

売れてる商品

東洋水産

「マルちゃん焼そば3人前」シリーズ

「家庭用チルド麺市場唯一の全国ブランド」単品で10%近い市場シェアを持つおぼけ商品」。それが「マルちゃん焼そば」。



ば3人前」だ。

近年、積極的なフレーバー展開を見せる「焼そば3人前」シリーズのフラッグシップ商品はチルド麺業界の絶対的な存在として長くトップシェアに君臨している。

絶対的なバリエーション進む

素材もの、コモディティの典型である3食タイプの焼そばは参入障壁の低いジャンル。大小さまざまなメーカーが市場を賑わせ、PBも少なくない。勢い価格訴求に走りやすく、特に今期は「単価が前年比で平均15円も下がっている」（業界関係者）という激戦模様。的が大きいだけに他社のターゲットになりやすく、実際、「焼そば3人前」単品では前年割れという状況だが、8位にランクしている「塩焼そば3人前」ほか、「あなか焼そば」「焼そば中華風醬油味」「たちこ焼そば」「お好みソース焼そば」

チルド麺

全国/12年4月1日～8月31日/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	マルちゃん焼そば3人前	東洋水産	9.2	94.7
2	マルちゃん冷し生ラーメン3人前	東洋水産	4.2	97.8
3	シマダヤ流水麺そば2食	シマダヤ	2.6	116.8
4	シマダヤ秘伝のスープ生冷し中華3食	シマダヤ	1.5	147.3
5	シマダヤ流水麺うどん2食	シマダヤ	1.5	101.0
6	高砂4食生ラーメン	高砂食品	1.3	84.0
7	マルちゃん北の味ねいぎるラーメン	東洋水産	1.1	119.7
8	マルちゃん塩焼そば3人前	東洋水産	1.1	113.8
9	マルちゃん冷し生ラーメンごまだね3人前	東洋水産	1.1	90.6
10	シマダヤもみ打ち生冷やし中華	シマダヤ	1.0	84.9

「お好み」など積極的なバリエーション商品を開発、投入することで、同シリーズ、チルド焼そばはジャンルの拡大を図っている。今秋は「スパイシーな味わいの『焼そば3人前』」に対し、甘めのフレーバー。棲み分けが図れる」要喚起を図っていく。

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、マーチャンダイジング・オンの分析ツール「Piano-POS」で集計・加工した