

量販店とCVS「惣菜パン」伸長 品質向上や中食志向の高まりで

小売パン（流通パン、ベーカリーショップ）など 国内パン市場を調査

- 2012年市場見込 -

流通パン：1兆4,398億円（前年比0.3%増） ベーカリーショップ：4,067億円（同0.8%減）

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、流通パン、ベーカリーショップ（焼きたてパン）から外食店のパンメニューまで、パンの国内市場を販売チャネル別に調査した。

その結果を報告書「パン市場のチャネル別需要分析調査 2012」にまとめた。

この調査では、パン市場を小売パン（流通パン、ベーカリーショップ）市場と外食店パン市場に大別し、更に小売パン市場は量販店、CVS（コンビニエンスストア）、チェーンベーカリー、個店ベーカリー、量販店インスタベーカリー、外食店パン市場はコーヒーショップ、ホテル朝食バイキングの計7チャネルに分類し、各チャネルの現状を分析して今後を予測した。

また、注目商品市場として、業務用冷凍パン生地、業務用焼成済み・半焼成済み冷凍パン、市販用冷凍パン、市販用チルドスナック、市販用ロングライフパン、災害時非常用保存パン、市販用パン原料（プレミックスパウダー、強力粉、ドライイースト）の7品目についても調査・分析を行った。

< 調査結果の概要 >

1. 小売パン市場（小売販売額）

1) 流通パン

チャネル	2011年	前年比	2012年見込	前年比
流通パン	1兆4,357億円	102.1%	1兆4,398億円	100.3%
量販店	7,097億円	102.2%	7,086億円	99.8%
CVS	7,260億円	102.0%	7,312億円	100.7%

2011年の流通パン市場は、前年比2.1%増の1兆4,357億円となった。

東日本大震災後の需要増に対応するため、製パンメーカーは新商品の投入を見送り、基幹商品や製造効率の良いフィリングタイプ（具入り）の菓子パンに生産を絞り込んだ。量販店では特売を中止して供給量の確保に努めた。5月頃には需要が落ちついたものの、節電対策から調理が不要な菓子パンや惣菜パンの需要が増した。また、惣菜パンは製パンメーカー、原料メーカーの技術開発による品質向上や中食志向の高まりなどを背景に、量販店、CVS共に市場が拡大した。

2012年の流通パン市場は、前年比0.3%増の1兆4,398億円が見込まれる。

量販店では、前年の需要増による販売額を維持するため、特売の頻度を上げて売上の回復を図っているほか、製パンメーカーは惣菜パンを中心に新商品の投入を強化している。これまで取り扱いの少なかったドラッグストアなども流通パンの取り扱いを拡大させており、量販店からの需要流出が一部で見られるものの、惣菜パン、食パンが好調に推移していることから、量販店市場は前年並みの実績を維持すると見込まれる。

CVSでは、顧客層の拡大に努めるべく、食パンやテーブルパンなどこれまで量販店のボリュームゾーンとされてきた品目に注力している。また、店舗数の増加も後押しして、CVS市場はプラスを維持すると見込まれる。

2) ベーカリーショップ (焼きたてパン)

チャネル	2011年	前年比	2012年見込	前年比
ベーカリーショップ	4,100億円	99.8%	4,067億円	99.2%

ベーカリーショップの店舗数は、大手チェーンベーカリーの多店舗化が進んだことで飽和感が出てきており、近年は微減が続いている。厳しい市場環境の中、2011年のベーカリーショップ市場は、前年比0.2%減の4,100億円となった。

チェーンベーカリー(定義:10店舗以上の多店舗展開をしているチェーン)は、これまでの買い控えの反動で百貨店内の店舗などでは客単価が若干上がった一方、量販店内の店舗などでは流通パンとの競合や98円均一ベーカリーの拡大で客単価が上がらなかった。それでも、チェーンベーカリー市場全体としては微増となった。

個店ベーカリー(定義:9店舗以下の多店舗展開をしているチェーン店及び個人経営店)は、流通パンやチェーンベーカリーとの差別化に成功していない店などでは厳しい状況が続いている。

2012年も厳しい市場環境が続いており、ベーカリーショップ市場は前年比0.8%減の4,067億円が見込まれる。大手チェーンベーカリーは、量販店や商業施設への新規出店で店舗数の増加が見込まれるが、経営体力の劣る小規模チェーンや個店ベーカリーは、今後も店舗数を減らすと考えられる。

2. 流通パンにおける惣菜パン市場 (小売販売額)

チャネル	2011年	前年比	2012年見込	前年比
量販店	968億円	102.2%	986億円	101.9%
CVS	2,062億円	102.0%	2,096億円	101.6%

1) 量販店

2011年は東日本大震災直後に製パンメーカー各社が基幹商品へ生産を絞り込んだため品揃えが不足したものの、ハム・ソーセージ入りなど定番の惣菜パンは実績が拡大した。また、同年後半の山崎製パン「ランチパック」の新商品投入や敷島製パン「スティックタイム」の販売地域拡大なども要因に、量販店惣菜パン市場は前年比2.2%増の968億円となった。

