

新しい生活様式に適応した提案が求められる加工食品市場 Vol. 3

## めん類、チルドデザート拡大(2020年見込) 加工食品6カテゴリーの市場を調査

—2020年市場見込(前年比) / 2021年市場予測(前年比)—

■袋めん 1,275億円 (9.4%増) / 1,260億円 (1.2%減)

■シリアルフーズ 695億円 (11.6%増) / 720億円 (3.6%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)は、内食や備蓄向けに需要が増加するめん類や米飯類、健康志向の高まりから需要が増えるヨーグルトのチルドデザートなどの市場を調査した。その結果を「[2021年 食品マーケティング便覧 No.3](#)」にまとめた。

この調査では、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16品目、その他ステープル14品目の市場の現状を把握し、将来を予測した。

<注目市場>

### ■袋めん【めん類】

2020年見込	前年比	2021年予測	前年比
1,275億円	109.4%	1,260億円	98.8%

袋入りのインスタントめんを対象とする。

近年袋めん市場は、「マルちゃん正麺」(東洋水産)のヒットにより2011年から2013年に、また“冷やして食べる”や“リゾットとして食べる”など、レシピ提案により2018年に拡大したが、その他の年は冷凍中華めん、麺やスープの本格化が進んだチルドめん、デリカめんなどに需要が流れていることから、縮小が続いている。

2020年は新型コロナウイルス感染症の発生で、備蓄向けなど、急激に需要が増加した。学校休校、テレワーク化による内食需要の増加や経済的で野菜など具材のアレンジもできる商品価値が再認識され、市場は前年比9.4%増の1,275億円が見込まれる。

今後はノンフライめんの健康性やアレンジにより野菜が摂取しやすい栄養面での評価が浸透し、家庭でもラーメン店の味を味わえるような麺やスープを訴求した商品が増えるとみられ、2020年の特需以降も、市場は2019年並みの堅調な推移が予想される。

### ■シリアルフーズ【その他ステープル】

2020年見込	前年比	2021年予測	前年比
695億円	111.6%	720億円	103.6%

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。

グラノーラを中心に朝食需要を獲得し市場は拡大してきたが、2017年にはインバウンド需要が減少、2018年には国内需要も減少したことで縮小が続いた。2019年はカルビーから新商品が相次いで発売されたことやメディアで取り上げられたことでコーンフレークが注目され、市場は拡大した。

2020年は健康性や利便性の高さなどから巣ごもり需要の獲得が進み、朝食のみならず間食にもと、食シーンに広がりが見られたことで市場は大幅に拡大し、前年比11.6%増の695億円が見込まれる。

今後は間食のような朝食以外の食シーンの開拓が進むほか、腸管免疫を含む“腸活”で注目される食物繊維や免疫力向上が期待されるビタミンなど幅広い栄養素の摂取ニーズが高まっており、健康需要の獲得に向けた高付加価値商品への注力度が高まるとみられる。

### ■手作り風デザート【チルドデザート】

2020年見込	前年比	2021年予測	前年比
2,046億円	106.0%	2,108億円	103.0%

要冷蔵(0℃~10℃)の消費期限が一週間以内の商品で、ケーキ、シュー、カップデザートなどを対象とする。

近年はフルーツを多く使用した商品や本格的な味わいの商品に対する需要が高まり、高単価商品が定着するなど市場は拡大し続けた。2019年は「バスチー」(ローソン)がヒットし、ボリューム感や質感にこだわった商品が多くみられたことから市場は拡大した。

2020年は新型コロナウイルスの影響による外出自粛などから利用客数が減少したCVSの実績が落ち込み、一時的に伸び悩んだが、外食店が休業したことで量販店を中心に自宅でデザートを味わう巣ごもり需要を獲得していることから、市場は前年比6.0%増の2,046億円が見込まれる。

VSの高付加価値なオリジナルスイーツが再評価され、リピート需要も獲得していることから、今後もCVSの活発な商品開発・投入が行われ、市場の活性化が続くと予想される。

