

調理済食品、フライ類、農・畜・水産加工品など81品目の市場を分析

- 2008年の加工食品市場調査 (1) -

- 2008年見込 -

冷凍コロッケ市場は、中華系製品代替や中食向け需要拡大で実績を伸ばし、586億円(前年比4.1%増)
 冷凍ギョーザ市場は、中国製品の中毒事件で大打撃を受け、199億円(前年比17.8%減)

総合マーケティングビジネスの株式会社富士経済(東京都中央区日本橋小伝馬町 社長 阿部 界 03-3664-5811)は、2008年7月から今年度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「2009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10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81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。

08年は原材料価格、包材・物流・光熱費が前年以上に高騰しており、食品業界は規格変更による実質値上げ又は値上げが多くなっている。また、08年1月末に中国製冷凍ギョーザ中毒事件が起こり、冷凍食品業界に限らず中華業界、更には中国生産製品も大きな打撃を被り、輸入ストップの事態に陥った製品も多数あった。引き続き食の安全性を裏切る事件も続発しており、消費に大きな影響を及ぼしている。

<調査結果の概要>

カテゴリー	2008年見込	前年比	2009年予測	前年比
農産加工品	1兆3,972億円	98.4%	1兆3,893億円	99.4%
水産加工品	9,370億円	98.1%	9,181億円	98.0%
畜産加工品	8,520億円	100.5%	8,575億円	100.6%
冷凍調理済食品	2,200億円	95.9%	2,226億円	101.2%
フライ類	1,895億円	99.9%	1,886億円	99.5%
チルド調理済食品	1,313億円	97.8%	1,318億円	100.4%
その他調理済食品	1,182億円	94.7%	1,147億円	97.0%

中国製冷凍ギョーザ中毒事件は、大半のカテゴリーの市場に影響を及ぼしている。冷凍のハンバーグやミートボール、ギョーザなど10品目の**冷凍調理済食品**では、中華系製品が大打撃を受けている。前年までプラス成長を遂げてきた市場は、夏以降回復へ向かっているものの08年はマイナスが見込まれる。チルドのハンバーグやミートボール、ギョーザなど6品目の**チルド調理済食品**では、影響の現れ方が品目によって分かれている。ハンバーグやミートボールは冷凍調理済食品からの需要シフトで伸びている一方、中華系製品のギョーザやシューマイでは需要が減少している。漬物や納豆、豆腐、冷凍野菜、素材缶詰など22品目の**農産加工品**では、中国産製品を敬遠する動きが強まり、国産製品が売上を伸ばしている。

また、原材料価格高騰の影響も現れている。水産練り製品や水産缶詰、佃煮類など17品目の**水産加工品**では、消費者の節約志向の中で割安な米飯回帰の恩恵を受け、おかずとしての佃煮類は長らく続いた減少推移からプラスに転じている。冷凍のコロッケやカツ、水産フライなど8品目の**フライ類**では、畜肉系、水産系共に原材料価格高騰に苦慮している。ハムやソーセージ、チキン加工品など12品目の**畜産加工品**では、弁当のおかず需要などで好調な製品群があり比較的堅調であるものの、値上げの影響によりハム類では販売数量の減少も見られる。

<注目市場>

1. 冷凍コロッケ（フライ類）

08年見込 586億円（前年比104.1%） 09年予測 583億円（前年比99.5%）

中国製冷凍ギョーザ中毒事件の影響は市販用の一部で見られたが、冷凍コロッケは国内生産比率が高いこともあり、市場の8割を占める業務用ではほとんどなく、中華系製品の代替需要で売上を伸ばす企業も見られる。ポテトタイプとクリームタイプの販売構成比はおよそ7対3で、両タイプともプラス実績が見込まれる。大手CVSチェーンがレジ横ホットスナックへの取り組みを強化しており、コロッケの採用もある。消費者の生活防衛意識の高まりの中で、量販店やCVSデリカ向け、レジ横など中食向け中心に市場は活性化している。08年の販売額は2年ぶりのプラス見通しだが、09年はその反動でマイナスが予測される。また、原材料高騰の中で各社容量を減らすといった実質値上げをせざるを得ない状況である。

2. 風味かまぼこ（水産加工品）

08年見込 307億円（前年比101.3%） 09年予測 310億円（前年比101.0%）

風味かまぼこは、カニ、ホタテなどのフレーバーを添加することで、カニ、ホタテの風味、食感、形状を再現した製品を対象としている。需要開拓はすでに一巡し市場は低迷を続けているが、棒状のスティックタイプを中心に価格競争が激化し、市場は縮小した。しかし、近年はほぐれやすく汎用性の高いフレークタイプが増加し、カニ脚肉の風味や食感を忠実に再現した高価格品が登場したことで、市場は増勢に転じている。07年は、フレークタイプの伸長や紀文グループが販売している大人のおつまみ用個包装製品「したらば」シリーズの実績拡大などで、市場はプラス成長を遂げた。フレークタイプや高価格品、単身需要を狙った個包装のおつまみ向け製品など複数の切り口の製品が市場拡大を支えており、市場は当面拡大が見込まれる。

