

市場で「売れる商品」を模索

値上げ影響で物量減

市場に低価格品が台頭

23年の乾麺市場は、物価高の影響により、流通のプライベートブランド(PB)やナショナルブランド(NB)の低価格商品群が台頭した。原料の高騰により、ほとんどの乾麺企業・産地は値上げに動いて新値が浸透したものの、消費者の節約志向がより強くなり、単価が安い商品に人気 flowed。乾麺市場全体は、22年9月〜23年8月の1年間で、金額ベース約3%増、数量ベース4%減の着地と見られる。24年は原料高が一服したものの、引き続き消費者の財布のひもは固く、「売れる商品」を模索する動きが高まっている。

2023年振り返り

機械麺生産下げ止まる

食品需給研究センターが公表した23年の乾麺生産量は、前年比98.3%の19万2千238tと過去最小値を更新した。20年、21年は巣ごもり消費で家庭用製品が好調だったことから、乾麺生産も一時的に20万tを上回ったが、22年に再び19万tに下降した。

機械麺はトータルで13万8千675t、前年比99.4%となっ

た。麺種別の内訳は、うどん2万4千728t、100.3%。ひらめん5千730t、101.5%。ひやむぎ1万2千7773t、88.3%。そうめん2万6千577t、100.9%。日本そば4万6千40t、96.4%。中華麺2万2千827t、110.5%。

うどんは30年前の約3分の1に生産が縮小しているが、久しぶりに前年並みとなり下げ止まった。ゆで時間の長さや、冷凍うどんの好調の影響を受けて20年のコロナ

禍による特需を除くとほぼ前年を下回っていた。物価高で1食あたりの価格の低さが再び注目されて盛り返したと予想される。日経POSDデータによる23年の売上をみると、うどんは日清製粉ウエルナが販売する「川田製麺 讃岐ざるうどん」や「同 讃岐うどん」、「石丸 国産芳純讃岐うどん」など讃岐勢が上位を占めた。

そうめんは近年、手延べそうめんの回帰傾向が続いていたが、全国的に手延べ生産者の高齢化や廃業が相次ぎ、生産量が減少。供給が間に合わないことから、機械製そうめんが再び注目を集めた。低価格志向もあり、PBや留め型商品、大容量など価格競争力があるものを中心に伸長。POSデータ上でも、松代そば善屋「得得盛りそうめん」の800gや720gが上位にランクインした。

ひらめんは小幅ながら成長し、年間で5千tと数が小さいながらも過去最高の生産量になった。麺の表面が平たく、幅は広いが薄くてゆで時間が短い。もっちりとして食べ応えがあるため、根強い人気がある。名古屋のきしめんや、群馬のひも川うどん、韓国由来の岩手県じゃじゃ麺が有名だ。

中華麺は「マルタイラーメン」が

広げてきた市場だが、新規参入が増え成長を続けている。22年は11.4%減に落ち込んだが、23年は10.5%増とV字回復。21年の2万3千308tに続く過去第2位の生産量に戻った。コロナ禍で滞っていた輸出が活発化したことや、節約志向で価格が再注目された。中華麺は他の乾麺より利用世代が低く、30〜40代の若年層が多いことも特徴だ。

そばは3.6%前年を下回った。ロシアのウクライナ侵攻以降、原料そば粉の不足感が否めない。23年はそば粉の高騰や原料不足が影響した。ただしそば市場はうどんやひやむぎ、そうめんなどの白物市場と比べて安定している。上位群に上がったのは信州ほしの(星野物産)「信州田舎そば小諸七兵衛」や日清製粉ウエルナの「滝沢更科 十割そば」などの、売価300円前半の中価格帯商品。

ひやむぎは11.7%減と、23年の機械麺の中で唯一大幅減少した。生産量1万2千773tと過去最低値を更新。10年前と比べて65%まで縮小した。細物のそうめんが生産が集中して、生産量が減少したと予想される。近い将来1万tを切る可能性も出てきた。