

業務用の調味料や調味食品、スープの国内市場の調査結果

—2020年市場見込—

●ホール・粉末スパイス類 346億円

～外食業態向けの卓上スパイスや調理用スパイスの減少により縮小～

●畜肉系たれ 268億円

～中食需要が主体のため2020年の縮小幅は比較的小さく、2021年は回復基調に～

■調味料 8,760億円 調味食品 511億円

～2020年は落ち込むが、2021年は調理工程の省略化に応える品目を中心に需要を獲得～

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、2020年は新型コロナウイルス感染症の流行による外出自粛で打撃を受ける外食業態向けや、休校やテレワークの普及により食数が減少する給食業態向けなどの業務用食品の内、調味料や調味食品、スープの国内市場を調査した。その結果を「[業務用食品マーケティング便覧 2020 No. 1](#)」にまとめた。

この調査では、食用油やソース、たれなどの調味料41品目、カレールウや炊き込みご飯の素などの調味食品8品目、冷凍スープや粉末スープなどスープ5品目の業務用市場の現状を捉え、将来を予想した。

業務用の調味料や調味食品、スープの市場は、2019年まではインバウンド需要の増加などによりホテル・宿泊施設やファミリーレストランなどの外食向けや、中食・惣菜需要の高まりにより量販店やCVS惣菜向けが伸びたため拡大してきた。2020年は、インバウンド需要が激減、また、外出自粛により料飲店やレストラン、レジャー施設内外食店や、学校給食向けが大きく減少している。消費者の巣ごもりによる家庭内調理機会の増加で家庭用加工食品原料向けは好調であるが、量販店やCVS惣菜などの中食向けも苦戦しており、市場は前年比で大幅縮小になるとみられる。

<注目業務用食品の市場>

●ホール・粉末スパイス類

	2020年見込	前年比	2021年予測	前年比
全体	346億円	93.0%	362億円	104.6%
コショウ	87億円	87.9%	93億円	106.9%
唐辛子	67億円	91.8%	71億円	106.0%

※コショウと唐辛子は全体の内数

コショウや唐辛子などの単体スパイスとミックススパイスを対象とする。業態を問わず必要な基礎調味料であり、外国人観光客の増加で世界の様々な料理を提供する外食店が増え、辛味などの刺激や、スパイスやハーブの風味を訴求したメニューの浸透、また、肉食ブームや麻辣ブームによって需要が高まっている。

辛味・痺れブームにより唐辛子や花山椒が伸びたことなどから市場は拡大してきた。特に2018年頃からラーメン店メニューから始まった、辛さと痺れをもたらす“麻辣ブーム”の広がりを受け、インスタントラーメンやスナック菓子などの加工食品、CVS弁当・惣菜のラーメンや麻婆豆腐にも唐辛子と花山椒が使用されたことが需要を押し上げた。また、人手不足が深刻化し、厨房では省力化ニーズが高まったことからメニュー専用に調合されたミックススパイスやシーズニングスパイスの使用が増加した。

2020年は新型コロナウイルス感染症の流行を受けた外出自粛の影響で、外食業態向けの卓上スパイスや調理用スパイスが大きく減少しているため、市場は前年比7.0%減が見込まれる。一方、内食需要の高まりにより、春先には即席めんやレトルトカレーなど加工食品向けの特需や、量販店やCVS弁当・惣菜などでカレーや洋風メ

ニュー向けの好調などもみられた。

当面、外食業態向けは苦戦するとみられるが、代替としてテイクアウトや宅配、CVS弁当・惣菜などの、家庭では作りにくいスパイスの効いたメニューでの需要増加が予想される。

市場の内訳をみると、30%弱を占めてきたコショウは原料価格が下落しているため、数量ベースでは増加しているものの金額ベースでは減少が続いており、構成比も低下している。唐辛子は辛みニーズがラーメン店メニューだけでなく、カップラーメンやスナック菓子などの加工食品、CVSラーメンや麻婆豆腐など中食惣菜に波及しており構成比を高めている。また、麻辣ブームにより花山椒が大幅に伸びている。

■畜肉系たれ

2020年見込	前年比	2021年予測	前年比
268億円	94.7%	278億円	103.7%

焼き肉や焼き鳥のたれ、生姜焼きのたれなどを対象とする。漬け込み用や炒め用、漬け用のたれを対象とし、煮込み用のたれ類は含まない。量販店の精肉売り場や惣菜売り場での漬け込み用が中心である。

鶏肉や豚肩ロース肉、牛肉サーロインなど精肉の原料価格の安定と肉メニューの需要増加により、市場は拡大が続いてきた。2017年頃から焼き鳥をメニューに導入するCVSチェーンが増加したことや、量販店でも焼き鳥メニューが強化されたことにより焼き鳥用が伸びた。また、共働き世帯の増加により調理の簡便化ニーズが高まり、量販店では精肉売り場や惣菜売り場での漬け込み用の需要が増加した。加えて、シニア層向けを中心に、家庭調理でも柔らかく仕上がるステーキ用が伸びた。

