

TPC マーケティングリサーチ株式会社

## 国内のチーズ市場について調査結果を発表

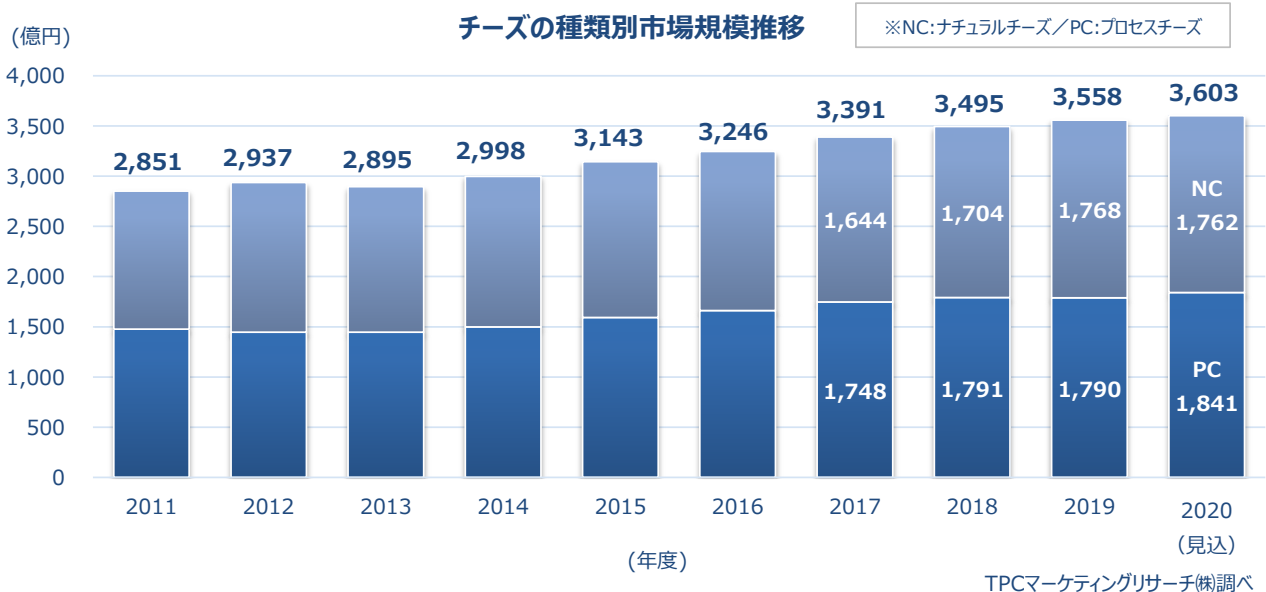
この程、TPC マーケティングリサーチ株式会社（本社＝大阪市西区、代表取締役社長＝川原喜治）は、国内のチーズ市場（家庭用・業務用）について調査を実施、その結果を発表した。

## 【調査結果】

2019 年度のチーズ市場は前年度比 1.8%増の 3,558 億円となった。

プロセスチーズは微減、ナチュラルチーズは堅調推移

- ・ 2019 年度のチーズの市場規模は前年度比 1.8%増の 3,558 億円となった。種類別では、プロセスチーズが同 0.1%減の 1,790 億円、ナチュラルチーズが同 3.8%増の 1,768 億円で推移した。
- ・ プロセスチーズについては、家庭用において、販売規模の大きいスライスや 6P が前年実績を確保したほか、おやつ・おつまみ需要の高まりからベビー、カルトンが伸長。一方、業務用は、年度末のコロナ禍の影響などでダウン推移となった。
- ・ 一方、ナチュラルチーズについては、家庭用・業務用とも堅調に推移。家庭用では、全体の約 4 割を占めるシュレッドが好調に推移したほか、TV 番組で健康効果が紹介されたカマンベールが大きく伸長した。業務用では外食向け・食品加工向けでチーズ使用の付加価値メニューが増加傾向にあることに加え、スイーツ向けの需要量が増加したことから市場が拡大した。
- ・ 2020 年度は、同 1.3%増の 3,603 億円となる見通し。コロナ禍の影響による内食需要の高まりから、家庭用の割合が高いプロセスチーズは伸長する一方、業務用の割合が高いナチュラルチーズはダウン推移となる見込み。

