

TPC マーケティングリサーチ株式会社

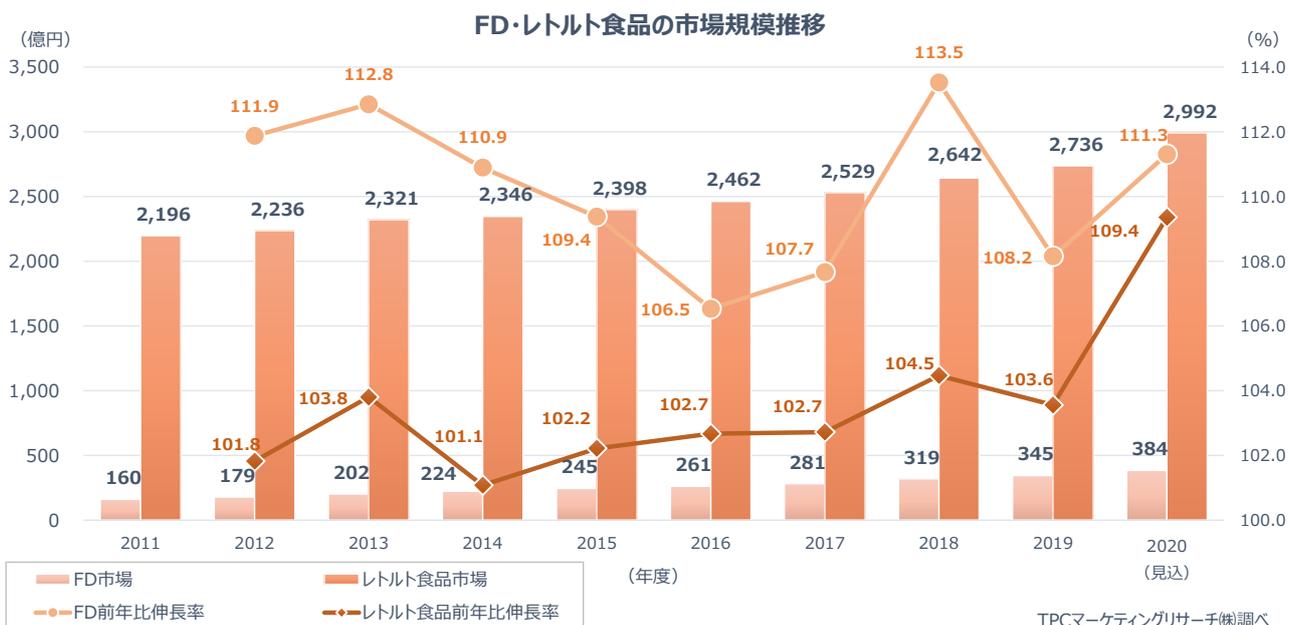
フリーズドライ・レトルト食品の市場について調査結果を発表

この程、TPC マーケティングリサーチ株式会社（本社＝大阪市西区、代表取締役社長＝川原喜治）は、市販用のフリーズドライおよびレトルト食品市場について調査を実施、その結果を発表した。

【調査結果】

2019 年度のフリーズドライ市場は前年度比 8.2%増の 345 億円、  
レトルト食品市場は同 3.6%増の 2,736 億円となった。

- ・ 2019 年度のフリーズドライ（FD）の市場規模は前年度比 8.2%増の 345 億円、レトルト食品は同 3.6%増の 2,736 億円となった。2011 年度以降の市場動向をみると、簡便ニーズの高まりや個食化の進行などを背景に、いずれも右肩上がり推移している。特に FD の市場規模は、毎年 1 桁台後半から 2 桁増と好調に推移しており、2011 年度比で 2 倍以上に拡大している。
- ・ 2020 年度は、コロナ禍を背景に内食需要が拡大していることから、どちらの市場も大きく伸長する見通し。特にレトルト食品については、2011 年度以降で最も高い伸長率となる見込みである。
- ・ FD は近年、特にみそ汁の市場規模が大きく伸長している。同カテゴリーは、他の即席みそ汁と比較して割高ながら、おいしさや手軽さから需要が拡大。また軽量で備蓄ニーズにも適していることからニーズが高まっている。
- ・ レトルト食品は、包装米飯やカレー・ハヤシ、パスタソースといったカテゴリーが市場を牽引している。包装米飯は、少子高齢化や個食化を背景に特にニーズが高まっている。またカレー・ハヤシやパスタソースは、電子レンジ対応商品の開発など、簡便ニーズに対応した取り組みが活発化していることなどから、市場が拡大している。

