

2020年6月23日
マルコメ株式会社

業界に先駆けて発売した液状タイプのみそ 「液みそ」シリーズ、累計出荷数5,000万本を突破

液みそに関する調査を実施

- ・液みそユーザーの9割(89.9%)が固形の生みそと併用。
- ・液みそユーザーの4割弱(38.5%)は、
2種類以上のフレーバーを併用して使い分けている。



マルコメ株式会社（本社：長野市、代表取締役社長：青木時男）の液状タイプのみそ「液みそ」シリーズは、2020年6月に累計出荷数が5,000万本を突破しました。また、5,000万本達成を機に、液みそに関する調査を行いました。

お客様の声から業界に先駆けて生まれた、マルコメの液みそシリーズ

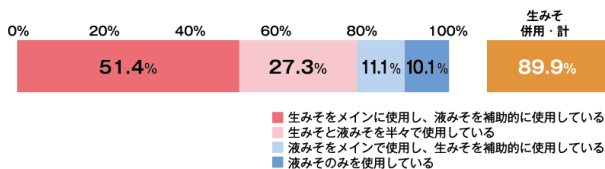
液状タイプのみそ、液みそシリーズが生まれたきっかけはお客様の声でした。2008年に実施した消費者調査で「味噌がダメになって溶くのに手間がかかる」といった声が見受けられました。そこで、味噌を液状にすればみそ汁を一杯分だけ欲しい時は、お椀に直接大さじ一杯でお好みの具材とお湯を注ぐだけでつくれる。液状なら炒め物や炊き込みご飯も作りやすい。そんな究極の手間なし味噌をつくろうと、液みそプロジェクトが立ち上がりました。開発当初、液みそを家庭用商品として市販化するためには3つの課題がありました。冷蔵庫で冷やした状態で問題なく注ぐことができること、固形の味噌と変わらない風味があること、味噌と同じ保存性があること。これらの課題を解決するために試行錯誤を繰り返し、工場では液みそのための生産ラインを新設。2009年3月、業界に先駆けて発売しました。その後、液みその簡便さが知られるとともにフレーバーの種類も増やし、2020年6月に累計出荷数が5,000万本に達しました。また、液みそに関する調査を実施したところ、液みそユーザーの9割が固形の生みそと併用、4割弱が複数のフレーバーを使い分けているという使用実態が明らかになりました。

液みそと固形の生みその併用率は約9割。味付けやソース作りにも。

液みそを週1回以上使用する液みそユーザーの89.9%は固形の生みそと併用。その使用状況は「固形の生みそをメインで使用、液みそを補助的に使用している」が全体の半数(51.4%)を占めています。具体的な使い分け方として生みそよりも液みそが使われるシーンは「炒め物などの味つけをするとき」「料理にかけるソース・ドレッシングを作るとき」が多く、みそ汁や味噌漬けといったみそがメインの料理には生みそ、味付けやソースづくりなど補助的な役割の時には液みそといったすみ分けが確認できました。

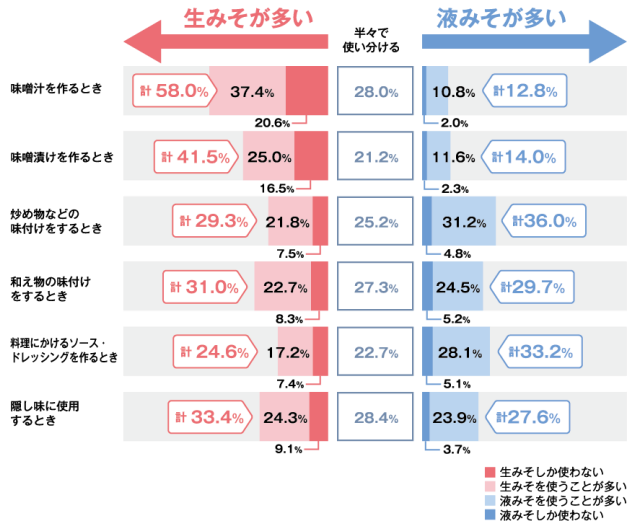
生みそ・液みその併用状況*

※液みそユーザーベース (WB前/後ともに n=1,030)