2019年は、中食向けの需要増加により好調であった。特に量販店の精肉売り場でステーキ用が伸びた。

2020年は、外食業態の落ち込みの影響を受けているものの、需要は中食主体であるため外食主体の業務用調味料と比較すると市場の縮小幅は小さく、前年比5.1%減にとどまる見込である。肉は値頃感があり、価格が安定しているため、今後も堅調な需要が期待され、2021年以降市場は回復に向かうとみられる。特に、調理の際に焦げにくいオイルベースの商品が市場をけん引するとみられる。

■粉末スープ

2020年見込	前年比	2021年予測	前年比
49億円	76.6%	58億円	118.4%

水や牛乳、卵などを加えて加熱が必要な粉末クッキングスープと、お湯を注ぐだけで完成する粉末のインスタントスープを対象とする。近年は大容量タイプの商品がインバウンド需要の好調なホテル向けで伸び、また、カフェなどで使用が増えたことにより、市場は拡大してきた。

2020年は、ホテルの客数減少に加え、外食店の営業時間短縮や臨時休業の影響を受けて需要が減少しており、外食店のテイクアウト用メニュー向けに注力するメーカーがあるものの、市場は前年比23.4%減が見込まれる。

しかし、人手不足の深刻化からスープメニューでも簡便な商品を求める傾向が強まっていることや、上位メーカーが粉末スープへの注力度を高めていることなどから、ホテルを含めた外食業態や給食業態を中心に2021年以降は需要が回復に向かうと予想される。

<調査結果の概要>

	2020年見込	前年比	2021年予測	前年比
調味料	8,760億円	91.3%	9,241億円	105.5%
調味食品	511億円	83.6%	546億円	106.8%
スープ	116億円	78.9%	133億円	114.7%

調味料は、近年安定した需要を獲得してきたものの、2020年は外食業態や給食業態向けの落ち込みにより苦戦している。巣ごもり消費により加工用が好調なパイプ類やエキス調味料（天然調味料）などは伸びが期待されるが、多くの品目が苦戦しており、特に規模の大きい食用油やマヨネーズ類、ドレッシング類などの縮小が影響し、市場は前年比8.7%減が見込まれる。

調味食品は、カレールウ・フレークやレトルト・缶詰カレーが外食業態や給食業態などの落ち込みにより、大きく縮小しているため、2020年の市場は前年比16.4%減が見込まれる。

2021年の市場は調味料で前年比5.5%増、調味食品で前年比6.8%増が予測されるものの、2019年の水準に回復するには時間がかかるとみられる。

品目別では、人手不足対策として調理工程の省略化を背景に、調味料ではフォン・ブイヨンからブラウンソースや、カレールウ・フレークからレトルトカレーへのシフト、調味食品では混ぜ込みご飯の素から炊き込みご飯の素へのシフトなどがみられる。また、食品ロス削減のため小容量化や使い切りサイズの需要が増えている。

スープは、近年インバウンド需要を受けてホテルビュッフェ向けが好調だったが、2020年は新型コロナウイルス感染症流行の影響により需要が減少し、市場は前年比21.1%減が見込まれる。しかし、簡便性やコスト面から底堅い需要のある粉末スープなどが回復に向かうため、2021年の市場は前年比14.7%増が予測される。

<調査対象>

	品目		
調味料	食用油	マヨネーズ類	ペーストスパイス類
	オリーブ油	タルタルソース	マスタード
	ごま油	ドレッシング類	畜肉系たれ
	みそ	ノンオイルドレッシング	鮮魚系たれ
	しょうゆ	フォン・ブイヨン（洋風だし）	あんかけのたれ
	うすくちしょうゆ	トマトケチャップ	丼のたれ
	つゆの素	トマトピューレ・ペースト	煮物系たれ
	白だし	ホール・ダイス・クラッシュトマト	オイスターソース
	風味調味料	ソース類	醤調味料
	エキス調味料（天然調味料）	ブラウンソース	ガラスープ
	食酢	ホワイトソース	ラーメンスープ
	ぽん酢	トマトソース	中華メニュー専用ソース・たれ
	本みりん	バジルソース	鍋つゆ
	みりん風味調味料	ホール・粉末スパイス類	
調味食品	カレールウ・フレーク	レトルト・缶詰パスタソース	混ぜ込みご飯の素
	レトルト・缶詰カレー	冷凍パスタソース	炊き込みご飯の素
	冷凍カレー	ふりかけ	
スープ	冷凍スープ	無菌充填スープ	粉末スープ
	レトルトスープ	缶詰スープ	

<調査方法>

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

<調査期間>

2020年7月～9月

以上

資料タイトル	「 業務用食品マーケティング便覧 2020 No.1 」		
体裁	A4判 299頁		
価格	書籍版	150,000円＋税	
	書籍／PDF＋データ版	180,000円＋税	
	ネットワークパッケージ版	300,000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	フードビジネスソリューション事業部		
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/press/			