

## 調味料、調味食品、育児用食品など71品目の市場を調査

2008年の加工食品市場調査（その4）

2008年見込

鍋つゆ

カレー鍋の素に多数メーカーが新規参入し、市場が活性化して2年連続2桁増の230億円

おむすびの素

米飯回帰、内食回帰の流れを受け前年比18.5%増の32億円

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、昨年9月から08年の食品産業界について調査を行なっている。その第4回目の結果を報告書「2009年 食品マーケティング便覧 No.4」にまとめた。

この報告書では、調味料45品目、調味食品21品目、育児用食品3品目、ペットフード2品目、計71品目の市場動向を分析した。

<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    |
|--------|-----------|--------|-----------|--------|
| 調味料    | 1兆5,437億円 | 101.7% | 1兆5,561億円 | 100.8% |
| 調味食品   | 4,704億円   | 103.9% | 4,819億円   | 102.4% |
| 育児用食品  | 682億円     | 99.7%  | 679億円     | 99.6%  |
| ペットフード | 2,556億円   | 101.3% | 2,551億円   | 99.8%  |

調味料は、食用油において、原料高騰と原油高騰による重いコスト負担を強いられた参入各社が07年以降度重なる価格改定を行い、金額ベースでは増加となっているが、数量ベースでは買い控えなどによる減少が続いている。醤油を始めとした基礎調味料は、つゆの素やたれなど、加工度の高い調味料へと需要がシフトしている。近年一貫して右肩上がりの鍋つゆは、“内食回帰”の恩恵を受け引き続き拡大している。08年はカレー鍋の素に新規参入が相次いだことで一層の活性化が見込まれる。また、07年の味の素とヤマキの資本・業務提携に続き、09年4月より協和発酵フーズとキリンフードテックが合併して新会社となることが決定しており、調味料業界においても再編の波が押し寄せている。

調味食品は、“内食回帰”“米飯回帰”の追い風を受け、インスタントカレー、レトルトカレー、インスタントシチュー、レトルトシチュー、お茶漬け、ふりかけ、おむすびの素などが好調である。

育児用食品は、出生数が減少しており市場拡大は難しい状況にあるが、07年に厚生省が発表した「授乳・離乳の支援ガイド」で離乳完了期が3ヶ月伸びたことで、離乳後期のベビーフード開発が期待される。

ペットフードは、飼い犬、飼い猫の寿命が伸びており、ドッグフード、キャットフードともにペットの健康維持のためにライフステージや犬種、飼い方に合わせた商品の好調さが目立っている。

<注目市場>

### 1. おむすびの素

2008年見込 32億円（前年比118.5%） 2009年予測 34億円（前年比106.3%）

おむすびの素は市販用で商品名に“おむすび”“おむすびの素”とあるものだけを対象としている。07年は、丸美屋食品工業が春に「ポケモンおむすび」を終売して市場から撤退し、また永谷園も秋に「おむすび10個」シリーズを終売した。また、トップシェアのミツカングループも「おむすび山」発売25周年を迎え消費者キャンペ

ーンを実施したものの売上には直結せず2桁減となり、トータルでも引き続き前年実績を下回った。

08年は、ミツカングループが年初からの“米飯回帰”“内食回帰”の恩恵を受けて既存品の売上を伸ばしている。さらに新商品の「こうばし醤油」「赤飯風味」がヒットしており、大幅な実績増が見込まれることから、市場は久々のプラスとなる前年比18.5%増の32億円が見込まれる。

## 2. 鍋つゆ

2008年見込 230億円(前年比112.2%) 2009年予測 250億円(前年比108.7%)

鍋つゆは、すき焼きやししゃぶししゃぶのたれ、ぼん酢を除いた鍋料理向けの専用調味料を対象としている。07年は最需要期の冬の気温が低かったことで需要が拡大し、上位を中心に好調な企業が多かった。また、新たに永谷園などがカレー鍋用の商品を発売して市場が活性化したこともあり、前年比13.9%の2桁増を達成した。

08年は、外食を減らして家庭で鍋を食べようという需要が増えると見られる。またカレー鍋の素でカレー大手ハウス食品やエスピー食品などの新規参入により好調を維持し、市場は前年比12.2%増の230億円と見込まれる。

## 3. 白だし

2008年見込 60億円(前年比109.1%) 2009年予測 61億円(前年比101.7%)

白だしは、白醤油や淡口醤油にだしを加えて調味したものを対象としている。つゆの素と同様に汎用性の高さが受け入れられている。07年は需要に飽和感が漂いつつあったが、キッコーマンの参入もあって市場は伸びた。

08年は、白だしがTV情報番組で取り上げられ、多様な和食メニューで使用できる点が紹介されたことで、小売店では一時的に欠品となるほど人気上昇している。それにより各社は軒並み実績を伸ばし、市場は前年比9.1%増の60億円が見込まれる。地域の独自色が強い商材であるため、認知向上を進めることに加え、各エリアの需要を着実に獲得していくメニュー提案の継続が求められる。

## 4. お茶漬け

2008年見込 185億円(前年比108.8%) 2009年予測 194億円(前年比104.9%)

