

2004年3月26日

株式会社 富士経済
〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町
2-5 F・Kビル
TEL.03-3664-5811 FAX.03-3661-0165
URL : <http://www.group.fuji-keizai.co.jp/>
広報部 03-5614-1078

2003年日本の加工食品市場シリーズ調査を総まとめ

和・洋・中華食品から飲料、菓子、育児用食品、健康飲料まで29分野359品目の市場動向を徹底分析

総合マーケティングビジネスの(株)富士経済(東京都中央区日本橋小伝馬町 社長 原 務 03-3664-5811)は2004年1月から2月にかけて、2003年の5回に亘る加工食品市場調査のまとめとして市場全体を分析した。29分野359品目の個別市場分析から、小売チェーン業態の動向、最新消費動向、最新業界展望、プロモーション活動やパッケージの動向まで手掛けた。

この時系列調査の報告書「2004年食品マーケティング便覧」では、NO.1からNO.5までの5巻に全商品の市場動向を収載、総集・総括分析を報告書「2004年食品マーケティング便覧総括編・2004年のフードビジネス」にまとめた。

<調査の注目ポイント>

(1) 加工食品市場規模

2003年(見込み)は2兆3,043億円(対前年比1.3%減)

2003年に成長が見込まれたのは、「スープ類」、「その他飲料」、無洗米を加えた「米飯類」など29分野中15分野で、全加工食品では1.3%減と3年連続のマイナス成長の見込みとなった。高い成長率で目立ったのは、ミネラルウォーター、アミノ酸系飲料など機能性飲料の伸びが続いた「その他飲料」(17.7%増)分野、と「カップ入りスープ」の貢献度が高い「スープ類」(8.5%増)である。消費者の“健康志向”を反映して健康や機能性を訴求した商品によって高い成長率を達成した品目が目立った。

(2) 2003年対前年品目別伸び率ランキング(全359品目)

2003年に対前年比2桁の成長が見込まれた商品は全359品目中27品目、前年の40品目に比べると大幅な減少となり、ヒット商品が少なかった。上位10品目(ビアテイスト飲料、機能型ビール・発泡酒、ジンジャーエール、プレミアムビールなど)および下位10品目(ハチミツ飲料、低果汁飲料、ゼリー飲料など)はいずれもアルコール飲料を含む飲料が多くなっており、嗜好の移り変わりの速さが表れている。

健康志向を強く反映し、「ニアウォーター」、「豆乳」、「もずく酢」、「青汁」が高成長となった。

(3) 2003年対95年品目別ロングライフランキング(8年前からあった325品目)

8年前と比較して成長している商品は166品目、およそ半数となった。ランキングでは、「機能型ビール・発泡酒」、「ニアウォーター」、「ピネガードリンク」、「機能ガム」、「栄養バランスドリンク」など、消費者の健康志向の高まりを反映し機能性を訴求した品目が上位を占めた。比較的新しく本格的市場を形成したものが上位を占めた中で、「95年以来一定の規模を維持してきた「チューハイ」(12.3%増)の成長が注目される。

(4) 2008年対03年品目別成長予測ランキング(全359品目)

4年先の市場では、184品目が成長する予測となった。ランキングでは、穏やかに伸びる「ビアテイスト飲料」、生活シーンに定着してゆく「機能型ビール・発泡酒」、品質が評価されて地方にも浸透してゆく「ミネラルウォーター」、機能評価による「フルーツソース」などが上位を占める。

(5) 外食市場の市場規模

2003年(見込み)3兆2,975億円(対前年比1.0%減)

外食産業市場は、98年から毎年縮小を続けており、2003年も6年連続のマイナス成長見込みとなった。2003年はBSEの影響を払拭した企業が多かったものの、総体的には成長に転じた業態は少なかった。外資系企業の進出、M&Aによる勢力拡大、新業態を開発して急成長する企業の増加などがいっそう顕著になっており、外食市場も構造転換の時期を迎えている。低価格を前面に押し出してきた「マクドナルド」が抜本的な構造転換を推進することとなり、「ワタミフードサービス」がメニュー価格の引き下げを凍結、「コロナ」が客単価向上に成功するなど、2002年後半あたりから業態を問わず「脱デフレ」へのトライアルが目立ってきた。こうした戦略取り組みに成功を収めた企業が21世紀の“勝ち組”となる兆しが見えている。外食需要全体の底上げは困難な

ことから、企業間競争がいつそう熾烈となって来る。

(6) 中食市場の現状と展望

2003年(見込み) 4兆5,478億円(対前年比1.0%増)

2003年の中食市場は対前年比1%増と2年連続で微増に留まり、成長率の鈍化が鮮明となってきた。伸び悩みの理由は、惣菜分野は比較的堅調であるものの、「すし」、「オープンフレッシュベーカーリー」、「シュークリーム」などの業態が消費者に飽きられ始めたことが大きな要因として挙げられる。

中食市場は単なる低価格化ではなく、「ホテルデリカ」(対前年比30.4%増)、「百貨店デリカ」(対前年比2.9%増)の伸長に見られるように、消費者から品質や付加価値の高いメニューが求められる傾向になってきている。

