

## 菓子・スープ類など56品目の加工食品市場を分析

—2015年国内市場見込（2014年比）—

インスタントスープ 791億円（2.2%増）・・・健康訴求の新商品発売で市場が拡大  
 ベビーフード 268億円（1.1%増）・・・レトルト商品が引き続き好調

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、2015年8月より6回に分けて27カテゴリー410品目の加工食品国内市場について調査を行っている。その第1回目の結果を報告書「2016年 食品マーケティング便覧 No. 1」にまとめた。

この報告書では菓子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品目の4カテゴリー56品目の市場を調査・分析した。なお、第2回目は冷凍調理済食品、チルド調理済食品、その他調理済食品、アルコール飲料、第3回目はチルドデザート、フローズンデザート、ドライデザート、米飯類、めん類、その他ステープル、第4回目は調味料、調味食品、第5回目は農産加工品、畜産加工品、水産加工品、乳油製品、第6回目は果実飲料、炭酸飲料、乳性飲料、嗜好飲料、健康飲料、その他飲料、嗜好品の市場を調査・分析する。そして第7回目にこれまで調査・分析した各市場を総括分析する。これらの結果は順次発表していく。

政府の経済政策により景気回復がみられる一方、円安基調や新興国での需要増による原材料費高騰で大手メーカーを中心に値上げが相次いでおり、個人消費を圧迫している。また、消費者需要は“時短・簡便”“個食対応”“健康志向”など多様化しており、食品メーカーは価格訴求に偏らないターゲット別付加価値訴求が求められている。

### <注目の品目市場>

#### ◆インスタントスープ（スープ類）

2014年	2013年比	2015年見込	2014年比
774億円	102.7%	791億円	102.2%

カップ入りなどで、粉末またはブロック状のフリーズドライ商品を対象とする。

2014年は上位メーカーが積極的な商品発売や販促活動を行ったことで売上を伸ばした。一方、下位メーカーは売場の確保に苦戦した。

2015年は上位メーカーの注力度が引き続き高く、季節ごとのフレーバー商品に加えてプレミアムや健康訴求など消費者需要に合わせた商品が発売されており、市場は続伸する見込である。

#### ◆ベビーフード（育児用食品）

2014年	2013年比	2015年見込	2014年比
265億円	101.5%	268億円	101.1%

乳児の栄養補給とともに一般食品に適用させることを目的とした離乳補助食で、離乳食完了期までの商品を対象とする。

2014年は簡便性のあるレトルト商品が需要を獲得していることを背景に、上位メーカーからレトルト商品の新発売があったほか、カップタイプの新シリーズも発売され、市場が拡大した。

2015年は引き続きレトルト商品が好調なほか、大容量タイプの需要が伸びている。また単価アップも図られたこともあり、市場は前年を上回るとみられる。

<調査結果の概要>

カテゴリー	2014年	2013年比	2015年見込	2014年比
菓子 (32品目)	1兆2,013億円	101.5%	1兆2,068億円	100.5%
スナック菓子 (9品目)	3,108億円	102.5%	3,160億円	101.7%
スープ類 (12品目)	1,729億円	102.6%	1,764億円	102.0%
育児用食品 (3品目)	719億円	101.4%	723億円	100.6%

●菓子

チョコレートは無垢チョコが高血圧予防などを目的にした50代以上の需要を中心に獲得し堅調である。また、素材や製法に拘り差別化を図った200円以上の付加価値商品が、30代～40代の需要を中心に獲得し拡大している。キャンディ類はグミキャンディが新商品の発売や男性需要の開拓が進むなど需要層を広げ大幅に伸び、2015年も拡大を続けている。口中清涼菓子はミント系錠菓が大粒サイズを中心に好調であり、また熱中症対策の新商品が増え店頭露出が高まったこともあり、続伸している。

●スナック菓子

大袋商品の価格訴求の進展や、カップ入り商品の台頭、PB食品の開発増加などで競争が激化している。また、女性向けのデザインや一口サイズの商品開発、健康要素を備えた商品などの付加価値訴求が進んでいる。特に健康要素と高い嗜好性を兼ね備えたスナック菓子は、いまだ開発商品は少ないが、ニーズは非常に高い。

●スープ類

レトルトスープやチルドスープなどでは、レンジ対応など簡便性の高い商品は需要が伸びているが、濃縮タイプや材料を加える商品は伸び悩んでいる。また、インスタントスープでは“濃厚”をキーワードにした付加価値商品が伸びており、特にフリーズドライスープは簡便性と品質の高さが評価され好調である。

●育児用食品

育児用調製粉乳は上位メーカーがレギュラー商品の推奨使用期間を延長したことでレギュラータイプが好調のほか、インバウンド需要により市場が拡大している。ベビーフードは簡便性のあるレトルト商品の需要が伸び、上位メーカーから追加発売もあり好調である。

<調査対象>

菓子	米菓、豆菓子、ミックス菓子、ナッツ類（テーブルナッツ）、かりんとう、甘納豆、ゼリー菓子、スナック梅、レトルト素材菓子、ドライフルーツ、素材菓子、ビスケット・クッキー、クラッカー、プレッツェル、ウエハース菓子、マシュマロ、菓子パイ、半生ケーキ、チョコレート、チョコレート菓子、ガム、機能ガム、キャンディ類、ハードキャンディ、のど飴、ソフトキャンディ、チューイングキャンディ、グミキャンディ、キャラメル、口中清涼菓子、ミント系錠菓、玩具・雑貨菓子
スナック菓子	ポテトチップス、ファブリケートポテト、ポテトシューストリング、小麦系スナック、コーン系スナック、ポップコーン、ライス系スナック、野菜・その他スナック、カップ入りスナック菓子
スープ類	粉末クッキングスープ、インスタントスープ、カップ入りスープ、フリーズドライスープ、わかめスープ、レトルトスープ、中華スープ、缶詰スープ、缶入りスープ、チルドスープ、冷凍スープ、即席みそ汁
育児用食品	育児用調製粉乳、ベビーフード、ベビーフード菓子

<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>

2015年8月～9月

以上

資料タイトル：「2016年 食品マーケティング便覧 No. 1」

体 裁：A4判 270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 130,000円+税

書籍版・ネットワークパッケージ版セット 200,000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/