

報道関係者 各位

2024 年 8 月 6 日
株式会社読売広告社
広報部

YOMIKO、大規模購買履歴データを使用し 調味料の購入変化を分析

～夏は「しょうが」「梅肉」「漬物調味料」、
冬は「麴・酒粕」「スープベース」「麺つゆ」がトップ3～

株式会社 読売広告社（本社：東京都港区 代表取締役社長：菊地英之 以下 YOMIKO）は、同社の子会社である株式会社ショッパーインサイト（本社：東京都港区 代表取締役社長：湯川孝一）が保有する日本最大級の食品 ID-POS 購買行動データベース「real shopper SM*」を活用し、食品スーパーにおける調味料の購入変化を分析しました。

昨今の調味料市場は、従来の「さしすせそ」と呼ばれる基本調味料以外に、風味調味料、外国料理向けの調味料など多種多様な調味料が増えています。そうした市場動向がある中、家庭で使用される調味料にはどんな傾向がみられるのか。分析からみてきた季節における傾向や兆しについてお知らせします。

分析結果のポイント

- ① 調味料の購買行動には季節との関連性がみられる
- ② 「麺つゆ・麺スープ」の併買商品にも季節による違いがみられる

※分析対象は、基礎調味料/加工調味料/食用油/香辛料/米飯調味料/スプレッド・ディップ/トッピング ジャンルの調味料

① 調味料の購買行動には季節との関連性がみられる

夏に売上高が高くなる「夏型調味料」と冬に売上高が高くなる「冬型調味料」に分類できる

調味料における売上変動の傾向を分析すると、夏（7-8 月）、冬（12-1 月）、それ以外の時期、という季節と関連して売上が変動する調味料があることがわかりました（図1）。

さらに、夏との関連性が高い（売上高が高くなる）もの、冬との関連性が高い（売上高が高くなる）ものを、それぞれ「夏型調味料」「冬型調味料」として分類し傾向を分析しました。分析の結果、「夏型調味料」のなかでも、夏と他の季節との売上高の差が大きく、夏により多く売れる傾向がある調味料トップ3は、しょうが(加工品)、梅肉(加工品)、漬物調味料となりました。「冬型調味料」でも同様に分析したところ、冬により多く売れる傾向がある調味料トップ3は麴・酒粕、スープベース、鍋つゆとなり、季節ごとの旬の食材やよく食べられる料理との関連性がうかがえる結果となりました（図2）。

図1 調味料と季節（夏・冬）との関連相関図

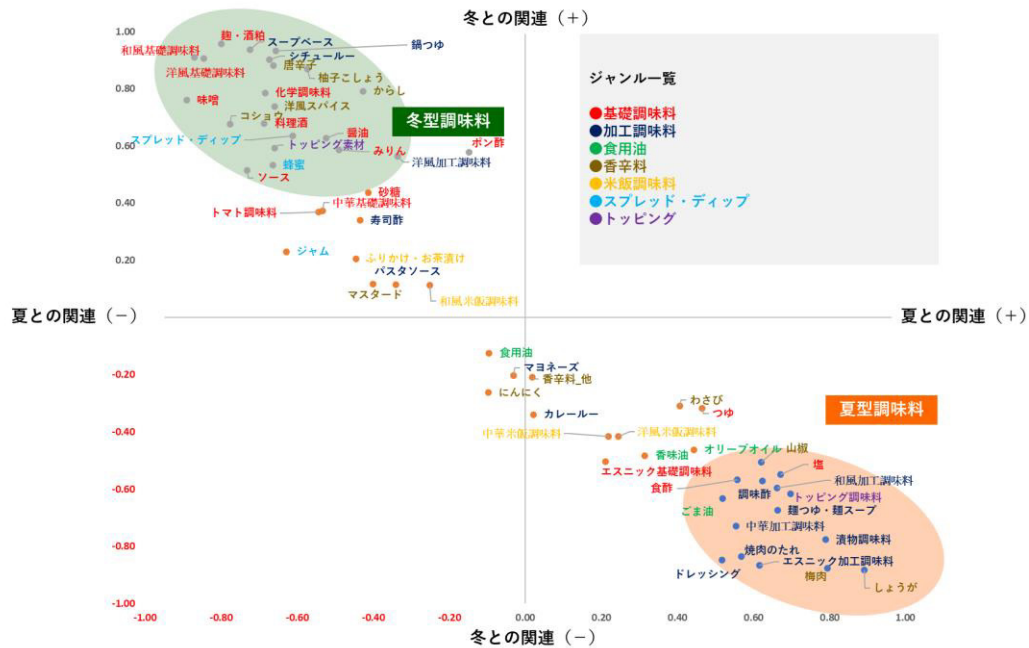


図2 季節（夏・冬）との関連性が高い調味料トップ10

夏			冬	
しょうが	0.892	1	麺・酒粕	0.956
梅肉	0.795	2	スープベース	0.937
漬物調味料	0.790	3	麺つゆ	0.932
トッピング調味料	0.698	4	和風基礎調味料	0.910
塩	0.671	5	洋風基礎調味料	0.905
麺つゆ・麺スープ	0.664	6	シチュールー	0.901
和風加工調味料	0.662	7	唐辛子	0.882
調味酢	0.623	8	柚子こしょう	0.870
エスニック加工調味料	0.616	9	からし	0.792
山椒	0.621	10	化学調味料	0.785

