

2010年12月15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

菓子、冷凍・チルド調理済食品、アルコール飲料、デザート、ステープルなど16カテゴリー182品目

## 2010年の加工食品市場と2011年の展望(1)

## 2010年見込

アルコール飲料では水割り洋酒がハイボール人気で前年比2.2倍の156億円

チルドデザートでは健康志向から脂肪0%ヨーグルトが前年比35%増の350億円

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、2010年8月から29カテゴリー390品目の加工食品の国内市場(輸出は含まず)について、6回に分け調査を行っている。その第1回から第3回目までの調査結果を報告書「2011年 食品マーケティング便覧 No.1、No.2、No.3」にまとめた。

報告書No.1(第1回目報告)では、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。報告書No.2(第2回目報告)では、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30品目。報告書No.3(第3回目報告)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品目の国内市場動向を収載した。

## &lt;注目市場&gt;

## 1. 菓子、スナック菓子

菓子はビスケット・クッキーが定番ブランドの徳用タイプの牽引で伸びているほか、プレッツェル、口中清涼菓子、キャラメルなどが伸びている。一方、スナック菓子は、2008年から外出をせず家の中でDVDを見ながら食べるなど巣ごもり需要が高まり、多くの品目で好調を維持している。

	2010年見込	前年比	2011年予測	前年比
プレッツェル	121億円	113.1%	126億円	104.1%
ポテトシューストリング	143億円	111.7%	151億円	105.6%

プレッツェル市場は江崎グリコの「プリッツ」「クラッツ」の販売動向に左右される。2008年は圧倒的シェアを占める「プリッツ」の不調により前年を割り込んだが、2009年は「プリッツ」が再び不調に終わったものの、「クラッツ」がTVCM効果もあり二桁成長を遂げ、市場は僅かに前年を上回った。2010年は3月に発売された「プリッツ こんがり本舗」やTVCM投下などのプロモーションの強化で、「プリッツ」ブランドが二桁近く伸びると見られるほか、ビールの友として「クラッツ」が好調であったことも寄与し、市場は大幅な拡大が見込まれる。なお、「プリッツ こんがり本舗」と共に3月に発売された江崎グリコの「タパスタ」も順次販売エリアを拡大している。

ポテトシューストリングは、2008年の秋以降の不況の影響による巣ごもり消費で特に伸びた品目である。2009年の市場は、2006年以来市場を牽引しているカルビーの「Jagabee」の販路が全国に拡大されたことから前年に続き二桁成長を遂げている。2010年も「Jagabee」は、新フレーバーやCVS、駅売店向けの食べ切りサイズ(16g)が投入され順調である。また湖池屋の「スティックカラムーチョ」「スティックポテト」「フレンチフライ」なども好調である。市場拡大はしばらく続くと思われる。

## 2. アルコール飲料

2010年のアルコール飲料市場は、ビール類の減少が続いており縮小すると見込まれるが、ハイボール人気からウイスキー、水割り洋酒が伸びると見込まれる。また、甲乙混和焼酎、チューハイ、マッコリ、ビアテイスト飲

料なども拡大が見込まれる。

	2010年見込	前年比	2011年予測	前年比
水割り洋酒	156億円	219.7%	174億円	111.5%
マッコリ	43億円	195.5%	56億円	130.2%
ビアテイスト飲料	333億円	167.3%	334億円	100.3%
チューハイ	1,441億円	105.1%	1,502億円	104.2%

水割り洋酒は、サントリー酒類が缶入りタイプの「角ハイボール」を投入したことで、2009年より市場は横ばいから拡大に転じている。2010年も「角ハイボール」の人気は続いており、麒麟ビールから「世界のハイボール」、アサヒビールから「ブラックニッカクリアハイボール」が投入され売上也好調であることから、市場は前年比2.2倍が見込まれる。

韓国伝統のにごり酒であるマッコリは、2010年3月に眞露ジャパンが本格参入(2009年は地域限定販売)し、雑誌やTVのCM投下などのプロモーションにより市場が一気に活性化した。注目度が高まり、取扱企業の引き合いが増え、2010年の市場は前年比約2倍が見込まれる。

ビアテイスト飲料は、アルコール度数0.00%の麒麟ビール「麒麟フリー」が欠品状態になるほどの大ヒットとなり、また、その他のビール3大メーカーからもアルコール度数0.00%の商品投入が相次いだことで、2009年の市場は急拡大した。2010年に入っても「麒麟フリー」の勢いは止まらず、4月に麒麟ビールがアルコール度数0.00%でオルニチンを配合した機能性ノンアルコール飲料「麒麟休む日のAlc0.00%」を発売、その後アサヒビールがカロリーゼロの「アサヒダブルゼロ」、サントリー酒類が糖質とカロリーゼロの「オールフリー」を発売し、いずれも当初の販売目標を上回る売れ行きとなっており、市場は引き続き拡大が見込まれる。

