



市場動向 I Trends in the Market for Natural Seasoning

天然調味料の市場動向

編集部

天然調味料市場は、乳製品、水産品などを中心に食品原料の高騰が続く中、エンハンス効果を求めるニーズが増え、市場は微増で動いているとみられる。またコストメリットが出るものと本物志向の高付加価値品の2極化が、一層顕著になってきているようだ。前者は、袋麺を中心に、後者はコンビニの高級志向のPB製品や外食チェーン店などを中心にニーズが高まっている。また00年のBSE発生以降ビーフエキス市場は低迷したが、管理体制が見直され安全性が向上し、規制も緩和してきたことから、最近はビーフにしか出せない味を求めるユーザーが増え、大手企業でも採用され始めるなど、需要は徐々に回復しつつある。本稿では、天然調味料の市場動向、製品の開発動向を中心にレポートする。

景気は回復基調にあると言われているが、食品産業に関しては、農・畜産物、穀類、油脂類などの原料価格、燃料高騰などランニングコスト事情も芳しくないため、売り上げは多少回復しつつあっても、利益に転嫁しづらい状況に陥っており、取り巻く環境は依然として厳しい。天然調味料はこのような状況下、高騰する原料を減らした分をカバーする素材として需要を少しずつ伸ばしている。またここ数年少量添加で効果を發揮しコストメリットを打ち出せる調味料と高付加価値で本物志向の調味料の2極化、言い換えれば“低価格”と“高級志向”的2極化がより一層顕著になってきている。価格的魅力やコンセプトが不明瞭なものは、今後淘汰がすすみ、各社の技術力、そして開発スピードが市場獲得の明暗をわけてくるだろう。分類別でみると、昨年と同様にHAP・HVPと酵母エキスが好調で、畜肉エキスも増加、ビーフエキスがBSE問題により需要が発生前の1/2～1/3以下に激減したところから回復をみせつつあり、今後の動向が注目される。その他は横ばいかやや減少しているとみられる。

富士経済の12年の加工食品市場調査によると調味料（50品目）、調味食品（24品目）の市場規模はそれぞれ1兆5,267億円、4,722億円が見込まれ、前年比100.4%と99.5%でほぼ横ばいであった。調味料に関しては食用油、味噌、醤油などの基礎調味料の横ばいが続いているものの、つゆの素、ポン酢、すき焼きのたれなど応用調味料の需要は拡大しつつあるという。また「麻婆豆腐」や「回鍋肉」の素などメニューを訴

求し、具材を加えて調理する「メニュー専用合わせ調味料」は643億円規模が見込まれ、前年比9%増、中華メニューを中心に市場は拡大しつつあり、和風や韓国風のメニューも増えバラエティーも豊かになってきており、今後も伸長が見込まれている。

また外食産業においては、チェーン展開するレストランやラーメン店などを中心に、手間暇をかけて本格的な味を再現するニーズが強まっており、多少高価格であっても風味の良い調味料が求められてきている。コンビニを中心に行き交うプレミアムPB商品でも高付加価値の天然調味料が多数使用されており、各社製法に工夫を凝らした本格的で調理感の強い製品の投入が相次いでいる。

次に分類別の市場動向と各社が提案する製品についてみていく。

抽出型

●畜産エキス

現在の畜肉エキスの需要量は原体型で約5万トン、市場規模は約270億円と推計され、前年比4%程度の微増であった。需要量の内訳は、ビーフエキスが約7,000トン、ポークエキスが約2.4万トン、チキンエキスが約2万トンとなっている。微増の要因としてはビーフエキスの回復が大きい。ビーフエキスの需要量は、BSEの発生以降ピーク時の1/2～1/3以下にまでシューイングしたが、牛の脳や脊髄などの組織を家畜のえさに混ぜないといった規制が行われ、日本では03年以降に出生した牛からはBSEは確認されていないことや輸入品の規制も緩和してきたことを受け、ほかでは

代替できないビーフエキスの風味やうま味を求めるユーザーが増えてきた。まだBSE発生前ほどではないが60～70%程度までは回復しつつあると予測される。またこれにより、ポークやその他のエキスの需要が減ったわけではなく、商品のバラエティーが増えているようだ。

畜産エキス調味料のリーディングカンパニーであるアリアケジャパンは、原料の調達から最終製品までを一貫して行う生産体制により高品質で均一性の取れた製品を提供する。九州工場は国内最大級の生産規模を誇り、ソテーや長時間煮込みなどのキッチン調理が再現できる調理設備を有している。また日本を中心として米国、中国、台湾、ベルギー、フランスを生産・販売拠点とする「世界6極体制」を敷き、安定的に供給できる点も高く評価されている。同社では、基本ラインアップを約3,000種類取り揃えているほか、カスタムメイドにも対応しており、好調に売り上げを伸ばしている。特にビーフエキスについては、前年の倍以上伸びているといふ。

その中でも人気が高いのは、牛肉を煮込んだ風味が再現できる「ローストビーフエキスF-6098」だ。牛肉を原料に独自の反応工程を駆使して製造しており、力価も高く、添加量は0.3～0.5%程度から効果を発揮、1%添加でかなりの効果を感じられるという。ハンバーグやデミグラスソース、ビーフシチューなどを中心に使用されて売上を伸ばしている。

そのほか、生ガラを使用する場合と比べ、仕込み時間が1/3に短縮でき、短時間で本格的なスープが作れる「有明鳳凰シリーズ ガラパック」は冷凍タイプが一般的であったガラスープをレトル