

品目別レポート（ソース混合調味料）

■品目説明

ソースとは液体調味料の総称で、野菜・果実、砂糖、食塩、香辛料、食酢など原料の違いや、製法、色などによってさまざまな種類がある。代表的なソースとしては、ウスターソース類（中濃、濃厚、お好みソース、やきそばソース）、マヨネーズ、ドレッシング類、ホワイトソース、ドミグラスソース、焼肉のたれなど非常に幅広いタイプがある。

[全国マヨネーズ・ドレッシング類協会](#)の発表によると、2024 年のマヨネーズ、ドレッシング類（その他半固体ドレッシング、液状ドレッシング、ドレッシングタイプ調味料）生産量は、全体で 403,910 トンとなり、前年比 1.4%増加した。

そのほか、業界団体として、[全日本カレー工業協同組合](#)や[日本ソース工業会](#)、[全国トマト工業会](#)などがある。

■貿易概況

2023 年の輸出額は前年比 4.4%増の 3 億 8,541 万ドル、輸出量は同 5.2%増の 8 万 7,425 トンと、金額 ベース、数量ベースともに増加した。輸出額を相手国・地域別にみると、1 位の米国が前年比 9.1%増の 8,807 万ドル、続いて台湾が同 2.0%増の 6,193 万ドル、韓国が同 10.9%増の 3,524 万ドル、香港が同 6.9%減の 3,030 万ドルとなった。

なお、ソース混合調味料は、農林水産省の[輸出拡大実行戦略](#)（2025 年 5 月）において輸出重点品目のひとつであり、2030 年までに全体 3,351 億円（米国 754 億円、台湾 425 億円、EU355 億円など）を目標としている。国別のニーズ・規制に対応するための課題・方策として「ヴィーガン向けやグルテンフリー、ハラル商品の開発や植物性原料のみを使用した商品開発」「輸出先国に対する規制への対応」「日本式カレーなど日本食の普及に伴う販路拡大」が挙げられている。

[全日本カレー工業協同組合](#)は、[認定農林水産物・食品輸出促進団体](#)として、海外における販路開拓活動を積極的に取り組んでいる。

▼表1：日本のソース混合調味料輸出

（単位：ドル、トン、％）

	2021年		2022年		2023年		前年比	
	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量
米国	85,961,649	14,893	80,766,765	15,067	88,077,440	16,818	9.1	11.6
台湾	70,194,597	14,681	60,721,282	14,533	61,932,711	14,940	2.0	2.8
韓国	35,344,893	7,313	31,797,917	7,980	35,248,230	9,056	10.9	13.5
香港	32,315,134	6,678	32,546,551	7,567	30,300,111	6,876	△ 6.9	△ 9.1
オーストラリア	18,649,403	4,401	20,096,956	5,156	21,762,604	5,560	8.3	7.8
全世界	395,434,661	78,831	369,079,632	83,073	385,416,463	87,425	4.4	5.2

注：対象はHSコード 2103.90.200、2103.90.300、2103.90.400、2103.90.500、2103.90.900

出所：Global Trade Atlas（IHS Markit）より作成

■海外事情

●米国

[ジェットロ「海外有望市場商流調査（米国）」（2022 年 3 月）](#)に書かれている米国市場の状況や需要動向を抜粋する。

- ・米国のソース混合調味料市場は約 250 億ドル（2020 年）。
- ・ケチャップとマヨネーズの売上が大きいですが、売れ筋商品は地域によって異なる。米国中西部では乳製品ベースのクリーミーランチドレッシング、メキシコに近いカリフォルニア州南部やアリゾナ州ではホットソースの人気が高い。
- ・人種や食の多様化で、ソース混合調味料の輸入は年々増加している。2020 年は内食の機会が増えたこともあり、輸入額は前年比 13%増の約 15 億ドル、輸入量は 75 万トン。
- ・主にカナダ、メキシコ、イタリア、タイ、中国から輸入。日本からの輸入も増加傾向で、2020 年の輸入額は約 8,210 万ドル（第 6 位）。

近年はエスニックフードなどの人気の高まりから、輸入食品の需要が高まっている。また、個人消費の増加に伴い外食ビジネスも好調で、レストラン業界におけるソースやドレッシングの需要がさらに高まる可能性がある。日本からはマヨネーズ、焼肉のたれ、とんかつソース、生姜焼きソース、ドレッシングなどが輸入され、日系のみならず中華系・韓国系などのアジア系スーパーにも流通が拡大しており、レストランでも業務用が使われている。

健康を意識したライフスタイルが注目されるなか、ヘルシーなイメージのある日本食のソースは、味の濃い高カロリーなソースとの差別化を図れる可能性がある。無添加のだしや液体調味料は、ハイエンドなレストランやオーガニックスーパーなどでの商機もある。