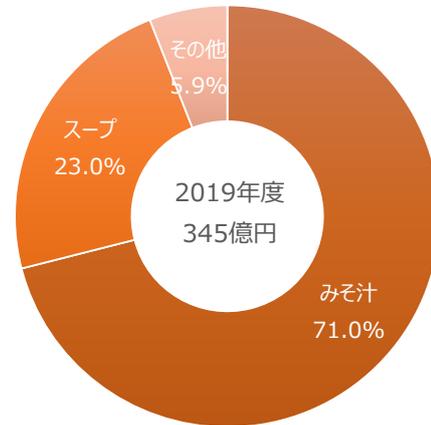


FD は、市場の約 7 割を占めるみそ汁が好調に推移。

レトルト食品は、包装米飯、パスタソース、カレー・ハヤシが特に好調。

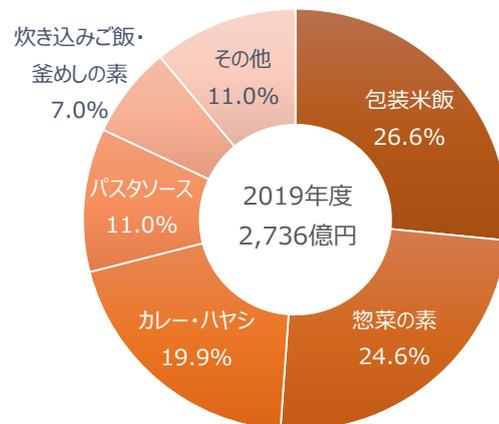
- 2019 年度の FD の種類別市場規模は、市場全体の約 7 割を占めるみそ汁が 245 億円となり、前年度比伸長率は 8.9% 増となった。同カテゴリーは、最大手のアサヒグループ食品をはじめとする参入企業が積極的に新アイテムを投入。また、世田谷自然食品の売上が拡大していることなどから、通販チャンネルが伸長している。さらに、シニア世代を中心に減塩タイプの需要が拡大していることも市場拡大に寄与している。
- また、スープは全体の 23.0% を占める 79.5 億円となっており、前年度比 3.9% 増で推移した。同カテゴリーは、本格感を訴求した商品や、健康訴求の商品が好調に推移している。
- 一方、同年度のレトルト食品の種類別市場動向をみると、まず包装米飯は、前年度比 6.3% 増の 727 億円となった。同カテゴリーでは、大手 3 社（サトウ食品、テーブルマーク、東洋水産）が 2018～2019 年にかけて、それぞれ生産能力を増強し、拡大する需要に対応。これにより各社が売上を順調に伸ばした。
- 惣菜の素は、同 0.9% 増の 672 億円。野菜安であったことから、「回鍋肉の素」「麻婆茄子」といった野菜を用いるメニューが伸長したものの、主カテゴリーである「麻婆豆腐の素」が伸び悩んだ。
- カレー・ハヤシは、同 4.8% 増の 544 億円となっている。近年は湯煎型から電子レンジ対応型へのシフトが進行しており、より簡便性が強化されていることから売上が伸長している。
- パスタソースは、同 6.4% 増の 301 億円。「マ・マーあえるだけ」（日清フーズ）や「あえるパスタソース」（キューピー）など、簡便性ニーズに対応した“あえる”タイプが好調に推移している。
- 炊き込みご飯・釜めしの素は、同 0.5% 減の 192 億円となった。野菜の価格が安定したことにより、“おかずを一品減らす”ための炊き込みご飯の需要が減少した。2020 年度はコロナ禍による内食ニーズの拡大で、一転、大幅増となる方向。

FDの種類別構成



TPCマーケティングリサーチ(株)調べ

レトルト食品の種類別構成



TPCマーケティングリサーチ(株)調べ

**【調査要覧】****<調査対象>**

市販用フリーズドライ（FD）およびレトルト食品を対象としている。FDは、みそ汁、スープ、雑炊・おかゆ、めん類などが範疇に含まれる。また、レトルト食品はカレー・ハヤシ、惣菜の素、パスタソース、スープ、炊き込みご飯・釜めしの素、どんぶりの素、雑炊・おかゆなどのほか、包装米飯（無菌米飯を含む）を調査対象としている。

**<調査対象企業>**

アサヒグループ食品、味の素、アスザックフーズ、江崎グリコ、エスビー食品、エム・シーシー食品、大塚食品、キッコーマン、キューピー、コスモス食品、サトウ食品、テーブルマーク、東洋水産、永谷園、中村屋、日清フーズ、日本製粉、ハウス食品、マルコメ、マルハニチロ、丸美屋食品工業、三菱商事ライフサイエンス、明治、ヤマモリ、良品計画 他

**<調査期間>**

2020年9月～10月

**<資料名>**

「2020年 フリーズドライ・レトルト食品の市場分析調査」

—コロナ禍で内食需要が拡大！高まる健康ニーズへの対応も進む—

<http://www.tpc-osaka.com/fs/bibliotheque/mr110210548>

発刊日：2020年10月30日 頒価：99,000円（税抜）

**【会社概要】**

会社名：TPC マーケティングリサーチ株式会社

所在地：大阪府大阪市西区新町 2-4-2 なにわ筋 SIA ビル

事業内容：マーケティングリサーチおよび調査レポートの出版

コーポレートサイト：<http://www.tpc-cop.co.jp/>

オンラインショップ「TPC ビブリオテック」：<http://www.tpc-osaka.com/>

ISO27001 認証書番号：IS598110

**【本件に関するお問い合わせ】**

電話番号：06-6538-5358