

有望食材・加工食品の中国国内市場を調査

13分野72品目の合計 2015年は4兆6,556億円を予測

・・・国民の所得向上に伴う内需拡大で前年比10.2%増

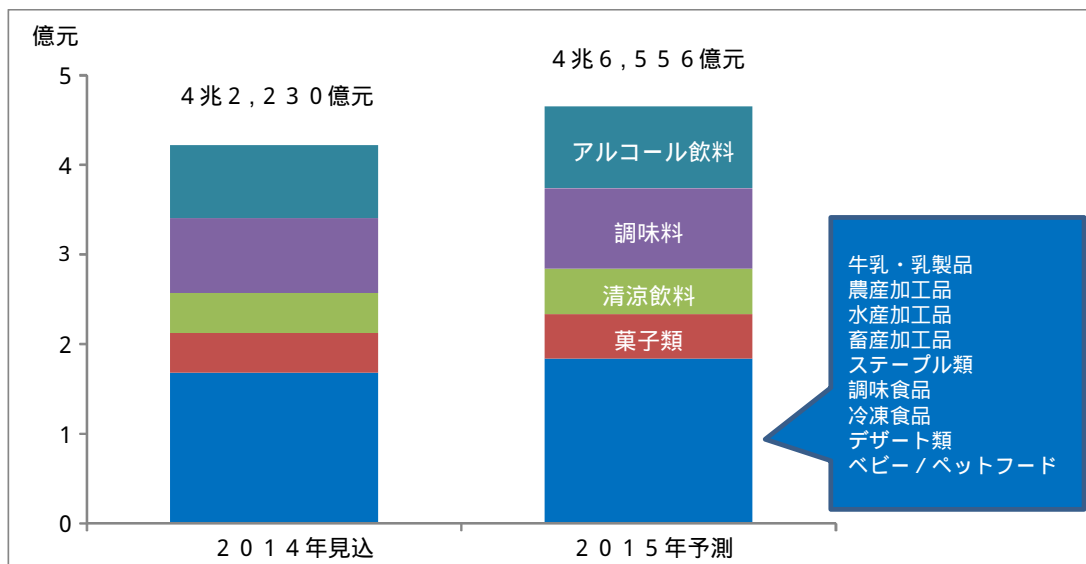
総合マーケティングビジネスの株式会社富士経済（東京都中央区日本橋小伝馬町 社長 清口 正夫 03-3664-5811）の中国の現地法人である中聯富士経済咨询有限公司は、拡大する食材・加工食品13分野72品目の中国国内市場を調査し、種類別/地域別/用途別/流通チャネル別/メーカー別など、動向を多面的に分析し、今後を予測した。その結果を報告書「中国有望食材・加工食品市場の全貌 2015」にまとめた。

中国は、習指導部の「新常态」が具体化する一方で、経済の成長鈍化が危惧されているものの、中聯富士経済咨询有限公司の調査によると、食材・加工食品市場は、中間所得者層の急増に伴う内需拡大によって成長が加速している。また、嗜好の多様化により輸入や新商品開発が活発に行われており、2015年は二桁成長が予測されることが判明した。

都市部を中心にCVSや高級スーパー、ショッピングセンターなどが急速に増えており、食材・加工食品の扱いは中華系だけでなく、欧米や日本、韓国系も一般化し、中間所得者層の食生活に普及し始めている。棚割りは常温中心から冷凍やチルドコーナーが徐々に広がっている。また、都市部では一人暮らしや核家族化が進んでおり、今後は個食対応や中食に対する需要が伸びると予想される。

<調査結果の概要>

1. 有望食材・加工食品の中国国内市場



分野別にみると、アルコール飲料では、白酒やウイスキー、ワインは公務員の公費での飲食禁止から、2013年以降、中・低価格品の需要が伸びている。ビールは消費がやや鈍化しているが、それでも世界最大市場であることから激しい販売競争が繰り広げられている。

調味料、調味食品では、業務用が外食機会の増加、市販用が家庭での食習慣の変化を背景に市場拡大している。特に、調味食品はその利便性から近年は年率20%程度の市場拡大を続けている。

清涼飲料では、清涼感があり、ビタミンやポリフェノールなどを含む茶系や果汁飲料が好調である。また、日常

的な飲用が増加していることなどからコーヒーの需要も伸びている。これら以外は1、2級都市で市場がほぼ飽和状態にあることから、各メーカーは3、4級都市への展開を本格化させている。

菓子類は、消費者の所得向上に伴い需要が伸びており、各メーカーは新商品の開発・投入を進めている。

<注目市場>

1. たれ類(調味料)

