

調理済食品、フライ類、農・畜・水産加工食品など80品目の市場を分析

- 2007年の加工食品市場調査 (1) -

07年の冷凍コロッケは食肉偽装事件の影響で前年比4.2%減の502億円の見込み
 中国産問題で減少が続くうなぎ蒲焼。06年から減少に転じたためかぶ

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 阿部 界 03-3664-5811)は、07年8月から今年(2008年)の食品産業界について調査を行っている。その第1回目の結果を報告書「2008年 食品マーケティング便覧 No.1」にまとめた。この報告書では、農産加工品22品目、水産加工品17品目、畜産加工品12品目、冷凍調理済食品9品目、フライ類8品目、チルド調理済食品6品目、その他調理済食品6品目の7カテゴリー計80品目の市場動向を収載した。

加工食品市場の動向と今後の展望などを5回に分けてまとめ順次報告する。

企業の収益改善や設備投資の増加などによる景気の回復が続いているが、個人消費の回復はそのペースに比べ遅れをとっている。食品業界では、原油価格の高騰と、円安や新興国の旺盛な需要により原材料価格、物流・光熱費が上昇したことで、加工食品の規格変更を含めた値上げが見られる。また、07年は不二家の期限切れ原料使用、ミートホープ社の食肉偽装、石屋製菓の賞味期限改ざん、中国産食品の安全性の問題など、食の安全性を裏切る諸問題が続発しており、消費に大きな影響を及ぼしている。また今夏は、前年同様、梅雨明けが遅れ、明けた直後から記録的な猛暑となり、例年と比較しても消費行動に変化が見られる年である。

< 調査結果の概要 >

	2007年見込	前年比	2008年予測	前年比
農産加工品	1兆4,124億円	97.8%	1兆3,997億円	99.1%
水産加工品	9,575億円	97.2%	9,397億円	98.1%
畜産加工品	8,358億円	100.4%	8,354億円	100.0%
冷凍調理済食品	2,259億円	101.9%	2,284億円	101.1%
フライ類	1,827億円	97.8%	1,814億円	99.3%
チルド調理済食品	1,345億円	99.1%	1,336億円	99.3%
その他調理済食品	1,245億円	90.1%	1,212億円	97.3%

漬物や納豆、豆腐、冷凍野菜、素材缶詰など22品目を対象とする**農産加工品**では、消費量の減少が続く中、納入価格が低下する一方で、原料・包材価格の高騰といった参入企業においては非常に厳しい環境となっている。商品動向としては個食化に対応した容量・パッケージ商品が伸びているほか、07年の中国産問題によって低価格化を進行させた輸入品から国産(原料)品への需要が高まっている。水産練り製品や水産缶詰、佃煮類など17品目を対象とする**水産加工品**では、水産練製品が長期的な低迷を続ける中、風味かまぼこは、高価格タイプが好調で、06年から市場が拡大に転じている。また、ツナ缶詰ではキハダマグロの原料相場が上昇したことから価格改定が実施されており、値上げによる買い控えが懸念される。ハムやソーセージ、チキン加工品など12品目を対象とする**畜産加工品**では、BSE問題こそ影響が薄れつつあるものの、ハム・ソーセージで原料価格の高騰が続いていることから、前年に引続き量目変更を含めた値上げを実施する見込みである。冷凍のハンバーグやミートボール、ギョーザなど9品目を対象とする**冷凍調理済食品**では、製造原価の上昇を受け、値上げや値締めの動きが出ており、収益を重視する展開が続いている。冷凍のコロッケやカツ、水産フライなど8品目を対象とする**フライ類**では、冷凍カツがやや伸びたものの、冷凍コロッケはミートホープ社による食肉偽装事件の余波で、加ト吉商品が売り場から撤去され、4.2%の減少が見込まれる。チルドのハンバーグやミートボール、ギョーザなど6品目を対象とする**チルド調理済食品**では、販売ボリュームが大きい低価格商品で依然として価格低下が続いており、収益性の確保に向けた販売戦略の見直しが進められ、高付加価値商品の開発が活発化している。

