

2011年5月17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

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）

2010年の加工食品市場を総括分析

2010年見込

国内加工食品市場は前年比0.5%増の21兆4,802億円

伸び率（前年比）第1位は果汁飲料 2.8倍、2位は水割り洋酒 2.2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、2010年8月から2011年2月までに6回に分けて行った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）の調査結果を総括分析した。その結果を報告書「2011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390品目の市場調査結果の総括分析に加え、2010年の業界動向、注目トピックス、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390品目）

	2009年	2010年見込	前年比
国内加工食品市場	21兆3,805億円	21兆4,802億円	100.5%
健康飲料	6,836億円	7,446億円	108.9%
フローズンデザート	4,269億円	4,626億円	108.4%

健康飲料、フローズンデザートは国内加工食品市場の内数

2010年見込の加工食品市場は、2007年以来3年ぶりのプラスとなる前年比0.5%増の21兆4,802億円である。

全29カテゴリーの内、2010年見込で前年比プラスとなるのは19カテゴリーである。その中で最も高い伸びを示したのが健康飲料である。これは2010年が記録的な猛暑であったため、機能性清涼飲料やスポーツドリンクが大幅増となったことからである。また、2番目に高い伸びを示したのがフローズンデザートである。フローズンデザートの高成長も猛暑でアイスクリーム類が急増したことが寄与している。

2010年見込品目別伸び率（前年比）ランキング

順位	品目	前年比
1	果汁飲料	276.7%
2	水割り洋酒	219.7%
3	マッコリ	195.5%
4	ビアテイスト飲料	167.5%
5	脂肪0%ヨーグルト	134.6%

2010年見込の品目別伸び率ランキング第1位は果汁飲料である。サントリー食品インターナショナルが「なっちゃん! オレンジ」の果汁を20%から50%へ引き上げたことによって、その実績が果汁飲料へ加算されたためである。

伸び率ランキング第2位は「水割り洋酒」である。サントリー酒類をはじめ各社から缶入りタイプのハイボールが発売され、ヒットしたことからである。

2009年の伸び率ランキング第1位の脂肪0%ヨーグルト、第2位のビアテイスト飲料は、今回それぞれ第5位、第4位のランクインである。

<注目商品群・カテゴリー市場>

1. 機能型食品

	2009年	2010年見込	前年比
機能型ビール類	1,796億円	1,960億円	109.1%
ローファット飲料	890億円	897億円	100.8%
健康油	327億円	277億円	84.7%
マヨネーズタイプ調味料・市販用	195億円	175億円	89.7%
合計	3,208億円	3,308億円	103.1%

注：億円単位で四捨五入しているため必ずしも合計とは一致しません。

ここではカロリー、脂質カットなどの機能性を付与し、健康効果、ダイエット効果が期待できる機能型ビール類、健康油、マヨネーズタイプ調味料・市販用、ローファット飲料を対象としている。2010年見込の市場は機能型ビール類で糖質ゼロ（オフ）+ を訴求した商品の好調が続く拡大した。尚、ローファット飲料は、成長に頭打ち感が見られるが、一部の上位企業の実績に伸長が見られたことからほぼ横ばい、健康油、マヨネーズタイプ調味料・市販用の両市場は低価格志向などの影響から引き続き前年割れとなった。

機能型ビール類は、2010年3月に麒麟ビールが「麒麟ZERO」をブラッシュアップした「麒麟ゼロ<生>」を、アサヒビールが「ストロングオフ」を投入している。特にアサヒビールは「ストロングオフ」の好調で実績が伸びた。

ローファット飲料は、新商品の「緑の大地」や「すっきり飲めるCa+鉄脂肪乳」のリニューアル「すっきりCa鉄」が好調な日本ミルクコミュニティ（現・雪印メグミルク）、2009年にヒットした「まきばの空」が引き続き好調な森永乳業などの実績が伸びている。