(7) 2003年の業界分析

宅配ビジネスの市場展望

2003年(見込み)は2兆4,726億円(対前年比3.5%増)うち、食品宅配は、1兆6,705億円

宅配サービスの市場規模推移は全般的な消費不振の影響で急激な増加は見られなかったが、着実に増加傾向で推移した。また、社会の変化、消費者のライフスタイルの変化に伴い、さまざまなサービス形態が登場した。

近年の傾向としては、消費者向けでは、高齢化社会を迎えて高齢者・介護食宅配、配食(完成食)サービス、成人病予防に対応したカロリーコントロール食宅配などが消費者ニーズを掴み順調に拡大している。今後、ひとり暮らしの高齢者に向けた配食サービスの潜在需要が注目される。一部の量販店やコンビニエンスストアも宅配サービスを展開し始めており、利便性から着実に成長している。食材宅配サービスもルートの開発や品揃えが充実化していることから販売額は伸びている。

オフィス向けでは、新たなビジネスモデルによって成長が著しいオフィス用品販売において、飲料を中心とした食品類に注力する動きが見られた。オフィス向けサービスは、市場として拡大途上であり、今後さらに成長して行くと思われる。

インターネットの急速な普及に伴い、「楽天市場」、「ヤフー!ショッピング」が牽引する総合ネットモール、食にまつわるショッピングモールサイトでもB to Cの商取引が着実に浸透した。

<調査の背景>

2003年は景気によやく明るい兆しが見えたが、7、8月が予想外の冷夏に終わり夏場に最需要期を迎える飲料業界などに大きな影響をもたらした。加工食品産業全般の傾向は、依然として低価格志向が横行しているものの、値頃感のある付加価値商品の浸透、また健康志向を反映し機能性を訴求した商品の好調ぶりが、多くの分野で見られた。

「2004年の食品ビジネス」では、「“選択と集中”を迫られる食品産業の行方」をテーマに食品市場全般の分析と、流通の影響が増す食品業界、新たな外食需要を創出する複合型商業施設の動向、宅配ビジネス、食品関連企業の中国マーケットへの取り組みなどをトピックスとしてまとめた。

食品業界では、カルフルやウォルマート・ストアーズ、テスコなど外資系小売チェーンが日本国内に本格参入している。迎え撃つイオンなどの国内勢は大胆な再編を進めており、M&Aによる規模の拡大や深夜営業店舗の増加、スーパーセンターの開設など多様な動きが見られる。

コンビニエンスストアでは加工食品メーカーとの共同開発商品が近年急増しており、お互いのメリットを最大限に生かした展開が見られる。

2003年9月には一般酒類小売業免許が事実上撤廃されたが、自由化抑制とも言える緊急調整地域(逆特区)が全国922箇所指定されたことにより、酒類メーカーや流通サイドは大幅な計画の見直しを余儀なくされた。

健康志向の高まり、現代社会のストレス増加などから生活習慣病予防を訴求する「トクホ(特保)商品」は増加の一途を辿っており、市場にも大きく影響を与えている。

中国では2003年にSARSの影響により外食市場は一時低迷した観がみられたが、長期的には約13億人という世界で一番の巨大市場だけに日本の食品関連企業各社は依然として注目しており、中国進出の動きが引き続き活発である。

調査方法

当社専門調査員による、既刊の加工食品調査報告書「2004食品マーケティング便覧」5巻の資料データベースと関係各方面の公表データの分析、および関係企業、官公庁の聞き取り結果を参考にしてまとめた。

報告書「2004食品マーケティング便覧」5巻の収載分野と品目数

「NO1」 75品目 洋風調理済食品7品目、中華風調理済食品6品目、和風調理済食品7品目、フライ類8品目、農産加工品21品目、畜産加工品12品目、水産加工品14品目

- [NO2] 76品目 菓子30品目、スナック菓子9品目、アルコール飲料25品目、スープ類12品目
[NO3] 68品目 チルドデザート9品目、フローズンデザート8品目、ドライデザート7品目、
乳油製品14品目、米飯類9品目、麺類12品目、その他ステープル9品目
[NO4] 69品目 調味料43品目、調味食品21品目、育児用食品3品目、ペットフード2品目
[NO5] 71品目 果実飲料12品目、炭酸飲料10品目、乳性飲料10品目、嗜好飲料12品目、健康
飲料8品目、その他飲料6品目、嗜好品13品目

以上調査対象商品 29カテゴリ-359品目
調査は、2003年1月~2004年2月に実施

以上

資料タイトル : 「2004年食品マーケティング便覧総括編・2004年のフードビジネス」
体 裁 : A4判 169ページ
価 格 : 73,500円(本体70,000円 消費税3,500円)
全6巻セット価格 399,000円(本体6冊380,000円 消費税19,000円)
全6巻セット(品目編CD-ROM付き) 409,500円(本体6冊390,000円 消費税19,500円)
調査・編集 : 富士経済 東京マーケティング本部フード研究部
TEL03-3664-5831 FAX03-3661-9778
発 行 所 : 株式会社 富士経済
〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町2 - 5 F・Kビル
TEL 03-3664-5811 (代) FAX 03-3661-0165
e-mail:koho@fuji-keizai.co.jp
この情報はホームページでもご覧いただけます。URL : <http://www.group.fuji-keizai.co.jp>