生みそ・液みその具体的な使い分け方*

※生みそ・液みそ併用者ベース (WB前 n=916 / WB後 n=926)



液みそユーザーの4割弱は複数のフレーバーを使い分け

液みそユーザーの4割弱(38.5%)は、複数のフレーバーを併用しています。女性より男性、さらに男性でも年代が若いほど併用率が高く、男性20-30代の液みそユーザーでは半数近くが複数を使い分けています。また、使い分け方(次ページ参照)では、料理・献立やその日の気分によるという回答が多く、特に女性でその傾向が顕著でした。一方、男性では栄養面の配慮や食事の時間帯による使い分けも多く、特に20代男性でその傾向が顕著でした。

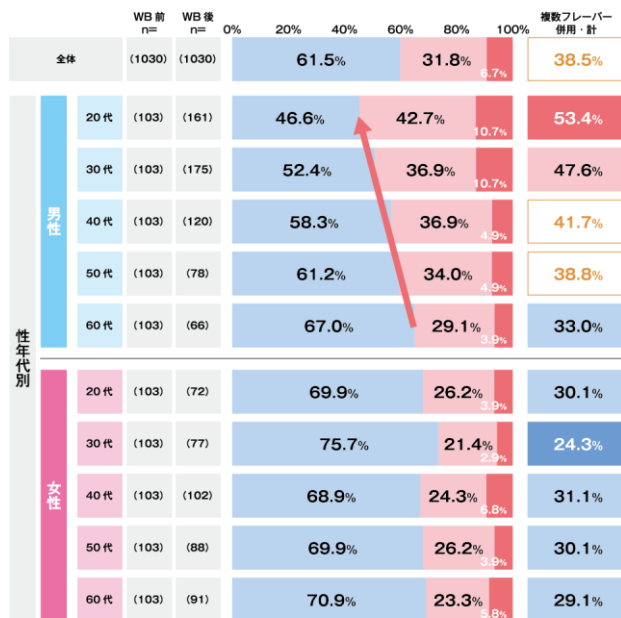
液みそ複数フレーバー併用状況*

※液みそユーザーベース

WB前 n=30以上の場合

[比率の差]

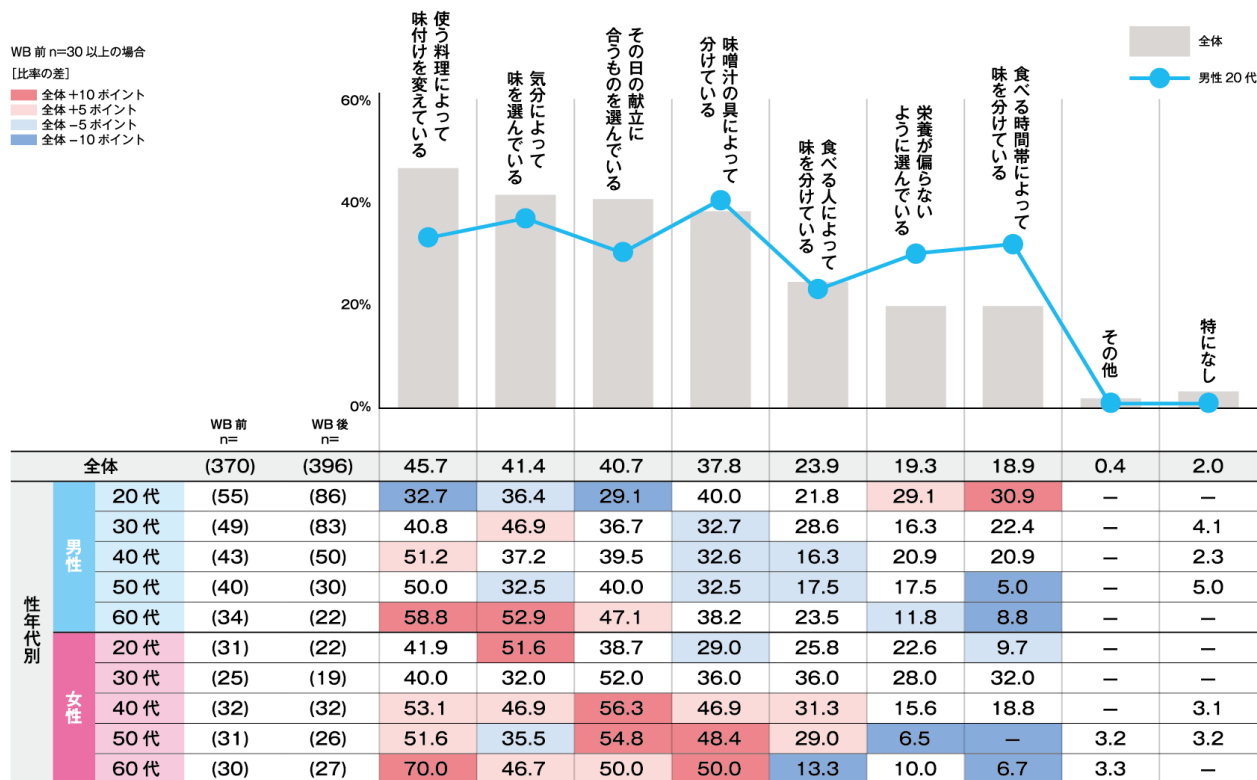
■全体+10ポイント ■全体-10ポイント
■全体+5ポイント ■全体-5ポイント