2. めん類

	2009年	2010年見込	前年比
スナックめん	3,830億円	3,900億円	101.8%
乾めん	1,240億円	1,288億円	103.9%
即席めん	1,205億円	1,185億円	98.3%
チルドそば・うどん	1,060億円	1,040億円	98.1%
その他	3,360億円	3,365億円	100.1%
合計	1兆 695億円	1兆 778億円	100.8%

注：億円単位で四捨五入しているため必ずしも合計とは一致しません。

ここではスナックめん（カップ入りインスタントめん）、即席めん（袋入りインスタントめん）、チルドそば・うどん、チルド中華めん、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、輸入パスタを対象としている。市場は成熟し切っており、プラスとなる年もあるが、長期的に見ると縮小基調で推移している。2010年は、業務用を中心に競合の激化によって低価格化が進んだ冷凍そば、冷凍うどん（その他に含まれる）、記録的な猛暑の影響を受けた即席めん、チルドそば・うどんが縮小したが、猛暑の恩恵を受けた乾めんや、主要商品のリニューアルなどでスナックめんが伸びた。

冷凍そばは、市販用が夏場の記録的な猛暑により需要を伸ばしたものの、冷凍うどんとともにウェイトの高い業務用が競合の激化による単価ダウンが続いた。即席めんは、6月まで例年と比べて低温であったため需要が増加していたが、7月以降の記録的な猛暑と9月末近くまで続いた残暑の影響を受けた。チルドそば・うどんは、夏場の記録的な猛暑により一部商品は恩恵を受けたものの、価格競争が続いている。

一方、乾めんは、めん類の中で夏場の気温に最も左右されやすく、猛暑と長引いた残暑により、うどん・そうめん・そばなど、いずれも好調であった。また、めん類市場で最も規模が大きいスナックめんは、夏場に記録的な猛暑で消費者の購買意欲が減退したが、前年からの主要商品のリニューアル効果や「太麺堂々」「JANJANソース焼そば」など新商品のヒットなどで市場が活性化した。

3. トマト加工品

	2009年	2010年見込	前年比
トマトケチャップ	403億円	401億円	99.5%
トマトピューレ・ペースト	82億円	81億円	98.8%
素材系トマト	90億円	93億円	103.3%
トマトソース	59億円	61億円	103.4%
合計	634億円	636億円	100.3%

注：億円単位で四捨五入しているため必ずしも合計とは一致しません。

ここではトマトケチャップをはじめ、素材系トマト（トマトのジュース煮、水煮の缶詰、紙パック、レトルトパウチ、BIBなどの商品）、トマトピューレ・ペースト、トマトソースを対象としている。素材系トマト、トマトピューレ・ペースト、トマトソースは、1990年代のイタリアンブームによりイタリア料理店の増加や家庭へのイタリア料理の普及で市場が拡大してきた。2010年は、素材系トマトの割安な輸入品が、またトマトソースでより簡便性を追求したトマトベースソースが需要を取り込み、低価格化で実績が伸び悩んでいるトマトケチャップをカバーしている。

トマトソース、素材系トマトは、メーカー側がレシピ提案などを活発に行ったことで家庭内調理での使用を後押しし、市販用で大きく拡大した。

一方、トマトケチャップは、市販用・業務用ともに低価格化し、数量ベースでは前年を上回ったが、金額ベースで下回り、トマトピューレ・ペーストは市販用・業務用ともに簡便な専用トマトソースなど、使いやすい素材トマトに需要がシフトし縮小した。

Bag In Box：紙製の箱（段ボール）と特殊バッグ（プラスチック製袋など）を組み合わせた軽くて丈夫な廃棄処分しやすい液体容器。

以上

<調査対象> 報告書「2011年 食品マーケティング便覧」No.1～6 掲載の29カテゴリー390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 (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 (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47品目、調味食品21品目
No.5 (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 (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>

2011年1月～3月

資料タイトル	「2011年 食品マーケティング便覧 総括編」
体 裁	: A4判 286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 : http://www.group.fuji-keizai.co.jp/ https://www.fuji-keizai.co.jp/