

2 0 0 6 年 4 月 2 5 日

株式会社 富士経済

〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町

2-5 F・Kビル

TEL.03-3664-5811 FAX.03-3661-0165

URL : <http://www.group.fuji-keizai.co.jp/>URL : <https://www.fuji-keizai.co.jp/>

広報部 03-3664-5697

## 業務用食品市場調査を実施

冷凍加工切り身魚は急速に拡大し 2 0 0 6 年に 2 6 8 億円見込み (対前年比 1 2 1 %)

総合マーケティングビジネスの(株)富士経済(東京都中央区日本橋小伝馬町 代表取締役 阿部英雄 03-3664-5811)は、7 カテゴリー 5 3 品目の業務用食品を調査し、その結果を調査報告書「業務用食品マーケティング便覧 2 0 0 6」にまとめた。業務用食品を使用する外食市場は、9 8 年以降縮小し続けており、これに伴って業務用食品市場も飽和感が漂っている。サプライヤーは価格訴求一辺倒に陥らないように、新たな付加価値の探求に余念がない。

## &lt; 調査結果の概要 &gt;

## 1. 業務用食品 ( 5 3 品目 ) 全体市場

対象	2 0 0 5 年	2 0 0 6 年見込み	対 0 5 年比
素材食品 ( 4 品目 )	9 6 2 億円	1, 0 1 1 億円	1 0 5 %
専用調味料 ( 9 品目 )	1, 2 0 7 億円	1, 2 1 8 億円	1 0 1 %
応用調味料 ( 4 品目 )	9 4 1 億円	9 4 7 億円	1 0 1 %
調理済食品 ( 1 7 品目 )	4, 6 3 2 億円	4, 6 6 0 億円	1 0 1 %
乳油製品 ( 7 品目 )	3, 3 3 6 億円	3, 3 5 1 億円	1 0 0 %
ステープル ( 7 品目 )	3, 1 3 1 億円	3, 1 4 0 億円	1 0 0 %
基本調味料 ( 5 品目 )	2, 1 3 0 億円	2, 1 2 7 億円	1 0 0 %
合計	1 兆 6, 3 3 9 億円	1 兆 6, 4 5 4 億円	1 0 1 %

2 0 0 6 年の業務用食品市場は、1 兆 6, 4 5 4 億円 (前年比 1 0 1 %) の見込みである。

カテゴリー別に見ると、素材食品が前年比 5 % 増と伸びている。素材食品市場では、特に冷凍加工切り身魚が 2 1 % 増であることが市場拡大の要因となっている。専用調味料は前年比 1 % 増で、成長率が高い品目を挙げると、鍋つゆ 1 1 % 増と和風合わせ調味料 7 % 増などである。応用調味料は、前年比 1 % 増で、ドレッシングが 3 % 増、調理済食品も前年比 1 % 増で、冷凍ハンバーグ、どんぶりの具がそれぞれ 2 % 増となっている。乳油製品は横ばいで、チーズフードが 2 % 増、ステープルも横ばいで冷凍パスタが 4 %、冷凍米飯類が 2 % 増となっている。各カテゴリーともに、2 % 増以上成長している品目があるが、全体では、微増となっている。

## 2. カテゴリー別注目市場

## 素材食品

冷凍加工切り身魚 2 0 0 5 年 2 2 2 億円 2 0 0 6 年見込み 2 6 8 億円 (対 0 5 年比 1 2 1 %)

冷凍加工切り身魚は骨なし冷凍切り身魚と骨ごと食べられる冷凍切り身魚を対象としている。骨なし冷凍切り身魚は、その特性から、病院給食、高齢者施設給食などの需要を捉えた。あらかじめ骨を除くことでユーザーには調理面の省力化につながり、高齢者の消費者でも食べやすいメリットがあるため、後続メーカーも増加して急速に市場が拡大している。また、B S E や鶏インフルエンザの影響もあって魚のニーズが高まった事も市場拡大の一因である。この傾向は世界的にも同様で、ヨーロッパを中心に魚価が高騰しており、各社は相場にあわせて徐々に値上げする傾向にある。骨なし魚は魚種がバラエティに富んでおり、高級魚や 2 0 0 5 年から数社が一斉に販売し始めた白糸だらなどユーザーに合わせた新たな魚種も増えている。今後の市場は単に骨を抜いただけでなく、更に味付けや調理法で付加価値をつけた差別化が必要とされる。骨ごと食べられる冷凍切り身魚は骨を抜く手間が省ける、カルシウムを摂取しやすいメリットで 2 0 0 4 年から市場が形成されたが、魚種や調理法が限定されることから骨

なし魚ほどの市場には成長していない。

#### 専用調味料

つゆの素 2005年 294億円 2006年見込み 297億円(対05年比 101%)

つゆの素市場は、温・冷両方のタイプでの和風の麺類に使用するつゆを対象としており、個食タイプの麺商品に添付されている別添用商品も対象としている。

市場は、単独店のうどん・そば店を中心に形成され拡大してきた。その後は、CVSや量販店における麺商品の拡大や麺つゆ以外の和食用途に広く使用され始めた事で市場は成長を維持している。うどん・そばつゆとしては、和食FRでの麺メニューの強化や讃岐うどんブームにより拡大したが讃岐うどんブームは終息し落ち着いている。しかし、外食産業における和食回帰の動きにあわせて各社が汎用性が高く、和食の様々な用途に使用できる商品を投入し、あわせてメニュー提案の強化をした。こうした戦略が新たな需要に結びつき、好調な推移となっている。

