

国内加工食品 27 カテゴリー-415 品目の市場を総括・分析

—2024年市場予測（2018年比）—

●国内加工食品（27 カテゴリー-415 品目） 22兆7,967億円（0.4%増）

～飲料、ステープルは安定した需要がみられるものの、アルコール飲料は縮小～

●冷凍食品 1兆6,403億円（5.1%増）

～市販用、業務・加工用ともに堅調に拡大～

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、2019年7月より6回に分けて行ってきた27 カテゴリー-415 品目の加工食品の市場調査結果を総括・分析した。その結果を「[2020年 食品マーケティング便覧 総市場分析編](#)」にまとめた。

この調査では、国内加工食品市場の総括に加えて、カテゴリー別市場動向、品目別マーケットスケールランキングや品目別伸長率ランキングといった横断分析、温度帯動向やパッケージ動向などを捉えた。また、リーディング企業・グループ主要30社の事業戦略分析を明らかにした。

<調査結果の概要>

食品業界では価値観の多様化や消費者のニーズに対応するため、様々な商品開発が行われている。共働き世帯の増加などに伴い時短・簡便ニーズが拡大しており、調理工程数の削減や食器を使わずにそのまま喫食できるパッケージの採用などが進められている。また、健康志向の高まりはシニアだけではなく幅広い年代に広がっており、トマト飲料や無糖炭酸飲料など健康イメージの強い品目が好調である。そのほか、環境意識の高まりを受けて過度な包装やトレーの削減が進められるほか、賞味期限延長をもたらすパッケージの品質向上が求められている。

■国内加工食品市場（27 カテゴリー-415 品目）

2019年見込	2018年比	2024年予測	2018年比
22兆7,621億円	100.3%	22兆7,967億円	100.4%

2019年の市場は2018年比0.3%増の22兆7,621億円が見込まれる。近年は拡大が続いているものの、2018年以降は伸びが鈍化しており、2023年には縮小に転じると予想される。

カテゴリー別では、飲料、アルコール飲料、ステープルの市場規模が大きく、2019年はこの3カテゴリーで市場の半数を占める。2020年以降も飲料やステープルは安定して伸びるとみられるものの、アルコール飲料は若者のビール離れなどもあり縮小が予想される。そのほか、2019年に販売が開始された液体ミルクを中心に需要が増加している育児用食品や、個食化や簡便化ニーズの高まりによりインスタントスープや即席みそ汁などスープ類が好調で、二桁伸長が続くとみられる。

■品目別伸長率ランキング

順位	品目名	2020年予測	2020年/2011年比
1位	無糖炭酸飲料	680億円	4.3倍
2位	麦茶（リキッドタイプ）	1,530億円	3.3倍
3位	トマト飲料	474億円	2.8倍
4位	シリアルフーズ	636億円	2.6倍
5位	ドリンクヨーグルト	1,712億円	2.4倍
6位	甘酒	206億円	2.4倍
7位	リキッドコーヒー	2,960億円	2.2倍

順位	品目名	2020年予測	2020年/2011年比
8位	和風・洋風メニュー専用合せ調味食品	138億円	2.2倍
9位	水割り洋酒・ハイボール	420億円	2.2倍
10位	チューハイ	3,482億円	2.2倍

対象415品目のうち、2011年と比較して2020年予測の伸長率が最も高くなるとみられるのは無糖炭酸飲料である。かつては割り材としての需要が主体であったが、アルコール飲料の代替として直飲みが浸透したことや健康志向による無糖需要が増加していることから急激に伸びている。麦茶（リキッドタイプ）や甘酒は需要が通年化したことで伸長している。トマト飲料は健康志向の消費者による安定した需要がみられ、伸びは鈍化しているものの今後も続く。

<注目市場>

●冷凍食品

	2019年見込	2018年比	2024年予測	2018年比
調理済食品	5,629億円	101.2%	5,809億円	104.4%
デザート	5,253億円	97.5%	5,511億円	102.3%
ステープル	3,126億円	101.8%	3,287億円	107.0%
農産加工品	1,643億円	103.3%	1,797億円	112.9%
合計	1兆5,650億円	100.2%	1兆6,403億円	105.1%

