



KAWARA BAN!



2023
October



トレンド！早わかり

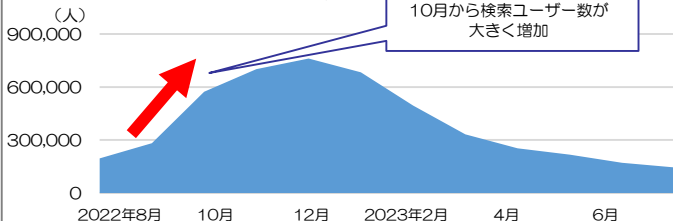
やってきました！お鍋の季節

気温が下がり、肌寒さを感じる10月ごろから鍋の需要が高まります。毎年様々な鍋が登場していますが、今年も個性豊かな鍋つゆが発売されています。今年の新商品から見える、鍋つゆトレンドをご紹介します。

10月から鍋の注目度が急上昇

■鍋の検索ユーザー数は10月に増加

＜“鍋”の検索ユーザー数推移＞



出所：ヴァリユース分析ツール「Dockpit」の分析に基づく（2022年8月～2023年7月）

■2022年の鍋トレンド振り返り

- 韓国鍋** 海外旅行の制限や韓国料理ブームで、イダコを使った辛い鍋などが注目
- 鍋つゆで楽しむしゃぶしゃぶ** 豆乳と鶏白湯を組み合わせたつゆなどラインナップが増加
- SNS映える見た目** 具材を高く盛り付けたり、動物の形を模した鍋つゆで、見た目でも楽しむ

監修商品で本格的な味を

有名店や著名人が監修することで、本格感を手軽に楽しめる商品が増加。有名親方や人気ラーメン店など、これまで以上に付加価値の高い商品が登場している

■日本相撲協会のグルメ通、芝田山親方監修の鍋つゆ



国分首都圏
「芝田山親方監修ちゃんこ鍋つゆ 醤油味」（410円）

国分首都圏は、「芝田山親方監修ちゃんこ鍋つゆ 醤油味」を8月に発売。本商品はグルメ通で知られる第62代横綱・大乃国こと芝田山親方より監修を受け開発。みりんの甘さとコクを生かしながら、あらゆる素材のだしの旨味を発揮させる深みのある味は、世代・性別を超えて楽しめるという

■行列の絶えない名店の味が楽しめる鍋つゆ



Mizkan（ミツカン）
「札幌味噌ラーメン専門店けやき監修 札幌味噌鍋つゆ」（416円）

Mizkan（ミツカン）は、「札幌味噌ラーメン専門店けやき監修 札幌味噌鍋つゆ」を8月に発売。2種の味噌をブレンドし、鶏油の風味と野菜の甘味がある、コク深い味わいが特徴。鍋はもちろんのべのラーメンまで楽しめるという

定番の辛い味がさらに進化

鍋で定番の1つである辛い味は、その人気を受けて様々なバリエーションで展開されている

■チリスパイス×完熟トマト



カゴメ
「旨辛チリトマト鍋スープ」

カゴメは、「旨辛チリトマト鍋スープ」を8月に発売。カゴメが新しいフレーバーのトマト鍋を発売するのは10年ぶり。完熟トマトに唐辛子、ガーリック、パプリカ、クミン等がミックスされており、メキシカン風味の旨辛味の鍋スープに仕上がっているという

■キムチ×北海道産牡蠣



ベル食品
「北海道かきだしキムチ鍋つゆ」（378円）

ベル食品は、北海道らしい高級食材の出汁で鍋を楽しむ鍋つゆシリーズから、「北海道かきだしキムチ鍋つゆ」を8月に発売。旨辛のスープに、牡蠣の名産地として知られる厚岸産の牡蠣からとった出汁の旨味に魚介の風味をさらに効かせた。×には中華麺を入れて海鮮風キムチラーメンがおすすめとしている

