

◆ 過去最大規模を更新 ◆

2020年度の家庭用食用油の市場規模が1,600億円を突破
～オリーブオイル、ごま油が近年の市場拡大を牽引、人気のアマニ油は100億円を突破～
期近の家庭内調理は簡便さとマンネリ化の打破がキーワードに

日清オイリオグループ株式会社（社長：久野 貴久）は、インテージ社のデータをもとに贈答品を除く家庭用食用油の市場規模を推計しています。また、自主調査を定期的実施し、消費者の購買動機や使用実態などをタイムリーに把握することで、食用油市場の活性化や継続的な成長に取り組んでいます。

2020年度（4-3月）の家庭用食用油市場は、消費者の食用油に対する興味、関心の高まりや、内食機会の増加などを背景に過去最大規模を更新いたしました。

○2020年度家庭用食用油市場動向 -インテージ社SCIPデータをもとにした当社推計-

- ・家庭用食用油市場規模は1,600億円を突破し、過去最大規模を更新。
- ・カテゴリ別の市場規模では、調理全般に広く使えるキャノーラ油がNo.1。
- ・近年、市場拡大を牽引してきたオリーブオイルは堅調に推移、キャノーラ油と肩を並べる431億円に。
- ・サプリ的オイルの主力、アマニ油の市場規模は2年続けて100億円を突破。
- ・ごま油、こめ油、MCTオイルの市場規模が大きく伸長。

○家庭内調理のキーワード -当社消費者調査をもとにした推定-

内食機会の増加に伴い、調理は簡便さとマンネリ化の打破がキーワードに。かけるだけで簡単に風味を変えることができ、料理をおいしくするオリーブオイルやごま油など、風味豊かな食用油が解決の糸口となる可能性が示唆されます。

1. 市場動向

1) 2020年度家庭用食用油市場規模は1,600億円を突破、過去最高を更新

■過去、カロリーの高さなどから肥満の原因の1つとされ敬遠されがちであった食用油。いまでは健康維持に欠くことのできない成分を豊富に含むなど、適量摂取すべきものとして本来の価値が見直されています。

■そして、食用油がポジティブに受け止められるようになるとともに、オイルをそのままかけて料理を楽しむ食習慣が広がるなど、食用油の「健康性」や「おいしさ」に対するお客様の期待は一層の高まりを見せています（表1）。

■このような背景のもと、2020年度の家庭用食用油の金額市場規模は内食機会の増加などもあり、4年連続で過去最高を更新、基礎調味料の市場規模として最大の1,668億円、前年対比108%に拡大しました（図1）。

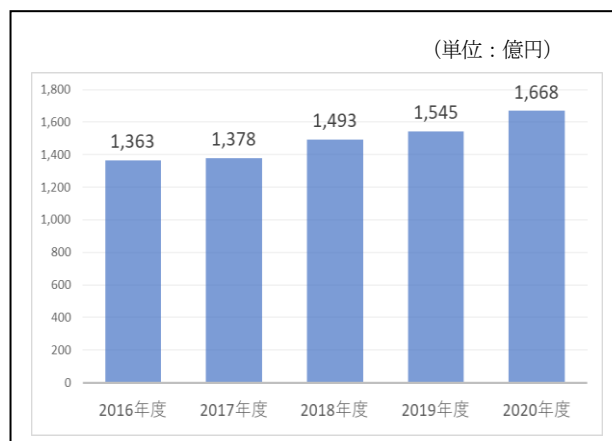
（表1）食用油に対するポジティブな印象と期近の変化

（図1）直近5年間の家庭用食用油市場規模推移

(n=2060、単位：%)