<注目市場1 >

1. 青魚缶詰（水産加工品）

07年見込 284億円（前年比103.3%） 08年予測 294億円（前年比103.5%増）

青魚缶詰は、サバ、イワシ、サンマなどの青魚を原料とした缶詰であり、1870年には国内で生産が開始されていた。戦後の高度成長期には保存性の高さと簡便性によって需要は旺盛であったが、食生活の変化に合わせ減少しはじめた。1990年代後半、健康志向の高まりにより青魚に含まれるDHA・EPAの効果がメディアに取り上げられたことで注目された。近年、特に健康に関心の高い中高年世代では、缶詰に馴染みがあること、子供が独立して食が簡素化したことなどの要因も重なり、青魚缶詰は実績を拡大させている。06年は各社の注力度も高く、新商品の投入や販促展開を積極的に実施したことから、売場での露出度が高まり前年比5%の拡大を果たした。また、従来型の味付け以外にも新規のターゲット獲得、特に女性層の嗜好に即してトマト味やガーリック味といった洋風の味付け商品が投入されている。07年も各社の注力度は衰えておらず、上位社ではツナ缶詰が苦戦していることから、原料が安定し拡大傾向にある青魚缶詰に軸足を移している企業も見られる。参入企業の意欲は高く、需要も広がっており、07年の市場は前年比3.3%増の284億円と見込まれる。

2. 冷凍ハンバーグ（冷凍調理済食品）

07年見込 515億円（前年比102.0%） 08年予測 525億円（前年比101.9%増）

冷凍ハンバーグは、業務用が主体となっており、外食、中食、給食など幅広い業態に使用されている。これまで市場を牽引してきたスーパーの惣菜向けなどの中食は、利幅確保のため売上げ状況に応じてメニュー改廃が激しく、06年以降は一部で天井感も見え始めたため、メーカー側は外食向けの商品政策の強化へシフトした。その効果から06年、07年とも、外食など業務用を中心に伸長し、市販用も弁当需要のほか、夕食向けの商品育成も進められていることから、市場はプラス成長を続ける見込みである。

3. 冷凍ギョーザ（チルド調理済食品）

07年見込 208億円（前年比106.1%） 08年予測 220億円（前年比105.8%増）

ギョーザは、食卓での登場頻度が高い人気メニューであり、冷凍ギョーザは保存性があるため、買い置き需要を取り込んで拡大してきた。業務用は、中食や外食でおかずやおつまみとしての需要が高く、順調に実績を増加させている。06年は、味の素冷凍食品、イートアンド、ジェイティフーズが商品のブラッシュアップなどで好調に推移し、市場は拡大した。07年も、各社続伸しているほか、加ト吉が業務用で拡販を果たし、市場は再びプラスが見込まれる。冷凍ギョーザは、市場の牽引役である味の素冷凍食品以外の参入企業の成長が以前から課題となっていたが、近年はイートアンド、ジェイティフーズの実績増加が続いているほか、加ト吉も業務用商品のでこ入れで伸長するなど、市場間競争による活性化で市場拡大が期待される。

<注目市場2 >

1. めかぶ（水産加工品）

07年見込 180億円（前年比94.7%） 08年予測 186億円（前年比103.3%増）

めかぶは、テレビ番組を中心としたメディアで取り上げられるようになり注目を集め、一時同じ海藻類のめずくが原料不足となったことでその需要を取り込み、拡大を続けてきた。しかし、06年になってメディアで取り上げられる回数も少なくなり、めずくの原料回復と売場展開における販促企画で需要がめずくにシフトし、消費者への訴求力が弱まったことで、めかぶ市場は初めて減少となった。安価な粗悪品は中国産が多く、07年はTV番組の捏造事件、中国産食品へのパッシングなどにより消費者のめかぶ離れが進んだ。現状を打破するために、各社では“安全、安心、美味しさ”をキーワードに国産めかぶを使用し、また商品特性である汎用性を利用して様々なメニューの提案をすることで離れた消費者を再獲得する意向である。07年以降は、国産品にこだわっためかぶを使用することで中国産との差別化を消費者に訴え、プレーンタイプの展開の拡大が予想される。

