

デザート、乳油製品、めん類など69品目の市場を調査

加工食品市場調査(3)

2007年見込み

チルドプリン

容量の細分化と、3連タイプなどの連もの商品が好調で前年比105.6%、567億円

手作り風デザート

季節限定商品などの提案を行い、売場展開の充実化を図り前年比107.3%、1,000億円

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月から今年の食品産業界について調査を行なっている。その第3回目の結果を報告書「2008年 食品マーケティング便覧 No.3」にまとめた。この報告書では、チルドデザート11品目、フローズンデザート7品目、ドライデザート7品目、乳油製品13品目、米飯類8品目、めん類13品目、その他ステープル10品目の7カテゴリー計69品目の市場動向を収載した。

<調査結果の概要>

カテゴリー	2007年見込	前年比	2008年予測	前年比
チルドデザート	4,218億円	102.2%	4,298億円	101.9%
フローズンデザート	4,194億円	103.8%	4,058億円	96.8%
ドライデザート	673億円	94.4%	669億円	99.4%
乳油製品	5,293億円	99.9%	5,309億円	100.3%
米飯類	2,042億円	99.4%	2,040億円	99.9%
めん類	1兆1,201億円	99.1%	1兆1,120億円	99.3%
その他ステープル	9,438億円	100.3%	9,447億円	100.1%

07年にプラス成長が見込まれるのはチルドデザート、フローズンデザート、その他ステープルである。チルドデザートは、プレーンヨーグルトが踊り場を迎え、低価格競争が熾烈となっているが、チルドプリンが容量の細分化や連もの商品などが好調で市場を牽引している。フローズンデザートは、アイスクリーム類が07年8月以降の猛暑の恩恵を受けて、中でも減少傾向が続いていた氷菓が大きく実績を伸ばし、全般的にも好調に推移した。その他ステープルは、プラス成長が見込まれるもののパスタ原料を始めとした主原料の小麦の価格高騰により、価格改定に踏み切る品目が目立つ。価格志向が強いパンや、市場拡大を遂げてきたパスタなどの今後の見通しは厳しい。

07年にマイナス成長が見込まれるのはドライデザート、乳油製品、米飯類、めん類である。ドライデザートは、ドライゼリーが堅調であるものの、一口タイプゼリーの小児による窒息事故や、豆乳デザート(ドライ)のブーム終焉がマイナスの要因となった。乳油製品は、国策による生乳減産でバターやマーガリン等の減少と、チーズは、原料事情の悪化による値上げなどで、需要は底堅いものの販売数量に影響が出ている。米飯類は、無菌包装米飯がブランド米100%の付加価値商材が牽引役となり引き続き好調を維持しているが、下位メーカーが苦戦した冷凍米飯類(バラタイプ)と雑穀ブームの影響により発芽玄米が大幅減少。めん類は冷凍めんの成長が続いており、チルドめんでは、売価が下げ止まる動きなどで久しぶりに増加に転じる見通しであるが、規模の大きいスナックめんと即席めんが低迷しており、マイナスが見込まれる。

<注目市場1 UP>

1.チルドプリン

2007年見込 567億円(前年比105.6%) 2008年予測 589億円(前年比103.9%)

07年のチルドプリン市場は、主力ブランドのリニューアルなどのメンテナンスによる拡販をベースに、06年

に続き、量販店で特売が恒常化しているヒット商品の3連タイプや4個パック等の連もの商品の投入、生クリームや練乳、黒糖、キャラメルなどの素材にこだわった付加価値商品の投入、ターゲット層に応じた容量の細分化、などにより新規需要を取り込み上位メーカーの多くが実績を伸ばし、前年比105.6%の567億円が見込まれる。

07年は、トップシェアの森永乳業は「Petit Pot とろふわ」、「たっぷりホイップクリーム」シリーズがCVSや量販店で好調であり続伸が見込まれるが、グリコ乳業も06年に「とろ〜りクリーム on プリン」の3連タイプや400gサイズの「ハッピープッチンプリン」がヒットし、07年前半には「とろ〜りクリーム on プリン」3連タイプの全国発売で引き続き2桁成長が確実視され、グリコ乳業が森永乳業を逆転しトップシェアに躍り出ると見られる。また、日本ミルクコミュニティは3連タイプが伸び悩んでいるものの「クリーム&プリン」が高い伸びを記録し、オハヨー乳業は連もの商材が好調であるためともに実績増が見込まれる。

2. 手作り風デザート

2007年見込 1,001億円(前年比107.4%) 2008年予測 1,065億円(前年比106.4%)

手作り風デザートは、消費期限が1週間以内で、10以下の要冷蔵商品を対象としており、量販店やCVSで販売されるシュー(シュークリーム、エクレア)、ケーキ(ロールケーキ、スポンジベースで他のジャンルを複合した重層構造のカップケーキ、ワッフル、クレープ、生どら等を含む)、チルドを除くプリンとゼリーを指す。

