

# 売れてる商品

## マルコメ「だし入り料亭の味750g」

みその業界団体である全味工連によると、15年のみそ生産量は前年比6・5%減の40万4千640t、出荷量は0・9%減の40万9千11tとなった。また家計調査によると、昨年の1世帯当たり



購入数量は99・2%だったが、平均価格が102・2%だったため、支出金額は前年並みの100・6%となった。

この市場の中で、トップメーカー・マルコメの

## 全方位 各カテゴリー一席巻

好調ぶりが目立つ。「だし入り料亭の味750g」はみそ市場不動のトップブランドであり、安定した売れ行きだ。また、「丸の内タニタ食堂の減塩みそ650g」は無添加みそジャンルのトップブランドに成長した。

「丸の内タニタ食堂の減塩みそ650g」に代表されるように、みそ市場においても減塩ニーズが顕在化、有力メーカーは減塩みその新商品を積極的に市場投入し需要取り込みを図っている。マルコメのタニタ食堂監修シリーズは今年度、即席みそ汁を含むシリーズ全体で30億円を突破する勢いだ。同社はスタンダー

2月/金額ベース

RDSスーパー  
単品ランキング

みそ

順位	商品名	メーカー	構成比	前年比
1	だし入り料亭の味750g	マルコメ	0.6	100.2
2	丸の内タニタ食堂の減塩みそ650g	マルコメ	0.5	130.8
3	みそ白3kg	ワダカン	0.3	115.6
4	とり野菜みそ200g	まつや	0.3	—
5	だし入り料亭の味減塩750g	マルコメ	0.2	103.7
6	甘口みそだし入り750g	かねざ	0.2	166.1
7	ジョウセン仙台みそ750g	仙台味噌醤油	0.2	129.1
8	無添加円熟こうじみそ750g	ひかり味噌	0.2	128.2
9	マルコメ君こし750g	マルコメ	0.2	116.3
10	一休さん750g	マルコメ	0.2	91.5

記事・表中の市場データは流通システム開発センターの業界POS「RDS」を用い、マーチャндаイジング・オンの分析ツール「Piano-POS」で集計・加工した

ド品、付加価値品、価格訴求品など全方位で商品をラインナップ、各カテゴリーを席巻している。

「らない世界」で石川県民の味として紹介され、品薄状態になった。

2月の全国スーパー単品ランキングで4位に入ったまつやの「とり野菜みそ」は1月26日放送のテレビ番組「マツコの知

8位に入ったひかり味噌の「無添加円熟こうじみそ」は昨秋から、かつてない規模のプロモーションを展開し、着々と成果を挙げている。