

## 菓子類、スープ類、育児用食品の市場を調査

—2021年見込（2020年比）／2026年予測（2020年比）—

●ポテトチップス市場 1,172億円（1.9%増）／1,172億円（1.9%増）

在宅時間の増加によりおつまみ需要などが好調、今後も高い需要を維持

■スープ類市場 2,152億円（2.0%増）／2,240億円（6.2%増）

フリーズドライタイプがけん引し、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、新型コロナウイルス感染症流行の影響により内食需要が増加し、メーカーがその需要獲得を進める一方、生活様式や食シーンが変化・多様化したことで、変化に応じたビジネスモデルの転換が必要となっている加工食品（27カテゴリー408品目）の市場を6回に分けて調査・分析する。

このうち、菓ごもり需要により好調なスナック菓子、スープ類など4カテゴリー57品目の市場を「[2022年食品マーケティング便覧 No.1](#)」にまとめた。

<注目市場>

## ●ナッツ類（テーブルナッツ）【菓子】

2021年見込	2020年比	2026年予測	2020年比
433億円	101.6%	448億円	105.2%

アーモンドやカシューナッツなど、木の実や果実の種子をロースト又は乾燥させたテーブルナッツを対象とする。食塩の添加・無添加は問わない。

おつまみやおやつ需要以外に、不飽和脂肪酸、食物繊維といった栄養素を摂取できる健康面を訴求した展開が進んでいる。量販店やドラッグストアを中心に売場が充実したことで新規ユーザーが増え、市場が拡大している。

2020年の市場は専門店の休業により伸びが鈍化したものの、前年比1.4%増となった。2021年の市場は家飲み機会の増加や底堅い健康ニーズにより、拡大が続くとみられる。メーカーがアルコールに合うフレーバー付き商品などおつまみ向けの展開に注力しており、市場拡大が予想される。

## ●ポテトチップス【スナック菓子】

2021年見込	2020年比	2026年予測	2020年比
1,172億円	101.9%	1,172億円	101.9%

ジャガイモをスライス状にカットし、油で揚げた商品を対象とする（一部、ノンフライも含む）。

2016年、2017年とジャガイモ不足により市場が一時的に縮小したものの、需要は旺盛である。

2020年は、在宅時間の増加やおつまみ需要の高まりなどで幅広いユーザーを獲得し、市場は拡大した。一方で、需要急増に伴い販売休止となる商品もみられた。2021年は、コロナ禍のストレス解消として、濃いめの味付けや新奇性の高いフレーバーの需要が増えている。また、メーカーがフレーバー、さらには食感・厚みなどで差別化した商品を積極的に投入し、市場は好調が続いている。

原料不足への懸念はあるものの、今後も深刻な原料不足にならない限り市場は安定的な推移が予想される。

## ●フリーズドライスープ、フリーズドライみそ汁【スープ類】

	2021年見込	2020年比	2026年予測	2020年比
フリーズドライスープ	223億円	104.2%	247億円	115.4%
フリーズドライみそ汁	270億円	107.1%	316億円	125.4%

お湯を注げば完成するインスタントスープや即席みそ汁のうち、フリーズドライ製法によって製造されたブロック状のスープ、みそ汁を対象とする。

個食化や簡便性、品質の向上などで需要獲得が進み拡大が続いている。2020年の市場は、コロナ禍での巣ごもり需要や家庭での喫食機会の増加により徳用タイプが伸び、フリーズドライスープ、フリーズドライみそ汁ともに拡大した。特に、フリーズドライみそ汁は好調で二桁増となった。

フリーズドライの比率は年々上昇しており、2021年にはフリーズドライスープはインスタントスープの24%、フリーズドライみそ汁は即席みそ汁の32%を占めるとみられる。簡便性、具材の食べ応え、使い勝手の良さなどから今後も市場は拡大し、比率は上昇していくとみられる。

#### <調査結果の概要>

	2021年見込	2020年比	2026年予測	2020年比
菓子	1兆2,379億円	100.4%	1兆1,985億円	97.2%
スナック菓子	3,253億円	101.2%	3,264億円	101.6%
スープ類	2,152億円	102.0%	2,240億円	106.2%
育児用食品	778億円	99.1%	802億円	102.2%

菓子は買い物頻度や時間の減少により、ビスケット・クッキーやチョコレート菓子などで、ロングセラーの徳用サイズに需要が集中している。また、巣ごもり需要の増加によって家庭での手作り頻度が高まり、製菓材料用途でソリッドチョコレートやドライフルーツが好調である。しかし、ガムやキャンディ類は在宅勤務、オンライン授業などの広がりにより、喫食機会が少なくなっており、今後も低迷が続くことや、これまで好調だったチョコレートでパーソナル需要が減少していることから、市場は縮小していくとみられる。

スナック菓子は、家庭での飲酒機会が多くなる中、おつまみ訴求スナック菓子の市場が急拡大している。また、規模の大きいポテトチップスはロングセラーブランドの好調に加え、差別化した商品の投入により底堅い需要を獲得しており、市場は堅調な伸びが続くとみられる。

スープ類は、インスタントスープが高齢世帯などユーザーの裾野が広がっていることや、そのままスープとして飲用するだけでなく料理で使用するアレンジ需要を獲得している。また即席みそ汁が単身世帯や共働き世帯、高齢世帯など幅広い需要を獲得し、特に徳用タイプが伸びている。どちらも、フリーズドライスープ、フリーズドライみそ汁が好調であり、今後もフリーズドライタイプがけん引し市場は拡大するとみられる。

育児用食品は、ベビーフードでは在宅時間の増加に伴いホットケーキミックスなど手作り菓子の需要が高まっているが、外出機会の減少により麦茶など止渴飲料が減少している。また、育児用調製粉乳ではキューブタイプやスティックタイプが伸び悩んでおり、出生率の減少から今後も苦戦が続くとみられる。

#### <調査対象>

<b>菓子</b>			
・米菓	・素材菓子	・半生ケーキ	・ソフトキャンディ
・豆菓子	・ドライフルーツ	・チョコレート	・グミキャンディ
・ミックス菓子	・ビスケット・クッキー	・チョコレート菓子	・キャラメル
・ナッツ類(テーブルナッツ)	・クラッカー	・ガム	・口中清涼菓子
・かりんとう	・プレッツェル	・機能ガム	・手作り菓子
・甘納豆	・ウエハース菓子	・キャンディ類	・玩具・雑貨菓子
・ゼリー菓子	・マシュマロ	・ハードキャンディ	
・スナック梅	・菓子パイ	・のど飴	
<b>スナック菓子</b>			
・ポテトチップス	・小麦系スナック	・ライス系スナック	・おつまみ訴求スナック菓子
・ファブリケートポテト	・コーン系スナック	・野菜・その他スナック	
・ポテトシューストリング	・ポップコーン	・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	・わかめスープ	・缶入りスープ	・フリーズドライみそ汁
・インスタントスープ	・レトルトスープ	・チルドスープ	
・カップ入りスープ	・中華スープ	・冷凍スープ	
・フリーズドライスープ	・缶詰スープ	・即席みそ汁	
育児用食品			
・育児用調製粉乳	・育児用液体ミルク	・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7月～9月

以上

資料タイトル :	<a href="#">「2022年 食品マーケティング便覧 No.1」</a>		
体 裁 :	A4判 275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: <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>			