

- 2009年の国内加工食品市場 -

29カテゴリー-388品目市場の調査結果を総括分析

2009年見込

国内加工食品市場は前年比0.6%減の2兆4,764億円

伸び率(前年比)第1位は脂肪0%ヨーグルト 3.7倍、2位はビアテイスト飲料 2.5倍

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2010年2月にかけて行った加工食品29カテゴリー-388品目の国内市場の調査結果を総合分析した。その結果を報告書「2010年 食品マーケティング便覧 総括編」にまとめた。

この報告書では、加工食品29カテゴリー-388品目市場の調査結果の総括分析に加え、2009年の業界動向、流通PB商品の動向、主要企業の海外事業戦略分析、有力企業50社のマーケティング分析などを行った。

<調査結果の概要>

1. 国内加工食品市場(29カテゴリー-388品目)

2008年	前年比	2009年見込	前年比
2兆1兆6,069億円	99.5%	2兆4,764億円	99.4%

2009年は、消費者の生活防衛意識が高まり、節約志向、低価格志向が顕著になった。外食を控え、家で安価に飲食を済ませる内食化や巣ごもり消費が増加した。また、PB食品が価格の面で消費者の支持を得て量販店のみならず、CVSやドラッグストアなどでも急速に広がった。さらに、2008年までは世界的な原料高騰により多くの品目で値上げが行われたが、2009年は原料価格が下落し値下げが行われた。

2009年の加工食品市場は、不況の影響で多くの品目が打撃を受けた。29カテゴリーの内、プラス成長が見込まれたのは18カテゴリーである。その中で、最も成長したのが「炭酸飲料」で、アサヒ飲料の「三ツ矢サイダーオールゼロ」がヒットしたことが高成長に貢献した。

2. 2009年品目別伸び率(前年比)ランキング

順位	品目	伸び率
1	脂肪0%ヨーグルト	366.4%
2	ビアテイスト飲料	253.9%
3	チルドゼリー	124.8%
4	国産新ジャンルビール風味アルコール飲料	123.0%
5	キャラメル	122.4%

2009年の加工食品市場は微減となったが、一方で消費者ニーズをうまく捉えた商品のあった品目や、低価格志向、内食化などの需要を取り込むことができた商品は増加した。

トップとなったのが脂肪0%ヨーグルトである。2009年に明治乳業が商品ラインナップを強化したことや、各社が新商品の投入を進めたことが拡大要因である。2位のビアテイスト飲料は、キリンビールが投入したアルコール度数0.00%の「キリンフリー」が大ヒットしたことから急拡大した。

## <注目商品群・カテゴリー市場>

### 1. 機能型食品

	2008年	前年比	2009年見込	前年比
機能型ビール類	1,756億円	111.1%	1,859億円	105.9%
ローファット飲料	713億円	100.4%	861億円	120.8%
その他	576億円	97.0%	510億円	88.5%
合計	3,045億円	105.5%	3,230億円	106.1%

機能型食品は、普及品のカロリーや脂質をカットし、健康効果、ダイエット効果が期待できる食品を指し、ここでは機能型ビール類、健康油、マヨネーズタイプ調味料（市販用のみが対象）、ローファット飲料の4品目を対象とする。

健康油とマヨネーズタイプ調味料の需要は健康志向から順調に拡大していたが、マーケットスケールの大きい機能型ビール類の需要が低迷していたため、市場は2005年、2006年と前年を下回った。しかし、「スタイルフリー」(アサヒビール)を始めとした「糖質ゼロ」タイプの人気が高まったことから機能型ビール類が大きく伸び、市場は2007年、2008年と拡大した。

2009年は景気の影響で節約志向が一層高まり、健康油やマヨネーズタイプ調味料は普及品と比べて価格が高いことから影響を受けた。特に、健康油ではトップメーカーが販売を自粛したことで大幅に縮小、また、機能型ビール類も価格の安い機能型以外の新ジャンルビール風味アルコール飲料へ需要がシフトしている。しかし、ローファット飲料が、「まきばの空」(森永乳業)や「生乳仕立てさわやかな朝」(タカナシ乳業)が安価商品を求める消費者需要を獲得した。