#### 応用調味料

ドレッシング類 2005年 353億円 2006年見込み 362億円(対05年比 103%)

サラダメニューの浸透と拡大によって市場が拡大してきた。消費者のヘルシー志向によってサラダはあらゆる業態でメニュー化され、種類や食機会も増加したためにドレッシング類のフレーバー、種類も多様化している。現在では、単なる生野菜サラダだけでなく肉や魚などあらゆる食材のソースとして、また下ごしらえなど、用途が多様化していることから市場は拡大している。食油相場の高騰などのコスト面でのマイナス要素もあったが、これらも吸収できるほど市場全体で好調な伸びである。今後、ドレッシングの形状も具沢山タイプ、ゼリー状、ムース状など一層多様化してくと考えられる。

#### 調理済み食品

冷凍ハンバーグ 2005年 242億円 2006年見込み 247億円(対05年比 102%)

ハンバーグは、洋食の定番メニューである。1996年のO-157問題、2001年のBSE問題などで影響を受けたが、各社の活発な新商品投入や、幅広いユーザーの底強い需要があったこともあり、比較的早期に回復している。また食材原料についてクローズアップされたことを機に、各社から安心安全、原料へのこだわり、品質向上といった切り口での高付加価値商品が投入されるようになった。ユーザー側にも同様のニーズがあったことも相まって、単価の高い付加価値商品は好調に推移している。

#### 乳油製品

チーズフード 2005年 87億円 2006年見込み 89億円(対05年比 102%)

チーズフードは、製品重量中チーズ重量が51%以上の商品を対象としている。ナチュラルチーズおよびプロセスチーズを粉碎・混合・加熱・溶解・乳化して油脂や添加物を添加することで完成する。乳に由来しない副原料を添加した商品はプロセスチーズでは実現できない物性や風味を有するものとして機能面で高い優位性を持っており、加工用途に特化した展開となっている。チーズフードは比較的成本面でも優位であるほか、商品バリエーションの拡大と、チーズを利用した調理食品の増加に伴って市場規模は小さいながらも拡大推移をたどっている。

#### ステーブル

冷凍パスタ 2005年 85億円 2006年見込み 88億円(対05年比 104%)

冷凍パスタは、生産・冷凍技術が向上したことに加えて専用スチーマーの開発・レベルアップにより、従来冷凍パスタ商品の問題点だった茹で上がりの商品品質について乾麺との差を解消し市場を開拓している。簡便性だけでなく味覚の点でもユーザーから支持を集めて2000年頃にかけて乾麺から冷凍パスタへのシフトが目立った。現在では乾麺と冷凍パスタは、用途による棲み分けが浸透した感があり、ともに堅調な推移をたどっている。

**調査対象**

## 対象品目

対象	品目
基本調味料	風味調味料、天然調味料、がらスープ、フォン・ブイヨン、スパイス類
応用調味料	マヨネーズ類、ドレッシング類、トマトケチャップ、ブラウンソース・ホワイトソース
専用調味料	つゆの素、カレー類、パスタソース、蓄肉系たれ、中華合わせ調味料、和風合わせ調味料、鍋つゆ、ラーメンスープ、炊き込みご飯の素
素材食品	サラダ類、惣菜フィリング、冷凍加工切り身魚（骨なし・骨ごと）、トマト加工品
乳油製品	バター、マーガリン・ファットスプレッド、プロセスチーズ、ナチュラルチーズ、チーズフード、生クリーム類、ソフトクリーム・シェイクミックス
調理済食品	冷凍ハンバーグ、冷凍肉だんご、冷凍鶏のからあげ類（加熱タイプ）、冷凍やきとり（加熱タイプ）、冷凍水産フライ、冷凍水産からあげ、冷凍天ぷら、冷凍焼き魚・煮魚、冷凍コロケ、冷凍カツ、冷凍中華惣菜、冷凍グラタン類、卵焼き類、どんぶりの具、冷凍ケーキ、冷凍プリン・ゼリー、スープ類
ステープル	冷凍生地、冷凍うどん・そば、冷凍中華めん、冷凍パスタ、冷凍米飯類、プレミックスパウダー（加糖）、プレミックスパウダー（無糖）

**調査方法**

専門調査員によるヒアリング調査を実施

**調査期間**

2006年3月～2006年4月

以上

資料タイトル：「業務用食品マーケティング便覧 2006」

体 裁：A4判 302頁

価 格：130,000円（税込み136,500円）

CD-ROM付価格 140,000円（147,000円）

調査・編集：富士経済 東京マーケティング本部

TEL:03-3664-5821（代）FAX:03-3661-9514

発 行 所：株式会社 富士経済

〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町2-5 F・Kビル

TEL03-3664-5811（代）FAX 03-3661-0165 e-mail:info@fuji-keizai.co.jp

この情報はホームページでもご覧いただけます。URL:<http://www.group.fuji-keizai.co.jp/>

URL:<https://www.fuji-keizai.co.jp/>