2. 冷凍コロッケ（フライ類）

07年見込 502億円（前年比95.8%） 08年予測 513億円（前年比102.2%増）

冷凍コロッケは、主力用途の業務用では、スーパーの惣菜などの主力商品として需要を取り込んできた。CVSの調理パンや弁当用では価格面の要請が特に厳しく、外食ではサブ商材の位置づけでコスト削減が主目的となっている。06年はスーパーの惣菜などを中心とする好調な中食需要が市場を牽引し、前年実績をやや上回ったが、0

7年は、6月にミートホープ社の食肉偽装事件が発覚したことで、原料ひき肉を仕入れて製造していた北海道加ト吉との関係上、加ト吉が実績を激減させている。しかし、その他企業では実績が増加しているところもあり、大きなダメージは見られず、市場は前年比4.2%の減少に留まると見込まれる。

3. うなぎの蒲焼（その他冷凍調理済食品）

07年見込 228億円（前年比 63.9%） 08年予測 202億円（前年比88.6%増）

02年に中国産のうなぎ加工品から、食品への使用が禁止されている合成抗菌剤が検出されたことで輸入量は大幅減少し、さらに台湾産のうなぎを国産と偽って販売する事件も相次いだことから、結果的に消費者の信用を失い市場はマイナス成長となった。以降、度々中国産のうなぎから合成抗菌剤が検出されており、流通からも中国産うなぎが敬遠されるようになり、04年こそ記録的な猛暑の恩恵を受けたことにより、量販店や業務用での引き合いが増え拡大したものの、市場は大幅な減退を続けている。06年は最需要期の夏場に、梅雨明けが遅れた影響で気温があまり上がらなかったこと、さらに7月末に残留農薬が検出されたことで中国側が活うなぎの日本への輸出を停止し、8月上旬には輸出を再開したものの、需要期にこうした問題が生じたことで市場は20%近い減少となった。さらに07年も、前年同様、最需要期である夏場に中国うなぎの抗菌剤使用が発覚したことで、土用の丑の日においても低調な動きとなった。最終的に市場は36.1%のマイナスが見込まれる。

<その他市場>

「ハム類」、「ソーセージ類」の需要は停滞しているが、国産原料などを使用した商品が着実に浸透している。原料高騰の影響から06年から07年に掛け主要製品の量目調整による値上げを2度実施している。ハム類トータルでは伸び悩んでいるが、生ハムが高い伸びを記録（モモ肉タイプが牽引）。「豆腐」は、単価が100円平均と低いうえに、値入率も低い日配売り場において、2年前から300円という単価の“男前豆腐”が登場し、高くても美味しい豆腐のヒットにより、豆腐業界になかった『ブランド』戦略が広がっていくかに思われた。しかし、07年は高価格ブランドへの一定の需要はあるものの大きく拡がらず、市場を押し上げるまでには至っていない。「スモークサーモン」は欧州や米国などで健康志向の高まりを受け、サーモン需要が高まり、原料であるトラウトサーモンやキングサーモンが高騰している。現在原料高は落ち着きを見せつつあるものの、各社は値下げに踏み切れず、市場の縮小に歯止めがかかっていない。生ハムブームの影響も受けて、量販店・ギフト市場においても消費者が流出しており、厳しい状況が継続している。

以上

<調査対象>

冷凍調理済食品9、チルド調理済食品6、その他調理済食品6、フライ類8、農産加工品22、畜産加工品12、水産加工品17

<調査方法>

富士経済専門調査員による調査対象企業及び関連企業・団体等へのヒアリング調査及び関連文献、社内データベースを併用

<調査期間>

2007年8月～9月

資料タイトル	：「2008年 食品マーケティング便覧 No.1」
体裁	：A4判 243頁
価格	：85,000円（税込み89,250円）
調査・編集	：富士経済 東京マーケティング本部 第一事業部 TEL:03-3664-5821 FAX:03-3661-9514
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: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/ https://www.fuji-keizai.co.jp/