

国内加工食品 27 カテゴリー-411 品目の市場を総括・分析

—2021年市場予測（2020年見込比）—

■国内加工食品（27 カテゴリー-411 品目） 22兆6,355億円（2.0%増）

～市場規模の大きいアルコール飲料や飲料の好調などにより拡大に転じる～

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、2020年7月より6回に分けて行ってきた27 カテゴリー-411 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「[2021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や品目別マーケットスケールランキングや新型コロナウイルス感染症が食品業界に与える影響などを横断的に捉えた。また、2019年および2020年のヒット、高成長商品とその動向も明らかにした。

<調査結果の概要>

■国内加工食品市場（27 カテゴリー-411 品目）

2020年見込	2019年比	2021年予測	2020年見込比
22兆1,822億円	97.4%	22兆6,355億円	102.0%

2020年の市場は新型コロナウイルス感染症の流行により在宅時間が増加したことから、内食需要や家飲みが増え、市販用は伸長している。一方、業務用は外食業態やホテル、レジャー施設などの営業時間短縮や臨時休業により需要が減少したことから前年比2.6%減の22兆1,822億円が見込まれる。

カテゴリー別でみると、飲料やアルコール飲料、スナックの市場規模が大きく、この3カテゴリーで市場の5割強を占めている。2020年は新型コロナの影響による外食業態の営業時間短縮や臨時休業を受け、アルコール飲料はビール類を中心に低迷していることから、構成比の減少が予想される。一方、買い置き需要に伴うカップめんや袋めん、冷凍米飯類（バラタイプ）などの好調により、スナックの構成比が増加するとみられる。

2021年の市場は市場規模の大きいアルコール飲料や飲料の好調に加え、伸長しているカテゴリーも多くみられることから、拡大に転じると予想される。

・スナック

	2020年見込	2019年比	2021年予測	2020年見込比
全体	2兆8,548億円	102.4%	2兆8,434億円	99.6%
プレミックスパウダー・加糖	240億円	129.7%	180億円	75.0%
シリアルフーズ	695億円	111.6%	720億円	103.6%
冷凍そば	101億円	82.8%	106億円	105.0%
中華まんじゅう	500億円	96.9%	490億円	98.0%

※プレミックスパウダー・加糖、シリアルフーズ、冷凍そば、中華まんじゅうは全体の内数米飯類7品目、めん類14品目、その他スナック10品目を対象とする。

2020年の市場は、業務用は低迷しているものの、市販用は内食需要や外出自粛による買い置き需要を獲得し、前年比2.4%増が見込まれる。

特に伸びの高い品目はプレミックスパウダー・加糖とシリアルフーズである。プレミックスパウダー・加糖は在宅時間が増えたことによる家庭内の調理機会増加からホットケーキミックスを中心に需要が高まり、前年比29.7%増が見込まれる。また、シリアルフーズは喫食の手軽さや栄養価の高さなどから伸長するとみられる。一方、

冷凍そばは外食業態や給食向けなど業務用の減少のため、大幅な縮小が予想される。また、中華まんじゅうは家庭内での喫食を想定した商品は好調なものの、CVS向けの販売が客数減少や衛生面から敬遠され、前年比3.1%減が見込まれる。

【内食の動向】

●家飲みの動向

	2019年	2020年見込	2019年比
リキュール類	151億円	201億円	133.1%
ノンアルコールドリンク	149億円	186億円	124.8%
RTD	5,394億円	6,129億円	113.6%
ノンアルコールビール	760億円	816億円	107.4%
ウイスキー	2,619億円	2,764億円	105.5%

※小売ベース

新型コロナの流行により、緊急事態宣言の発出やソーシャルディスタンスへの意識向上から、大人数での飲み会の機会が減少している。一方、オンライン飲みが広がりを見せているほか、流通やメーカーによる提案なども功を奏し、家飲み需要は増加している。特に、容量やフレーバー、アルコール度数など商品のラインアップが豊富であるRTDが幅広いユーザーを取り込み、伸長している。また、外出自粛が続くことで健康意識が高まり、ノンアルコール類がコロナ太り対策や休肝日ニーズから伸びている。

●保存食の動向

	2019年	2020年見込	2019年比
国産パスタ	557億円	707億円	126.9%
冷凍うどん	653億円	784億円	120.1%
食パン	2,069億円	2,264億円	109.4%
袋めん	1,664億円	1,821億円	109.4%
カップめん	6,553億円	6,739億円	102.8%

※小売ベース

外出自粛に伴い日々の買い物回数を減らす動きがみられ、数日分の食料をまとめて購入するようになっていくことから、保存性の高いステープルや冷凍食品の需要が高まっている。また、家庭での調理機会の増加から買い置き可能な商品の需要が増えて、主食となるめん類や食パンが伸長している。袋めんは経済性が高いことや野菜を加えるなどアレンジできることから、2020年は前年比9.4%増が見込まれる。

●嗜好品の動向

	2019年	2020年見込	2019年比
紅茶（ティーバッグ・リーフ）	250億円	276億円	110.4%
レギュラーコーヒー	2,462億円	2,690億円	109.3%
インスタントコーヒー	2,574億円	2,702億円	105.0%

※小売ベース

外出自粛や在宅勤務の増加により喫茶など外食業態や自販機、CVSの利用頻度が低下しており、家庭用商品へ需要がシフトしている。特に、レギュラーコーヒーやインスタントコーヒーは外食業態やRTDからの需要流入により伸長するとみられる。

レギュラーコーヒーでは、1杯当たりの経済性ではなく、在宅時間の増加で淹れる楽しみやおいしさが再認識され、インスタントコーヒーは簡便性が需要獲得につながっている。また、紅茶（ティーバッグ・リーフ）は紅茶ポリフェノールの健康性や紅茶（リキッドタイプ）からの需要シフトが市場拡大の要因になっている。

<調査対象>

第1回～第6回調査の対象27カテゴリー411品目			
・菓子(31)	・アルコール飲料(33)	・果実飲料(8)	・調味料(53)
・スナック菓子(9)	・チルドデザート(13)	・炭酸飲料(6)	・調味食品(24)
・スープ類(13)	・フローズンデザート(7)	・乳性飲料(9)	・農産加工品(27)
・育児用食品(4)	・ドライデザート(6)	・嗜好飲料(11)	・畜肉加工品(12)
・冷凍調理済食品(22)	・米飯類(10)	・健康飲料(9)	・水産加工品(20)
・チルド調理済食品(6)	・めん類(16)	・その他飲料(9)	・乳油製品(15)
・その他調理済食品(5)	・その他ステープル(14)	・嗜好品(19)	

<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>

2021年1月～3月

以上

資料タイトル :	「2021年 食品マーケティング便覧 総市場分析編」
体 裁 :	A4判 220頁
価 格 :	書籍版 110,000円(税抜100,000円) 書籍/PDF+データ版セット 154,000円(税抜140,000円) ネットワークパッケージ版 220,000円(税抜200,000円)
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 :	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: https://www.fuji-keizai.co.jp/press/	