	おいしい	自然なもの	健康に良い
現在の印象	58.9	64.0	50.7
印象が強まった	19.0	17.3	23.2
印象が弱まった	4.4	3.8	5.4

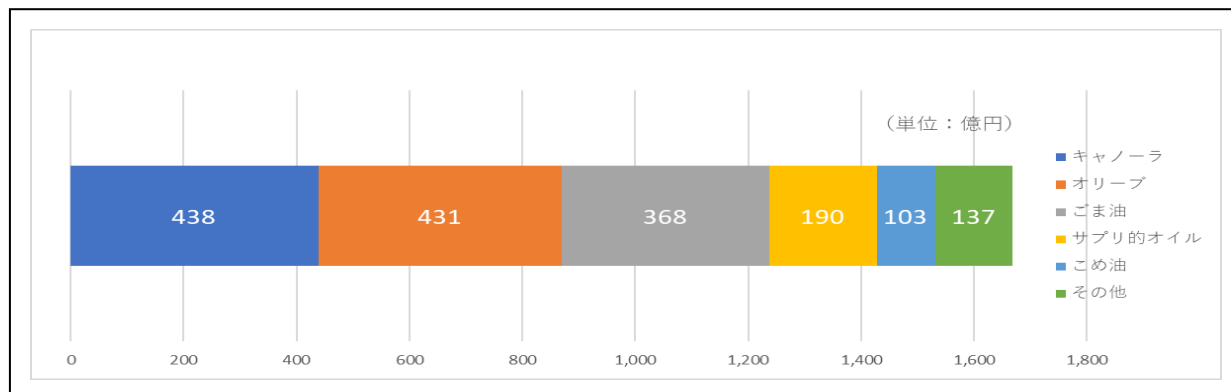
※現在、食用油にもつ印象の中からポジティブな項目を抜粋。
※印象の強弱は1,2年前との比較。
※複数回答。数値は該当する、どちらかと言えば該当するの合計。



2) 近年の市場拡大を牽引、オリーブオイル

- 健康維持に大切なオレイン酸を豊富に含み、フルーティーな香りと風味が特長のオリーブオイルは、食用油の「健康性」や「おいしさ」を見直すきっかけになったとも言われています。
- 2020年度の金額市場規模は、全体に占める割合が1/4 (25.8%) に達しており、トップカテゴリーのキャノーラ油とほぼ並ぶ431億円 (前年対比100.7%) となりました (図2)。
- 市場規模の大きさに加え、直近5年間で118%に拡大するなど、近年の家庭用食用油の金額市場規模拡大を牽引しています。2020年度は、内食機会の増加などを背景に調理全般に広く使えるキャノーラ油がトップカテゴリーとなりましたが、2018年度、2019年度にはオリーブオイルがキャノーラ油を越えて、最大カテゴリーとなっています (表2)。

(図2) 2020年度主要カテゴリー別金額市場規模 出典：インテージ社SCIPデータをもとに当社で推計



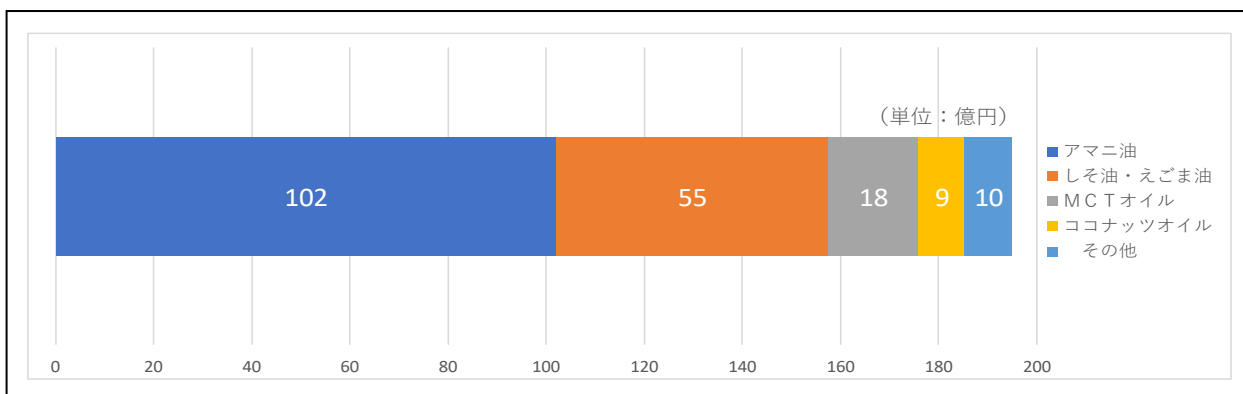
(表2) 直近5年間の主要カテゴリー別金額市場規模推移 出典：インテージ社SCIPデータをもとに当社で推計

