

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。

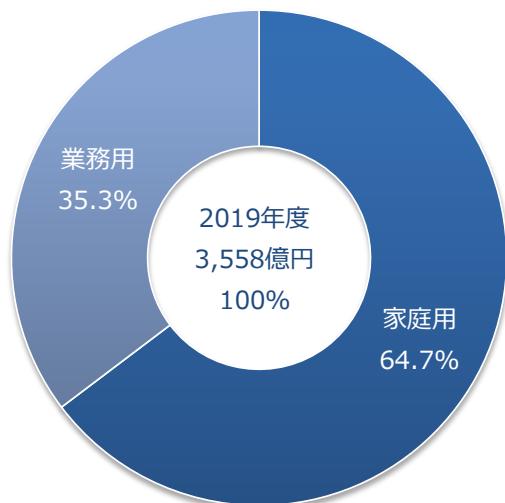


用途別では、家庭用・業務用とも前年実績をクリア。

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。
- 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。

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

【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、東京デーリー、チエスコ、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/bibliothque/mr120210543](http://www(tpc-osaka.com/fs/bibliothque/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/](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/](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