

中国の菓子加工品、農・水・畜産加工品など26品目市場の調査を実施

2007年予測 2桁成長が続く中国の食品市場は、6,964億元（前年比14.9%増）

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 代表取締役 阿部英雄 03-3664-5811)は、このほど急増している中国の食材・加工食品市場に関する調査を実施した。今回の調査では、菓子5品目、スナック5品目、農産加工品7品目、水産加工品3品目、畜産加工品6品目の中国国内市場とチャネル別の動向などを分析し、併せて参入企業の動向も明らかにした。その結果を報告書「中国有望食材・加工食品市場の全貌 2007 No.2 農水畜産加工品・菓子編」にまとめた。

ここ数年、中国の経済は高成長を続けており、2006年のGDP成長率は10.5%増で、20兆元になると見込まれる。現在の中国の経済成長と消費者の食文化の変化を考慮すると、今後、中国の食品産業と食品の消費市場は、

食生活の変化	中高所得者層は、高級な工業製品を求める傾向から、食品についても高品質なものを求め始めている。味覚の複合化、簡便性と利便性の追及の方向に向かっていく。
国内の食品産業	国有企業が主体で、中小零細企業が多く、業界の集中度が低く、強力なブランドがないという状況のなかで、民营企业のポジションが急速に高まり、業界構造に大きな変化が生じる。
国外の食品企業	多国籍食品企業が中国国内の食品企業の買収、合併企業の独資化など、企業間の合併が加速し、外国資本の食品業界への参入が増加する。

< 有望食品市場 >

有望食品	2006年見込	2007年予測	前年比(%)
チョコレート	42億元	48億元	114.3
キャンディ	62億元	72億元	116.1
ガム	94.7億元	1,071億元	113.1

金額は販売額である。

チョコレートは高級な菓子として、人々の消費力の向上と余暇経済の進行により、需要量が拡大しており、市場は毎年10%以上のスピードで成長している。消費形態はギフト用が50%以上を占め、バレンタインデーやクリスマス時にその消費は集中する。生産地域は主に経済の発展している華東や華南地域、華北地域に集中している。現段階では技術的な遅れから輸入品あるいは合併企業の生産したチョコレートが主流で、「徳芙」と「M&M S」の2大トップブランドで50%近くを占めている。チョコレートの消費は90%が1級都市（中国では都市のランクを5段階に分けている。1級都市は北京、上海など。）で、その販売チャネルはスーパーマーケットが50%強を占めている。2006年に国家商務部が、すべての2、3級都市に大規模なスーパーマーケットを出店させるという決定をしたことにより、消費地域が拡がり、市場は拡大していくと予測される。

キャンディ市場は、従来の低価格帯製品の需要が縮小していく一方、消費者ニーズに合わせた高品質で、健康面や栄養成分面を重視した高付加価値な、中・高価格帯のキャンディが拡大し市場を牽引している。特に無糖タイプが急速に拡大しており、商品開発のポイントも低糖・無糖タイプとなっている。メーカー数は多く、ブランド力のあるメーカーは大・中都市圏に集中しているが、大多数の企業は小規模で、広東省、福建省、北京市、上海市、河南省などに広く分散している。現時点では輸入品は極めて少ないが、国内企業の技術水準の低さから高品質、高機能製品へのニーズには対応しきれず、当面は輸入量を増大させることで凌ぐと予測される。スーパーマーケットの取扱いが90%を占め、大・中都市圏が中心である。今後は販売網の拡大に伴い、農村部まで需要が広がる可能性を持っており、市場は更に拡大すると予測される。

ガム市場は禁煙補助や健康訴求の製品を中心に毎年10%以上で成長している。特に無糖タイプの需要が増加しており、キシリトール配合ガムは市場の40%を占めている。生産地は北京市、上海市に比較的集中している。消費地は大・中都市圏で、販売チャネルはスーパーマーケットが60%、CVSが35%のウエイトとなっている。今まで主な消費者は若者であったが、疲労解消や禁煙補助の目的で中年層へと拡がりを見せており、今後も市場拡大が期待される。

< 調査結果の概要 >

2005年の中国食品工業の総生産額は、2兆344億元で、前年に比べて27%増加した。また、中国の食品売上高は1兆9,899億元で、前年に比べて27%増加し、2006年には前年を20%上回る2兆4,000億元に達したとみられる。生活水準の向上に伴い(中国の2005年の1人当たりGDPは1万5千元)中国国民の飲食形態に変化が見られ、自宅での食事から徐々に外食消費が増え、外食産業は急成長している。2005年の中国の加工品業界の消費金額は前年比10.8%増の5,403億元まで達し、今後も10%強の成長を維持すると予想される。農畜水産加工品は主に外食用と家庭用に使用されており、生活水準の向上及び外食産業の急成長により中国の菓子加工産業及び農畜水産加工産業が成長している。

品目群	2006年見込	2007年予測	前年比(%)
菓子類	804億元	901億元	112.1
ステープル類	1,211億元	1,403億元	115.9
農産加工品	1,957億元	2,198億元	112.3
水産加工品	586億元	718億元	122.5
畜産加工品	1,503億元	1,744億元	116.0