金額 (億円)	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	前年比
食用油計	1,363	1,378	1,493	1,545	1,668	108.0%
キャノーラ	414	410	403	395	438	111.0%
オリーブ	364	355	405	428	431	100.7%
ごま油	264	287	290	297	368	124.2%
サプリ的オイル	153	138	190	210	190	90.7%
しそ油・えごま油	58	54	68	74	55	74.6%
アマニ油	50	57	95	110	102	93.3%
ココナッツオイル	37	18	13	12	9	77.1%
MCTオイル	1	4	8	9	18	215.3%
こめ油	46	57	67	77	103	133.9%

3) サプリ的オイルの主力、アマニ油の市場規模は100億円を突破

- 当社ではからだに良い成分を豊富に含み、そのままかけて料理を楽しむ使い方を主とする、近年話題の食用油カテゴリーを「サプリ的オイル」と呼称しています。
- その中心的位置づけにあるアマニ油は話題の健康成分オメガ3 (α -リノレン酸) を豊富に含み、2020年度の金額市場規模は2年連続で100億円を突破 (102億円、前年対比93.3%)、家庭用食用油市場の中でますます存在感を高めています (図3)。
- 美容や運動、健康維持に役立つことが期待されている、今話題のMCTオイル。金額市場規模を前年対比200%超と大きく拡大し、存在感を表しています。

(図3) 2020年度サプリ的オイル市場規模内訳 出典：インテージ社SCIPデータをもとに当社で推計



4) ごま油、こめ油の市場規模は、前年対比で大きく伸長

- ごま油市場は2020年度の金額市場規模が368億円と家庭用食用油の中で3番目に大きなカテゴリーとなっています。近年、家庭でごま油を使う料理が増加傾向にあるなどの背景があり、前年対比では124.2%と大きく伸長しています。
- こめ油市場もごま油と同様、2020年度の金額市場規模が103億円、前年対比で133.9%と高い伸長率となりました。原料の天然・自然感、揚げ物がカラッと揚がるなどの特長が支持されているようです。

2. 家庭内調理のキーワード

昨秋に実施した当社消費者調査（サンプル数2060名、インターネット調査）をもとにした推定 内食機会の増加を受けて食生活が変化、調理では簡便さとマンネリ化の打破がキーワード

オリーブオイルやごま油など風味豊かな食用油は、料理にかけるだけで簡単に風味を変えることができ、料理をおいしく楽しめるうえ、マンネリ化対策にもなるなど、調理における課題解決の糸口となる可能性が示唆されます。

- 生活面での変化では、外出機会の減少に伴う内容が上位を占め、自宅での調理機会の増加が最上位となりました。
- 食生活の変化としては、感染リスクの低減や内食機会の増加に起因する、食材のまとめ買いや多めのストック、簡便な加工食品の利用増や、メニューのマンネリ化への困惑が上位を占めました。

生活面での変化（複数回答、上位5項目、単位：%）

1位	自宅での調理が増えた	32.0
〃	休日の自分の外出が減った	32.0
3位	運動不足になった	31.6
4位	平日の自分の在宅機会が増えた	28.9
5位	休日の家族の外出が減った	24.2

食生活面での変化（複数回答、上位5項目、単位：%）

1位	まとめて買い物している	35.8
2位	食材を多めにストックしている	28.6
3位	冷凍食品の利用が増えた	16.9
4位	レトルト食品の利用が増えた	12.9
5位	メニューのマンネリ化に困っている	12.6