■ 1種類の液みそを使っている
■ 2種類の液みそを、使い分けている
■ 3種類以上の液みそを、使い分けている

複数の液みその具体的な使い分け方 (助成想起) ※

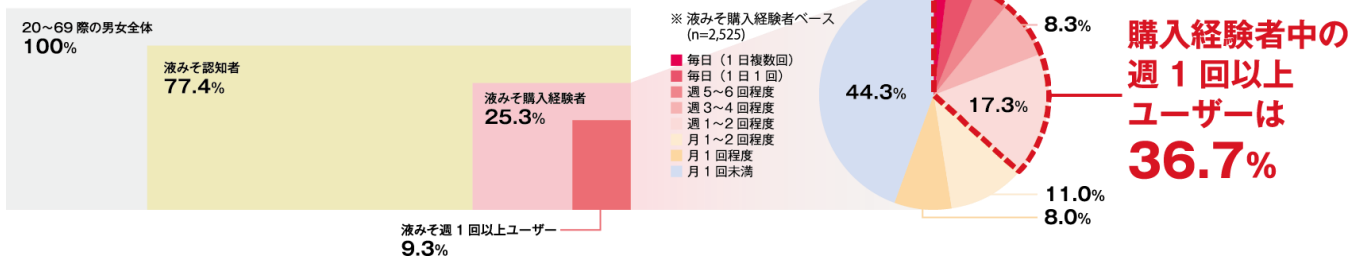
※液みそ複数フレーバー併用者ベース



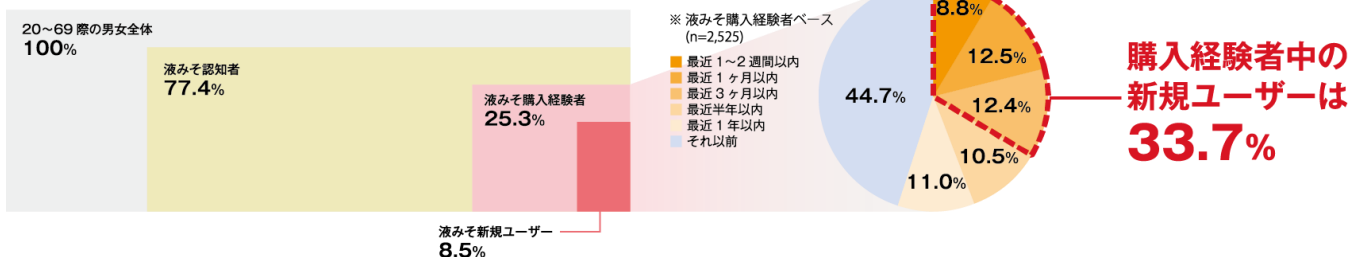
4人に1人が液みその購入経験あり。その3分の1が新規ユーザー。

全国の20～69歳男女10,000人を対象に、液みその市場浸透度を調べたところ、液みその購入経験率は全体の25.3%で、4人に1人の割合で購入経験があると考えられます。週1回以上購入・使用している率は9.3%で、全国の1割程度が“液みそユーザー”といえます。また、購入経験者(n=2,525)のうち最近3ヶ月以内に液みそを初めて購入した液みそ新規ユーザーが3分の1(33.7%)を占めました。新型コロナウイルスによる外出自粛でおうちごはんの機会が増えたことから、当社の液みそシリーズの売上は本年2月から前年を大幅に上回る状況が続いています。液みそ新規ユーザーの増加は、おうちごはんをきっかけに、使い勝手の良い液みその認知が高まった結果と考えられます。

液みそユーザー (週に1回以上使用者)のボリューム



液みそ新規ユーザー (直近3ヶ月以内に初めて使用者)のボリューム

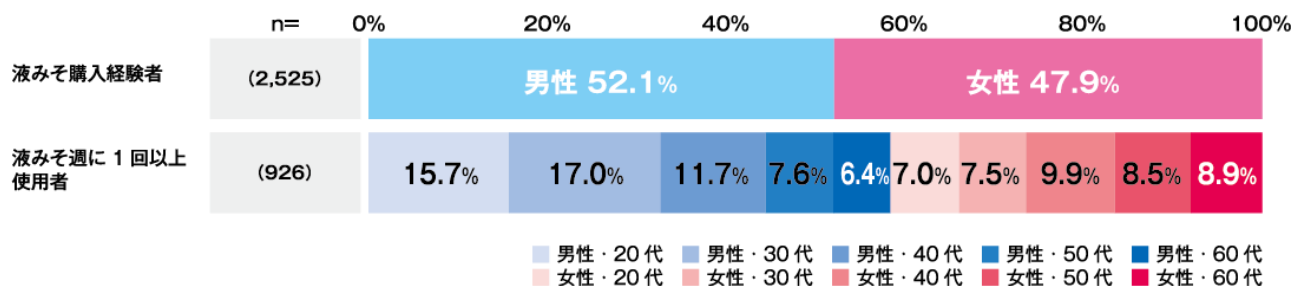


20・30代男性が多い、液みそユーザー。

