

農・畜・水産加工品、乳油製品65品目の市場を分析

- 2009年の加工食品市場調査(5) -

2009年見込

クリームチーズ

業務加工用中心の市場に直接食べる市販用が好調で、市場は228億円(前年比9.6%増)

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、その第5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.5」にまとめた。

この報告書では、農産加工品22品目、畜産加工品12品目、水産加工品17品目、乳油製品14品目の4カテゴリ65品目の国内市場動向を記載した。尚、残り7カテゴリ73品目の市場動向については、次回報告する。

<注目市場>

1. クリームチーズ

2008年	前年比	2009年見込	前年比
208億円		228億円	109.6%

ナチュラルチーズの内数・クリームチーズは、今回の調査から別途市場を算出したため、2007年以前の個別データはありません。

クリームチーズは、チーズケーキの材料として業務用を中心に市場が形成されてきた。市販用でも近年はおやつやスプレッド用として浸透している他、手作りブームによる調理用途など、市販用の需要も拡大している。

2008年は、原料価格の高騰による値上げから、主に業務用が打撃を受けた。市場は市販・業務用とも金額ベースでは前年を上回ったものの、数量ベースでは大幅減となった。

2009年は市販用で、森永乳業が3月に新フレーバー「クラフト フィラデルフィアクリームチーズ6Pプレーン」を投入、伊藤ハムが前年に引き続き「キリクリームチーズ」で2個増量セールやTVCMなど販促を強化し、大幅に実績を伸ばしている。また、業務用でも値下げにより需要が回復しており、市場は金額・数量ベースとも前年比10%前後の増加が見込まれる。

2. ソーセージ類

2008年	前年比	2009年見込	前年比
3,285億円	104.3%	3,375億円	102.7%

ソーセージ類は、朝食や弁当のおかずとして定着しており、市場は成熟している。市販用は量販店で特売の対象になりやすく、2袋まとめたバンドル販売が恒常化している。業務用では安価な輸入ソーセージの取扱いも見られる。2006年と2007年の市場は、原料価格の高騰による値上げ(規格変更)から金額ベースで拡大したが、数量ベースでは前年を下回った。

2008年は、日本ハムが「シャウエッセン」発売25周年を迎えて、TVCMの大量投入など販促を強化し、丸大食品が主力「燻製屋」の好調と中食やお弁当需要の高まりを受けるなど、上位メーカーが実績を伸ばしたことから金額・数量ベースとも前年を上回った。

2009年は節約志向による内食化や家庭で作る弁当での需要が高まり、ウインナーソーセージを中心に好調である。また、商品の投入やリニューアル、販促なども継続して行われており、市場は金額・数量ベースとも引き続きプラス成長を果たす見込みである。

3. キムチ

2008年	前年比	2009年見込	前年比
689億円	103.0%	703億円	102.0%

市場は、1990年代後半に唐辛子に含まれるカプサイシンに脂肪燃焼効果があることがTV番組で紹介されたことや、2002年には日韓共催のワールドカップが行われ韓国料理への注目が集まったことなどから拡大してきた。しかし、2003年からマイナス成長に転じている。2005年には中国産と韓国産キムチで寄生虫卵問題が発生し、両国産への不信から輸入キムチが減少した。量販店では国産キムチへの切り替えが行われたが、市場の縮小は続いた。

2007年は、中国産商品に対する不信が強まったことで中国産キムチは低調であったものの、韓国産キムチの需要が回復し始め、特に国産キムチが好調で市場は拡大に転じている。2008年も好調な国産キムチが牽引し、市場の拡大が続いた。

2009年は前年秋からの不況の影響を受けているが、東海漬物「こくうま」をはじめその他国産品も好調であることから、市場は拡大すると見込まれる。各社の注力度は依然として高く、今後も市場は拡大を続けると予測される。