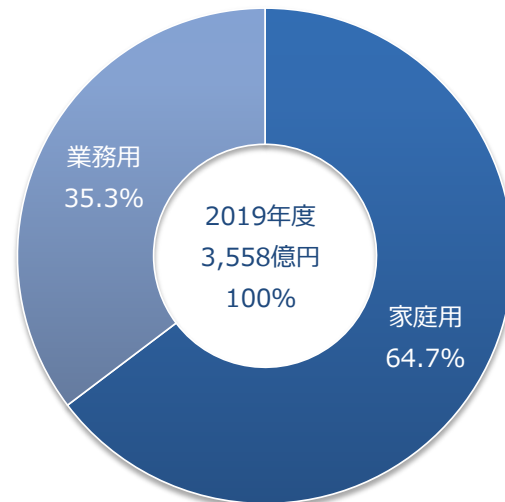


用途別では、家庭用・業務用とも前年実績をクリア。

2020 年度はコロナ禍の影響で家庭用が好調、業務用はダウン推移となる見通し

- ・ 2019 年度のチーズ市場を用途別でみると、家庭用は前年度比 1.8%増の 2,302 億円、業務用は同 1.9%増の 1,256 億円となり、いずれも前年実績を上回る結果となった。市場に占める構成としては、家庭用が 64.7%、業務用が 35.3%となっている。

チーズ市場の用途別構成



TPCマーケティングリサーチ(株)調べ

- ・ 家庭用については、最も販売規模が大きいスライスが同 0.6%増と前年実績をクリア。近年は、割安感のある徳用タイプが特に伸長しているが、大手各社による新アイテムの投入や既存ブランドのリニューアル等も市場拡大に寄与している。
- ・ その他のタイプとしては、6P (8P を含む) が同 0.3%増、ベビーが同 1.5%増、シュレッドが同 4.1%増、カマンベールが同 6.3%増などとなっている。6P やベビーについては、おやつ・おつまみ需要に対応した各社の取り組みが活発化しており、フレーバーの拡充や食べ方提案が進んでいる。シュレッドは、PB や加工メーカーの商品が大きく伸長。特に割安感のある商品のニーズが拡大している。カマンベールは、TV 番組で認知症予防効果が紹介されたことなどから好調に推移した。
- ・ 業務用については、ナチュラルチーズのシュレッドが同 2.9%増、クリームが同 5.3%増となった。シュレッドについては、主に外食向けでチーズ使用の付加価値メニューが増加傾向にあることなどから堅調に推移した。またクリームについては、CVS スイーツの「バスクチーズケーキ」がヒットしたことから、他社が追随して同様の商品を投入し、同カテゴリーの需要が拡大した。
- ・ 一方で、プロセスチーズのスライスが同 0.9%減、ダイスが 1.3%減とダウンした。スライスは、ファーストフード向けは堅調に推移したものの、年度末のコロナ禍の影響で CVS の調理パン向けなどがマイナスとなり、通年で微減。ダイスについては、特に製パン向けが伸び悩んだ。
- ・ 2020 年度は、家庭用が前年度比 5.2%増の 2,422 億円、業務用が同 6.0%減の 1,181 億円となる見通し。コロナ禍の影響による内食需要の拡大から、家庭用は好調に推移するものの、業務用は外食向けを中心に打撃を受けており、ダウン推移となる方向にある。

**【調査要覧】****＜調査対象＞**

国内のチーズ市場（家庭用・業務用）を対象としている。種類別としては、プロセスチーズ（スライス、6P、ベビー、カルトン、キャンディなど）、ナチュラルチーズ（シュレッド、カマンベール、クリームなど）を調査。その他、チーズメーカーが展開している乳等を主要原料とする食品・チーズフードなども調査対象としている。

**＜調査対象企業＞**

雪印メグミルク、六甲バター、森永乳業、明治、宝幸、伊藤ハム、東京デリー、チェスコ、野澤組、ムラカワ、ヨシダコーポレーション、小岩井乳業、日本マイセラ、協同乳業ほか

**＜調査期間＞**

2020 年 8 月～11 月

**＜資料名＞**

「2021 年 チーズの市場分析調査」

— 家庭用は内食需要の増加に対応、業務用は付加価値提案が進む —

<http://www.tpc-osaka.com/fs/bibliotheque/mr120210543>

発刊日：2020 年 11 月 26 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