

27分野402品目の加工食品の国内市場

2013年の加工食品市場を総括・分析

2013年見込

国内加工食品市場は前年比0.6%増の21兆5,580億円

伸び率ランキング 第1位は缶詰カレー、2位は和風メニュー専用合せ調味食品

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、2013年7月から2014年3月まで6回に分けて行った27分野402品目の加工食品国内市場の調査結果を総括分析し、その結果を報告書「2014年 食品マーケティング便覧 総市場分析編」にまとめた。この報告書では、国内加工食品市場に加え、2013年の業界動向、増税や原料価格高騰などコスト面の変化による市場への影響、リーディング企業33社のマーケティング分析などを行った。

< 調査結果の概要 >

国内加工食品市場(27分野402品目)

2012年	2013年見込	前年比
21兆4,195億円	21兆5,580億円	100.6%

2013年見込の加工食品市場は、前年比0.6%増の21兆5,580億円である。景気は回復傾向にあるものの、消費者の節約志向は依然として強く、店頭では激しい価格競争が続いており、2012年よりも伸びが鈍化する。円安が急速に進んだことから原料価格が高騰し、価格改定の実施も多くみられた他、利幅が低下する低価格商品を補うためにプレミアム商品の強化を進めるメーカーが増えている。

ヒット商品のキーワードとしては、プレミアム商品や、特定保健用食品の新規需要開拓、味の素「鍋キューブ」に代表される調味料での少人数対応、メニュー専用合せ調味食品での和風メニュー展開などの新カテゴリー創出、サントリー食品インターナショナル「伊右衛門 特茶」の体脂肪分解など新奇性の高い機能性、新たな喫食シーン開拓などが挙げられる。大型ヒット商品が誕生しにくい中、消費者の潜在需要を引き付ける新機軸を持つ付加価値訴求商品が好調である。

2014年は、消費税率引き上げによる加工食品市場全体への影響は不透明であるが、消費期限が長くまとめ買いが想定された調味料などは、増税前の新商品投入による需要獲得がみられた。また、増税後の需要減退防止策としては商品の価格据置や、増量でお得感を高める、節約志向を想定した低価格商品の強化、新しい価値提案と新商品展開による需要喚起、増税の価格改定に合わせた高付加価値商品の展開などが行われている。市場としては拡大が続くものの前年比0.1%増と微増にとどまると予測される。

< 注目市場 >

今回対象とした402品目の内、2013年見込の市場規模が前年比15%増以上の注目市場は11品目。メディアへの露出増加によって拡大したものが5品目、メーカーの新規参入や新商品投入、既存商品の販売強化などメーカー主導による市場の活性化がみられたものが6品目となった。

メディアへの露出増加による拡大	メーカー主導による市場の活性化
缶詰カレー	和風メニュー専用合せ調味食品
ホットケーキ・パンケーキ	自然解凍冷凍食品
めかぶ	冷凍水ギョーザ
冷凍お好み焼き	チルドパスタ
シリアルフーズ	ノンフライカップめん・袋めん
	スティックタイププレミックス飲料

伸び率の高い品目トップ5では、前年比40%増以上の缶詰カレー、和風メニュー専用合せ調味食品、自然解凍冷凍食品の3品目に、冷凍水ギョーザ、ホットケーキ・パンケーキが続く。なお、市場規模が100億円に満たない品目が多いが、11品目の中には1,000億円を超えるノンフライカップめん・袋めん、500億円前後の自然解凍冷凍食品、スティックタイププレミックス飲料もある。

	2012年	2013年見込	前年比
缶詰カレー	41億円	60億円	146.3%

レトルトカレーへの需要流出で市場は縮小していたが、2011年に震災後の備蓄需要の高まりと、いなば食品「ツナとタイカレー」が投入されたことにより拡大に転じた。2013年にはTVを始めとしたマスメディアに取り上げられたことで、認知度が向上し販売地域やチャンネルが拡大、市場も前年比46.3%増が見込まれる。

