

2018年2月13日

株式会社 富士経済
〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町
1番5号 PMO 日本橋江戸通
TEL.03-3664-5811 FAX.03-3661-0165
<https://www.fuji-keizai.co.jp/>

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

調味料・調味食品の市場を調査

2022年市場予測(2016年比)

トマトピューレ・ペースト 65億円(18.2%増)

~メディアを通じたトマトの健康感に関する認知が進み、外食・中食でのトマトメニューの増加により需要拡大~

レトルトカレー 926億円(16.8%増)

~簡便性や時短といった需要を取り込んだほか、各社高付加価値商品の提案が進み、市場拡大~

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、国内加工食品の市場調査を毎年行っており、今年で50年目を迎えた。長年積み重ねてきたフィールドリサーチのノウハウとデータをベースに昨年8月より27カテゴリー411品目の市場調査を開始している。調査は6回に分けて行い、第4回目となる今回の調査は調味料、調味食品の2カテゴリー78品目の市場を分析した。その結果を報告書「**2018年 食品マーケティング便覧 No.4**」にまとめた。なお、6回の調査終了後はそれぞれの調査結果を総括して分析する。

<注目市場>

1. トマト関連調味料

	2017年見込	2016年比	2022年予測	2016年比
トマトケチャップ	398億円	97.3%	416億円	101.7%
トマトピューレ・ペースト	59億円	107.3%	65億円	118.2%

トマトケチャップ、トマトピューレ・ペーストはメディアを通じてトマトの健康感への認知度が拡大している。トマトケチャップは2017年は縮小が見込まれるものの、他の調味料の代替として需要を獲得しており、減塩や通常よりもリコピンを多く含んでいることを訴求した付加価値商品が好調であるため、2018年以降は伸長するとみられる。トマトピューレ・ペーストは外食・中食でのトマトメニューの増加により需要拡大が継続しており、市場は今後も堅調に拡大するとみられる。

2. レトルトカレー

2017年見込	2016年比	2022年予測	2016年比
850億円	107.2%	926億円	116.8%

レトルトカレーは簡便性や時短といった需要を取り込み、近年拡大を続けている。2017年は前年に引き続きハウス食品の「プロクオリティ」やエスピー食品の「プレミアム フォン・ド・ボー ディナーカレー レトルト」など高付加価値商品が好調であり、前年比7.2%増の850億円が見込まれ、今後も堅調に拡大するとみられる。

3. ごま油

2017年見込	2016年比	2022年予測	2016年比
396億円	101.3%	412億円	105.4%

2016年は円安や原料相場の高騰などの影響から不安要素はあったものの、各社が商品強化を含め拡販を図ったため、市場は拡大した。2017年は業務用では価格競争の激化により販売単価の下落がみられたものの、家庭用で風味の良さや健康価値の認知が進んでいるだけでなく、料理の仕上げに“チョイかけ”するなど調味料としての生食活用が徐々に浸透していることから伸長し、前年比1.3%増の396億円が見込まれる。引き続き生食用途も含めて需要拡大が続くとみられ、今後も成長が期待される。

4. 食酢

2017年見込	2016年比	2022年予測	2016年比
408億円	102.3%	400億円	100.3%

食酢は様々な和食メニューに使用されているほか、ドレッシングやソース、トマトケチャップなどの調味料や加工食品の原料としても幅広く使用されている。2016年は黒酢の健康性がメディアで注目されたことでブームとなり伸長した。2017年は前年に引き続きりんご酢の健康性がメディアで取り上げられたことでりんご酢がブームとなり、2018年まで市場は拡大するが、その後は落ち着き、徐々に縮小するとみられる。

5. マヨネーズ類

2017年見込	2016年比	2022年予測	2016年比
1,057億円	101.2%	1,088億円	104.2%

マヨネーズ類は消費者の野菜食需要の高まっており、それに伴い市場が拡大している。また家庭での焼く、炒めるといったシーンの使用が浸透して基礎調味料としての需要も獲得している。さらに業務用も中食惣菜の需要拡大に伴い伸長していることから、2017年は前年比1.2%増の1,057億円が見込まれる。