07年は上位各社の主力商品が好調に推移したことや、各メーカーの販売エリア拡大、メーカー主導の季節限定商品提案による売場の充実化などにより、前年比107.3%の1,001億円が見込まれる。トップシェアの山崎製パンは主力定番品の「まるごとバナナ」が07年も引き続き好調に推移し、2個入り生ケーキの配送体制を二便制にして、前日受注を可能にしたことや、シフォンケーキや「ロールちゃん」(ロールケーキ)の大ヒットにより、07年は2桁増が見込まれる。シェア第2位となるモンテールも主力商品のシュークリームやエクレアが好調に推移し、定番の季節商品が各時期で定着しつつあり、07年も続伸が見込まれる。栄屋乳業は、CVSチャネルでチーズケーキなどの高額なカップデザートの動きが良かったことや、取引先量販店で要冷蔵商品へとラインナップが移行していることで、要冷蔵商品の規模が増えたことなどから安定推移を維持している。

手作り風デザート市場は各メーカーの販売エリア拡大や、他業種からの参入も相次いでいるが、食の安全性が強く求められる昨今、品質を保持しながらも添加物の使用量を抑える商品の開発など安心・安全面に対応できる技術力がメーカー成長の鍵となっている。

3. アイスクリーム類

2007年見込 3,651億円(前年比104.2%) 2008年予測 3,510億円(前年比96.1%)

アイスクリーム類市場は、“アイスクリーム”、“アイスマルク”、“ラクトアイス”、“氷菓”の4つに分類される。当市場は少子化など消費環境自体が悪化していることや、他のデザート類との熾烈な競いにより、猛暑効果のあった04年を除きマイナス成長してきた。07年は前半天候不順から低調であったものの、8月、9月の記録的猛暑が消費を強烈に刺激し、特に氷菓が大きく実績を伸ばすなど、全体市場を押し上げた。

また、猛暑による追い風に加え、上位各社は商品リニューアル等によるプラス成長も見込まれる。江崎グリコは「セブティーン」や、高級アイス「和ごころ」のリニューアル効果が貢献し、ハーゲンダッツジャパンもミニカップが堅調である他、「ドルチェ」の実績増と、「クリスピー」の「練乳いちご」がヒット、森永乳業は、「モウ」、「パルム」など主力の1人用商品が牽引し、プラス成長が見込まれている。

07年のアイスクリーム市場は上位各社が実績を伸ばし、前年比104.2%の3,651億円が見込まれる。今後も天候に左右される側面はあるが、地球温暖化の傾向が続くことを考慮すると、直近2年のような天候が今後頻繁に生じる可能性は十分考えられ、それに伴い市場の下げ止まり、あるいは回復に向かうこともあり得る。

<注目市場2 DOWN>

1. スナックめん

2007年見込 3,841億円(前年比99.3%) 2008年予測 3,819億円(前年比99.4%)

スナックめん市場は、調査対象69品目中最も大きな市場規模を形成している。“中華めん”、“うどん・そば”(和風カップ)、“焼そば”、“パスタ”の4種類に分類される。07年は夏場の猛暑の影響で、特に数量ベースでこの市場の約1/4を占める和風カップのマイナスが目立っている。

明星食品とサンヨー食品の実績は増加の見込みであるが、トップシェアの日清食品はブランド価値を保持するた

め、安値合戦を避けて、安売りの原資となる拡販費を抑制したことで減少が見込まれる。また、シェア第2位の東洋水産も07年4～9月は、ノンフライめん「麺づくり」、カップタテ型「ホットヌードル」、エリア別に商品展開する焼そばはそれぞれ順調に推移しているが、和風カップや大型カップは前年割れでマイナスとなり、全体市場も前年比99.3%の3,841億円が見込まれる。

少子高齢化の影響で需要が縮小しており、多数の新商品発売、販促活動、価格訴求による手法だけでは市場の拡大が見込みにくい市場環境であることや、主要参入企業が08年1月から値上げを発表していることもあり、08年も前年比99.4%の3,819億円の市場が予測される。

2. 即席めん

2007年見込 1,224億円(前年比 99.5%) 2008年予測 1,217億円(前年比99.4%)

即席めんは、簡便性で優位なスナックめんに需要を奪われ、需要が頭打ちとなっている。低価格競争が07年も続いており、主力ブランドの派生商品による需要喚起が多く見られるが、市場拡大には至らず、引き続き市場は縮小し、前年比99.5%の1,224億円が見込まれている。

07年は、サッポロ一番などを販売するサンヨー食品が、5食入り主力ブランド4品をベースに、期間限定商品「バジルとオリーブオイル仕上げ」、「ピリ辛みそラーメンチゲ風」を発売し微増が見込まれる。日清食品は、好調な主力ブランド「チキンラーメン」に加え、7月発売の焼そばタイプ「日清焼チキン」も順調で微増と見られる。しかし、その他の企業は主力ブランドがマイナスで、07年の即席めん市場は縮小が見込まれる。

即席めんは、新商品の売場での定着率が低いことから、今後も各社主力ブランドを強化する商品政策が採られると見られる。しかし、主要参入企業は08年1月からの値上げを発表しており、特売向けの販促費を抑えられることが想定され売上げへの影響が懸念されている。

<調査対象>

チルドデザート11品目、フローズンデザート7品目、ドライデザート7品目、乳油製品13品目、米飯類8品目、めん類13品目、その他ステープル10品目

<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9月～11月

以上

資料タイトル:「2008年 食品マーケティング便覧 No.3」

体 裁 : A4判 217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@fuj-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/>