液みその購入経験者は、女性(47.9%)より男性(52.1%)の方が多く、週1回以上使用する液みそユーザーでは、20代男性(15.7%)と30代男性(17.0%)で3割強を占める結果となりました。若年男性のユーザーが多いことは新しい発見で、自宅で料理を楽しんだり、健康に気を使ったり、堅実な食生活を志向する男性の増加があるとみています。

液みそユーザーの性年代構成比 ※

※ 液みそ購入経験者ベース



液みそに関する調査 概要

【SCR(スクリーニング)調査】

調査対象者・サンプル数

全国の20～69歳男女。 10,000サンプル(人口構成比に合わせてサンプル回収)

【本調査】

調査対象者・サンプル数

全国の20～69歳の男女 液みそを週に1回以上使用者

<サンプル数・割付>

1,030サンプル ※10歳刻みの性年代ごとに均等回収。調査結果は、液みそ週に1回以上ユーザーの性年代(10歳刻み)別構成比から算出した係数を実回収数に乗算、実際の市場ボリュームに合わせたスコアを反映したウェイトバック集計を実施しています。

<調査実施手法>

インターネット・リサーチ法(調査会社保有のモニタを対象に実施)

<調査実施時期>

【SCR調査】2020年5月14日(木)～5月16日(土)

【本調査】2020年5月14日(木)～5月16日(土)

画像データは、マルコメオフィシャルサイト>ニュース>ニュースリリース内の「画像のみダウンロード」ボタンから取得できます。

報道関係者様
からの
お問合せ先

マルコメ株式会社
マーケティング部
広報宣伝課 其田、多和、植田
[お問い合わせフォーム](#)

お客様
からの
お問合せ先

マルコメお客様相談室
0120-85-5420
月～金 9:00～17:00
(土・日・祝日・お盆・年末年始を除く)