

2009年12月14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、米飯・めん類など63品目の市場を分析

- 2009年の加工食品市場調査(3) -

## 2009年見込

手作り風デザート 売価が下がり値頃感が評価され、前年比3.9%増の1,060億円

ドライゼリー カロリーゼロ商品が引き続き市場を牽引し、前年比9.7%増の261億円

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、2009年8月から29カテゴリー387品目の加工食品の国内市場について調査を行っている。調査は6回に分けて行い、その第3回目の調査結果を報告書「2010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13品目、フローズンデザート7品目、ドライデザート6品目、米飯類10品目、めん類15品目、その他ステープル12品目の6カテゴリー63品目の国内市場動向を収載した。尚、残り13カテゴリー206品目の市場動向については、次回以降順次報告する。

## &lt;注目市場&gt;

## 1. 手作り風デザート

2008年	前年比	2009年見込	前年比
1,020億円	103.9%	1,060億円	103.9%

要冷蔵で(0~10)消費期限が一週間以内の商品のうち、量販店、CVS等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、生どら焼等を含む)、プリン、ゼリーを対象としている。

不況の影響で消費意欲が低迷する中、売価を下げたところ、他のチルドデザートや洋菓子店のデザートと比べて、値頃感が評価され需要が高まっている。特に、150円以下のシュークリーム、エクレア、クレープ、ワッフルなどのワンハンドデザートが好調である。ワンハンドデザートは、食べる際にスプーンを使わず手を汚さない手軽さと、仕事や勉強中に「ながら食い」ができる利便性がうけている。新しい流れとしてロールケーキが洋菓子店の需要を奪って伸びていることや、生どら焼き、ぜんざい、わらびもちといった新たな和菓子が登場していることである。

安価になり品質も良いことから再び評価されているが、不況による内食回帰で自宅用「デリースウィーツ」としての需要や新たに登場した和菓子がどの程度定着するかが、市場拡大のポイントとなる。

## 2. ドライゼリー

2008年	前年比	2009年見込	前年比
238億円	104.8%	261億円	109.7%

常温流通しているゼリーのうち個食商品を対象としている。近年市場はカロリーゼロ商品が牽引し拡大している。

2008年はカロリーゼロのマルハニチロ食品「ゼリーde ゼロ」がカロリーを気にする女性の需要を獲得してヒットした。その後、たらみが「フルーツのゼロゼリー」で追随している。2009年はブルボンがカロリーゼロ商品「食後の0kcal」を発売したことで、カロリーゼロ商品が引き続き市場を牽引し、拡大すると見込まれる。2010年はカロリーゼロ商品の投入が一巡することから、市場の拡大は緩やかになると予測される。大手量販店では自社PBの比率が大容量の商品を中心に加速している。今後はカロリーゼロのような商品投入がなければ、消費の低迷や増加する低価格PBによって市場の伸びは停滞すると予想される。

### 3. レトルトライス・無菌包装米飯

2008年	前年比	2009年見込	前年比
590億円	98.7%	625億円	105.9%

常温保存可能なレトルトライスと無菌包装米飯を対象としている。無菌包装米飯は、高圧加熱殺菌をしないためビタミンの減少がなく、白米ではレトルトライスよりも食感に優れ、レンジ調理が可能であることから、簡便性と個食ニーズを背景に市場を拡大させてきた。一方、レトルトライスは、無菌包装米飯に需要を奪われ、撤退メーカーが相次ぐなど需要は縮小の一途を辿っていたが、近年は下げ止まりが見られる。

2008年は夏頃まで白米を中心に価格競争が活発で、薄利多売が続いていた。秋以降はまとめ買い需要を取り込んだ3食、5食パックが好調であったが、各社が販売促進費を抑制して収益改善を図った結果、逆に上位企業では苦戦の要因となり市場はマイナスとなった。2009年は3食、5食パックが引き続き好調で市場を牽引している。特に無菌包装米飯では春先の新型インフルエンザ報道で買い置き需要が拡大した。7～8月には買い置き需要が一巡し好調な販売にブレーキがかかったが、春先の貯金により市場はプラス成長が見込まれる。

市場の大半を占める白米では価格競争の激化、低価格なPBの増加でNBを展開するメーカーは苦戦している。また、小規模であるが健康訴求の商品がドラッグストアで伸びており、安定したヘビーユーザーに支えられていることから、堅調に成長すると見られる。

### 4. スナックめん

2008年	前年比	2009年見込	前年比
3,718億円	96.1%	3,821億円	102.8%

カップ入りのインスタント麺(中華めん、うどん、そば、焼きそば、パスタ)を対象としている。スナックめんは幅広い層の支持を受け安定して成長してきた。しかし、短いサイクルで発売される膨大な商品数の中で定番となる商品は少なく、新商品間の競争が続いている。