チューハイは麒麟ビールの「氷結 ZERO」をはじめとする機能性を訴求した商品がユーザーからの支持を得る一方、サントリー酒類の「ほろよい」、アサヒビールの「Slat」、麒麟ビールの「コーラショック」など大手ビールメーカーの新商品が軒並みヒットし、2009年の市場は二桁に近い拡大となった。2010年もこれら新商品が引き続き好調で、また近年のハイボール人気「焼酎ハイボール」をはじめとする辛口タイプのチューハイに好影響を与えていることから、市場は拡大すると見込まれる。

### 3. チルドデザート

チルドデザートではチルドプリンとアジアデザートを除く各品目が伸びている。特に注目されるのが手作り風和菓子と脂肪0%ヨーグルトである。

	2010年見込	前年比	2011年予測	前年比
脂肪0%ヨーグルト	350億円	134.6%	365億円	104.3%
手作り風和菓子	58億円	120.8%	61億円	105.2%

脂肪0%ヨーグルト市場は、2007年に日本ルナが「脂肪0%ヨーグルトシリーズ」を発売、消費者の健康志向を背景に、市場が本格化した。2009年は、ヨーグルトトップシェアの明治乳業が、春に「明治プロピオヨーグルトLG21アロエ脂肪0」「明治ブルガリアヨーグルト脂肪0」を発売して新規参入し、6月にはプレーンの「明治ブルガリアヨーグルトLB81脂肪0」を発売した。また、森永乳業が「森永アロエ&ヨーグルト脂肪0」などの発売でラインナップを拡充し、オハヨー乳業が「脂肪&砂糖0%ヨーグルト」を発売するなど、各社から様々な商品が発売された。更にグリコ乳業など新規参入があったことから、市場は前年比4.7倍に成長した。2010年は、日本ミルクコミュニティが、春にプレーンの「ナチュレ恵 脂肪0」を発売して本格的に参入し、森永乳業が春に「ピヒダスヨーグルト脂肪0 4ポットシリーズ」を発売するなど、引き続き各社から様々な商品が発売されている。また前年参入し、トップシェアとなった明治乳業も順調であることから、市場は前年比30%強の拡大が見込まれる。

手作り風和菓子市場は2004年12月にセブン-イレブン・ジャパンが「チルド和菓子」の販売を開始したことで形成された。2009年は6月にセブンイレブンがチルド和菓子専門ブランド「七色茶屋」を投入、白玉ぜんざい、大福、生八橋など品揃えを増やし、専用コーナーを設置するなど注力度を高めた。その他のチェーンでも新商品投入が活発に行われたことから、市場は拡大した。2010年は猛暑の影響で夏場の需要が拡大したほか、ミニストップが「HAPPYRICH SWEETS」、スリーエフが「四彩」、ローソンが「Uchi Café SWEETS」でそれぞれ新商品を投入するなど、首位のセブン-イレブン・ジャパン以外の各チェーンも注力しており、市場は引き続き拡大が見込まれる。

#### 4. フローズンデザート

フローズンデザートは、記録的な猛暑により全ての品目が伸びている。特に注目されるのがアイスクリーム類である。

	2010年見込	前年比	2011年予測	前年比
アイスクリーム類	4,079億円	109.4%	3,790億円	92.9%

2009年の市場は、冷夏で氷菓が大幅に実績を落とし、不況の影響で高級アイスクリームが不振であったことから前年を下回ったが、2010年は一転して前年比10%近い拡大が見込まれる。2010年は記録的な猛暑となったため、濃厚さやコクが特徴の高級アイスクリームが敬遠されたが、氷菓が前年の反動で増加し、欠品や出荷制限される商品が続出した。

#### 5. その他ステーブル

その他ステーブルは、プレミックスパウダー無糖とプレミックスパウダー加糖が伸びている。プレミックスパウダー無糖では特に揚げないから揚げ粉やお好み焼き粉が、プレミックスパウダー加糖ではホットケーキミックスが伸びている。

	2010年見込	前年比	2011年予測	前年比
プレミックスパウダー加糖	219億円	111.2%	227億円	103.7%

プレミックスパウダー加糖は、特に2008年の秋以降の不況の影響による節約志向から内食化、安全な食を求める手作り志向の高まりから需要が拡大している。2009年は秋に値下げが実施されたこと、ホットケーキミックスで様々なスイーツを作る提案がなされたことで市場が拡大した。2010年も市場の大半を占めるホットケーキミックスが引き続き好調で、前年比11%増が見込まれる。

以上

#### <調査対象>

No.1 (計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 (計61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30品目
No.3 (計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、その他ステーブル12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8月～11月

資料タイトル	「2011年 食品マーケティング便覧 No.1、No.2、No.3」
体裁	No.1 A4判 251頁、No.2 A4判 251頁、No.3 A4判 291頁、
価格	各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>