

調味料・調味食品など74品目を分析

－2012年の加工食品市場調査（4）－

－2012年見込－

- ◆白だし 105億円（前年比 7.1%増）簡便調理で、需要開拓に成功
- ◆和風メニュー専用合せ調味食品70億円（前年比 48.9%増）メニューの多様化で、市場活性化

総合マーケティングビジネスの株式会社富士経済（東京都中央区日本橋小伝馬町 社長 阿部 界 03-3664-5811）は、2012年7月から28カテゴリー401品目の加工食品について、6回に分けて国内市場を調査している。その第4回目の調査結果を報告書「2013年 食品マーケティング便覧 No. 4」にまとめた。

この報告書では、調味料50品目、調味食品24品目の2カテゴリー74品目の国内市場動向を調査した。なお、残り11カテゴリー141品目の調査結果については、今後順次報告する。

<注目市場>

1. 白だし

2011年	前年比	2012年見込	前年比
98億円	106.5%	105億円	107.1%

【薄味・薄色の料理が簡単にできるなどで、需要増加】

白だしは白醤油や淡口醤油に、だしやみりんなどを加えたもので、通常につゆの素と同様に料理に応じて適宜希釈して使用する調味料を対象とする。白だしは家庭内で茶碗蒸しなどの簡便調理を目的に商品開発され、市販用を中心に市場が形成された。

2011年は、市販用はTVCMで認知度が上昇し、TVの料理番組でも白だしを使用したメニューが提案されたことで、素材の色や風味を損なわずに料理が仕上がるとしてユーザーが増加した。業務用でもトレンドの薄色の料理が簡単に調理できる点が支持されて、市場が拡大した。2012年は、積極的に新商品が投入されているほか、業務用では学校給食向けに白だしを使ったレシピの提案がされるなど、新規ユーザーの開拓が進んでおり、市場は前年比7.1%増が見込まれる。

今後の展開として、市販用ではユーザーが定着しつつある一方で価格競争も激化しているため、商品の差別化が求められる。業務用では定番調味料化するために引き続きメニューの提案や汎用性の高さを訴求し、更に新規ユーザーの開拓が求められる。

2. マヨネーズ類

2011年	前年比	2012年見込	前年比
989億円	99.4%	1,010億円	102.1%

【カロリーオフタイプなど、機能性型が人気】

2011年は、東日本大震災（以下大震災）の影響で上位企業が一時、生産停止を余儀なくされたほか、業務用では外食業態の低迷、製パンルートでは惣菜パンなどの新商品の投入が滞るなどの影響で需要が伸び悩んだ。しかし、市販用がカロリーオフタイプなどの健康訴求型を中心に拡大し、市場は微減に留まった。

2012年は、業務用では中食向けの小袋に加え保水性の高い機能性タイプが好調なほか、タルタルソースがブ

ームに乗り、市販用では家庭での食事機会の増加や健康志向の高まりによりカロリーーフや65%オフの商品などが好調で、市場は前年比2.1%増の1,010億円が見込まれる。

マヨネーズ類を生野菜に使用する頻度は低下しているが、クッキングソースのような調理用での使用が増加傾向にあり、今後は市販用でも焼きものなどに適した機能性マヨネーズのニーズが高まると見られる。

3. ドレッシング

2011年	前年比	2012年見込	前年比
865億円	102.1%	898億円	103.8%

【ノンオイルタイプで若年層の需要獲得に成功】

ドレッシングは生野菜用の調味料として広く浸透しているが、2010年以降は肉や魚メニューのソースとしてかけるだけでなく、煮ものや焼きものなど様々なメニューへの提案が加速しており、市場は拡大している。

2011年は、大震災以降の中食需要が大きく増加し、業務用では中食向けの小袋タイプが大幅増となった。また、市販用では、中食志向や節電による時短・簡便調理の需要が増加し、ごま、玉ねぎ、チーズなどを使用した付加価値商品が好調で、市場は前年を上回った。

2012年は、業務用では引き続き小袋・ディスペンパックの大幅伸長に加え、居酒屋を中心とした外食業態でのサラダメニューの強化などで拡大している。また、市販用ではノンオイルドレッシングが若年層を拡大させるなどで、市場は前年比3.8%増の898億円の見込みである。

ドレッシングをソースやタレ、つゆとして使用するメニューが増えており、今後はドレッシングの用途拡大に合わせ、調味料売場以外での販促展開が注目される。

4. メニュー専用合せ調味食品

	2011年	前年比	2012年見込	前年比
全体	590億円	107.3%	643億円	109.0%
和風メニュー	47億円	117.5%	70億円	148.9%

【簡便調理ニーズで需要拡大】

「麻婆豆腐」「青椒肉絲」「回鍋肉」などのメニューを訴求し、その商品に具材を加えて調理するドライ商品を対象とする。

メニュー専用合せ調味食品は、調理工程が簡素で加える具材がシンプルという簡便性の高さに加え、本格的な料理メニューが作れる点、野菜が手軽に摂取できる点が支持を受け、中華メニューを中心に市場が拡大した。近年は和風や韓国メニューも売り場に定着しつつあり、市場は多様化かつ活発化している。