2008年は値上げによる買い控えと量販店での特売回数の減少、低価格商品やPBの増加などにより市場は4年連続のマイナスとなった。2009年は前年に引き続き生活防衛意識の高まりによって値頃感のある商品やPBが人気を集めている。縦型カップのスナックめん、どんぶり型のうどんではPBの台頭が目覚ましいが、焼きそばは依然NBの「日清焼きそばU.F.O.」「ペヤング」「一平ちゃん夜店の焼きそば」が強く、めんにこだわった明星食品「極麺」や具材を強化した日清食品「カップヌードル」、ストレートめんにした同じく日清食品「日清のどん兵衛」などが健闘していることから、市場は前年を上回ると見られる。

### 5. お好み焼きミックス

2008年	前年比	2009年見込	前年比
108億円	102.9%	115億円	106.5%

お好み焼き粉(たこ焼き粉、もんじゃ焼き粉、チヂミ粉を含む)を対象としている。近年市場の伸びは鈍化していたが、家庭内で簡単に作れて、安く、家族が食卓を囲んで食べられることから、景気低迷による消費者の内食化、手作り志向などを背景に2008年から再び脚光を浴びている。

2007年に続いて、2008年も値上げされたにもかかわらず消費意欲は衰えず、2009年の市場は更に高い伸びとなっている。このため、各社の注力度が高まり、ホットケーキミックスと並んで戦略商品となって様々な販促が行われている。

市場の大半を占めるのが具無しのみックス粉である。家庭で新鮮な具材を加えられるところから好調である。具入りは、土産用もんじゃ焼き粉が伸びている。メニュー別には、市場の大半を占めるお好み焼きが伸びており、たこ焼き粉、もんじゃ焼き粉、チヂミ粉も順調である。たこ焼きは、たこ焼き器が普及してきていることもあり、お好み焼き同様に家族や仲間同士で楽しく作られて食べられるところがうけており、もんじゃ焼きは2008年のNHKドラマ(2008年4月～9月放送「瞳」)の影響が大きい。

< 調査結果の概要 >

カテゴリー	2008年	前年比	2009年見込	前年比
チルドデザート	4,181億円	101.1%	4,326億円	103.5%
フローズンデザート	4,315億円	103.0%	4,289億円	99.4%
ドライデザート	606億円	94.8%	596億円	98.3%
米飯類	2,226億円	108.7%	2,260億円	101.5%
めん類	1兆 817億円	100.2%	1兆 955億円	101.3%
その他ステーブル	1兆 491億円	101.0%	1兆 299億円	98.2%

2009年の市場

チルドデザートでは、低価格志向が強まっていることから各品目で売価が下げられ、値頃感が評価された手作り風デザート、ヨーグルトが堅調に拡大している。

フローズンデザートでは、ほんのちょっと贅沢な商品 (@100円 150円程度) が、7月の天候不順による需要減はみられたが、通年では他のフローズンデザートと比べ好調である。

ドライデザートでは、カロリーゼロ商品が市場を牽引するドライゼリーが好調である。その他ドライデザートでは、ファミリーユースの商品が内食志向の恩恵を受けているが、夏場の天候不順や不況の影響で減少基調が加速している。

米飯類では、レトルトライス・無菌包装米飯で備蓄需要やPBの需要が高まっている他、雑穀が健康志向を追い風に堅調に伸びているが、他の品目は消費者の低価格志向により敬遠され、需要は減少基調にある。

めん類では、冷凍めん、チルドめん、即席めんを中心に内食志向の高まりと、経済性の高さから好調である。また、スナックめんでは2008年頃よりPBが台頭しており、NBの巻き返しが期待される。

その他ステーブルでは、ホットケーキミックスを始めとしたプレミックスパウダー・加糖や、お好み焼きミックスなどは内食志向、経済性の高さから好調であるが、これまで高い伸びを続けてきた栄養バランス食(ソリッドタイプ)は、節約志向によって伸びが鈍化しつつある。

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、シュー、手作り風和菓子、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、脂肪0%ヨーグルト、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、デザートベース(レトルト、粉末・他) 和風デザート、しるこ・ぜんざい
米飯類	冷凍米飯類(成型タイプ、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、おかゆ、包装餅、発芽玄米、雑穀、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、市販用チルドパスタ、冷凍そば、冷凍うどん、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
その他ステーブル	パン、食パン、菓子パン・惣菜パン、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 >

2009年9月～11月

資料タイトル	「2010年 食品マーケティング便覧 No.3」
体 裁	A4判 291頁
価 格	95,000円 (税込み99,750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 : <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>