新たな食べ方を提案

鍋の食べ方そのものに新しい要素を加え、これまでと異なる楽しみ方を提案する商品も登場している

■最初から味の麺も味わえる食べ方を提案



ヤマサ醤油
「ヤマサいきなり×（シメ）ちゃんこ鍋 ゆずこしょう鍋つゆ醤油 4食入」（399円）

ヤマサ醤油は、「ヤマサいきなり×ちゃんこ鍋」シリーズ全3種類を8月に発売。本商品は具材と一緒に麺を入れて煮込むことで、×（シメ）のおいしさを最初から味わえる、“麺から味わう”新提案としている

■食べる直前に食卓で“あとのせ鯉節”をかけて完成



にんべん
「あとのせ鯉節が香る鍋つゆ 魚介の旨み」（324円）

にんべんは、「あとのせ鯉節が香る鍋つゆ」シリーズ全3種類を9月に発売。おいしさの決め手は、仕上げに本枯鯉節削りをあとのせして、ふわっと立ち上る香り。若い年代の乾物離れを食い止め、乾物消費の発展を願うべく、“鍋にかつお節をかけて、楽しむ”という新しい食べ方を提案

今後は

10月からシーズンを迎える鍋は、より本格感がある監修商品の登場や人気の辛い味に進化がみられます。今年は、新しい食べ方を提案する商品も発売され、さらに魅力が増していきそうです。これらのキーワードを参考に、鍋の訴求を行ってはいかがでしょうか。

出典 各社サイト他



トレンド！早わかり

ミネラルウォーターが進化中

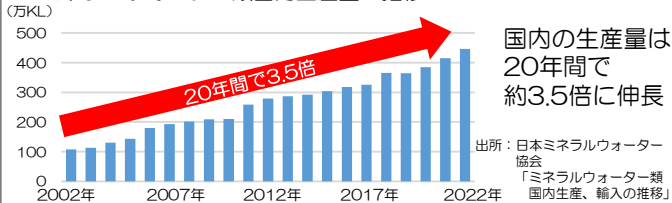
ミネラルウォーターの市場が拡大を続けています。最近では、水分補給としてだけでなく、栄養素が摂取できる商品なども登場しています。今回はそのようなミネラルウォーターに注目したネタをご紹介します。

ミネラルウォーター市場が拡大中

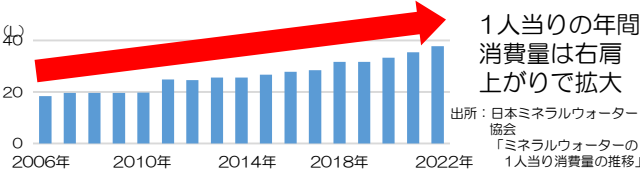
ミネラルウォーターとは、くみ上げた地下水を品質安定のためにろ過、加熱殺菌など除菌・殺菌処理を施してから容器に詰めた飲用水で、食品衛生法において成分規格や製造基準などの規格基準が定められている

■日本のミネラルウォーター市場は拡大中

<ミネラルウォーター類国内生産量の推移>



<ミネラルウォーターの1人当り消費量の推移>



ミネラルウォーターで栄養補給

■水分補給+マグネシウム



赤穂化成は、多種類のミネラルを含む海洋深層水100%を原料とした「スポーツミネラルMGウォーター-LIGHT（ライト）」を5月に発売。運動中や運動前後に飲むことで、汗と一緒に排出されるマグネシウムを補給し、パフォーマンスやコンディション維持に役立つと謳う

赤穂化成「スポーツミネラルMGウォーター-LIGHT（ライト）」（162円）

■水分補給+食物繊維



サントリーは、「サントリー天然水ファイバー8000」を4月に発売。「サントリー天然水」に、1日不足分を満たす食物繊維（8,100mg/本）を配合。日常的にこまめに飲む“水”と掛け合わせることで、継続的・効果的に摂取できる。桃のみずみずしい甘さと程よい酸味を感じる味わいに加え、人のカラダに近い浸透圧設計を採用することで、飲み心地の良い味に仕上げたという