●台湾

[台湾 PF 品目別（調味料）レポート（2025 年 3 月）](#)によると、台湾における調味料生産額は緩やかに増加傾向にある。成長率は鈍化しているが、しょうゆの生産額は毎年約 3%の成長を維持しており、市場の安定性がうかがえる（しょうゆが調味料市場全体の約 3 割）。一方、その他の調味料は 2023 年に成長したものの、2024 年にはわずかに減少している。

外食文化が強い台湾では、コロナ規制緩和により外食機会が増加したことで、業務用調味料の需要は回復。消費者の健康志向の高まりにより、減塩・減糖・無添加といった健康志向型の調味料の需要が増加している。また、消費者の味の嗜好が多様化し、新しい風味や各国のエスニック調味料への関心も市場成長に影響を与えている。特に日本風味のカレーソースや韓国のコチュジャン、タイのスパイスソースなど海外由来の調味料が注目され、多種多様なフレーバーを求める消費者が増加している。

そのほか、台湾での調味料の市場状況の詳細は、[同レポート（2025 年 3 月）](#)を参照してほしい。今後の課題としては、日本食レストラン及び小売店向け需要のほか、健康志向の者に対する販路拡大が挙げられている。

〔マヨネーズ、サラダドレッシング〕

2023 年のマヨネーズ、サラダドレッシングの輸入は、金額が前年比 2.9%増の 1,444 万ドル、数量が 同 1.1%増の 3,377 トンとなった。

主要輸入相手国別では、日本が 1 位で、金額が 1,303 万ドルで、前年比 2.9%と伸びた。数量では 3,009 トン、同 2.2%増であった。過去 7 年間の主要輸入相手先をみると、金額、数量ともに日本と米国が 1 位、2 位を継続して占めている。2023 年の輸入でも日本産のシェアは高く、金額で 90%、数量で 89%を占める。日本産のマヨネーズ、サラダドレッシングだけで金額、数量ともに台湾のマヨネーズ、サラダドレッシングの輸入全体の約 9 割を占めることになる。台湾の一般家庭では生野菜のサラダをあまり食べないので、日本産のマヨネーズ、サラダドレッシングは日本食レストランを中心とした外食用に消費されているとみられる。

▼表2：台湾のマヨネーズ、サラダドレッシングの輸入 (Mayonnaise, Salad Dressing)

(単位：ドル、トン、%)

	2021年		2022年		2023年		前年比	
	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量
日本	12,967,957	2,711	12,669,167	2,944	13,032,967	3,009	2.9	2.2
米国	545,880	151	478,477	114	482,753	97	0.9	△ 14.9
マレーシア	141,709	68	233,057	88	239,525	83	2.8	△ 5.7
フィリピン	148,347	71	199,162	86	200,415	81	0.6	△ 5.8
ドイツ	100,231	25	160,295	44	167,407	41	4.4	△ 6.8
全世界	14,326,065	3,134	14,040,621	3,341	14,444,516	3,377	2.9	1.1

注：対象はHSコード 2103.90-1000

出所：Global Trade Atlas (IHS Markit) より作成

〔カレーソース〕

2023 年のカレーソースの輸入は、金額が 1,905 万ドル(前年比 18.9%増)、数量で 4,243 トン(同 16.4%増)であった。過去 6 年間の主要輸入相手先をみると、金額、数量ともに日本とタイが 1 位、2 位を継続して占めている。2023 年の輸入でも日本産のシェアは高く、金額で 92%、数量で 88%を占める。日本産のカレーソースだけで金額、数量ともに台湾のカレーソース輸入全体の 9 割を占めることになる。日本式のカレーは、台湾の食堂、屋台や一般家庭でも広く食されている。日本産のカレールーも一般のスーパーマーケットで販売されているほか、近年は日本の大手外食チェーンが台湾でカレーレストランのチェーン展開を進めており、日本産カレーソースの輸入増につながっている。

▼表3：台湾のカレーソースの輸入 (Curry Sauce)

(単位：ドル、トン、%)

	2021年		2022年		2023年		前年比	
	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量
日本	20,049,163	3,865	14,324,100	3,090	17,564,613	3,770	22.6	22.0
タイ	1,230,662	476	1,318,200	479	1,100,539	401	△ 16.5	△ 16.3
マレーシア	117,991	27	117,957	25	186,794	34	58.4	36.0
ベトナム	118,959	19	165,359	26	143,973	22	△ 12.9	△ 15.4
インドネシア	20,022	9	31,586	8	23,263	6	△ 26.4	△ 25.0
全世界	21,607,285	4,411	16,026,172	3,645	19,059,486	4,243	18.9	16.4

注：対象はHSコード 2103.90-2000

出所：Global Trade Atlas (IHS Markit) より作成

〔その他混合調味料〕

2023 年のその他混合調味料の輸入は、金額が 9,981 万ドル（前年比 1.9%減）、数量で 3 万 968 トン（同 2.0%減）であった。台湾では、しょうゆや料理酒を除く調味料についても多品種少量の輸入になることが多く、日本産のウスターソースやトンカツソースなどを含むその他混合調味料の過去 6 年間の主要輸入相手先では、金額、数量ともに日本が 1 位を継続して占めている。2023 年の輸入でも日本産のシェアは高く、金額で 30%、数量で 21%を占める。