2012年は「スティックタイム」などの複数個入り商品、フジパン「朝食マフィン」などの朝食訴求商品、山崎製パン「パリュエリ」などの常温サンドタイプ商品が好調なことから、量販店惣菜パン市場は前年比1.9%増の986億円が見込まれる。

2) CVS

CVSの流通パン全体に占める惣菜パンの構成比は、中心顧客である男性層に支えられて菓子パンに次いで高くなっている。ナショナルブランド商品が大半を占める量販店に対して、CVSはプライベートブランド商品が多い。このためCVS側の注力度も高く、各社の差別化が進んだことが市場の拡大を牽引している。CVS惣菜パン市場は2011年に前年比2.0%増の2,062億円となり、2012年には同1.6%増の2,096億円が見込まれる。

売れ筋はボリューム感のある100円前後の商品であるが、近年では購買単価が上昇しており150円前後の商品も売れ筋の上位に入っている。また、米粉を使用した商品や低カロリー商品など女性層の需要開拓も見受けられ、今後も堅調な推移が予測される。

<注目商品市場>

1. 市販用冷凍パン (メーカー出荷額)

2011年	前年比	2012年見込	前年比
12億円	150.0%	17億円	141.7%

近年市場が本格的に立ち上がった市販用冷凍パンは、2010年に冷凍食品メーカーの参入が相次ぎ、2011年はメーカー、販売店とも注力が高まったことから、前年比50.0%増の12億円となった。大手小売りチェーンが冷凍食品売り場のテコ入れとしてコーナー展開するなど力を入れており、市販用冷凍パンの販売チャネル全体に占める量販店の構成比が年々上昇している。

菓子パンとテーブルパンが多数を占める中で、2012年秋には惣菜パンの投入が予定されており、今後の拡大が予想される。同年の市場は、前年比41.7%増の17億円が見込まれる。現状では電子レンジで手軽に調理できる焼成済みタイプが大きく伸ばしているが、焼成済みから半焼成、二次発酵後など加工度別に消費者層が広が

ていくことが期待される。

2. 市販用ロングライフパン（メーカー出荷額）

2011年	前年比	2012年見込	前年比
157億円	103.3%	162億円	103.2%

市販用ロングライフパンは、賞味期限が30日以上の商品を対象とした。流通パンとカニバリを起こす可能性があるため、ドラッグストア、駅売店、高速道路、自動販売機など流通パンの取り扱いがない又は少ないチャンネルを中心に展開されてきた。東日本大震災が発生した2011年は非常食・保存食の一つとして注目され、量販店やCVSでの新規取り扱いの増加を受けて、市場は前年比3.3%増の157億円となった。

2012年も消費者の防災意識が高いことや、取り扱い店舗も広がっていることから、市場は前年と同程度の拡大を維持すると見込まれる。同年6月には日糧製パンが新規参入をしており、今後も市場の拡大が予想される。

3. 市販用パン原料（メーカー出荷額）

品目	2011年	前年比	2012年見込	前年比
プレミックスパウダー	18億円	112.5%	21億円	116.7%
ドライイースト	38億円	102.7%	39億円	102.6%

ホームベーカリーの普及や節約志向、肉食志向を背景として、家庭でパンを焼く消費者が増えている。あらかじめ材料が配合されているプレミックスパウダーは、強力粉よりも簡便なことからパン作りの初心者を中心に支持を集めている。ドライイーストはプレミックスパウダー、強力粉のいずれを使う場合でも不可欠であり、ホームベーカリーの普及と連動し緩やかに市場が拡大している。

競争激化によってホームベーカリーの価格は低下しており更なる普及が期待できることから、原料市場も引き続き拡大していく見通しである。

<調査対象>

【小売パン】量販店、CVS、チェーンベーカリー、個店ベーカリー、量販店インスタアベーカリー（チェーンベーカリー、個店ベーカリーの内数）
【外食パン】コーヒESHOP（ベーカリーカフェ含む）、ホテル朝食バイキング
【対象品目】食パン、テーブルパン、惣菜パン、菓子パン、チルドパン
【注目商品】業務用冷凍パン生地、業務用焼成済み・半焼成済み冷凍パン、市販用冷凍パン、市販用チルドスナック、市販用ロングライフパン、災害時非常用保存パン、市販用パン原料（プレミックスパウダー、強力粉、ドライイースト）

<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

<調査期間>

2012年6月～7月

以上

資料タイトル	：「パン市場のチャンネル別需要分析調査 2012」
体裁	：A4判 231頁
価格	：120,000円（税込み126,000円） PDF/データ版 130,000円（税込み136,500円） 書籍版・PDF/データ版セット 140,000円（税込み147,000円）
調査・編集	：富士経済 東京マーケティング本部 第一統括部 第一部 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/