

2015年2月23日

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 FAX. 03-3661-0165
<http://www.group.fuji-keizai.co.jp/>
<https://www.fuji-keizai.co.jp/>
 広報部 03-3664-5697

デザート、米飯・めん・パンなど64品目の加工食品市場を分析

—2014年見込（2013年比）—

- 冷凍米飯類（成型タイプ）234億円（8.3%増） “本格”“朝食”をキーワードに需要が増加
- 冷凍パスタ483億円（4.1%増） 近年の“生パスタブーム”を背景に市場が拡大

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 清口 正夫 03-3664-5811）は、2014年8月から7回に分けて加工食品401品目について調査を行っている。その第3回目の調査結果を「2015年 食品マーケティング便覧 No.3」にまとめた。

この報告書ではチルドデザート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品目の6カテゴリー64品目の国内市場を調査・分析した。

<調査結果の概要>

カテゴリー	2013年	2012年比	2014年見込	2013年比
チルドデザート（13品目）	5,414億円	102.5%	5,351億円	98.8%
フローズンデザート（7品目）	4,811億円	103.0%	4,756億円	98.9%
ドライデザート（6品目）	677億円	100.1%	673億円	99.4%
米飯類（10品目）	2,295億円	102.6%	2,319億円	101.0%
めん類（15品目）	1兆1,134億円	100.3%	1兆1,142億円	100.1%
その他ステープル（13品目）	1兆744億円	101.6%	1兆900億円	101.5%

●チルドデザート

2014年は、機能性の再評価により需要が増加していたヨーグルトが、ドリンクタイプの売場拡大で売場が縮小している食べるタイプが伸び悩み、マイナスに転じた。

手作り風デザートはCVSの店舗数増加に伴い拡大が続いているが、和菓子の伸びが止まるなど拡大のペースが鈍化している。

●フローズンデザート

アイスクリーム類が市場の大半を占める。2014年は夏場の天候不順の影響で需要が減退し、前年割れが見込まれる。その中で、中価格帯商品は、量販店などの多くの店舗でコーナー展開が見られるようになり、需要が高まっている。

●ドライデザート

2014年は夏場の天候不順の影響で需要が減退し、一部品目を除き縮小が見込まれる。

●米飯類

2014年は冷凍米飯類（成型タイプ）の伸びが、特に大きくなっている。各社「焼きおにぎり」を中心に好調で“本格”“朝食”をキーワードにした商品がけん引している。

また、無菌包装米飯・レトルトライスは、2013年頃より小容量品や銘柄米を使用した商品の投入がみられるなど、シニア層の嗜好に対応した商品が発売されたことにより新規開拓が進み、2014年も好調を維持しており拡大すると見込まれる。

●めん類

2013年まで「日清ラ王」（日清食品）、「マルちゃん正麺」（東洋水産）をはじめとするノンフライめんが急拡大を続けてきたものの、2014年には袋めんタイプを中心に一服感が出ており、需要を奪われてきたフライめんのロングセラー商品などに回帰が見られる。

また、冷凍めんは冷凍パスタが“生パスタブーム”を背景に拡大が続いており、2014年もプレミアム商品が発売されるなど活性化している。

●その他ステーブル

パンはNBでもPBで好調なプレミアム商品の販売強化が進められ、プレミアム商品と特売商品の二極化がより鮮明になっている。シリアルフーズは2014年もグラノーラの人気が続き、シェア上位企業が大きく伸びている。プレミックスパウダー・無糖は、市場の大半を占めるお好み焼き粉の苦戦が近年続いていたが、2014年後半から参入各社が既存商品のリニューアルや新商品の導入など、注力をさらに強めたことで需要が回復している。また、から揚げ粉や天ぷら粉も堅調であり、前年を上回ると見込まれる。

<注目の品目市場>

品目名	2013年	2012年比	2014年見込	2013年比
ヨーグルト	3,030億円	103.9%	2,953億円	97.5%
冷凍米飯類（成型タイプ）	216億円	106.9%	234億円	108.3%
冷凍パスタ	464億円	109.4%	483億円	104.1%
シリアルフーズ	349億円	123.3%	424億円	121.5%

■ヨーグルト

乳等省令で定める「はっ酵乳」で、乳に乳酸菌や酵母を混ぜて発酵させて作る無脂乳固形分8.0%以上、乳酸菌1,000万個以上のものを対象とする。ドリンクタイプやフローズンヨーグルトは対象外とする。

2013年はヨーグルトの機能に期待する需要が続き、主力ブランドの「明治ヨーグルトR-1」（明治）の生産能力増強や「明治プロビオヨーグルトLG21」（明治）も併売で実績を伸ばし、明治以外でも機能性訴求を行う企業が増加したことで拡大した。2012年まで高成長が続いたソフトヨーグルトは、価格競争が激化して伸びが鈍化した。