< 業界別動向 >

(1) 業界別の特徴

菓子類/ステープル類	急成長しており、競争は激化している。大手メーカー及び知名度の高い企業による市場の占有化が進む一方、中小企業の成長も著しく、毎年8%~12%程度で成長している。
農産加工品	安全でエコロジーなもの、そしてレジャー(スルメイカなどの珍味系加工食品)分野へ参入しつつある。人々の生活スタイルの変化に伴い、少しずつ変化を見せている。
水産加工品	一次加工から二次加工へと加工段階を変え、更に生産の一体化及び経営のグループ化を実現しつつある。人々の生活水準の向上と生活構造の変化によって、水産加工品の需要は量から質へと変わりつつある。
畜産加工品	利便化、処理化、模擬化(水産練製品)が特徴である。利便化の例はそのまま食することができ、携帯にも便利な魚肉ソーセージ、かまぼこなどである。新鮮な水産品を分割処理した冷凍パックなどが処理化の例である。模擬化(水産練製品)は魚のすり身を使って蟹、エビなどの味・形に似せ他製品を指す。

(2) 菓子類及びステープル市場

2006年の菓子類及びステープル類の市場は12%増の2,015億元に達したと見込まれる。

菓子類ではビスケット・クッキーの生産メーカーに知名度の高い企業があり、急速な発展が見込まれる。同じくガムも需要量の増大が続き、キャンディの生産企業もガムを生産し始めている。キャンディと中国伝統菓子は健康機能が重視されている。キャンディは健康型、低糖型などが多く発売されている。

麺類は、中国が世界最大の生産国であり、世界最大の消費市場も抱えているため、食品消費の中で主要な地位を占めている。特にインスタントラーメンの割合が高い。

外資企業の参入が見込まれる市場にはキャンディ業界が挙げられる。シュガーフリーや低カロリーキャンディといった健康型キャンディへのニーズやその多様化といったビジネスチャンスを狙った外資メーカーが中国企業を買収する手法での参入が予測される。

(3) 農畜水産加工品市場

農畜水産加工品は主に外食用と家庭用に利用されるが、外食産業の急激な成長により2006年の市場は前年

比12%増の4,046億元に達したと見込まれる。中でも管理システムをヨーロッパの基準に合わせ、品質が向上した水産練製品と、水産乾物の成長が著しかった水産加工品市場が前年比21.5%増と貢献している。海藻加工品も中国の各家庭でよく使われており、水産加工品は今後も成長が見込まれ、2007年も前年比22.5%増が予測される。

中国の農畜水産加工品工業は集約型に移行しつつある。成長段階にあるが、生産地は分散しており、生産技術がまだ低いところが特徴である。しかし、監督管理強化が進む漬物製品、開発が進む乾物（農産）など、水産練製品以外にも品質が向上している分野も出てきている。一方、乾燥野菜は加工技術と資金の制約から一部の企業は熱風乾燥加工しており、海外市場では高級品とみなされないという問題を抱えている。安定している市場には野菜缶詰やチキン加工品があり、同市場は歴史が長く、設備や技術、生産能力が安定している。チキン加工品は、中国が米国に次ぐ世界第二位の食肉用養鶏の生産大国であることから、燻製タイプ、塩漬けタイプ、醤油漬け、揚げ揚げタイプなどの品種が揃い、巧みな技術と独特の風味がある優れた食品である。

外資企業の参入が見込まれる市場に山菜及び野菜加工品市場が挙げられる。主に中国第一級・二級都市を重要消費エリアに、エコロジーで便利な食品としての人気が高い。参入メーカー数は比較的少なく、生産地が分散し、業界集中度は低く、外資メーカーが参入しやすい環境にある。

< 調査対象 >

農産加工品	漬物、乾燥野菜、山菜加工品、メンマ、水煮缶詰、果物缶詰、乾物
水産加工品	海藻加工品、水産練製品、水産乾物
畜産加工品	ハム・ソーセージ、ベーコン、チキン加工品、ピータン、うずらの卵、牛乳・乳製品
スナック類	点心・小吃、麺類、ビーフン、春雨、おこげ（鍋巴）
菓子類	チョコレート、ビスケット・クッキー、キャンディ、ガム、中国伝統菓子

< 調査方法 >

中聯富士経済咨询有限公司の専門調査員による調査

< 調査期間 >

2006年10月～11月

以上

資料タイトル：「中国有望食材・加工食品市場の全貌 2007 No.2 農水畜産加工品・菓子編」
 体 裁 : A4判 301頁
 価 格 : 98,000円(税込み102,900円)
 調査・編集 : 中聯富士経済咨询有限公司
 TEL:86-10-6530-7164 FAX:86-10-6530-7264
 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
 TEL03-3664-5811 (代) FAX 03-3661-0165 e-mail:info@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/
 URL:https://www.fuji-keizai.co.jp/