富士経済 GROUP

PRESS RELEASE

第11027号

2011年3月31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

調味料、調味食品、農・畜・水産加工品、飲料、嗜好品など１３カテゴリー２０８品目

―２０１０年の加工食品市場（２）―

―２０１０年見込―
★オリーブオイルが健康志向やメニューの広がりで前年比７.１%増の３０２億円
★紅茶（リキッドタイプ）が猛暑と相次ぐヒット商品の登場で前年比７.３%増の２,２４７億円

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４回から第６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.４、Ｎｏ.５、Ｎｏ.６」にまとめた。

報告書Ｎｏ.４（第４回目報告）では、調味料４７品目、調味食品２１品目。報告書Ｎｏ.５（第５回目報告）では、農産加工品２２品目、畜産加工品１２品目、水産加工品１８品目、乳油製品１４品目。報告書Ｎｏ.６（第６回目報告）では、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品目の国内市場動向を収載した。

＜注目市場＞

１．調味料

オリーブオイルが健康意識の高まりから順調に伸びている。スパイス類も洋風スパイスが家庭への浸透が進んでいる他、話題性の高いラー油の原料としてにんにくや唐辛子の需要が拡大している。また、つゆの素（白だしを含む）やぽん酢が汎用性の高さや近年の内食化を追い風に伸びている。更に、チーズ鍋やカルボナーラ鍋といった洋風の鍋つゆが若いファミリー層など新たな需要を取り込み伸びている。

	２００９年	前年比	２０１０年見込	前年比
オリーブオイル	２８２億円	１１５.１%	３０２億円	１０７.１%
スパイス類	９０８億円	１０１.８%	９４２億円	１０３.７%

オリーブオイルは２０００年代前半、イタリアンブームの終焉と健康油の台頭によりマイナス成長となっていたが、値上げや特売の抑制などにより２００６年に出荷額がプラスに転じ、２００７年にはオリーブに含まれるオレイン酸の整腸作用が料理番組等で取り上げられたことや、他の食用油が高騰したことなどから出荷量もプラスに転じた。以降は健康性がマスコミ等で取り上げられ、内食化、参入メーカーの啓発活動によるオリーブオイル使用のメニューの広がり、健康油の失速がプラス要素となって需要が拡大している。２０１０年は２００９年ほどの勢いはないものの、市販用で強いＪ－オイルミルズ、日清オイリオグループの２強が実績増を続けており、市場は前年比７.１%増の３０２億円になったと見込まれる。

スパイス類は、２００８年後半からの景気の低迷により価格競争が強まったが、一方で内食化が強まり市販用で洋風スパイスやこしょうなどの需要が拡大している。２０１０年は節約志向の高まりから、わさびやからしで廉価品に需要がシフトする傾向が見られるものの、洋風スパイスの続伸や、話題性の高いラー油の原料であるにんにくや唐辛子の需要が拡大しており、市場は前年比３.７%増の９４２億円になったと見込まれる。

２．調味食品

「簡便」「即食」のレトルトカレーが内食化の追い風を受け好調を維持している。弁当需要の高まりからご飯に混ぜ込むタイプのふりかけが好調であるが、お茶漬けや炒飯の素などは、夏場の酷暑で需要が縮小し前年割れにな

ったと見込まれる。洋風ソースでは、ハンバーグソースや鶏肉煮込みソースなど、より専門性・簡便性に優れた商品が多く登場し、好調である。

	２００９年	前年比	２０１０年見込	前年比
ふりかけ	４９４億円	１０２.１%	５０１億円	１０１.４%

２００８年は景気悪化による内食化に加えパンの値上げにより米飯回帰が起り、需要が拡大した。２００９年はパンの値下げで一部がパンへ戻ったが、内食化が強まり、弁当需要も拡大するなど、前年に比べて伸び率は鈍化したもののプラス成長となった。２０１０年は酷暑の影響から前半苦戦を強いられたメーカーもあったが、弁当需要の拡大が続き市場は微増になったと見込まれる。特に参入各社からの投入が相次いだ混ぜ込みタイプが伸びており、市場拡大に貢献している。

３．農産加工品

漬物は、キムチが好調であるが、他が苦戦しておりマイナスが続いている。納豆は熾烈な価格競争の中で中堅企業が撤退を表明し、上位企業への集約が進んでいる。また冷凍野菜は、生鮮野菜高騰の割安感から、一部で需要が拡大している。

	２００９年	前年比	２０１０年見込	前年比
キムチ	７１２億円	１０３.３%	７３５億円	１０３.２%

縮小が続いていたキムチ市場は、中国産食材に対する不信感から中国産の低迷が続いているが、韓国産が徐々に回復してきており、国産も内食化などで需要が拡大したため２００７年以降プラス成長に転じている。２００９年は、トップブランドの東海漬物の「こくうま」が続伸し、美山が夏に発売した大手流通グループのＰＢ商品やピックルスコーポレーションが１０月に発売した「ご飯がススム　こうちゃんのキムチ!!」がヒットしたことで市場拡大した。但し、競合の激化により低価格化が進んだため、販売量の伸ほど販売額の伸びは大きくない。２０１０年の市場は、韓国の天候不順によって輸入キムチが苦戦したものの、大手流通グループＰＢ商品、「ご飯がススム　キムチ」（相田幸二氏との契約切れのため秋に名称変更）の実績が通年で寄与し、美山が秋に発売した「川越達也イチオシキムチ」がヒットしていることなどから引き続き拡大したと見込まれる。