サントリー「サントリー天然水ファイバー8000」（155円）

SDGsにも対応

■再利用可能な紙容器のミネラルウォーター



5月に開催されたG7広島サミットのテーブルウォーターとして、「富士ミネラルウォーター330ml紙パック」が採用された。容器はテトラパック社製を使用。内面はアルミニウム箔で、遮光性に優れ、内容液が直接紙に触れることのない構造になっている。回収後もトイレトペーパーなどの資源としてリサイクルされる

富士ミネラルウォーター「富士ミネラルウォーター330ml紙パック」（18本入 3,260円）

■ごみの減量化ができる、パウチタイプ



価値創造プラットフォームとルーシッドは、ブルーインパルスデザインのパウチタイプのミネラルウォーターを5月から全国の航空祭で販売。パウチ容器は飲んだあと、スリムでかさばらず、ペットボトルと比べゴミの量が7%も少ないため、SDGsの取り組みとして好評を得ているという

価値創造プラットフォーム「ブルーウォーター#2」（300円）

こんなコラボも「ミネラルウォーター×〇〇」

■ミネラルウォーター×スイーツ



道の駅南きよさと「南アルプスの天然水かき氷 北杜のいちご」（500円）

山梨県北杜市は、サントリーのミネラルウォーター「天然水（南アルプス）」を製氷したかき氷に、北杜市産いちごやハケ岳牛乳等を使用して開発したオリジナルシロップを用いた「南アルプスの天然水かき氷」を市内5店舗で7月から期間限定で発売。シロップの自然な甘さで氷のおいしさをぐっと引き立てると謳う

■ミネラルウォーター×日本酒



安曇野ミネラルウォーター「mine（ミネ）12度」（15,400円）

安曇野ミネラルウォーターは、2023年から「ふるさとチョイス」限定で「mine（ミネ）12度」を長野県安曇野市ふるさと返礼品として登録した。飲みやすさを何よりも重視し、通常の日本酒よりアルコール度数の低い12%に設定している。硬度30mg/Lの天然水を使用しており、なめらかなほんのり甘みを感じる味わいという

今後は

ミネラルウォーターは水分補給だけではなく、栄養補給など新たな付加価値をつけた商品展開が進んでいます。秋の行楽シーズンで外出が増える時期に、進化するミネラルウォーターに改めて注目してみたいかがでしょうか。

出典 各社サイト他



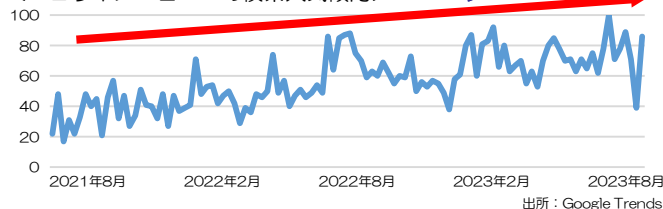
トレンド！早わかり

広がりを見せる企業のコラボビジネス

コロナ禍以降、飲食業界では客足減少に悩まされ、呼び水として飲食店が他業種とコラボレーションする事例が増えました。その流れは現在も広がりを見せており、飲食店では同業種とのコラボや飲食店以外でも目新しいコラボ商品が登場しています。今回は各企業の取り組み事例を紹介します。

企業間のコラボに注目

■コラボメニューの検索指数は上昇傾向 ＜“コラボメニュー”の検索人気傾向＞



※数値はグラフ上の最高値を基準として検索インテレストを相対的に表したもので、100の場合はそのキーワードの人気度が最も高い時期を示す。

■企業コラボのメリット

- 新規客を増やせる** コラボ商品やメニューをターゲットに集客が可能
- 来店頻度・購入頻度を上げられる** 新しい商品やメニューが加わることで来店、購入頻度向上に繋がる
- 客単価を上げられる** 商品やメニューに付加価値を持たせることで通常価格以上の設定が可能

