトレンドは「たんぱく質」でデータを取得  
一般的な検索数は「たんぱく質」よりも「タンパク質」の方が多い

CVS各社がたんぱく質摂取を目的とした商品を投入するようになったため、  
企業名+たんぱく質での検索（売場探し）が近年増加

データ出典：Googleトレンド



練り物拡販のポイントは3つ

1 生活催事の  
仕掛けづくり

地方の成功事例、  
3月ひな祭り、7月七夕  
等を利用した露出アップ  
と限定商品の投入

2 日常生活での  
メニュー提案

弁当、サラダ、  
サンドイッチなどの定番  
メニューへの提案、弁当  
が始まる4月がチャンス

3 良質たんぱく質  
の訴求

子供やシニア世代、  
ダイエット中の人、  
基礎体力を意識する人  
等に根拠のある売場提案

- ・ 温室効果ガス排出の大きな要因とされている畜産業への懸念  
牛や羊のげっふ税（ニュージーランド）、食肉税（ドイツ、デンマーク、スウェーデン）が  
検討されている
- ・ 和食のユネスコ無形文化遺産登録以降、世界で魚食への需要は高まっているが漁獲激減など  
生鮮魚の価格はますます上昇、代替えとしての魚介加工品が注目されている



世界的に肉に代わる魚食や代替肉が注目され、魚介加工品ニーズは高まると想定できる  
消費者目線から新たなジャンル（例えば離乳食など）の取組がカギになる

ヨミトル工房はMarketers Barとマーケティング支援団体の  
フューチャー：フォーラムが開発したオープンデータを組み重ね、消費  
のインサイトを読み取る手法です  
メーカーのコンセプトワーク・商品戦略から営業政策・販促計画の立案、  
流通の棚割り計画・品揃え・売り場づくりなどMD戦略に活用しています

## 発行元について

Marketer's Barは、様々な生活者の動向を調査・分析し、  
業界内外へ提供するマーケティング・リサーチ機関です。  
調査依頼などのご相談、お問い合わせはお気軽にご連絡ください。

Marketer's Barは、課題にあわせて、マーケティング支援のための設計  
を行い、それぞれの得意分野を持ったマーケターと協力しながら、  
リサーチからプロモーションまで一気通貫型のマーケティング支援を行  
います。

お問い合わせ先 : [info@marbar.jp](mailto:info@marbar.jp)  
担当 : 秋山