2011年は、TVCMをはじめとした積極的な販促が行われ中食がさらに高まる中で、市場は前年比7.3%増の590億円となった。2012年は、中食化と簡便調理ニーズが根強く、またメニューの多様化から、需要は拡大を続けており、市場は前年比9.0%増の643億円が見込まれる。中でも、和風メニューはなじみの深いメニューがユーザーに支持され、前年比48.9%増の70億円となる見込みである。

参入各社メーカーは、メニューの多様化を推進しており、今後は新ブランド、新製品の投入が積極的に行われると考えられる。中華定番メニューにおいてPB商品が増加して価格競争が激しくなっており、差別化が迫られると予測される。

<調査結果の概要>

カテゴリー	2011年	前年比	2012年見込	前年比
調味料 (50品目)	1兆5,204億円	101.3%	1兆5,267億円	100.4%
調味食品 (24品目)	4,748億円	101.9%	4,722億円	99.5%

1. 調味料

調味料は、簡便性、汎用性、健康性などを訴求した商品が増加する中、つゆの素、ドレッシング、マヨネーズ類、ぼん酢、すき焼きのたれなどの応用調味料を中心に市場が拡大している。また、大震災以降、家族と一緒に家庭で食事をする頻度が大きく上昇し、鍋料理が家族団らんメニューの一つとして飲食回数が増え、鍋つゆ、ぼん酢など鍋もの調味料の需要が増加したこともあり、2011年の市場は前年比1.3%増の1兆5,204億円となった。

2012年は、食用油、味噌、しょうゆ、風味調味料などの基礎調味料の横ばいが続いているものの、応用調味

料向けの加工用としての需要を下支えしており、1兆5,267億円が見込まれる。

2. 調味食品

大震災の影響により、消費スタイルが保守的になり、節約志向が高くなっており、家庭内での飲食機会は増加している。

2011年は、家庭内備蓄需要や中食化の進行によりレトルト商品やパスタソースなどの需要が増加し、市場は前年比1.9%増の4,748億円となった。

2012年は、大震災直後の備蓄需要の反動などでレトルトカレーを筆頭にレトルト商品がやや減少すると予測され、市場は前年比0.5%減の4,722億円が見込まれる。低価格帯商品が支持されていることも市場縮小の要因となっている。一方で、具材や味にこだわった高価格帯商品が高い伸びを示している。

<調査対象>

調味料	食用油、オリーブ油、ごま油、健康油、味噌、しょうゆ、塩（特殊製法塩）、つゆの素、白だし、うどんスープ（市販用）、風味調味料、液体風味調味料、食酢、すし酢、ぽん酢、その他調味酢、ジュレタイプ調味料・市販用、本みりん、みりん風調味料、発酵調味料、マヨネーズ類、マヨネーズタイプ調味料・市販用、ドレッシング、ノンオイルドレッシング、野菜のたれ・市販用、コンソメ・ブイヨン、焼肉のたれ、ステーキソース、ソース、お好み・焼そばソース、トマトケチャップ、トマトピューレ・ペースト、スパイス類、わさび・からし、純カレー、ペッパーソース、機能性甘味料、浅漬けの素、オイスターソース、豆板醤、具入りラー油（市販用）、キムチのたれ、ガラスープ、ラーメンスープ（業務用）、しゃぶしゃぶのたれ、すき焼きのたれ、鍋つゆ、キムチ鍋の素、おでんの素、うま味調味料
調味食品	インスタントカレー、レトルトカレー、缶詰カレー、インスタントシチュー、レトルトシチュー、インスタントハヤシ、レトルトハヤシ、ピザソース、パスタソース、ブラウン・ホワイトソース、トマトソース、メニュー専用合せ調味食品、中華メニュー専用合せ調味食品、和風メニュー専用合せ調味食品、洋風メニュー専用合せ調味食品、韓国メニュー専用合せ調味食品、チルドメニュー専用調理済食品、炒飯の素、お茶漬け、ふりかけ、すしの素、釜飯の素・炊き込みご飯の素、どんぶりの素、ぞうすいの素

<調査方法>

富士経済専門調査員による対象企業及び関連企業・団体等への直接面接取材と文献調査

<調査期間>

2012年10月～12月

以上

資料タイトル	「2013年 食品マーケティング便覧 No. 4」
体 裁	A4判 279頁
価 格	95,000円（税込み99,750円）
調査・編集	富士経済 東京マーケティング本部 第一統括部 第一部 TEL:03-3664-5821 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12-5 小伝馬町YS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/ https://www.fuji-keizai.co.jp/

※<http://www.group.fuji-keizai.co.jp/> はデザインを一新し、ユーザビリティを向上させました。ぜひご利用ください。