異業種コラボの新商品

■老舗茶問屋×健康食品メーカー



ウエニ貿易
「MY ROUTINE MAX (マイルーティーンマックス) 抹茶風味」

ウエニ貿易は、老舗茶問屋「北川半兵衛商店」(京都)とコラボしたプロテイン「MY ROUTINE MAX (マイルーティーンマックス) 抹茶風味」を9月に発売。同店の宇治抹茶パウダーを100%使用しており、抹茶の旨味と香りを存分に感じられるプロテインに仕上げた。またインパウンドを意識し“和”の要素を取り入れたデザインパッケージを採用している

■アウトドアブランド×米菓メーカー



亀田製菓
「164g 亀田の柿の種 チャンスオリジナル BBQ味」

亀田製菓は、アウトドアカジュアルブランドCHUMS (チャムス) との異業種コラボ商品「164g 亀田の柿の種 チャンスオリジナル BBQ味」を7月に限定発売。「亀田の柿の種」にスパイス香る本場アメリカのBBQ味(チャンス オリジナル)を合わせた期間限定商品

外食店の同業種コラボ

■ファミリーレストラン×カレーチェーン



ガスト
「金沢カレー ガスト本気盛り」(1,300円)
※写真はライス特盛(約2倍)

ガストは、ゴゴカレーが監修する「ゴゴカレー」シリーズを7月に発売。濃厚でドロツとした甘みのある黒いルーに、ガスト人気No.1メニュー「チーズNハンバーグ」や「から好し」のから揚げなど5つのトッピングのったビッグボリュームカレー「金沢カレー ガスト本気盛り」等、4種を提供

■和牛ハンバーガー店×人気ジギスカン店



SHOGUN BURGER 渋谷店 (ショウgunバーガー)
「SUNRISE BURGER -Potential of sheep (サンライズバーガー ポテンシャル オフ シープ)」(2,200円)

「SHOGUN BURGER (ショウgunバーガー)」は、予約が取れないジギスカン店「羊SUNRISE (ヒツジサンライズ)」とコラボして、「SUNRISE BURGER -Potential of sheep (サンライズバーガー ポテンシャル オフ シープ)」を、8月に渋谷店で限定発売。ラム肉の独特なまろやかさを生かす和の食材を使用し、印象的な味わいに仕上げたという

こんなコラボも登場！

■水産高校×老舗洋食店



国分北海道
「道南産プリのフィッシュミートソース風」

国分北海道は、北海道函館水産高等学校のアイデアをもとに、函館の老舗洋食店「五島軒」と共同開発した缶詰「道南産プリのフィッシュミートソース風」を9月に発売。食感を楽しめるよう角切り状とミンチ状にした道南産プリを、ミートソース風にアレンジ。2種類のプリにトマトなどの香味野菜を加えたソースを混ぜ合わせ、爽やかな後味に。本商品一つで満足感のあるおかずになるという

■サービスエリア×スイーツパン専門店



八天堂
「とろける海老名くりーむパン」(350円)

広島発祥老舗和菓子店の「八天堂」は、海老名サービスエリア(神奈川・海老名)とコラボしたスイーツパン「とろける海老名くりーむパン」を、8月に全国のサービスエリアで発売。パン生地はメロンをイメージした緑色。しっとりさとふんわりさを兼ね備えた柔らかい生地の中には、上品なメロンの香りと豊かな味わいが特徴的なメロンクリームが入っている

今後は

最近では、競合関係にある同業種でのコラボメニュー開発が増えています。各企業が持つ顧客を取り込み、集客に繋げることができるほか、顧客目線では新商品を選ぶ面白さに繋がります。様々な展開を見せる企業コラボビジネスに注目してみてもいいかもしれません。