	2012年	2013年見込	前年比
和風メニュー専用合せ調味食品	67億円	96億円	143.3%

メニュー専用合せ調味食品は中華が中心であるが、和風、洋風、韓国風などバリエーションが広がっている。このうち和風メニュー向けを対象とする。

2012年は、ミツカンのブランドリニューアル、永谷園と味の素の新規参入があり大幅に拡大した。2013年は年間でこれらのメーカーの実績が上乘せされることから2年連続前年比40%増以上になるとみられ、市場も100億円目前が見込まれる。

	2012年	2013年見込	前年比
冷凍水ギョーザ	24億円	33億円	137.5%

2012年に味の素冷凍食品のTVCM投下などのプロモーション強化でメニュー自体の認知度がアップした。2013年は日本ハムが新規参入したことや、鍋やスープに入れるだけの簡便性の訴求、夏季に冷やして食べるメニューの提案などがあり、市場は拡大が見込まれる。

	2012年	2013年見込	前年比
ホットケーキ・パンケーキ	21億円	27億円	128.6%

元々ファストフードやファミリーレストラン、喫茶カフェなどのデザートメニューとして展開されていたが、2010年頃から海外のパンケーキ専門店が進出してきたことにより、メディアに取り上げられる機会が増加しブームとなった。2013年は、パンケーキブームもありフローズン商品が喫茶ルートで伸びている。また、日本ハムが新ブランド「Sucre et Sucre」を立ち上げたことによってチルド商品も活性化している。

	2012年	2013年見込	前年比
ノンフライカップめん・袋めん	1,102億円	1,320億円	119.8%

東洋水産「マルちゃん正麺」の大ヒットを受け、生めん食感にこだわった商品の投入が続いている。また、ラーメンだけでなくうどんやそばなどの和風めんでもノンフライめんの投入が相次いでおり、市場は拡大が続いている。

製造ラインを増設する動きも進んでおり、メーカーの注力度も高い。競争の激化もあり今後は企業によって明暗は分かるとみられるが、2014年には1,500億円突破が予測される。

	2012年	2013年見込	前年比
スティックタイププレミックス飲料	380億円	449億円	118.2%

お湯を注いで混ぜるだけで手軽に飲用できるベース用パウダーのうち、スティック型の袋で一杯分ごとに包装された商品を対象とする。

手軽な点や、カフェオレ、カフェラテ、紅茶ラテなどフレーバーが豊富な点が支持され、女性を中心に若年層の需要を獲得している。袋入り商品をスティックタイプに刷新する動きもみられ市場は拡大が見込まれる。

< 調査対象 >

総市場分析編	
2013年の食品業界 関連データ	加工食品を取り巻く周辺市場の動向、小売業界の動向、2013年のクローズアップ市場、輸入食品・輸入原材料の動向と変化、コスト関連での外的要因の変化が及ぼす加工食品市場への影響と展望など
加工食品市場の 現状と展望	加工食品総市場規模推移、2013年注目マーケット、カテゴリー横断関連品目分析、2013年のヒット商品など
リーディング企業・グループの事業戦略分析 33社	

品目編No.1～6収載の27分野402品目	
No.1(56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
No.2(66品目)	冷凍調理済食品24品目、チルド調理済食品6品目、その他調理済食品5品目、アルコール飲料31品目
No.3(64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13品目
No.4(74品目)	調味料50品目、調味食品24品目
No.5(70品目)	農産加工品26品目、畜産加工品11品目、水産加工品18品目、乳油製品15品目
No.6(72品目)	果実飲料9品目、炭酸飲料7品目、乳性飲料10品目、嗜好飲料12品目、健康飲料10品目、その他飲料6品目、嗜好品18品目

< 調査方法 >

富士経済専門調査員による業界関係者への直接面接取材と公開データによる文献調査

< 調査期間 >

2014年1月～3月

以上

資料タイトル	：「2014年 食品マーケティング便覧 総市場分析編」
体裁	：A4判 306頁
価格	：書籍版 100,000円+税 PDF/データ版 110,000円+税 書籍版・PDF/データ版セット 120,000円+税
調査・編集	：株式会社富士経済 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12-5 小伝馬町YS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/