

2009年1月19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/>  
<https://www.fuji-keizai.co.jp/>  
 広報部 03-3664-5697

## デザート、めん類、乳油製品など69品目の市場を調査

2008年の加工食品市場調査(その3)

2008年見込

市販用マーガリン類

バター不足で需要がシフトし、市場は前年比14.4%増の317億円

栄養バランス食(ソリッドタイプ)

「ソイジョイ」「バランスアップ」の好調で、市場は前年比10.2%増の399億円

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、08年9月から今年の商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「2009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、計69品目の市場動向を分析した。

## &lt;調査結果の概要&gt;

カテゴリー	2008年見込	前年比	2009年予測	前年比
めん類	1兆1,297億円	99.7%	1兆1,352億円	100.5%
その他ステープル	9,761億円	103.4%	9,842億円	100.8%
乳油製品	6,462億円	104.5%	6,598億円	102.1%
フローズンデザート	4,355億円	104.0%	4,369億円	100.3%
チルドデザート	4,208億円	101.3%	4,234億円	100.6%
米飯類	2,031億円	99.2%	2,062億円	101.5%
ドライデザート	620億円	96.6%	583億円	94.0%

めん類は、乾麺で小麦粉価格の上昇により値上げを行なったメーカーがあったが、それでも割安感から伸びている。また、その他にも伸びている品目は多い。チルドそば・うどん、冷凍そば・うどんは夏場に冷やしメニューが好調でプラス成長が見込まれる。しかし、市場構成比の高いスナックめん、即席めんが1月の値上げ直後大幅に需要が減少した。秋以降は徐々に回復しているものの、価格の安いプライベートブランドが増加していることから実績が減少しており、市場は減少と見込まれる。

その他ステープルは値上げや量目の減量が行われているが、伸びている品目は多い。特に市場規模が最も大きいパンは、07年末と08年の2度の値上げが実施されたが、想定よりも数量ベースの減少幅が小さく収まると見られ、金額ベースはプラスが見込まれる。また、栄養バランス食(ソリッドタイプ)も上位企業が積極的な商品投入とプロモーション活動を継続していることから伸びている。

乳油製品は、原料価格の高騰や生乳生産の減少から、バターが供給不足となり、チーズは軒並み値上げが行われた。国内の生乳生産量の回復の目処は立っておらず、原料確保が重要な課題となっている。しかし、バターの代替としてマーガリン類の需要が増加しており、特に市販用マーガリンが大きく伸びている。また、ナチュラルチーズやプロセスチーズは、数量ベースで減少しているが、値上げにより金額ベースでは伸びている。チーズフードは低価格であることからナチュラルチーズやプロセスチーズからのシフトもあり拡大している。

フローズンデザートは、主力のアイスクリーム類で商品の値上げや量目の変更が行われた影響で数量ベースで減少しているが、金額ベースでは増加しており値上げが成功したといえる。

チルドデザートは、原料価格の高騰により値上げが相次ぎ、需要の減退、更には売り場の棚の縮小など厳しい局面に立たされている。しかし、08年もヨーグルト、手作り風デザートを始め、大半の品目が堅調に伸びており、市場は前年を上回ると見込まれる。また、ヨーグルトでは、脂肪ゼロパーセントといった今後の商品の広がりを期

待させる新ジャンルも登場している。

米飯類は、冷凍食品を取り巻く市場環境の悪化により冷凍米飯類が苦戦を強いられているが、無菌包装米飯が常備食需要や、国産訴求が奏功して実績を伸ばしている。包装餅は、積極的な販促も行なわれるなど、実績増が見込まれる。

窒息死亡事故が発生した一口タイプの蒟蒻ゼリーの生産中止が相次いだことから、店頭では代替品としてドライゼリーが置かれるところもある。そのためドライゼリーは大きく伸びているが、他の品目はプームの終焉や、ギフト需要の低迷、少子化による需要の減少などで縮小している。

#### <注目市場>

##### 1. 市販用マーガリン類

2008年見込 317億円(前年比114.4%) 2009年予測 327億円(前年比103.2%)

08年は、競合商品の市販用バターが供給不足となり、値上げも行なわれた。また、販促も減少している。そのため市販用マーガリン類は、07年から値上げや量目の変更が行われているが、市販用バターの代替として需要が増加している。

また、07年からバター風味を訴求した新商品の発売が相次いでいるが、08年も9月には雪印乳業よりバターの風味とコクを訴求した調理用マーガリン「バター風味マーガリン」などが発売されている。一方、明治乳業からはクリームチーズを加えた高付加価値商品「芳熟」が発売されている。

08年の市場は、前年比14.4%増の317億円が見込まれる。今後は、バター不足が解消された後、需要を維持するためバターにないマーガリン類の機能性やヘルシー感と、バターの代替として香りやコクを訴求した商品の投入が増加すると見られる。

##### 2. 栄養バランス食(ソリッドタイプ)

2008年見込 399億円(前年比110.2%) 2009年予測 428億円(前年比107.3%)

栄養バランス食は、5大栄養素であるたんぱく質、脂質、炭水化物、ビタミン、ミネラルが配合された固形状の食品で、食事代替や栄養補給を目的にしたものを対象としている。菓子のビスケット・クッキー類、シリアルフード、ゼリードリンクは対象外である。