出典 各社サイト他



トレンド！早わかり

キーワードは“海外旅行気分”！？

新型コロナウイルスが5類に移行し、あらゆる制限がなくなったことで外出する人は増加しています。しかし海外旅行に関しては、物価上昇や円安、感染への不安を理由に控える人も多いのが現状です。こういった消費マインドを背景に、各企業から海外旅行気分を謳ったイベントや商品が多く登場しています。今回は、そのような“海外旅行気分”に関する最新情報をご紹介します。

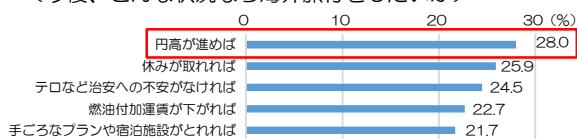
“海外旅行気分”に注目

■海外旅行の回復は鈍い傾向にある

JTBの調査によると、2023年の夏休み（7月15日～8月31日）に海外旅行に行く予定の人数は、120万人と発表。2022年の56万人より大きく上回っているが、2019年の303万人と比較すると約4割程度の回復にとどまっている ※2023年は推計値、2022年、2019年は実績推計値

■円安も海外旅行を控える要因に

＜今後、どんな状況なら海外旅行をしたいか＞



出所：JTB総合研究所 調査時期：2023年3月24日～29日
調査対象：2023年度（2023年4月～2024年3月まで）に国内旅行を予定・検討している人（n=710）
※上位5位 複数回答

■“海外旅行気分”が夏の旅行トレンドに

Yahoo!トラベルは、「2023年の夏旅行トレンド」として“海外旅行気分”を発表。「円安の影響で、海外旅行は経済的に厳しい」など海外旅行を控えている人も多く、国内で海外旅行気分を味わえる宿に注目が集まっている

海外旅行気分①イベント

■ハワイを感じるグルメイベント



高島屋大阪店
「2023 Fresh! Fun! HAWAII (フレッシュファンハワイ)」
イメージ

「高島屋大阪店」（大阪）では、ハワイを感じられるイベント「2023 Fresh! Fun! HAWAII（フレッシュファンハワイ）」を7月に開催。ハンバーガーやモロカイブレッドなどハワイの定番グルメが集結。ファッションアイテムや雑貨、アート作品の販売のほかハワイ気分を盛り上げるフラダンスショーも楽しめるという

■シンガポールの食を楽しむフェア



成城石井
「シンガポールフェア2023」
イメージ

成城石井は、シンガポール政府観光局との共同企画として「シンガポールフェア2023」を8月より開催。同社の社長と料理長が4年ぶりに現地を訪れ、シンガポールの食の魅力を再発掘し、自家製惣菜やデザートの新商品を発売。本場の味わいを再現しながらも、日本人の口にも合うよう工夫を凝らしたという

海外旅行気分②スイーツ

■海外旅行気分を楽しめる世界のスイーツ



モンテール
「ブラジルプチン」
(259円)

モンテールは、世界のおやつをイメージしたスイーツを7月から期間限定で全国のスーパーで発売。夏に旅行気分を楽しめるよう、世界で親しまれているスイーツをテーマに企画。今年話題のブラジルのスイーツ“ブラジルプチン”の他、フランスの伝統菓子“サバラン”やスペインの定番おやつ“チュロス”をイメージした3品を発売

■台湾のお土産菓子「パイナップルケーキ」がグミに



ノースカラース
「京鼎樓
パイナップル
ケーキグミ」
(203円)

ノースカラースは、小籠包専門店「京鼎樓（ジンティンロウ）」を展開するJIN DIN ROUと共同開発したグミ「京鼎樓パイナップルケーキグミ」を7月に発売。京鼎樓が手掛ける台湾の人気スイーツ、パイナップルケーキの味わいをグミで再現。コロナによる制限がなくなっても海外旅行はまだ行きづらいという人に、手軽に台湾への旅行気分を味わってもらいたいという