2014年見込 76億円 前年比108.6% 2015年予測83億円 前年比109.2%

鍋つゆ、焼肉、丼物のたれを対象としている。いずれも外食チェーンの目覚ましい発展に伴い、需要が伸びている。

鍋つゆは一般家庭に普及しており、商品も多様化している。焼肉のたれは業務用が中心であったが、近年、家庭での焼肉が一般的になりつつあり、市販用が市場拡大している。丼物のたれはほとんどが業務用である。現状では一般家庭で市販の丼物のたれを使うという概念は無いが、料理時間の短縮を訴求すれば需要拡大が期待できる。

需要構成は、種類別にみると、鍋つゆが50%、焼肉のたれが37%を占める。地域別にみると、華東が29%を占め、華南の19%、華北の18%が続く。用途別にみると、市販用が52%、業務用が43%である。(いずれも2014年見込)

2. 茶系飲料

2014年見込 1,000億円 前年比111.1% 2015年予測1,150億円 前年比115.0%

市場は近年、年率二桁成長を続けている。1、2級都市ではほぼ飽和状態であるが、“自然”や“健康”などを訴求した付加価値品が好調である。一方、3、4級都市では安価な紅茶が比較的好調である。

市場をけん引しているのは香港や台湾のメーカーであり、シェアは75%以上を占めている。一方、欧米と日本メーカーのシェアは合わせて5%前後と、ここ十年間拡大していない。中国メーカーについては3、4級都市で一定の競争力を持つ程度である。

需要構成は、種類別にみると、涼茶が36%を占め、紅茶の28%、緑茶の23%が続く。地域別にみると、華東が44%を占め、華南の23%、華北の14%が続く。用途別にみると、市販用が97%である。(いずれも2014年見込)

3. バター

2014年見込 52億円 前年比120.9% 2015年予測61億円 前年比117.3%

洋風レストランやベーカリーショップ、機内食などの需要に加え、トランス脂肪酸の問題や“地溝油”事件によるマーガリンからの需要シフトで、加工用を中心に市場が拡大している。また、一般家庭での消費も増えている。

需要構成は、種類別にみると、無塩バターが89%を占める。地域別にみると、華東が32%を占め、華北の29%、華南の12%が続く。用途別にみると、加工用が65%、業務用が27%である。(いずれも2014年見込)

<調査対象>

調味料	11品目	食用油、醤油、砂糖、食酢、たれ類、オイスターソース、オリーブオイル、醬類、マヨネーズ・ドレッシング、トマト加工品、香辛料
調味食品	5品目	ガラスープ、鍋料理の素、合わせ調味料、スープの素、カレー類
アルコール飲料	4品目	ビール、中国酒、ワイン、ウイスキー
清涼飲料	9品目	茶系飲料、果汁飲料、炭酸飲料、コーヒー、スポーツドリンク、健康飲料、豆乳、ミネラルウォーター、トマト・野菜飲料
菓子類	5品目	チョコレート、ビスケット・クッキー、キャンディ、ガム、スナック類
農産加工品	5品目	漬物、乾燥野菜、山菜加工品、タケノコ加工品、乾物
水産加工品	3品目	海藻加工品、水産乾物、冷凍魚類加工品
畜産加工品	5品目	ハム・ソーセージ、ベーコン、チキン加工品、ピータン、鶏卵
ステーブル類	5品目	パン、麺類、ビーフン、春雨、プレミックスパウダー
牛乳・乳製品	10品目	牛乳、ヨーグルト、乳飲料、乳酸菌飲料、アイスクリーム、チーズ、バター、ジャム、マーガリン、粉ミルク
デザート類	3品目	ケーキ、ゼリー、プリン
冷凍食品	5品目	餃子、点心、水産練製品、ピザ、調理済冷凍食品
その他	2品目	ベビーフード、ペットフード

<調査方法>

中聯富士経済咨询有限公司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8月～11月

以上

資料タイトル：「中国有望食材・加工食品市場の全貌 2015」

体 裁：A4判 453頁

価 格：書籍版 160,000円+税（中国国内 9,700人民元）

調 査・編 集：中聯富士経済咨询有限公司

TEL：86-10-6530-7164 FAX：86-10-6530-7264

発 行 所：中聯富士経済咨询有限公司

〒100025 中国北京市朝阳区建国路89号 華貿中心4号楼1203室

TEL：86-10-6530-7164 FAX：86-10-6530-7264

e-mail：zlfuji@zlfuji-keizai.com

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/> <http://www.zlfuji-keizai.com>