

家庭用市場拡大

麺メニュー人気で続伸へ

家庭用つゆ市場は2020年度(3~2月)、前年に比べ一ケタ後半の伸びで着地した。コロナ禍の状況下で麺需要、麺以外の汎用需要ともに大きく広がった。サブカテゴリー別でも、濃縮つゆが復調し、白だし、麺専用つゆが前年比二ケタ増と好調に推移した。21年度は、前年度のハードルが高いが、麺需要、汎用需要ともに高水準での推移が期待される。家庭用つゆ市場は引き続き拡大基調を維持していく可能性が高い。

需要拡大、ユーザーも

つゆはいくつかのサブカテゴリーで構成される複合カテゴリーだ。その中には鍋メニュー専用つゆとしての鍋つゆが含まれる。この鍋つゆに関しては、ナンバードンメーカーのミツカンが春鍋の提案を継続強化しているほか、夏鍋の提案に取り組んでいるメーカーも見られる。つゆにおける鍋つゆのポジション、鍋つゆにおける春夏期のポジションは高まっているが、春夏期におけるつゆについては、濃縮つゆ、白だし、ストレ

イブを中心とした麺専用つゆ(以下ストレートつゆ)で構成されるカテゴリーと考えられる。

家庭用つゆの市場は2020年度(3~2月)、前年に比べ一ケタ後半の伸びで着地したとみられる。中期的には白だし、ストレートつゆが善戦する一方、主軸の濃縮つゆが苦戦する傾向にあった。しかし、20年度は、そのほかのカテゴリーと同様、新型コロナウイルス感染症拡大に伴う家庭内食増加の影響が大きかった。その市場は春先から大きく拡大し、年間を通して前年を大きく上回った。濃縮つゆが順調な動きになった

ほか、白だし、ストレートつゆがそれぞれ前年比二ケタ増という好調な動きを示した。一斉休校やテレワークが広がり、在宅時間が増加した結果、平日の昼食を中心に麺需要が高まったとみられる。また、家庭内食、家庭内での喫食機会に加え、家庭内での調理機会が増加した結果、濃縮つゆ、白だしの汎用需要、調理需要も高まったとみられる。

麺メニューについては、家庭内食が増加する中で、多くのメニューと競合したものの、簡単に作れることが評価され、喫食頻度が高まったと考えられる。また、春夏期を通して見ると、気温が4月と7月を除き高めの水準で推移したことも麺メニューの追い風になった。

汎用需要については、基礎調味料、メニュー専用調味料を含め、多くの周辺カテゴリーと競合したものの、基礎調味料に比べ簡便性が高いこと、専用調味料に比べ汎用性が高いことが評価されたと考えられる。さまざまな調理ニーズがある中で、簡便性と汎用性の高い調味料を使って作るニーズも顕在化した。

21年度(3~2月)の市場、特に需要の先行きには不透明感が強い。

この春については、前年のハードルが高いことから、前年比で見ると、ある程度の反動減が避けられないだろう。しかし、コロナ禍の状況下で、また、新しい生活様式、その中でもテレワークを含む働き方の新しいスタイルが広がる中で、家庭内での喫食機会や調理機会は高水準で推移しそうだ。

つゆの需要も、20年度に広がった昼食シーン、さらに夕食シーンを含め、引き続き高水準で推移すると考えられる。特に20年度は、調理の必要に迫られる中で、つゆをこれまで使用していなかった人がつゆを購入して使用するケースが多かったとされる。トライアル購入が着実に広がり、つゆのユーザーも確実に増えたとみられる。間口が広がる中で、その需要も安定的に推移しそうだ。

主要ブランドがカギ

汎用タイプと専用タイプに共通するが、商品については、主要ブランドの動向、上位メーカーの主力ブランドの動向が最大の焦点になる。20年度と異なり、商品供給に対する不安はなさそうだが、先行きに対する不透明感が強い中で、店頭でも主要ブランドの提案強化