II 基本潮流2007／2017 1. 人口構造・基本的欲求の変化

2007-2017における基本潮流のうち、日本の人口構造、基本的欲求の変化が食品産業に与える影響について整理すると、着実な事業戦略のシフトを要していることが伺える。この変化は急激に起こるものではないが、ベーシックな変化要因として抑えておくべきポイントとなっている。

人口・世帯の変化

人口減に伴い
伸び悩む総需要

高齢化の進行

世帯人員の減少
に伴う孤食化の進行

食品産業に与える影響

食品にとって最も基礎的な需要単位である人口が減少に向かう。総摂取量・総食事回数が減少し、総需要は伸び悩む。この結果、限られたパイを巡る競争が激化する。一方、持続的成長に向けた事業領域の拡大が有力な選択肢の一つとなる。

ボリュームターゲットゾーンの年齢層が上昇し、高齢層向け商品開発・チャネル開発の重要性が高まる。健康維持商品・保守性の強いテイスト・買い回り範囲の縮小などに対応した戦略が進められる。

生活単位人員の減少が進み、食品の購買単位・消費単位が縮小していく。生活者の生活効率・メーカーの事業効率とも悪化するため、保存性・簡便性・プレ調理などの技術開発・提供面でのビジネスモデル開発などが進む。

基本的欲求の変化

健康・ダイエット需要の大幅増

安全・根拠への厳しい要求

旨さに対する限りない欲求

健康食品需要は拡大し、深化する。対症的商品から予防的商品・ライフアップ商品にニーズは進化していく。特に体型メーカー・健康検査メーカーに対応する商品群・提供手法が重視され、効果・効能軸による商品カテゴリーの再構築が進む。同時に顧客は効果の確認を求め、メーカーとの顧客接点は継続・深化する。

安全の確実性・機能に対する正確な評価への要求は強まり続ける。食品メーカーは商品のグレードを安全・効果のレベルによって再ポジショニングする必要に迫られるとともに、増大し続けるリスクに対応して安全・効果の立証体制の強化が継続的に行われる。

味に対する根源的欲求は追及され続けるが、殊に、大きな革新が残されたフロンティア領域として、世界NO1食品(地域・名品・名店の追求)の探求と【健康・簡便・保存】+旨さの技術的追求が進められる。