2014年は機能性によるブーム的な需要拡大は沈静化したが、「明治ヨーグルトR-1」はさらに生産能力を増強して拡大が続いている。その一方で、ソフトヨーグルトが苦戦していることに加え、主力企業が好調なドリンクヨーグルトに注力して食べるタイプの売場が縮小していることにより、市場はマイナスが見込まれる。

■冷凍米飯類（成型タイプ）

BQF製法（ブロック凍結）によって製造されたおにぎり、すし類、オムライス、ちまき、ライスバーガーなどの成型済みの冷凍米飯を対象とする。

2013年は上位企業の多くが好調で、市場はプラスとなった。「冷凍 日清カプセルスタイル カップヌードル おにぎり」（日清食品）が好調だったほか、秋に発売された「朝食べる 鮭と野沢菜の焼おにぎり」（テーブルマーク）が朝食需要をターゲットにした商品として注目を集めた。

2014年は3月に「本格焼おにぎり」（ニチレイフーズ）が発売されヒット商品となったことで、参入各社は焼おにぎりへの注力を強め、新商品の投入を進めている。各社が投入している新商品は“本格”や“朝食”をキーワードにしたことでシニア層の需要開拓に繋げている。また「本格焼おにぎり」のヒットにより、冷凍米飯類（バラタイプ）から需要の流入も見られ、市場は拡大すると見込まれる。

■冷凍パスタ

素材タイプや具材・ソース入りタイプの冷凍されたパスタを対象とする。

2000年代後半は景気低迷による内食志向の高まりや単身世帯の増加による一食完結型商品の需要が高まり、市場拡大が続いた。2013年は生パスタブームが続く中で、市販用では上位企業が主力ブランドの強化を行い、好調であった。業務用でも調理時の簡便性から幅広いルートにおいて需要を獲得したため、市場は引き続き大幅な拡大となった。

2014年は市販用では高付加価値商品である「青の洞窟PREMIUM」（日清フーズ）が発売されるなど、

上位ブランドを中心にリニューアルやラインアップの強化が行われ、市場が活性化している。また、業務用も生パスタを中心に伸びており、市場は引き続き拡大すると見込まれる。

■シリアルフーズ

コーン、麦、米などを主原料にフレーク状、パフ状などに加工した商品や、オーツ麦に牛乳などを加えて粥状に炊き上げたオートミールを対象とする。

2013年はグラノーラが市場をけん引した。グラノーラは従来のシリアルと同様に朝食代替を主体としているが、おいしさと健康性の兼備が浸透したことで拡大した。

2014年もグラノーラは参入各社も新商品の発売や既存商品のリニューアル、販促を進め、実績を伸ばしている。特に、前年に「フルグラ」(カルビー)の供給が追いつかなくなったことで、2月には製造ラインを増設している。また、ラインの増設は日本ケロッグ、日清シスコも決定しており、各社の注力度から2014年以降も市場の伸びが期待される。

<調査対象>

チルドデザート	チルドプリン、チルドゼリー、手作り風デザート、シュー、手作り風和菓子、ヨーグルト、プレーンヨーグルト、ハードヨーグルト、ソフトヨーグルト、脂肪0%ヨーグルト、ヨーグルト風デザート、アジアデザート、フルーツソース
フローズンデザート	アイスクリーム類、高級アイスクリーム、マルチパックアイスクリーム、ノベルティアイスクリーム、冷凍ケーキ、冷凍プリン・ゼリー、シェイク・ソフトクリームミックス
ドライデザート	一口タイプゼリー、ドライゼリー、デザートベース(レトルト)、デザートベース(粉末・他)、和風デザート、しるこ・ぜんざい
米飯類	冷凍米飯類(成型タイプ)、冷凍米飯類(バラタイプ)、無菌包装米飯・レトルトライス、セット食品、おかゆ・雑炊・リゾット、おかゆ、包装餅、発芽玄米、雑穀、無洗米
めん類	カップめん、生タイプカップめん、ノンフライカップめん・袋めん、袋めん、チルドそば・うどん、チルド中華めん、チルドパスタ、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、ビーフン・米粉めん
その他ステープル	パン、食パン、菓子パン・惣菜パン、中華まんじゅう、冷凍ピザ、チルドピザ・スナック、チルドピザ、シリアルフーズ、プレミックスパウダー・無糖、お好み焼きミックス、プレミックスパウダー・加糖、栄養バランス食(ソリッドタイプ)、ホットケーキ・パンミックス

<調査方法>

富士経済専門調査員による参入企業及び関連企業・団体などへのヒアリング及び関連文献調査、社内データベースを併用

<調査期間> 2014年9月~11月

以上

資料タイトル	「2015年 食品マーケティング便覧 No.3」
体裁	A4判 291頁
価格	書籍版 95,000円+税 PDF/データ版 105,000円+税 書籍版・PDF/データ版セット 115,000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/