



今日のキーワード 高価格の『冷凍食品』が好調

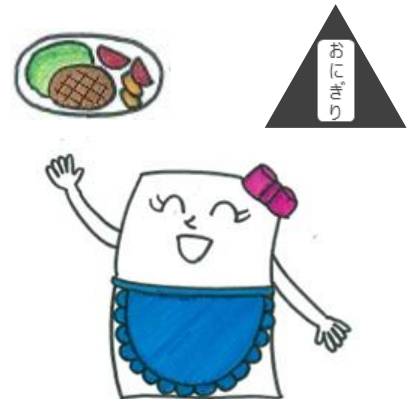
『冷凍食品』は長らくスーパーなどでの特売の対象となるなど厳しい価格競争が続いてきました。ところが、共働きや単身世帯が増加して、高価格でも家事の負担軽減につながる便利な商品へのニーズが高まり、高価格帯の商品の販売が好調です。こうした動きを受け、コンビニエンスストアなどは取り扱い商品を増やしたり、メーカーは新製品開発を活発化させています。今後の動向が注目されます。

ポイント1 『冷凍食品』は高価格商品中心に消費が拡大

- 『冷凍食品』の消費が拡大しています。日本冷凍食品協会によれば、2018年の消費金額は10年前と比べ20%以上増加しています。中でも比較的高価格の『冷凍食品』が好調です。
- 背景には共働きや単身世帯が増加して消費者の意識が変化してきたことがあります。『冷凍食品』の調理の手間が省け、主食にもおかずにもできる特性が消費者のニーズに合致しました。また美味しい商品の増加も拡大の一因となりました。メーカー、流通サイドともに今が拡大の好機とみて高価格商品への取り組みを一段と強化しています。

ポイント2 小売り、メーカーともに高価格商品への取り組みを強化

- セブン-イレブン・ジャパンでは『冷凍食品』の売上がこの10年で約5倍に拡大しました。2018年秋から、『冷凍食品』を強化する店舗レイアウトの見直しを進めており、2019年度には新店と既存店合わせて、売り上げが伸びている『冷凍食品』などの売場を広げた店舗を6,000店に増やす計画です。
- 2018年9月に『冷凍食品』を発売した良品計画は「もち麦ごはんの枝豆塩昆布おにぎり」5個で490円、ニチレイフーズの女性向け冷凍弁当「ウーディッシュ」は一品約650円など、『冷凍食品』関連各社は高価格商品を発売、総じて想定以上の売上となっています。



今後の展開 高価格帯の市場の拡大・定着に期待

- 消費が力強さを欠き根強い低価格志向があるなかで、共働きや単身世帯の増加などによる高価格帯市場拡大への期待が高まっています。高機能の洗濯機など白物家電や『冷凍食品』などがこれに該当します。
- 長らく特売などで激しい価格競争が続いてきた『冷凍食品』はこうした追い風をいかして、安売りから脱して、高価格帯の市場を拡大、定着させていけるか各企業の商品戦略など取り組みが注目されます。

※個別銘柄に言及していますが、当該銘柄を推奨するものではありません。

ここも
チェック! 2019年7月 1日 共働き世帯の増加で『白物家電』が好調
2019年6月27日 高薬価の治療薬（『高額薬』）の保険適用が相次ぐ

■当資料は、情報提供を目的として、三井住友DSアセットマネジメントが作成したものです。特定の投資信託、生命保険、株式、債券等の売買を推奨・勧誘するものではありません。■当資料に基づいて取られた投資行動の結果については、当社は責任を負いません。■当資料の内容は作成基準日現在のものであり、将来予告なく変更されることがあります。■当資料に市場環境等についてのデータ・分析等が含まれる場合、それらは過去の実績及び将来の予想であり、今後の市場環境等を保証するものではありません。■当資料は当社が信頼性が高いと判断した情報等に基づき作成しておりますが、その正確性・完全性を保証するものではありません。■当資料にインデックス・統計資料等が記載される場合、それらの知的所有権その他の一切の権利は、その発行者および許諾者に帰属します。■当資料に掲載されている写真がある場合、写真はイメージであり、本文とは関係ない場合があります。