2010年は機能型ビール類とローファット飲料も別な商品への需要のシフトや前年に急拡大した反動などによりマイナスに転じるため、市場は縮小すると予測される。

### 2. めん類

	2008年	前年比	2009年見込	前年比
スナックめん	3,718億円	96.1%	3,821億円	102.8%
即席めん	1,210億円	99.7%	1,240億円	102.5%
チルド中華めん	1,005億円	102.6%	1,038億円	103.3%
その他	4,884億円	103.1%	4,856億円	99.4%
合計	1兆 817億円	100.2%	1兆 955億円	101.3%

めん類は、内食志向の高まりと、経済性の高さから比較的好調である。2009年は、夏場の天候不順で乾めん、チルドそば・うどんに影響が出たほか、小麦粉価格が一転して下落し値下げを実施したところもあった。

スナックめんは、2008年に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が、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が人気を集めた。

チルド中華めんは、各社冬場の鍋需要に注力しており、今後煮込んでも崩れない鍋メニュー用のラーメンの拡大が期待される。

### 3. スナック菓子

	2008年	前年比	2009年見込	前年比
ポテトチップス	875億円	107.8%	934億円	106.7%
ファブリケート	733億円	106.2%	765億円	104.4%
ポテトシューティング	110億円	117.0%	122億円	110.9%
その他	976億円	108.7%	1,011億円	103.6%
合計	2,694億円	108.0%	2,832億円	105.1%

スナック菓子は2008年秋以降の不況の影響により外出をせず家でDVDを見ながら食べるなど、巣ごもり消費需要の拡大で、定番ブランドを中心に実績を伸ばしている。2009年は、ポテトシューティング、ポテトチップス、小麦系スナック、ファブリケートポテトが前年比伸び率上位品目である。特にポテトシューティングがカルビーのカップ容器商品「Jagabee」の販路拡大、湖池屋の好調によりの成長が著しい。その他の品目においても、定番回帰によりロングセラーブランドの伸長が目立ち、参入各社は新ブランド立ち上げではなく定番ブランドの派生商品に注力する傾向が見られる。

#### 4. ビール類、地ビール、ビアテイスト飲料

	2008年	前年比	2009年見込	前年比
ビール類	2兆1,182億円	97.1%	2兆 468億円	96.6%
(国産新ジャンル風味アルコール飲料)	3,609億円	113.4%	4,440億円	123.0%
地ビール	316億円	101.3%	318億円	100.6%
ビアテイスト飲料	76億円	86.4%	193億円	253.9%

国産新ジャンルビール風味アルコール飲料の実績は、ビール類の内数

ビール類の実績はプレミアムビールが伸びた2006年を除き、2002年以降減少推移している。ビール類の実績が低迷する中、その内数である国産新ジャンルビール風味アルコール飲料(いわゆる「第3のビール」)や機能型ビール類は伸びている。特に2009年は国産新ジャンルビール風味アルコール飲料が好調であった。消費者の節約志向から国産ビール、国産発泡酒からの需要の流入が続いており、参入各社も新商品導入や、基幹ブランドの強化に努めてた。

地ビールは景気の悪化により、観光客が減少しており、土産物や観光地レストランでの販売額は減少を免れず打撃を受けているが、量販店やインターネット通販では好調である。

ビアテイスト飲料は、2009年4月に麒麟ビールがアルコール度数0.00%の「キリンフリー」を発売し、TVCMを投下するなど積極的に展開したところ、一時は欠品状態になるほどの大ヒット商品となった。これを受け、他の大手ビールメーカー3社も追随してアルコール度数0.00%の商品を発売したことにより市場は活性化した。

以上

#### <調査対象> 報告書「2010年 食品マーケティング便覧」No.1~6収載の29カテゴリー388品目

No.1(58品目)	菓子32品目、スナック菓子9品目、スープ類12品目、育児用食品3品目、ペットフード2品目
No.2(60品目)	冷凍調理済食品11品目、チルド調理済食品6品目、その他調理済食品6品目、フライ類8品目、アルコール飲料29品目
No.3(63品目)	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
No.4(68品目)	調味料46品目、調味食品22品目
No.5(65品目)	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
No.6(74品目)	果実飲料11品目、炭酸飲料8品目、乳性飲料13品目、嗜好飲料12品目、健康飲料9品目、その他飲料5品目、嗜好品16品目

#### <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>

2010年2月~3月

資料タイトル	「2010年 食品マーケティング便覧 総括編」
体裁	A4判 298頁
価格	100,000円 (税込み105,000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>