

2011年9月27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

## 外食産業不況下、3年連続2兆円超の 業務用食品74品目の市場を調査

### 11年見込み

冷凍野菜 912億円 前年比103.8% 放射能への不安から輸入品が拡大  
 冷凍ハンバーグ 611億円 前年比103.4% 中食やFFなど生活環境悪化に強い業態が採用  
 鍋つゆ 19億円 前年比105.6% “外鍋”の需要拡大 家庭で食べられぬ新奇メニュー  
 生クリーム類 1,033億円 前年比99.2% CVSスイーツ人気で3年連続1,000億円市場  
 畜肉系たれ 227億円 前年比99.1% 牛肉不人気の影響も代替メニューで底支えへ

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 社長 阿部 界 03-3664-5811)は、09年以降の不況により外食産業が不振を続け、さらに東日本大震災の影響もあり厳しい環境下にある業務用食品の市場を調査した。この調査では、8カテゴリー74品目の食品について調査し、市場の動向を捉えるとともに市場特性やユーザー側の使用状況について分析した。

その結果を報告書「業務用食品マーケティング便覧 2011」にまとめた。

### <調査結果の概要>

世界的な不況により深刻な打撃を被った外食産業は、10年も引き続き低迷し、業務用食品市場も多大な影響を受けた。11年は景気回復の兆しが見え始めて比較的堅調にスタートしたが、東日本大震災直後は大きく後退し、6月頃から量販店、CVS(コンビニエンスストア)、FF(ファストフード)などの需要が戻って来たが、料飲店、観光・宿泊関係、高額店などでは依然として低迷している。

### カテゴリー別市場推移

カテゴリー	2010年	2011年見込	前年比
調味料 (18品目)	5,993億円	6,089億円	101.6%
冷凍食品 (22品目)	5,654億円	5,718億円	101.1%
乳油製品 (6品目)	3,521億円	3,488億円	99.1%
ステーブル (6品目)	1,612億円	1,593億円	98.8%
デザート (4品目)	1,268億円	1,233億円	97.2%
調味食品 (8品目)	580億円	571億円	98.4%
トマト加工品(4品目)	245億円	244億円	99.6%
その他食品 (6品目)	1,501億円	1,475億円	98.3%
合計	20,375億円	20,410億円	100.2%

### 調味料

食用油はあらゆる業種で使用されるため巨大な市場(11年見込1,912億円)である。近年、家庭の油調理が減り、外食産業や中食産業の需要を取り込んでいる。値上げを繰り返し11年も大幅な値上げを行っているが、需要は堅調で震災の影響も少ない。ラーメンスープは簡便性から幅広い業種の需要が伸び、10年はひやし麺やつゆめんも貢献して需要増となった。CVSなどの中食が健闘し安定した成長を続けると見込む。規模は小さいながら鍋つゆは“トマト鍋”“餃子鍋”など新メニューが受け入れられそのつゆが拡大した。

### 冷凍食品

調理の簡便性や品質の向上によって需要が拡大しており、09年以降の不況で外食ユーザーが不振ながらも、中食の総菜コーナーの拡大やCVSにおけるホットウォーマーの設置が進んで市場が拡大している。鶏のから揚げや冷凍ハンバーグ(ハンバーガーFF向けパティ含む)といった定番商品、簡便性に優れた冷凍野菜が大幅に伸びて市場拡大に貢献している。

## 乳油製品

ナチュラルチーズ、プロセスチーズは需要が旺盛であるが、原料価格の高騰に翻弄されて、11年は値上げが行われる可能性も高く、影響が懸念される。生クリーム類は、CVSスイーツのヒットによって特に高単価のフレッシュクリームの使用が増えている。

