

中食市場と流通4チャネルの動向を調査

- 2012年予測(10年比) -

- 全体市場 : 6兆706億円(2.7%増) 大震災後の節電、家庭内での火の使用敬遠が影響
- 量販店の弁当 : 1,730億円(6.4%増) 値ごろ感あるメニューが成長
- CVSの鶏から揚げ・フライドチキン : 1,473億円(15.0%増) セブンイレブンの注力
- CVSのパスタ : 1,092億円(12.3%増) ヒット商品登場

総合マーケティングビジネスの(株)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、11年10~12月にかけて、業界にとって拡大が望める市場のひとつである中食(惣菜を含む)の市場を調査した。

この調査では、7分野25メニューの市場とチャネル動向、参入企業を分析し、メニューごとに売れ筋チャネルと人気要因を明らかにした。また競合するファストフードやホームデリバリーの販売動向と比較分析を行い、競合関係を明らかにした。チャネル市場は、量販店、CVS、百貨店、テイクアウトの4チャネルを対象に各市場規模や参入企業の動向に加えて、メニューごとの構成比を算出し、チャネルごとに売れているメニューとその要因を明らかにした。さらに注目される主要企業12社の惣菜部門売上や顧客特性、販売促進活動、オペレーション、主要メニューを分析した。

この調査結果を報告書「中食・惣菜市場のメニュー×チャネル徹底調査 2011」にまとめた。

< 調査結果の概要 >

外食、中食市場推移(11年見込、12年予測)

	2010年	2011年	10年比	2012年	10年比
外食市場	25兆5,628億円	24兆8,175億円	97.1%	24兆5,986億円	96.2%
中食・惣菜市場	5兆9,100億円	6兆242億円	101.9%	6兆706億円	102.7%

「外食市場」は、本調査で対象とした中食(惣菜を含む市場)、「テイクアウト」、「ホームデリバリー・ケータリング」業態を含まない。

[11年の市場動向]

中食の市場規模は小売ベースで6兆242億円、前年比101.9%の見込みである。約25兆円の外食市場に比較すると小さいが今後の成長産業として期待される。弁当類の1兆4,398億円を筆頭にフライや和風総菜などのホットデリカ、パン・調理パン、寿司やおにぎりの米飯類と続く。

11年3月の大震災以降、節電や家庭内で火の使用を敬遠する傾向が強まり、調理いらずの中食・惣菜の市場が伸びている。長引く不況の影響から消費者の節約志向が強まり、外食を控える一方で、メニューによっては家庭で調理するより割安な中食に対する人気が高まっている。

毎日の食事を供給する惣菜売場は、消費者を飽きさせないために旬の食材を素早く揃えて季節ごとに売場構成を変えて対応する。しかし食材不足や新興国との奪い合いによって食材事情が悪化しており、中食企業だけでなく原料素材を供給する食材メーカーにとっても、より適切な商品開発ためメニューの見極めが重要性を増している。

弁当類(弁当、丼ぶり・カレー 1兆4,398億円、前年比101.1%)は08年後半からの不況による外食敬遠や節約志向を受け、主に低価格商品の需要が高まってきた。大震災もこの傾向を強めたと見込まれる。実績を高めてきたのは量販店で、徹底した効率化により低価格化を実現しつつ、価格一辺倒に飽きた消費者ニーズに応えて、食材品質レベルやボリュームの値頃感のある水準を保ち提供する動きが目立ってきている。CVSのこのメニューは、外食ファストフードとの競合もあって前年水準に落ち着いている。

米飯(おにぎり・手巻き寿司、寿司、赤飯などその他米飯 9,821億円、前年比102.0%)では、おにぎり・手巻き寿司は特に量販店での値崩れが激しいが、バイキング方式を導入してまとめ買いに繋げる努力がなされている。またCVS寿司はチルドや低温管理の生寿司を取り扱うチェーンが増えており、量販店のシェア奪取を目

指していると思われる。量販店とCVSの攻防が市場を活性化して行くと予測する。

麺類(3,961億円、前年比104.8%)は、CVSの売上が7割を占めこのメニュー動向を左右する。CVSはパスタに注力しており、ファミリーマート「三ツ星パスタ」、ローソン「パスタ屋」シリーズなど本格感の高いメニューが好調な売れ行きを続けている。量販店では最需要期である夏場にそば・うどんやラーメン・冷やし麺の伸びが見られなかったが、他のチャンネルで夏場の節電がプラスに作用し麺全体では需要の増加が見込まれる。

パン・調理パン(1兆2,737億円、前年比101.7%)は、原料小麦の価格高騰を受けて、メーカー各社が価格改定を行ったことから、金額ベースでプラス推移と見込まれる。CVSではホットドッグや具材を挟んだロールパンの消費期限を延ばす動きが見られる。

ホットデリカ(フライ類、中華総菜、和風総菜、畜肉惣菜、洋風惣菜、エスニック、スープ・鍋 1兆3,438億円、前年比101.9%)は、鶏のから揚げ・フライドチキンやポテトなどフライ類の需要が大きく高まっている。また、スープ・鍋も秋冬商材の品揃えを強化しており、ヒット商品も出て注目が集まると見込まれる。

コールドデリカ(3,659億円、前年比101.9%)は、サラダの構成比がほぼ100%で、CVSや百貨店が大震災以降好調を続けて市場は拡大している。

チャンネル別販売動向(11年見込、12年予測)