▼表4：台湾のその他混合調味料（料理酒は除く）の輸入 (Other Articles Of Heading 2103)

(単位：ドル、トン、%)

	2021年		2022年		2023年		前年比	
	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量
日本	34,098,461	6,382	30,680,796	6,463	30,534,374	6,670	△ 0.5	3.2
韓国	11,309,033	4,014	13,591,757	4,992	12,496,501	4,618	△ 8.1	△ 7.5
中国	11,270,110	3,208	11,216,275	3,355	12,102,511	3,447	7.9	2.7
米国	14,074,882	4,315	12,232,183	3,345	11,250,406	2,808	△ 8.0	△ 16.1
タイ	6,785,175	4,210	8,779,103	4,951	7,849,548	4,531	△ 10.6	△ 8.5
全世界	98,767,941	29,767	101,796,299	31,593	99,819,940	30,968	△ 1.9	△ 2.0

注：対象はHSコード 2103.90-9090

出所：Global Trade Atlas (IHS Markit) より作成

●中国

[ジェトロ「海外有望市場商流調査（中国）」（2022 年 3 月）](#)に書かれている中国市場の状況や需要動向を抜粋する。

- ・2020 年、中国の調味料生産量は、前年比 13.9%増加の 1,627 万トンで、2021 年末には 1,785 万トンに達すると見込まれている。
- ・中国では、カレールー、マヨネーズ、味噌などは、混合調味料に含まれる。日本の食文化の影響もあり、これら調味料が食卓に上る機会が増えている。
- ・日本のカレールーとマヨネーズの代表的ブランドは、中国市場への参入が早く、知名度や

市場シェアも比較的高い。いずれも中国国内に複数の生産拠点を設け、中国消費者の需要を満たすに足る生産規模を誇る。

- ・2019 年、中国の混合調味料の輸入量は 5 万 9,643 トンで、金額は 1 億 5,402 万米ドルに達している。輸入調味料の主要原産国は日本、タイ、イタリア、スペイン、ドイツ、フランス、韓国など。

- ・中国国内の食品メーカーが、包装済食品やインスタント食品などの生産に、日本産の輸入混合調味料を使用することはほとんどない。価格が割高で、コストに大きく影響するのが最大の理由といえる。一方、外食業界では、一部の日系レストランで日本産の混合調味料を使用している。

- ・日本と中国は食文化が似ており、小売現場においては、日本産の輸入調味料は一定の競争力を有している。例えば日本のカレールーは、味がマイルドなため、幅広い層に受け入れられやすい。

- ・中国国内で日本料理店が増えていることも、消費者が日本産の調味料に親しみを持つきっかけとなっている。例えば、すき焼きなどがここ数年、若い消費者を中心に人気を集めているが、新型コロナの感染拡大で外食できなかった頃に、輸入のすき焼きの素を使って、自宅ですき焼きを楽しむ写真が SNS 上に数多く散見された。

●その他

- ・[香港 PF 品目別（調味料）カントリーレポート](#)（2024 年 11 月）

- ・[CPTPP への加入を前にロンドンで日本産コメ・コメ加工品商談会を開催\(日本、英国\) | ビジネス短信 ―ジェトロの海外ニュース - ジェトロ](#)

- ・[ベルリンカレーウィークで日本のカレーを PR\(ドイツ\) | ビジネス短信 ―ジェトロの海外ニュース - ジェトロ](#)

ジェトロ「[現地市場価格調査](#)」では、ソース混合調味料（マヨネーズ・ドレッシング・カレー粉含む）、食酢、レトルト食品（カレールー含む）などの主要都市における市場価格をまとめている。

ソース混合調味料を含む調味料の輸入規制、輸入手続きに関して、[ジェトロのポータル](#)にて、香港、台湾、韓国、中国、シンガポール、マレーシア、インドネシア、タイ、ベトナム、フィリピン、インド、ミャンマー、UAE、トルコ、米国、カナダ、ブラジル、オーストラリア、EU、英国、スイス、ロシア、メキシコをまとめている。

ソース混合調味料を含む加工食品に関して、[農林水産省 GFP 加工食品部会](#)で講演セミナーを開催している。過去の講演資料などを参照。

本レポートに関する問い合わせ先：

日本貿易振興機構（ジェトロ）

農林水産食品部 市場開拓課 調査チーム

〒107-6006

東京都港区赤坂 1-12-32 アーク森ビル

TEL：03-3582-5186

【免責事項】

本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用ください。ジェトロでは、できる限り正確な情報の提供を心がけておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益を被る事態が生じたとしても、ジェトロ及び執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承ください。