※市場データは四捨五入している

温度帯がフローゼンのみで提供される品目を対象とする。

冷凍食品は、市販用は世帯人数の減少や共働き世帯の増加に伴い家庭内で調理する機会が減少する中、本格的な味と簡便性の高さが支持され需要が増加している。業務・加工用は人手不足を背景に、手作りからの切り替えなどにより様々な業態で採用が進んでいる。今後も市場は拡大するとみられ、2024年は2018年比5.1%増の1兆6,403億円が予測される。

カテゴリー別では、調理済食品、デザートの市場規模が大きく、農産加工品の伸び率が2024年に2018年比12.9%増と高い。

調理済食品とステープルは、市販用では共働き世帯が増加する中、調理の簡便性を訴求した商品が好調である。また、特に冷凍ヨーザなどでは商品改良により水や油を使用することなく本格的な仕上がりになる点が支持されている。業務・加工用はめん類が産業給食や中食で需要が増加している。

デザートは、2019年は市販用のアイスクリーム類が夏季の天候不順のため伸び悩んだことで縮小するが、長期的には需要が通年化していることや大人向け商品が好調なことから伸びるとみられる。業務用・加工用は冷凍ケーキが主体であり、品質向上からホテルなどでの採用が進み、伸長している。

農産加工品は、市販用では野菜や果実の安定供給が可能な点から青果からの切り替えが進んでいるほか、冷凍果実（市販用）の喫食シーンが広がるなど需要が増加している。業務・加工用はカット済みであることなどから調理の手間がかからずオペレーションの簡略化に繋がるため、伸長している。

●パッケージ動向

	2018年	2019年見込	2018年比
袋容器	6兆5,599億円	6兆6,249億円	101.0%
紙容器	2兆9,992億円	2兆9,893億円	99.7%
缶容器	3兆4億円	2兆9,841億円	99.5%
ガラス瓶	1兆7,383億円	1兆7,162億円	98.7%
プラスチック容器	1兆7,417億円	1兆7,529億円	100.6%

※市場データは四捨五入している

各パッケージを採用している商品の販売額を対象としており、パッケージそのものの販売額ではない。

2019年は紙容器、缶容器、ガラス瓶が縮小するとみられるものの、袋容器とプラスチック容器は拡大すると予想される。

袋容器はドライ、チルド、フローゼン、すべての温度帯に対応できることから、幅広いカテゴリーで使用されている。2019年はローソンが発売した「バスチー」の流行によるチルドデザートの伸長や、簡便性の高いスープ類の好調により2018年比1.0%増の6兆6,249億円が見込まれる。

<調査対象>

第1回～6回調査の対象27カテゴリー415品目			
・菓子 (31)	・アルコール飲料 (33)	・調味料 (54)	・炭酸飲料 (7)
・スナック菓子 (9)	・チルドデザート (13)	・調味食品 (24)	・乳性飲料 (10)
・スープ類 (13)	・フローズンデザート (7)	・農産加工品 (27)	・嗜好飲料 (11)
・育児用食品 (4)	・ドライデザート (6)	・畜産加工品 (13)	・健康飲料 (11)
・冷凍調理済食品 (24)	・米飯類 (10)	・水産加工品 (20)	・その他飲料 (6)
・チルド調理済食品 (6)	・めん類 (16)	・乳油製品 (15)	・嗜好品 (18)
・その他調理済食品 (5)	・その他ステーブル (14)	・果実飲料 (8)	

<調査方法>

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

<調査期間>

2020年1月～3月

以上

資料タイトル :	「2020年 食品マーケティング便覧 総市場分析編」		
体 裁 :	A4判 234頁		
価 格 :	書籍版	100,000円+税	
	PDF+データ版	110,000円+税	
	書籍/PDF+データ版セット	130,000円+税	
	ネットワークパッケージ版	200,000円+税	
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1番5号 PMO日本橋江戸通 TEL : 03-3664-5811 (代) FAX : 03-3661-0165 URL : https://www.fuji-keizai.co.jp/ e-mail : info@fuji-keizai.co.jp		
調 査 ・ 編 集 :	東京マーケティング本部 第一部 TEL : 03-3664-5821 FAX : 03-3661-9514		
この情報はホームページでもご覧いただけます。 URL : https://www.fuji-keizai.co.jp/press/			