海外旅行気分③旅行ガイドブックとのコラボ

■ガイドブックとのコラボ食品に初の海外版が登場



ハチ食品
「韓国 ごはんにかける
タッカルピ」
(324円)

ハチ食品とJTBパブリッシングは、「るるぶ×Hachiコラボシリーズ」初の海外版として、ごはんにかけるシリーズから韓国、中国、フランスの料理3品を9月に発売。観光地として有名な土地、料理や食材がおいしいと人気な土地などを検討し選定。各地の地域特性をイメージした商品に仕上げた。食卓で手軽に旅行気分を味わえると謳う

■フランス料理を手軽にスナック菓子で体験できる



ノースカラース
「地球の歩き方
海老のビスク風味
ポテトスティック」
(267円)

ノースカラースは、学研ホールディングスと共同で、「地球の歩き方」とコラボした「地球の歩き方 海老のビスク風味ポテトスティック」を7月に発売。パッケージには「地球の歩き方 パリ&近郊の町」を使用し、ガイドブックそっくりに仕上げた。海外旅行はまだ様子見といった意識が伺えるなか、気軽に旅行気分を味わうことができるという

今後は

物価上昇や円安などを背景に、依然として海外旅行へのハードルは高い現状があります。そのような中でも海外をテーマとしたイベントや商品を展開することで、海外旅行気分を盛り上げる施策を打ち出していきましょう。

出典 各社サイト他

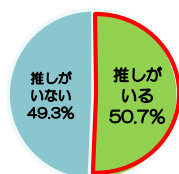


「推し活」とは好きなアイドルやキャラクターなど、いわゆる“推し”を応援する活動のことです。推しを応援している人のことを“オタク”と呼びます。若い世代を中心に「推し活」ブームが続いています。最近では「推し活」に着目したメニューやサービスの提供を始める企業も増えており、今回は最新の「推し活」事情について詳しくご紹介します。

推し活ブームは止まらない

■「推し」がいる人は約半数

＜あなたには「推し」がいますか？＞



「推し」がいると回答した人は50.7%となり、2人に1人は「推し」がいることが分かった

出所：ファイントゥデイ資生堂「推しのある生活に関する実態調査」
調査時期：2022年4月28日～5月2日
調査対象：15歳～59歳の男女（n=3,364）

■「推し活」検索ユーザー数は増加傾向

＜「推し活」検索ユーザー数推移＞



出所：ヴァリウース分析ツール「Dockpit」の分析に基づく（2021年8月～2023年7月）

推しカラーを食事で提供

推しカラーとは、推しのアイドルやアニメ、アーティストがまとうファッションや髪の色など、その色だけで推しを連想できるカラーのこと

■色鮮やかな7色7味の「推し色カレー」



MADE IN HANDS (メイドインハンズ) 「ブルーチキン」(1,380円)

カレー専門店「MADE IN HANDS (メイドインハンズ)」(神奈川・横浜)は、推し活に特化した「推し色カレー」シリーズ全7種を8月から提供。7色いずれのメニューもスパイスカレーの手法を用いており、独自に調合したスパイスが香り立つ本格的な味わいだという

■推し色を選べるアフタヌーンティー



アートグレイスクラブ「プリンセスティアラアフタヌーンティー～ハロウィンパーティー～」(4,500円)

アートグレイスクラブ(愛知・名古屋)は、オタムシーズン限定のシリーズとして9月から「プリンセスティアラアフタヌーンティー～ハロウィンパーティー～」を提供。レッド、ブルー、パープル、イエロー、ブラックの5色から自分の好きな色を選び、アフタヌーンティーを楽しめるという

推し活を健康でサポート

■オタク女子向けサプリ



ライフメイト「オタクノサプリ・ダイジナヒ」(980円)