４．農産加工品

ハム類やソーセージ類はＰＢ商品の台頭と価格競争の激化により低価格化が進み、ソーセージ類は内食化や弁当需要の増加で出荷量・額ともに伸びたが、ハム類は出荷量が増えたにも拘らず、出荷額はマイナスになったと見込まれる。食肉加工品缶詰は、ランチョンミートの「ＳＰＡＭ」が伸びている。

	２００９年	前年比	２０１０年見込	前年比
チキン加工品	１,４２０億円	１０１.１%	１,４５５億円	１０２.５%

ここでは冷凍やチルドのからあげ、チキンナゲット、ローストチキン、フライドチキンなど、鶏肉を使った加工品を対象としているが、焼き鳥などの串物やチキンカツなどのフライ類は含まない。

２００９年は減少が続いていた冷凍からあげが内食化や弁当需要の拡大で回復に向かったほか、チキンナゲットが畜肉メーカーの販売強化や弁当需要の拡大で伸びた。２０１０年は引き続き冷凍からあげが回復に向かっているほか、チキンナゲットも前年より伸びている。

５．乳油製品

業務・加工用チーズは、２００９年に輸入、国産ともに単価が下落した。２０１０年には内食、中食需要の拡大を受けＣＶＳデリカ向けのスライスや製菓・製パン向けのソフトなどが伸びた。市販用チーズは、２００９年に大手各社の主力商品が軒並み好調であった。２０１０年には大手２社が値下げを実施したことで、全体的に単価が下落傾向にある。生クリームは、ＣＶＳ洋生菓子の需要拡大により伸びているが、コーヒー用クリーム類は縮小が続いており、消費者の健康志向に合わせた低脂肪タイプで市場の活性化を狙っている。

	２００９年	前年比	２０１０年見込	前年比
生クリーム	１,０９１億円	１０２.３%	１,１１７億円	１０２.４%

生クリーム市場は、２００５年に微減となったが、２００６年以降は微増で推移している。２０１０年は猛暑の影響もあったが、洋菓子需要が堅調であり前年比２.４%増になったと見込まれる。ＣＶＳなどではロールケーキやチルドデザートでは生クリームをふんだんに使用した商品が数多くヒットした。また、デパ地下や一般のスイーツ店、製パンや製菓店でも生クリームを使用しコクや美味しさをアピールした商品が好調である。一方で、コーヒ

ー用途や家庭でのホイップ用途は低迷を続けている。

６．嗜好飲料

嗜好飲料は猛暑の恩恵を受け、無糖茶系飲料が止渇需要を取り込んで市場の縮小幅が小さくなったほか、リキッドコーヒー、紅茶、麦茶、その他ティードリンクはプラス成長になったと見込まれる。

	２００９年	前年比	２０１０年見込	前年比
紅茶（リキッドタイプ）	２,０９５億円	１０１.６％	２,２４７億円	１０７.３％

２０１０年は猛暑の恩恵を受けたほか、キリンビバレッジが紅茶では珍しい１９０ｇ缶を採用した「午後の紅茶エスプレッソティー」を２月に発売し、缶コーヒーユーザーの需要も取り込んでヒットした。また、伊藤園が２００９年に発売した「ＴＥＡＳ’ ＴＥＡ」の続伸、アサヒ飲料が５月に新発売した「ティオ」がヒットするなど、市場は前年比７.３％増になったと見込まれる。

７．嗜好品

嗜好品は、インスタントコーヒー、インスタントティー、緑茶ティーバッグ、ココア、麦茶など、消費者の節約志向を追い風に伸びた品目が数多く見られる。特にプレミックスインスタントコーヒーは夏場需要を新たに掘り起こし、インスタントティーは上位企業による商品へのてこ入れが奏功して伸びたと見込まれる。

以上

＜調査対象＞

Ｎｏ.４ （計６８品目）	調味料４７品目、調味食品２１品目
Ｎｏ.５ （計６６品目）	農産加工品２２品目、畜産加工品１２品目、水産加工品１８品目、乳油製品１４品目
Ｎｏ.６ （計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１０月～２０１１年２月

資料タイトル ：「２０１１年　食品マーケティング便覧　Ｎｏ.４、Ｎｏ.５、Ｎｏ.６」
体　　裁　：Ｎｏ.４　Ａ４判　２６３頁、Ｎｏ.５　Ａ４判　２９５頁、Ｎｏ.６　Ａ４判　３５５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：http://www.group.fuji-keizai.co.jp/　https://www.fuji-keizai.co.jp/