チャンネル	2010年		2011年		2012年	
	販売額	構成比	販売額	前年比	販売額	10年比
量販店	22,245億円	37.6%	22,563億円	101.4%	22,694億円	102.0%
CVS	21,649億円	36.6%	22,560億円	104.2%	22,887億円	105.7%
百貨店	3,562億円	6.0%	3,566億円	100.1%	3,578億円	100.4%
テイクアウト	8,865億円	15.0%	8,875億円	100.1%	8,887億円	100.2%
ベーカリーショップ	2,779億円	4.7%	2,678億円	96.4%	2,660億円	95.7%
合計	59,100億円	100.0%	60,242億円	101.9%	60,706億円	102.7%

[11年市場の動向]

CVS(2兆2,560億円、前年比104.2%)は、店舗の増加と、大震災に対応し新しい客層の取り込みに成功した結果、弁当・惣菜の売上が増加している。ホットデリカに含まれるチキンなどのフライ商品が特に好調である。主食分野では麺にヒット商品が登場し、弁当では低温管理のため消費期限を長く設定できるチルド弁当が健闘している。

量販店(2兆2,563億円、前年比101.4%)は、外食からの需要シフトと、3月の大震災によって一時的に消費者が食料を確保する機運が高まって来店数が増加した。その後も節電により、家庭内調理を行う回数が減少して追い風となり、プラス成長が見込まれる。量販店チャンネルで3割のシェアを有しているフライ類、中華・和・畜肉惣菜やスープ類などホットデリカが、中食需要の高まりに伴い全般的に堅調な需要に支えられている。近年特に参入チェーンでは“とんかつ”や“コロッケ”など家庭では調理に手間のかかるフライメニューで付加価値を訴求した商品が売れ筋メニューとなっている。

百貨店(3,566億円、前年比100.1%)は、大震災以降の消費冷え込みが見られるものの、高付加価値を求める消費者の需要を獲得して、専門店惣菜の信用度が寄与しプラス成長になった見込みである。

テイクアウト(8,875億円、前年比100.1%)は、大震災後の節電傾向が強まっていた中、梅雨明けが早く気温が一気に上昇したことから、家庭内調理で室内温度が上がるのを敬遠し、弁当・惣菜を購入する消費者が見られた。店側は、イオンなど大手量販店と同様に更に惣菜強化の動きを見せ、特に帰宅ラッシュの5時前から品揃えを強化する対策を講じたことによりほぼ前年並みに留まったと見込まれる。

ベーカリーショップ(2,678億円、前年比96.4%)は、商品単価の低い量販店やCVSの流通パンに需要が流れ、個店ベーカリーショップの店舗数減少に歯止めがかからなかったことから減少が続いたと見込まれる。

<注目市場>

CVSの鶏のから揚げ・フライドチキン

2010年	2011年見込	前年比	2012年予測	10年比
1,281億円	1,421億円	110.9%	1,473億円	115.0%

このメニューは、十分な食べ応えがあり主菜にもなりうる万能性に優れている。大手のCVSチェーンで積極的に導入した結果、単身者を中心に需要が伸びておりCVSチャンネルの主力売れ筋商品として好調に伸びを記録している。11年には、前年比10.9%増の1,421億円を記録し、12年予測では10年比15%増の1,473

億円となる。セブンイレブンの「からあげ棒」、ローソンの「からあげクン」「Lチキ」などが好調に推移している。

CVSの Pasta

2010年	2011年見込	前年比	2012年予測	10年比
972億円	1,069億円	110.0%	1,092億円	112.3%

11年は、CVSチャンネルがPasta市場シェアの90%を占めてヒットを続けており、ファミリーマート「三ツ星Pasta」、ローソン「Pasta屋」など本格感の強い商品が需要を拡大し、Pasta全体の市場(12年予測1,210億円10年比110.9%)をけん引している。さらにセブンイレブンも消費期限を長くした商品を投入しているため4チャンネル全体でも9%の伸びを見込む。12年予測では、CVSチャンネルで10年比12.3%の伸びにより、1,092億円に拡大する。

量販店の弁当

2010年	2011年見込	前年比	2012年予測	10年比
1,626億円	1,694億円	104.2%	1,730億円	106.4%

11年、弁当は不況により着実に販売を増やしている。特に量販店では、価格一辺倒の販売戦略から、出来立て感を訴求し、アイテムや品揃えを強化して総菜売場の注力商材と位置付けるチェーンが増えてこのチャンネルの伸びが高まっている。大震災の影響もあり、家庭内調理の機会が減少したことも追い風となり、市場全体として堅調な動きとなる見込みである。量販店弁当は12年に1,730億円(10年比106.4%)とバリエーションを拡大し品揃えも強化していることから他チャンネルの需要までも取り込み拡大を続けると予測する。

量販店の寿司

2010年	2011年見込	前年比	2012年予測	10年比
2,592億円	2,638億円	101.8%	2,662億円	102.7%

近年、量販店を筆頭に中食市場では増加が続いている。市場のチャンネル構成比では、量販店が90%近くを占めている。にぎり寿司、チラシ寿司、いなり寿司ともに多様なラインナップがあり、主に休日の“ハレの日需要”を獲得すべく週末に品揃えを強化するチェーンが多く実績は安定している。

<調査対象>

メニュー 7分野25種類 流通4チャンネル他

主要中食関連企業12社

<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を主体に各種公的データを補足

<調査期間> 2011年10月~12月

以上

資料タイトル	: 「中食・惣菜市場のメニュー×チャンネル徹底調査 2011」
体裁	: A4判 271頁
価格	: 書籍版 140,000円 (税込み147,000円) 書籍・電子版セット 160,000円 (税込み168,000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:03-3664-5821 FAX:03-3661-9514
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 TEL:03-3664-5811 (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/