4. 魚肉ハム・ソーセージ

2008年	前年比	2009年見込	前年比
469億円	108.8%	466億円	99.4%

魚肉ハム・ソーセージは手軽で食べやすく、安価で、子供のおやつやお酒などのおつまみとして定着している。

2008年は、すり身価格の高騰や輸送費などのコスト上昇により値上げが相次いだ。しかし、メタボへの関心の高まりを追い風に、マルハニチロ食品の「DHA入り リサーラソーセージ」が実績を伸ばしたほか、日本水産の留め金をプラスチック製にした「エコクリップ おさかなのソーセージ」(2007年発売)が好調を維持した。また、各社の積極的な販促も奏功し、市場は前年比9%増となった。

2009年も健康志向から引き続き消費者の支持を得ているが、景気の悪化を受けて低価格商品、特にPB商品の需要が高まったことから、数量ベースで前年比ほぼ横ばい(0.1%減)、金額ベースでは同0.6%減と見込まれる。低価格商品への需要が高まっているが、DHA入りなど高付加価値商品の需要も維持しており、価格面では二極化している。

5. 冷凍野菜

2008年	前年比	2009年見込	前年比
1,147億円	88.2%	1,126億円	98.2%

2008年は、2月に中国産冷凍餃子事件が発生、10月には中国産冷凍インゲンから基準値の3万倍以上の農薬が検出されるなど、中国産商品の問題が続き市場は縮小した。影響が大きかったのは市販用で、売場が縮小され、冷凍野菜・冷凍食品離れにつながり、実売価格も大きく下落した。一部の量販店では中国産商品の販売を敬遠している。一方業務用は、中国産商品と同等の価格で供給できる商品が少なく代替が利かないため、これらの問題による影響は少なかった。

2009年の市場は、引き続き縮小が見込まれる。市販用では前半は中国産商品に対する不信から減少したが、後半は輸入量が増え回復し始めている。業務用では、ユーザーの使用意欲は低下していないが、外食産業の低迷による減少は避けられないと見られる。

< 調査結果の概要 >

カテゴリー	2008年	前年比	2009年見込	前年比
農産加工品	1兆4,095億円	97.8%	1兆3,752億円	97.6%
畜産加工品	8,538億円	100.7%	8,700億円	101.9%
水産加工品	9,400億円	98.4%	9,152億円	97.4%
乳油製品	6,372億円	105.3%	6,430億円	100.9%

農産加工品は、中国冷凍餃子事件に端を発する中国産食品敬遠の流れによって、冷凍野菜が2008年に大きなダメージを受けた。2009年は後半から回復の兆しもあるが、通年では引き続き市場は縮小が見込まれる。

畜肉加工品は、節約志向による内食化、また家庭で作る弁当での需要が高まり、ロースハムやベーコンの連もの商材、ソーセージ類、チキン加工品の需要が増加している。

水産加工品は、2008年に原料すり身の価格が高騰し、春と夏の2度にわたって値上げが実施されたことから消費者の買い控えが起こった。2009年は原料すり身の価格が下がり始めたことから、値下げに踏み切ったメーカーが出てきているものの需要回復には結びついておらず、市場は縮小が続くと見込まれる。

乳油製品は、2008年に生乳余剰を理由とする生産調整と猛暑による生産不足から、バター不足や国産チーズ価格が上昇した。また国内需要の約8割を占める輸入チーズもオーストラリアの干ばつなどから価格が高騰した。市販用、業務用とも価格に振り回されたが、後半から世界的な不況により需要が減退し、2009年に入り輸入価格が下落し、業務用を中心に値下げが見られる。また10月に国内の生乳価格の引き下げが決定したことを受け、国内大手乳業メーカーも2010年春からの市販用チーズの値下げを発表しており、2010年は需要の回復が期待される。しかし、輸入チーズは再び相場が暴騰すると見られ、業務用を中心に厳しい状況が続くと予想される。

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
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
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
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、クリームチーズ、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

<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11月～2010年1月

資料タイトル	: 「2010年 食品マーケティング便覧 No.5」
体 裁	: A4判 302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 : http://www.group.fuji-keizai.co.jp/ https://www.fuji-keizai.co.jp/