#### ■ヨーグルト【チルドデザート】

2020年見込	前年比	2021年予測	前年比
3,191億円	104.2%	3,255億円	102.0%

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。

2012年にメディアでヨーグルトの機能性や健康性が取り上げられたことから、ハードヨーグルトを中心としたプロバイオティクス商品が伸長し、市場は大幅に拡大した。2019年は健康志向の高いユーザーを中心にプレーンヨーグルトとハードヨーグルトの喫食頻度が高まった一方で、ソフトヨーグルトの苦戦が続き、市場は横ばいとなった。

2020年は新型コロナウイルス感染症の影響から家庭内での喫食頻度が増加しているほか、免疫機能の向上を中心とした健康意識がさらに高まり、市場は大きく拡大し、前年比4.2%増の3,191億円が見込まれる。

今後も健康需要を取り込むことで市場の拡大が期待できるほか、メーカーによる美容面などヨーグルトの様々な可能性を訴求した商品の積極的な展開が市場の拡大につなげていくと予想される。

#### <調査結果の概要>

	2020年見込	前年比	2021年予測	前年比
チルドデザート	5,989億円	104.0%	6,133億円	102.4%
フローズンデザート	5,496億円	98.0%	5,557億円	101.1%
ドライデザート	799億円	100.1%	801億円	100.3%
米飯類	2,873億円	105.4%	2,858億円	99.5%
めん類	1兆2,069億円	104.6%	1兆2,018億円	99.6%
その他ステープル	1兆3,606億円	99.9%	1兆3,558億円	99.7%

#### 【2020年見込】

チルドデザートでは、手作り風デザートが主要CVSにおける積極的な商品展開により、巣ごもり需要をとらえているほか、ヨーグルトが新型コロナウイルス感染症の流行を背景とする健康志向の高まりから、プレーンヨーグルトやハードヨーグルトを中心に好調で、市場は拡大するとみられる。

フローズンデザートでは、外出自粛による在宅時間の増加でアイスクリームがファミリー向けのマルチパックアイスクリームを中心に好調な一方、冷凍ケーキがホテルでのビュッフェ中止などの影響を受けていることから、市場は縮小するとみられる。

ドライデザートでは、デザートベース(レトルト)および(粉末、他)がデザートの手作り需要が増加し大幅に伸びているほか、和風デザートのような、しるこ・ぜんざいが保存性や経済性の良さから買い置き需要が増え僅かに伸びていることなどから、市場は微増が見込まれる。

米飯類では、無菌包装米飯・レトルトライスが新型コロナウイルス感染症の感染拡大の危機意識から内食需要と備蓄需要が増え好調であることから、市場は拡大するとみられる。

めん類では、業務用冷凍めんが外食産業の大幅な実績減少の影響を受け低迷するものの、市販用の袋めんや冷凍めん、チルドめんが野菜などの具材追加で栄養面も補えるため備蓄需要が急拡大し、内食志向も続いていることから好調で、市場は拡大が見込まれる。

その他ステーブルでは、シリアルフーズが健康性の高さや喫食の手軽さから巣ごもり需要を獲得したほか、パンがコロナ禍で食パンやテーブルパン、ロングライフパンなどを中心に需要を取り込んでいるものの、菓子パンや惣菜パンがオフィス街や学生街を中心としたCVSの売り上げが減少していることから、市場は微減するとみられる。

<調査対象>

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

<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9月～11月

以上

資料タイトル	「 <a href="#">2021年 食品マーケティング便覧 No.3</a> 」		
体裁	A4判 335頁		
価格	書籍版 100,000円+税 書籍/PDF+データ版セット 140,000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: <a href="https://www.fuji-keizai.co.jp/">https://www.fuji-keizai.co.jp/</a> e-mail: info@fuji-keizai.co.jp		
調査・編集	フードビジネスソリューション事業部		
この情報はホームページでもご覧いただけます。 URL: <a href="https://www.fuji-keizai.co.jp/press/">https://www.fuji-keizai.co.jp/press/</a>			