出典：2020年9月インターネット調査 食用油使用者2060サンプル 当社調べ

【資料編】オリーブオイル、アマニ油、ごま油、こめ油に関する定量調査結果トピックス

本文中で触れた各油の動態が垣間みることのできる定量調査結果をトピックスとして抜粋しています。

1. 主要カテゴリー別の購入重視点

- オリーブオイルとごま油は、「香りと味」の重視度が高かった。
- アマニ油は、「健康に良い」ことが重視されていた。
- こめ油は、「国産原料であること」や「天然・自然成分でできていること」に加え、「揚げ物がカラッと揚がること」に対する重視度が高かった。

購入重視点	(単位：%)			
	オリーブ n=1354	アマニ油 n=178	ごま油 n=1418	こめ油 n=150
天然・自然成分	14.7	12.6	11.3	22.7
国内で製造	4.6	11.0	14.8	16.7
原材料が国産	4.3	9.9	12.8	17.9
香りが良い	20.8	5.7	31.0	5.5
味が良い	20.7	7.6	24.8	11.4
鮮度が良い	14.9	12.4	10.6	15.2
カラッと揚がる	1.7	2.0	2.5	15.9
健康に良い	19.8	27.6	13.1	15.5
体に良い成分を含有	7.6	13.3	6.7	10.8
使い慣れている	19.0	7.1	24.2	15.4
賞味期限	14.6	14.6	14.4	16.0
製造メーカー	13.4	8.8	19.3	9.5
価格の安さ	24.7	9.5	25.1	15.9

※各油における上位5番目までの項目を抜粋。
 ※黄色は各油の上位5項目。濃い黄色は他油と比較した特長的な項目。
 ※複数回答。数値は該当する、どちらかと言えば該当するの合計。

2. 主要カテゴリー別、期近の使用量の変化

■1,2年前との比較において、各油の使用量が増えたと答えたパネルは約30~50%であった。

	オリーブ n=1354	アマニ油 n=178	ごま油 n=1418	こめ油 n=150
使用量が増加	33.3	49.2	26.5	48.3

※1,2年前との比較。
※数値は、新たに使用、使用量が増、使用量がやや増の合計。

3. 主要カテゴリー別、使用量増加理由

■オリーブオイルとごま油では、「いろいろな料理に使うようになった」と回答したパネルの割合が多かった。

■アマニ油では、「自分や家族の健康に配慮して」使用量が増えたと回答したパネルの割合が多かった。

■こめ油では、「使用する食用油のタイプが変わった」と回答したパネルの割合が多かった。

新たにこめ油を使い始めた、または従来の料理にこめ油を使うようになったことが示唆される結果であった。

	オリーブ n=461	アマニ油 n=92	ごま油 n=381	こめ油 n=72
自分や家族の健康に配慮	40.4	67.6	23.1	48.7
調理機会(回数)が変化	15.8	12.6	22.2	11.6
使う油のタイプが変化	13.8	4.0	8.9	25.4
料理の傾向・嗜好が変化	22.4	9.6	23.4	12.7
色々な料理に使用	42.2	10.3	39.5	23.2
使い方が変化(生使用等)	20.0	13.3	12.8	11.1

※各油で使用量が増えたと回答したパネルに対する調査。
※各油における上位3番目までの項目を抜粋。
※黄色は各油の上位3項目。濃い黄色は他油と比較した特長的な項目。
※複数回答。数値は該当する、どちらかと言えば該当するの合計。

※項目内容は簡略化して記載しています。

【調査の概要】

調査期間：2020年9月15日(火)~16(水)

調査方法：定量調査(インターネット調査)・・・調査モニターへのWEB画面によるアンケート調査

調査地域：全国

調査対象：男女20~69歳 食用油現使用者

サンプル数・割付：男女20代、30代、40代、50代、60代 各200サンプルで設計(2060サンプル回収)

備考：調査結果は国勢調査等を参考に実際の人口構成比を意識して補正。

【リリースに関するお問合せ先】

日清オイリオグループ株式会社 コーポレートコミュニケーション部 広報課

TEL:03-3206-5109 〒104-8285 東京都中央区新川一丁目23番1号