

2016年1月26日

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
 TEL.03-3664-5811 FAX.03-3661-0165
<https://www.fuji-keizai.co.jp/>

広報部 03-3664-5697
<http://www.group.fuji-keizai.co.jp/>

～味噌・しょうゆなどの調味料やレトルトカレー・パスタソースなどの調味食品の最新動向～
2015年の調味料、調味食品77品目の加工食品市場を調査

2015年見込(2014年比)

鍋つゆ 375億円(2.7%増)・・・個食対応などや“しめ”のメニュー提案などにより伸長

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 清口 正夫 03-3664-5811)は、2015年8月より6回に分けて27カテゴリー・410品目の加工食品国内市場について調査を行っている。その第4回目の結果を報告書「**2016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53品目、調味食品24品目、計77品目の市場を調査・分析した。なお、第5回目は農産加工品、畜産加工品、水産加工品、乳油製品、第6回は果実飲料、炭酸飲料、乳性飲料、嗜好飲料、健康飲料、その他飲料、嗜好品の市場を調査・分析する。これらの結果は順次発表していく。

<注目市場>

鍋つゆ(調味料)

2014年	2013年比	2015年見込	2014年比
365億円	111.6%	375億円	102.7%

2014年は前年にエバラ食品工業が「プチッと鍋」シリーズを発売し、個食に対応したほか、使いきりの利便性、汎用性を訴求したことで売上を伸ばした。また、Mizkanも「ㄆまで美味しい鍋つゆ」シリーズの積極的なTVCMの展開によって伸長したことで、市場は大幅に拡大した。

2015年は前年に引き続き個食対応や小容量タイプが伸びているほか、塩やちゃんこ、とんこつといったフレーバーが消費マインドを捉え、市場は拡大が見込まれる。また、各メーカーからは鍋の“しめ”に定番の雑炊のほか、ラーメンやそばを提案した商品が数多く投入され市場が活性化したことも拡大要因となっている。

食用油(調味料)

2014年	2013年比	2015年見込	2014年比
2,810億円	101.1%	2,910億円	103.6%

2014年は消費税増税前の駆け込み需要を受けて、3月までは好調であったが、4月以降に買い控えが見られた。販売量は前年比マイナスとなったが、各メーカーが値上げしたことや、オリーブオイルが好調を維持したことで、市場はプラスとなった。

2015年は上位メーカーが菜種の価格高騰を受けて値上げを実施し、別時期にオリーブオイルやごま油などの値上げも実施されたほか、オリーブオイルやココナッツオイルなどのナチュラル感で支持されたオイルが好調であり、値上げにより引き続き販売量は縮小するが市場は拡大が見込まれる。

スパイス類（調味料）

2014年	2013年比	2015年見込	2014年比
968億円	100.8%	974億円	100.6%

わさび、からし、七味唐辛子などの和風スパイス、純カレーやこしょうなどの洋風スパイス、ハーブなどを対象とした。

2014年は前年に引き続きシーズニングスパイスが好調であるのに加え、チューブタイプの練りスパイスが前年を上回り、市場は拡大した。特に、チューブタイプの練りスパイスは中価格帯の商品への需要回帰が本格化しており、「名匠」（エスピー食品）や「料亭」（ハウス食品）といった高価格帯も好調である。

2015年は原材料の高騰と円安で、多くのメーカーが値上げを実施した。販売量が値上げの影響で購入点数減少により縮小しているが、上位メーカーの販売額は前年を上回り、市場は拡大が見込まれる。

メニュー専用合せ調味食品（調味食品）

2014年	2013年比	2015年見込	2014年比
657億円	102.3%	667億円	101.5%

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

2014年は野菜価格の高騰など、市場に与えるマイナス要因はあったものの、「Cook Do きょうの大皿」（味の素）をはじめとする和食系商品が好調だったほか、市場構成比が最も高い中華系商品も堅調で、市場は微増となった。

2015年は野菜価格の高騰が響き、これまで高い成長率を示していた和風系商品が伸び悩んでいるが、中華系商品が上位メーカーを中心とした積極的な販促により実績を伸ばしており、市場は引き続き拡大が見込まれる。

< 調査結果の概要 >

カテゴリー	2014年	2013年比	2015年見込	2014年比
調味料 (53品目)	1兆5,388億円	100.4%	1兆5,515億円	100.8%
調味食品 (24品目)	4,731億円	99.5%	4,745億円	100.3%

調味料

味噌やしょうゆなどの基礎調味料では、減塩や無添加など健康面に配慮した商品や小容量で使い勝手の良い容器を採用した商品が投入され市場が活性化している。

食用油は、原材料の高騰により各メーカーが値上げを実施し、販売量が縮小している。しかし、健康性に加え、積極的なメニュー提案によってオリーブオイルが続伸しているほか、ココナッツオイルやアマニオイルといった新たな天然系オイルが登場し、市場拡大に寄与している。

鍋つゆは、小容量タイプの増加や“しめ”のメニュー提案などにより伸長している。各メーカーは少人数世帯の増加や高齢化、個食化といった現代のライフスタイルに対応した商品の開発やメニュー提案に注力しており、今後もトレンドを捉えた活発な動きが期待される。

トマトケチャップやトマトソースをはじめとしたトマト系調味料では、原料となるトマトピューレの高騰によって上位メーカーを中心に値上げがあったが、トマト系メニューの需要は増加しているほか、簡便性が高い商品への支持も高まっている。

調味食品

主力メーカーが2015年に多くのインスタント商品とレトルト商品の値上げを実施し、収益構造を見直す動きが相次いでいる。なお、インスタントカレーやパスタソースは中高価格帯商品が好調であり、新たな需要喚起に向けた商品の投入も目立っている。

メニュー専用合せ調味食品は、構成比の高い中華系商品で高付加価値品や本格的な辛さを訴求した大人向けの商品が伸びている。

< 調査対象 >

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

< 調査方法 >

富士経済専門調査員による参入企業及び関連企業・団体などへのヒアリング及び関連文献調査、社内データベースを併用

< 調査期間 >

2015年10月～12月

以上

資料タイトル：「2016年 食品マーケティング便覧 No.4」

体 裁：A4判 332頁

価 格：書籍版 100,000円+税

PDF/データ版 110,000円+税

書籍版・PDF/データ版セット 130,000円+税

書籍版・ネットワークパッケージ版セット 200,000円+税

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

TEL：03-3664-5811(代) FAX：03-3661-0165

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

[e-mail: info@fuji-keizai.co.jp](mailto:info@fuji-keizai.co.jp)

調 査・編 集：東京マーケティング本部 第一部

TEL：03-3664-5821

FAX：03-3661-9514

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/>