

売れてる商品

マルコメ「だし入り料亭の味750g」

みそは長年各家庭で愛されている味があり、他の加工食品と比べてブランドスイッチが少ないと言われる。この中で、マルコメの「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。

同社は「料亭の味」の圧倒的なブランド力を、みそ加工品や即席みそ汁分野においても活用する。料亭の味ブランド戦略を推進し、成果を上

圧倒的ブランド力を活用

げている。

近年、一定の地位を確立したのが甘口・高糀歩合のみそで、マルコメ「丸の内タニタ食堂の減塩みそ650g」は次代のスタンダード品と目されている。「料亭の味」の減塩タイプも上位に名を連ねる。先述の「タニタ食堂」は無添加かつ減塩であり、みそ市場においても減塩ニーズが顕在化している。

仙台味噌醤油の「ジョウセン仙台みそカップ750g」や、ますや「合わせみそカップ900g」など、信州勢以外の活躍も目立つ。フンドーキン醤油の「生詰 無添加あわせみそ850g」

全国/17年1~9月/金額ベース

RDSスーパー 単品ランキング

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	5.2	97.9
2	丸の内タニタ食堂の減塩みそ650g	マルコメ	4.1	108.4
3	だし入り料亭の味減塩750g	マルコメ	2.0	101.9
4	ジョウセン仙台みそカップ750g	仙台味噌醤油	1.6	104.5
5	生詰 無添加あわせみそ850g	フンドーキン醤油	1.4	173.1
6	プラス糀 無添加 糀美人650g	マルコメ	1.3	182.4
7	合わせみそカップ900g	ますやみそ	1.3	117.1
8	無添加円熟こうじみそカップ750g	ひかり味噌	1.3	92.3
9	だし入り風味一番750g	ハナマルキ	1.3	97
10	マルコメ一休さん750g	マルコメ	1.1	95.1

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・オンラインの分析ツール「Piano-POS」で集計・加工した

はマルコメ「タニタ食堂」とともに無添加ジャンルを代表する商品に成長した。関西では定番化し、関東ではまだ仲長の余地がある。元来、みそは地域による嗜好差が大きく、九州の甘いみそは九州のみで受け入れられてきたが、昨今日本人の嗜好は甘口化が進んでおり、近年は関東や関西でも九州産みその人気が高まっている。