

# ふりかけでワークライフバランスをサポート

物価高による節約志向を背景にふりかけ市場が好調に推移している。2023年に市場が大きく拡大し、24年は米の価格高騰という逆風を乗り越え継続成長を果たした。今年は拡大基調が持続できるかどうかが焦点となる。

ふりかけのリーディングカンパニーである丸美屋食品工業の丸山すみれマーケティング部次長に市場好調の要因と今春の方針について聞いた。  
(聞き手 高野内俊)

——足元でふりかけ市場が好調に推移している。どのようにみているか

23年から物価の高騰が顕著になり、消費者の節約志向が進み、財布の紐が固くなった。食卓のおかずの品数が減る中で、代替する存在としてふりかけが選ばれている。

米の消費量は漸減傾向が続いており、足元では価格が高騰しているが、1食当たりのコストを考えればやはり米が経済的で、特に夕食に食べられるケースが多い。

米を食べる時には、ふりかけのほか漬物や納豆などが

一緒に出されることもあるが、ふりかけは、安価で種類が豊富、そして長期保存できるという利点がある。

大きなコスト負担なく家族それぞれが好みの味を揃えることができるし、毎日違う味を食べることもできる。このよ

うな理由からふりかけが選ばれていると推察している。

## 最大手・丸美屋食品工業に聞く

——これまでふりかけの市場規模が拡大してきた背景は

——かつて高度経済成長の時代は、結婚した女性が専業主婦になることが多かった。専業主婦は食事をすべて手作りすることが多く、ふりかけをネガティブなものにとらえる方が一定数い

た。

その後、女性の社会進出が進み、共働きの家庭が増える中で、調理に時間をかけて食事の準備をすることが難しくなった。

家事をする時間が逼迫する中で、家族がご飯を食べる助けになる、ふりかけの果たす役割は大きい。なかなか子どもがご飯を食べてくれない時に好きな味のふりかけを使って食べてもらえば、お互いにストレスも生じない。いわばふりかけは、ワークライフバランスをサポートする商品になっている。また、ふりかけが好きな方は、子育てが終わった後も自分のために商品を購入してくれるため、ふりかけを購入する方はかつてに比べて増えている。



のりたま 小袋6袋入

——ふりかけ業界をけん

引してきた丸美屋には長い歴史を持つ商品が多い

子どもの頃にふりかけでおいしくご飯を食べた記憶がある方の場合、自分が子育てをする時に同じふりかけを子どもに食べさせるケースが多くある。当社に

は「のりたま」をはじめとして長い歴史を持つ商品が多くあるが、親子2世代、あるいは親子孫3世代にわたって召し上がっていたただくことを目指している。

——消費者の志向は多様



たま道楽 内容量 25g

——市場は好調だが、原材料価格の高騰と調達難が続いている。主原料である海苔やご

化しているが、フレーバードのトレンドは

大人もふりかけを食べることが増えたので、わさびのような渋い味の商品が売れたり、韓国人気を背景として海苔とごま油を使った商品が人気になったりする

ことはあるが、やはり定番商品が強い。ユーザーそれぞれに好みの銘柄があり、他の商品を楽しみながらも最終的には自分の好みの味に回帰する場面が多い。そういった意味では、新商品をヒットさせることが難しくなっているとも言える。



ま、削り、たまごなど多くの原料が値上がりしている。資材、エネルギー、人件費など諸々のコスト増要因により、全

体的に調達が難しくなっており、課題が多く出口が見えない状況だ。

——ふりかけの今期施策と新商品について

今年3つのブランドが周年を迎える。看板商品の「のりたま」は発売65周年となる。ひよこチップを使った期間限定アイテムや復刻版のパッケージ(写真左上)で露出を図っていく。60周年となる「たらこ」は品質をリニューアルし、よりおいしくなったことを訴求していきたい。「ごましお」は70周年で当社商品の中でも最古参になる。特にコストに優れ、着実な売り上げを重ねている商品ではあるが、この節目により一層のアピールを図りたい。

「たま道楽」(同左下)は「のりたま」と「味道楽」を合わせた商品で、今春からレギュラー品として販売する。社内での味覚評価が高く、甘さが好評だった商品で期待している。「ソフトふりかけ」からは新アイテム(牛カレー)(同右下)を発売する。チャレンジングな商品となっており、どのような評価を受けるか楽しみにしている。

——ふりかけ部門の今後の展望は

当社は創業100周年となる2027年に売上高700億円を目標としており、ふりかけ部門としてもそれに向けて成長を目指しているが、このところ市場に追い風が吹いており、やや状況が変わっている。今年追い風も収まってくるのが想定され、その中で成長していかなければならないが、ふりかけがワークライフバランスをサポートする存在であることに変わりはない。周年商品を中心とした定番品を盛り上げることで市場を活性化させていきたい。