<調査結果の概要>

	2017年見込	2016年比	2022年予測	2016年比
調味料	1兆5,884億円	100.7%	1兆6,104億円	102.1%
調味食品	4,864億円	101.7%	4,972億円	104.0%

調味料では、近年成長を続けてきたオリーブ油が、2017年に価格の改定を行った企業がみられたことで伸びが鈍化しているものの、ごま油はメニュー提案が継続して行われており、堅調に拡大している。またメディアを通して健康性が取り上げられた食酢やトマトケチャップ、トマトピューレ・ペーストで伸長がみられた。さらにマヨネーズ類は消費者の野菜食需要の拡大が追い風となり伸長が見込まれる。そのほか、スパイス類ではシーズニングスパイスが規模は小さいものの、堅調に拡大している。

調味食品では、2017年にインスタントカレーやレトルトカレーが伸長したほか、インスタントシチューでは2017年にハウス食品が「シチューオンライス」を発売し、クリームシチューの新しい食べ方を訴求するなど好調となった。パスタソースは参入各社が注力ブランドを継続して強化していることから微増するとみられる。

<調査対象>

調味料		
1. 食用油	19. みりん風調味料	37. ペッパーソース
2. オリーブ油	20. 発酵調味料	38. 機能性甘味料
3. ごま油	21. マヨネーズ類	39. 浅漬けの素
4. 健康油	22. マヨネーズタイプ調味料(市販用)	40. オイスターソース
5. アマニ油(市販用)	23. タルタルソース	41. 豆板醤
6. 味噌	24. ドレッシング	42. 具入りラー油(市販用)
7. しょうゆ	25. ノンオイルドレッシング	43. キムチのたれ
8. 塩(特殊製法塩)	26. 簡易型粉末調味料(市販用)	44. ガラスープ
9. つゆの素	27. コンソメ・ブイヨン	45. ラーメンスープ(業務用)
10. 白だし	28. 焼肉のたれ	46. しゃぶしゃぶのたれ
11. うどんスープ(市販用)	29. ステーキソース	47. すき焼きのたれ
12. 風味調味料	30. ソース	48. 鍋つゆ
13. 液体風味調味料	31. お好み・焼きそばソース	49. キムチ鍋の素
14. 食酢	32. トマトケチャップ	50. おでんの素
15. すし酢	33. トマトピューレ・ペースト	51. うまみ調味料
16. ぼん酢	34. スパイス類	52. レモン果汁(市販用)
17. その他調味酢	35. わさび・からし	53. 半練中華だし(市販用)
18. 本みりん	36. 純カレー	54. 塩麩

調味食品

1. インスタントカレー	9. パスタソース	17. チルドメニュー専用調理済食品
2. レトルトカレー	10. ブラウン・ホワイトソース	18. 炒飯の素
3. 缶詰カレー	11. トマトソース	19. お茶漬け
4. インスタントシチュー	12. グラタン関連セット食品	20. ふりかけ
5. レトルトシチュー	13. メニュー専用合せ調味食品	21. すしの素
6. インスタントハヤシ	14. 中華メニュー専用合せ調味食品	22. 釜飯の素・炊き込みご飯の素
7. レトルトハヤシ	15. 和風・洋風メニュー専用合せ調味食品	23. どんぶりの素
8. ピザソース	16. 韓国メニュー専用合せ調味食品	24. 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> 2017年10月～12月

以上

資料タイトル：「2018年 食品マーケティング便覧 No.4」

体 裁：A4判 312頁

価 格：書籍版 100,000円+税

PDF+データ版 110,000円+税

書籍/PDF+データ版セット 130,000円+税

ネットワークパッケージ版 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1番5号 PMO日本橋江戸通

TEL：03-3664-5811(代) FAX：03-3661-0165

URL：<https://www.fuji-keizai.co.jp/>

e-mail：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/>