ライフメイトは、オタク女子の健康をサポートする「オタクノサプリ」シリーズ全6種類を6月に発売。大事なイベントやライブ参戦時にコンディションに崩したくない人に向けたビタミンCサプリ「ダイジナヒ」や、疲れを残したくない人に向けた美のクエン酸サプリ「HP」などシーンに応じたサプリ商品を提供する

■オタク女性専門パーソナルトレーニングジム



「Clara (クララ) 心斎橋スタジオ」店内イメージ

クララボが運営する「Clara (クララ)」は、オタク女性専門パーソナルトレーニングジムの5店舗目となる「Clara心斎橋スタジオ」(大阪)を4月にオープン。“オタク女性の美と健康的な身体作りを支えたい”という想いをコンセプトにしており、室内はアニメグッズやフィギュア、ポスターなどがずらりと並んでいる

推し活の新形態「応援広告」に注目

応援広告とは、企業ではなくファンが広告主となり、推しを応援する目的で出す広告のこと。元々は韓国発祥の文化で、日本でも、交通広告・屋外広告を中心に広がりがみられる

■スマホでラクラク「応援広告」申込み



「Cheering AD (チアリングアド) オンライン」スマートフォンサイトイメージ

ジェイアール東日本企画は、応援広告の検索・申込み・決済が可能なECサイト「Cheering AD (チアリングアド) オンライン」を4月にオープン。駅ポスターや屋外ビジョン、ライブ会場付近のほか、スマートフォン向けメタバース「REALITY (リアリティ)」内のメタバース空間などリアル店舗からデジタル空間まで、広告を掲出可能。予算やエリアを絞り込む機能もあり、初心者でもカンタンに広告の検索・申込みができる

今後は

推しカラーが楽しめるメニューや、推し活をサポートするサービスが登場するなど、推し活関連ビジネスの広がりが伺えます。応援広告など新たな推し活の形態も登場しているため、引き続き話題の情報はチェックしましょう。



問屋ガールの目利き！

管理栄養士中山の今月のおすすめ

マルハニチロ(株) いろいろ使えるカットチキン

万能型のチキン商材！

カットした鶏肉に焼き目を付けた、いろいろな料理に合う素材商材です。乗せる、和える、ソースを掛ける等、**使い方はアイデア次第で、汎用的に活用**頂ける商品です。味付もどのようなメニューにも合わせやすい、シンプルながら飽きのこない味付。**むね肉**のため、もも肉と比較し形のバラつきも少なく、**袋のまま調理可能**なため、歩留まりも良く、経済的にも◎

調理方法：スチーム又はボイル約10分
規格：500g×12袋／2合



マルハニチロ(株) 出来立てキッチンシリーズ 芋がごとと!肉じゃが/ごごろろ具材の筑前煮

袋のまま調理で出来たての美味しさを



※画像は筑前煮です

それぞれ別々に下処理をした具材と、調味液と一緒に包装した、最終調理はお客様のもとで実施頂く商品です。袋内調理を食べる直前に実施することで、**しっかり味染み**しつつも、**煮崩れが少なく**、**具材それぞれの食感**が生きてきます。ごごろとした大きめカットの具材も、**食べ応え**があり、**見た目の具材感**にもこだわった商品です。

調理方法：スチーム又はボイル約30分
規格：1kg×6袋／2合

ポッカサッポロフード&ビバレッジ(株) サンズウィートプルーン

朝食やおやつとしておすすめ

米国サンズウィート社の**大粒の実**を厳選し、国内で**しっとり**と**やわらかく**丁寧に仕上げ、余計な物は加えずプルーン本来の**自然な甘さ**と**果肉感**を引き出した商品。**モンドセレクション9年連続金賞**受賞をした確かな品質です。**食物繊維、鉄**などの栄養素を摂取することができます。ヨーグルトへのトッピング等で朝食に、そのままおやつとしていかがでしょうか。

調理方法：そのままお召し上がりください。
規格：240g×10袋