## デザート

アイスクリームは、エアコンの使用が制限され、暑さ対策食品として外食店で導入されており、震災の影響による減少が猛暑によってどこまで回復するか注目される。

## <注目市場>

### 冷凍野菜 11年見込 912億円 前年比103.8% 放射能への不安から輸入品が拡大

下処理を済ませて冷凍した野菜を対象としており、簡便性、保存性に優れ、価格も安定しているため、外食・中食ユーザーの支持を得て市場を拡大してきた。

10年は国産の生鮮野菜が高値で推移したことから、冷凍野菜最大の輸入国である中国産をはじめ大きく需要を伸ばし、市場はプラスとなった。中国産野菜は過去には安全性の問題から輸入量が激減したが、現在は不安感が薄れ、価格優位性から再び拡大に転じている。ただし人件費が上昇して中国産は値上がりが続いている。

11年も中国産が順調に実績を伸ばす一方、東日本大震災後は、原発事故による放射能への不安から、輸入品のウエイトが大きい冷凍野菜の需要がさらに伸長している。

ただし生産国の人件費増や内需拡大、気候問題などが重なり、輸入冷凍野菜は全般的に値上がりしており、今後の需要への影響は避けられなくなっている。

ニチレイフーズやノースイが拡販する自然解凍タイプの冷凍野菜が需要を伸ばしている。菌管理など品質安定に一定の技術が必要であることから、低価格商材と差別化できるアイテムとして今後も注目される。

### 冷凍ハンバーグ 11年見込 611億円 前年比103.4% 中食やFFなど生活環境悪化に強い業態が採用

メインユーザーは外食ではハンバーガーチェーン、中食ではCVSや量販店となっており、いずれもデフレの進行や中食拡大の動きにあわせてこの市場も拡大している。また給食では東日本大震災以降に省エネ化の動きが活発化しメニューを絞り込んだ結果、定番メニューに回帰する傾向にあるため定番メニューのこの市場の拡大に寄与している。

日本ハムは、量販店及びCVSで弁当に広く採用されて実績を伸ばした。11年は引き続き好調を維持しているものの、東日本大震災で生産拠点が一部被災し、ビーフハンバーグ用の原料事情の悪化により、伸びは鈍化する見込みである。

メインユーザーである中食およびハンバーガーチェーンが、不況やデフレ、東日本大震災など生活環境の悪化に対して非常に強い業態であることから、当面、市場は拡大すると考えられる。

### 生クリーム類 11年見込 1,033億円 前年比99.2% 3年連続1,000億円市場を維持

業務加工用は総販売市場の7割以上を占めており、様々な用途で増加し拡大を続けている。

乳脂肪分100%のフレッシュクリーム、植物性脂肪100%クリーム、双方混合のクリームを対象としている。本格感を訴求したフレッシュクリームが増加しており、特に09年のCVSスイーツブーム以降は顕著になっている。景気低迷で需要は停滞気味であったが、9月にローソンが「プレミアムロールケーキ」を発売し、リーズナブルな価格でフレッシュクリームを使用した本格的な風味が受けて大ヒットした。各チェーンが追随してCVSスイーツが大きく成長し、市場全体を牽引した。10年も引き続きCVSスイーツが伸長し、11年は一部企業で値上げが行われている。東日本大震災後もCVSは比較的使用量を維持しているが、全体としては微減が見込まれる。需要自体は旺盛であるため12年以降は拡大に向かうと予測する。

高単価の洋生菓子店などからCVSなどの低単価商品へのシフトが更に強まると見られる。CVSスイーツによってフレッシュクリームが増加しており、この流れが他業態にも派生し、全体的にフレッシュクリームが増加していく可能性がある。

### 鍋つゆ 11年見込 19億円 前年比105.6% “外鍋”の需要拡大 家庭で食べられぬ新奇メニュー

「寄せ鍋用」「キムチ鍋用」など鍋料理の専用調味料を対象としている。外食店向けの業務用鍋つゆに、量販店やCVSで販売される「鍋料理セット」に添付されている小袋商品も含む。業務用鍋つゆは、家庭用と比べ市場規模は小さい(11年全体市場290億円の6%)が、外食店での鍋メニューの定着とバリエーションの拡大によ