市場は06年に大塚製薬の「ソイジョイ」がヒットしてプラスに転じ、07年も「ソイジョイ」、アサヒフードアンドヘルスケアの「バランスアップ」といった上位ブランドが好調で、前年比30.2%増となった。

08年は味の品揃えを拡充した「ソイジョイ」の2桁伸長が見込まれる。また、「バランスアップ クリーム玄米ブラン」が類似商品のない強みを活かして売り場(陳列面)を拡大しており、秋には形状ごとに新フレーバー商品が投入されている。上位企業の積極的な商品投入とプロモーション活動も続いており、市場は前年比10.2%増の399億円となると見込まれる。

##### 3. ドライゼリー

2008年見込 251億円(前年比110.6%) 2009年予測 272億円(前年比108.4%)

07年のドライゼリー市場は、シーズンごとに旬の果実を用いた期間限定商材の展開や、フルーツゼリーの枠に留まらないフレーバー展開で消費者を獲得し、前年比3.7%増の227億円となった。

08年の市場は、前年比10.6%増の251億円が見込まれる。マルハニチロ食品が業界で初めてカロリーゼロの「ゼリーdeゼロ」を発売し、たらみも「フルーツのゼロゼリー」で追随しており、これら機能性ゼリーにより市場は活性化している。ゼリーは本来夏が最需期であるが、機能性ゼリーは季節性がなく、リピートユーザーを確保することでシーズンを問わず安定した需要が見込める。また、窒息死事故の発生により蒟蒻ゼリー(一口タイプゼリーを含む)が製造休止になったが、量販店やドラッグストアなどではドライゼリーが空いた棚を獲得したことも市場拡大要因となっている。

##### 4. チーズフード

2008年見込 122億円(前年比108.0%) 2009年予測 128億円(前年比104.9%)

チーズフードは、ナチュラルチーズやプロセスチーズを粉碎、混合、溶解、乳化して製造され、製品中のチーズ分の重量が51%以上のものをいう。ナチュラルチーズやプロセスチーズに比べて低価格であることから業務用・

加工用が中心で、チーズ風味の加工食品が増加する中、市場は拡大している。市場の60%程を占める加工用は製菓・製パン向けのほか、スナック菓子の味付けとしても採用されている。特に製菓・製パンではプロセスチーズからチーズフードへのシフトが進んでいる。チーズ含有量が少ないため、チーズ価格高騰の影響は比較的軽微であったが、07年にはついに値上げが実施された。しかし、ナチュラルチーズやプロセスチーズも値上げが実施されているため、チーズフードへ需要がシフトしており、価格改定後も市場は順調に拡大している。

## 5. 包装餅

2008年見込 495億円(前年比 104.7%) 2009年予測 497億円(前年比100.4%)

包装餅市場は既に飽和状態にある。搗き立てのような伸びや歯切れを訴求した高付加価値商品が発売される一方で、価格競争が中心戦略となり、メーカーの収益を圧迫している。

しかし、正月需要の去った08年1月以降も例年に比べて需要の落ち込みが緩く、また、量販店でも値上げが相次ぐ小麦系のめんやパンに替わる商品として積極的な販促が行われるなど、市場は前年比4.7%増の495億円が見込まれる。

以上

### <調査対象>

チルドデザート	チルドプリン、チルドゼリー、手作り風デザート、チーズデザート、ヨーグルト、プレーンヨーグルト、ハードヨーグルト、ソフトヨーグルト、あんみつ・みつ豆、アジアデザート、フルーツソース
フローズンデザート	アイスクリーム類、高級アイスクリーム、マルチパックアイスクリーム、ノベルティアアイスクリーム、冷凍ケーキ、冷凍プリン・ゼリー、シェイク・ソフトクリームミックス
ドライデザート	一口タイプゼリー、ドライゼリー、豆乳デザート(ドライ)、デザートベース(レトルト)、デザートベース(粉末)、和風デザート、しるこ・ぜんざい
乳油製品	バター、市販用マーガリン類、業務用マーガリン類、プロセスチーズ、ナチュラルチーズ、カマンベールチーズ、チーズフード、チーズフォンデュ、チーズスプレッド、生クリーム、コーヒー用クリーム、ポーションクリーム、インスタントクリーミーパウダー
米飯類	冷凍米飯類(成型タイプ)、冷凍米飯類(バラタイプ)、レトルトライス・無菌包装米飯、セット食品、おかゆ・雑炊・リゾット、包装餅、発芽玄米、無洗米
めん類	スナックめん、生タイプスナックめん、ノンフライスナックめん、即席めん、チルドそば・うどん、チルド中華めん・パスタ、冷凍そば・うどん、冷凍中華めん、冷凍パスタ、乾めん、国産パスタ、輸入パスタ、ビーフン
その他ステープル	パン、中華まんじゅう、冷凍ピザ、チルドピザ・スナック、チルドピザ、シリアルフーズ、プレミックスパウダー・無糖、お好み焼きミックス、プレミックスパウダー・加糖、栄養バランス食(ソリッドタイプ)

### <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9月～10月

資料タイトル:「2009年 食品マーケティング便覧 No.3」

体 裁 : A4判 231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 03-3661-9514 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/>