※表右側の数字は、各季節との関連性を示す分析指数で、絶対値が1に近いほど関連性が高い

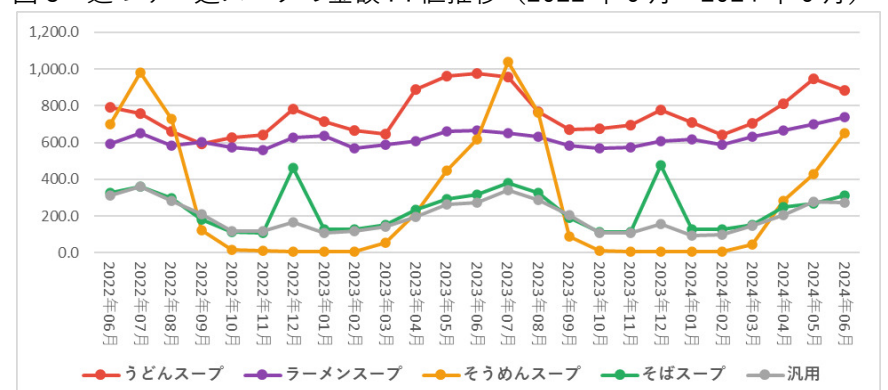
今回の分析では、調味料カテゴリにおいて季節との関連性がみられることが分かりました。気象変動による年間を通した気温の上昇など環境の変化が著しい昨今の状況を鑑みると、今後も調味料をはじめとした様々な食品の売上に、季節だけでなく気温による影響も大きくなる可能性があります。

② 「麺つゆ・麺スープ」の併買商品にも季節による違いがみられる

「うどんスープ」「そうめんスープ」は夏に指数が高い

夏の関連性 6 位「麺つゆ・麺スープ」の金額 PI 値（レジを通過したお客様 1,000 人あたりの販売金額指数）分析をしたところ、種類により金額 PI 値が高い月に違いがあることがわかりました（図3）。

図3 麺つゆ・麺スープの金額 PI 値推移（2022 年 6 月～2024 年 6 月）



「ラーメンスープ」は年間を通じて大きな変動は見られませんが、「うどんスープ」は3月頃から上昇し、8月までの暑い時期に山なりになっています。「そうめんスープ」は7月にピークとなる急勾配な山になり、「そばスープ」は特に12月の指数が高いことがわかります。

併買商品にも季節トレンドが見られる

「うどんスープ」のバスケット併買のリフト値（「うどんスープ」を購入した時に、同時に別の商品を買う度合を示す数値）を分析しました（図4）。

リフト値の各月上旬5位をみると、1位「麺つゆ・麺スープ」（「うどんスープ」以外）、2位「生・ゆでうどん」には季節性はみられませんが、3位以降は、4~8月は「乾燥うどん」が3位、「冷凍麺」が5位みられるのに対し、9~3月は天かすやフリーズドライの天ぷらなど「トッピング素材」が3位、「蒲鉾」や「生・ゆでそば」が4位・5位にみられるなど、季節による違いがみられました。

図4 「うどんスープ」とのバスケット併買 月次上位10ランキング

	リフト値1位	リフト値2位	リフト値3位	リフト値4位	リフト値5位
2023年7月	麺つゆ・麺スープ	生・ゆでうどん	乾燥うどん	トッピング素材	冷凍麺
2023年8月	麺つゆ・麺スープ	生・ゆでうどん	乾燥うどん	トッピング素材	冷凍麺
2023年9月	麺つゆ・麺スープ	生・ゆでうどん	トッピング素材	冷凍麺	蒲鉾
2023年10月	麺つゆ・麺スープ	生・ゆでうどん	トッピング素材	蒲鉾	生・ゆでそば
2023年11月	麺つゆ・麺スープ	生・ゆでうどん	トッピング素材	蒲鉾	生・ゆでそば
2023年12月	麺つゆ・麺スープ	生・ゆでうどん	トッピング素材	和風基礎調味料	生・ゆでそば
2024年1月	麺つゆ・麺スープ	生・ゆでうどん	トッピング素材	生・ゆでそば	蒲鉾
2024年2月	麺つゆ・麺スープ	生・ゆでうどん	トッピング素材	生・ゆでそば	蒲鉾
2024年3月	麺つゆ・麺スープ	生・ゆでうどん	トッピング素材	生・ゆでそば	蒲鉾
2024年4月	麺つゆ・麺スープ	生・ゆでうどん	乾燥うどん	トッピング素材	冷凍麺
2024年5月	麺つゆ・麺スープ	生・ゆでうどん	乾燥うどん	トッピング素材	冷凍麺
2024年6月	麺つゆ・麺スープ	生・ゆでうどん	乾燥うどん	トッピング素材	冷凍麺

今後も YOMIKO は、本サービスを始めとする購買実態に基づいた課題発見・仮説検証のサービス提供を通じてクライアント企業の事業成長に貢献してまいります。

* real shopper SM：食品スーパーの ID-POS データをもとに生鮮惣菜を含めた全ての食品購買状況を全国規模の買物客単位で分析できるデータベース。

■調査概要

- ・集計期間：2022年6月1日～2024年6月30日 ・エリア：日本全国 ・約2億バスケットのデータを分析
- ・対象カテゴリ：季節分析－基礎調味料、加工調味料、香辛料 / 併買分析－全食品
- ・利用データ：real shopper SM データ

ショッパーインサイトのサイトでは分析結果についてのコラムを掲載しています。併せてご覧ください

URL：<https://shopperinsight.co.jp/column/sakiyomi/>

サービスに関するお問い合わせ

読売広告社 マーケットコンサルティングセンター：永井・阿部 ショッパーインサイト：西川

メール：shoppermarketing@yomiko.co.jp

取材に関するお問い合わせ

読売広告社 広報部 佐々木・関原・阿久津 TEL：03-5544-7104 / メール：koho_mail@yomiko.co.jp

ショッパーインサイト 広報窓口 西川 TEL：03-6277-7030 / メール：press@shopperinsight.co.jp