て少しずつ伸びている。オペレーション効率重視される居酒屋チェーンなどの需要を捉えている。

10年も外食で鍋メニューが普及して市場は拡大している。新メニューの“餃子鍋”“トマト鍋”が着実に需要を掴んでプラス要因となっている。キムチ鍋用のつゆのウエイトが最も高い。居酒屋チェーンをはじめとした外食で鍋を食べる“外鍋”の需要拡大により伸びている。

ミツカンが業務用でも鍋つゆ「鍋大陸」シリーズの拡販に努めており、10年の秋冬は家庭用と同じく“ジューシーぎょうざ鍋”の提案を外食店や居酒屋などに進め、前年並みの実績を維持している。エバラ食品工業は、「キムチ鍋の素」「韓国風チゲ」など韓国鍋メニューが主力である。

畜肉系たれ 11年見込227億円 前年比99.1% 牛肉不人気の影響も代替メニューで底支えへ

肉まわりの全てのたれを対象としているが、焼き肉のたれが4割強と最大規模を占める。低価格焼肉チェーンの台頭や量販店の精肉売場の焼肉用漬け込みだれとして使用が増加し成長してきた。

09年は日本食研とエバラ食品工業が値上げを実施したが、市場は増加を続けている。焼肉店は競争が激しいが、ホルモン店の台頭や食べ放題店の登場など好調な業態もあり、たれの需要は安定している。

11年は焼肉チェーン店のユッケに食中毒事件が発生、さらに東日本大震災による放射能汚染問題により、消費者の不安を招き、牛肉の消費は落ち込んでいる。とはいえ、肉メニューに対する需要は依然として高く、当面は安価で放射能汚染イメージも少ない豚肉や鶏肉に着目したメニュー提案がたれの需要を支えたと見られる。

以上

<調査対象>

調味料	食用油、オリーブ油、ごま油、風味調味料、つゆの素、本みりん、みりん風調味料、エキス調味料(天然調味料)、ガラスープ、ラーメンスープ、スパイス類、マヨネーズ類、ソース類、ドレッシング類、ブラウンソース・ホワイトソース、畜肉系たれ、ぼん酢、鍋つゆ
調味食品	カレールウ・カレーフレーク、レトルトカレー、冷凍カレー、レトルトパスタソース、缶詰・びん詰パスタソース、冷凍パスタソース、中華合わせ調味料食品、炊き込みご飯の素
トマト加工品	トマトケチャップ、トマトピューレ・ペースト、トマトソース、ホール・ダイス・クラッシュトマト
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、チーズフード類、生クリーム類
デザート	アイスクリーム類、冷凍ケーキ、冷凍プリン・ゼリー、ソフトクリーム・シェイクミックス
冷凍食品	冷凍ハンバーグ、冷凍肉団子・ミートボール、冷凍鶏のからあげ類、冷凍やきとり、冷凍トンカツ、冷凍メンチカツ、冷凍水産カツ、冷凍その他カツ、冷凍切り身魚(骨なし、骨ごと)、冷凍焼き魚・煮魚、冷凍エビフライ、冷凍イカフライ、冷凍カキフライ、冷凍その他水産フライ、冷凍餃子、冷凍焼売、冷凍春巻、冷凍グラタン類、冷凍コロケ、冷凍天ぷら、冷凍野菜、冷凍たこ焼・お好み焼
ステーブル	冷凍うどん・そば、冷凍中華めん、冷凍パスタ、冷凍米飯、プレミックスパウダー(加糖)、プレミックスパウダー(無糖)
その他食品	サラダ類、惣菜フィリング、ジャム類、ツナ加工品、卵焼き類、どんぶりの具

<調査方法>

富士経済専門調査員による対象企業への直接面接取材を基本に、電話ヒアリング、公的データ・公表資料など文献調査により補完

<調査期間> 2011年6月～8月

資料タイトル:「業務用食品マーケティング便覧 2011」

体 裁 : A4判 296頁

価 格 : 160,000円(税込み168,000円)

書籍・電子版セット : 180,000円(税込み189,000円)

調査・編集 : 富士経済 東京マーケティング本部 第一事業部

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

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