お茶漬けはドライ商品のみを対象としている。07年は、約7割のシェアを占める永谷園の実績が、「わさび茶づけ」のリニューアルや、「冷やし烏龍茶づけ」のヒットで上向きに転じたことから、市場も3年ぶりに伸長した。

08年は、年初にパンや麺類が値上げされた。さらにガソリン高や景気が悪化してきたことで、“米飯回帰”“内食回帰”が鮮明になり、その恩恵を受け上位企業の多くが実績増になると見られ、市場は前年比8.8%増の185億円が見込まれる。しかし永谷園をはじめ、上位企業の多くが値上げを実施していないため、売上は増加しても利益面では厳しい状況にある。

## 5. レトルトカレー

2008年見込 765億円(前年比107.7%) 2009年予測 800億円(前年比104.6%)

レトルトカレーは、“内食回帰”“米飯回帰”の追い風を受けて、08年の市場は前年比7.7%増の765億円と見込まれる。上位各社は主力商品を中心に実績を伸ばしている。ハウス食品は「ククレカレー」が苦戦したものの、主力の低価格な商品が消費者からの支持を受け実績を伸ばしている。大塚食品は主力の「ボンカレー」を始め全体的に順調で、07年に発売した「銀座ろくさん亭 六三郎のまかないカレー」の好調も続いている。また、2月に発売された「黄金のレシピ」シリーズの「卵<オム>カレー」の実績も上乘せされ、前年実績を上回る見込みである。明治製菓は主力商品の「銀座カレー」シリーズが伸びていることに加え、「まるごと野菜なすとトマトのカレー」も続伸しており、実績の2桁増は確実である。

## 6. 風味調味料

2008年見込 679億円(前年比105.1%) 2009年予測 680億円(前年比100.1%)

風味調味料は、だしを調味化した商品のうち、顆粒と粉末タイプのみを対象としている。近年は洋食化が進んだことや、即席味噌汁の台頭もあって調理機会が減少しており、市場は伸び悩んでいる。参入各社は、特売や増量セールを頻繁に実施して需要を喚起してきたものの、かつおの原料価格が高騰していることで価格を見直し始めていく。07年は、シマヤや理研ビタミンは無添加タイプが好調で、ヤマキは粉末・顆粒が堅調、マルトモは配荷の

拡がりや増量キャンペーンなどにより実績を伸ばすなど、市場は微増となった。

08年は、味の素がプロモーションの強化で実績増となると見られ、07年に減量もしくは値上げで苦戦した企業も安定した実績を上げている。和食・内食回帰のトレンドも需要を底支えしており、市場は拡大し前年比5.1%増の679億円と見込まれる。

<調査対象>

|        |  |
|--------|--|
| 調味料    | 食用油、オリーブ油、ごま油、健康油、味噌、しょうゆ、塩（特殊製法塩）つゆの素、白だし、うどんスープ（市販用）、風味調味料、液体風調味料、食酢、すし酢、ぼん酢、本みりん、みりん風調味料、発酵調味料、マヨネーズ、ドレッシング、マヨネーズタイプ調味料・市販用、ノンオイルドレッシング、コンソメ・ブイヨン、焼肉のたれ、ステーキソース、ソース、お好み・焼そばソース、トマトケチャップ、トマトピューレ・ペースト、スパイス類、わさび・からし、純カレー、ペッパーソース、機能性甘味料、浅漬けの素（市販用）、オイスターソース、豆板醤、キムチのたれ、ガラスープ、ラーメンスープ（業務用）、しゃぶしゃぶのたれ、すき焼きのたれ、鍋つゆ、おでんの素、うま味調味料 |
| 調味食品   | インスタントカレー、レトルトカレー、缶詰カレー、インスタントシチュー、レトルトシチュー、インスタントハヤシ、レトルトハヤシ、ピザソース、パスタソース、ブラウン・ホワイトソース、トマトソース、メニュー専用合せ調味食品、チルドメニュー専用調理済食品、炒飯の素、お茶漬け、ふりかけ、おむすびの素、すしの素、釜飯の素、どんぶりの素、ぞうすいの素   |
| 育児用食品  | 育児用調製粉乳、ベビーフード、ベビーフード菓子  |
| ペットフード | ドッグフード、キャットフード   |

<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を併用

<調査期間>

2008年10月～12月

以上

|  |
|--|
| <p>資料タイトル：「2009年 食品マーケティング便覧 No.4」<br/>         体 裁 ： A4判 211頁<br/>         価 格 ： 85,000円（税込み89,250円）<br/>         調査・編集 ： 富士経済 東京マーケティング本部 第一事業部<br/>         TEL:03-3664-5821 FAX:03-3661-9514<br/>         発 行 所 ： 株式会社 富士経済<br/>         〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町2-5 F・Kビル<br/>         TEL03-3664-5811（代）FAX 03-3661-9514 e-mail:info@fuji-keizai.co.jp<br/>         この情報はホームページでもご覧いただけます。<br/>         URL：<a href="http://www.group.fuji-keizai.co.jp/">http://www.group.fuji-keizai.co.jp/</a> <a href="https://www.fuji-keizai.co.jp/">https://www.fuji-keizai.co.jp/</a></p> |
|--|