3. 冷凍ギョーザ（冷凍調理済食品）

08年見込 199億円（前年比82.2%） 09年予測 209億円（前年比105.0%）

冷凍ギョーザ市場は、積極的なテレビCMなどの広告宣伝活動等で活性化が図られ拡大してきた。もともと餃子は、関西は薄皮、関東は大粒タイプ、九州は一口タイプなどエリア性の高い品目であったが、近年はエリア特性も薄れている。08年は中国製品の中毒事件が発生、マスコミにより大々的に報道されたことで大打撃を受け、前年比17.8%減の大幅ダウンが見込まれる。プラス成長を維持してきた市場は、04年（206億円）以前の水準に逆戻りする見通しである。業務用以上に販売額の落ち込みが大きい市販用だが、7月以降、上位企業の実績が回復傾向にあり、中長期的には回復するものと思われる。

4. うなぎの蒲焼（その他冷凍調理済食品）

08年見込 184億円（前年比78.3%） 09年予測 155億円（前年比84.2%）

中国産食材に対する消費者不信の高まりに加え産地偽装問題が発覚したことで、08年の市場は前年比21.7%減と引き続き大幅なマイナスが見込まれ、市場規模は2000年（816億円）の4分の1以下にまで縮小すると見られる。中国産うなぎの消費離れは蒲焼、白焼問わず起きており、ともに実績は減少し続けている。需要の回復には、参入企業によるトレーサビリティや安全性確保の取り組みの継続が求められる。

5. 生ハム（畜産加工品）

08年見込 178億円（前年比104.7%） 09年予測 181億円（前年比101.7%）

生ハムは、おつまみやサラダ用として需要が拡大する中、大手企業では製造ラインを増設するなど、各社の注力度は依然として高い。流通量の7割を占めている市販用は国産製品が中心で、量販店での販売が約9割を占める。業務用は輸入品が多く使用され、百貨店の惣菜や、ホテルなど高級感を訴求する店舗で採用されている。07年は、日本ハムの「これは便利 ロース生ハム」の実績拡大が牽引する形で、市場も前年比6%増となった。08年も参入各社から新製品投入が相次いでおり、市場は引き続きプラスが見込まれる。

6. その他冷凍スナック（冷凍調理済食品）

08年見込 121億円（前年比102.5%） 09年予測 121億円（前年比100.0%）

その他冷凍スナックは、大学いも、たい焼き、今川焼きなどの和風スナックや、ホットケーキ、ワッフル、蒸しケーキなどの洋風スナックといった、スイーツ系の冷凍スナックを対象としている。たこ焼き、お好み焼き、カレ

ーパン、チキンナゲット、イタリアンスナックなど主食に近い冷凍スナックや、冷凍ケーキ、冷凍プリン・ゼリーは対象外としている。おやつ需要や軽食向けに対応した品揃えで消費者に根強い人気があり、市場は緩やかに拡大している。国内生産が多いことで中華系製品の代替需要としての採用が見られる。冷凍食品全般が苦戦している中、08年の市場はプラスが見込まれる。

以上

< 調査対象 >

農産加工品	漬物、キムチ、煮豆、納豆、凍豆腐、豆腐、豆腐加工品、こんにゃく、なめ茸茶漬類、山菜加工品、味付けメンマ、はるさめ、加工ごま、ジャム類、スプレッド類（市販用）、素材系トマト、サラダ類、素材缶詰、果実缶詰、冷凍野菜、ポテト加工品、冷凍果実
水産加工品	魚肉ハム・ソーセージ、水産練製品、風味かまぼこ、パックおでん、のり、韓国のり、海苔佃煮、昆布佃煮、かつおパック、塩辛、もずく酢、めかぶ、スモークサーモン、水産缶詰、青魚缶詰、ツナ缶詰、辛子明太子
畜産加工品	ハム類、ベーコン、生ハム、ソーセージ類、ドライソーセージ、チキン加工品、冷凍からあげ、焼肉類、牛肉味付缶詰、コンビーフ類、食肉加工品缶詰、やきとり缶詰
冷凍調理済食品	冷凍ハンバーグ、冷凍肉団子・ミートボール、冷凍グラタン、冷凍ギョーザ、冷凍シューマイ、冷凍天ぷら、冷凍お好み焼き、冷凍たこ焼き、その他冷凍スナック、自然解凍冷凍食品
フライ類	冷凍コロッケ、冷凍カツ、冷凍水産フライ、冷凍えびフライ、冷凍いかフライ、冷凍かきフライ、冷凍白身魚・その他水産フライ、チルド水産フライ
チルド調理済食品	チルドハンバーグ、チルドミートボール、チルドグラタン、チルドギョーザ、チルドシューマイ、チルド茶わんむし
その他調理済食品	春巻、ワンタン、卵焼き類、卵豆腐類、うなぎの蒲焼、アメリカンドッグ

< 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 >

2008年7月～9月

資料タイトル	「2009年 食品マーケティング便覧 No.1」
体 裁	A4判 259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:03-3664-5831 FAX:03-3661-9778
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 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/ https://www.fuji-keizai.co.jp/