

日本冷凍食品業界趨勢探討 便利性與營養並重的新時代

撰文:奧村 建文(寶 建文)

全球新冠疫情之後的時代，日本冷凍食品市場連年蓬勃發展。根據日本冷凍食品協會數據顯示，2023 年冷凍食品工廠出貨金額高達 7,799 億日圓，與去年同期相比增長 2.1%⁽¹⁾，創下歷史新高。此一增長趨勢預計將延續，富士經濟預估 2024 年冷凍食品市場規模將可達到 1 兆 2,909 億日圓，較 2022 年增長 5.0%。

<調查結果的概要>

	2023年估計	與2022年相比	2024年預測	與2022年相比
冷凍食品	1兆2,724億日圓	103.5%	1兆2,909億日圓	105.0%
冷藏即食加工品	3,447億日圓	104.4%	3,500億日圓	106.0%
其他冷藏調理食品	1,572億日圓	98.4%	1,573億日圓	98.4%
農產加工品	1兆1,231億日圓	102.2%	1兆1,225億日圓	102.1%
畜產加工品	8,655億日圓	101.8%	8,697億日圓	102.3%
水產加工品	9,483億日圓	102.6%	9,543億日圓	103.3%

圖 1-日本冷凍食品市場在 2024 年將成長至 1 兆 2,909 億日圓
 (富士經濟調查)

消費者行為的變化是推動市場成長的主要因素之一。自 2020 年以來，受到新冠疫情的影響，冷凍食品市場規模大幅增長。從圖 1 富士經濟調查的趨勢可以發現，在 2023 年冷凍食品市場規模已經超過農產加工品；成長幅度略低於冷藏即食加工品(チルド調理済み食品)，成為目前市場規模最高的類別。而冷凍食品顯著成長的背後，是消費者對即食需求提高。冷凍食品不僅可以長期保存，還可以使用微波爐或烤箱等方式進行短時間烹調。此外，在風味方面-尤其是對於那些以味道和香味為訴求的各國民族特色菜餚，由於冷凍技術的進步，冷凍食品甚至比冷藏食品更美味。

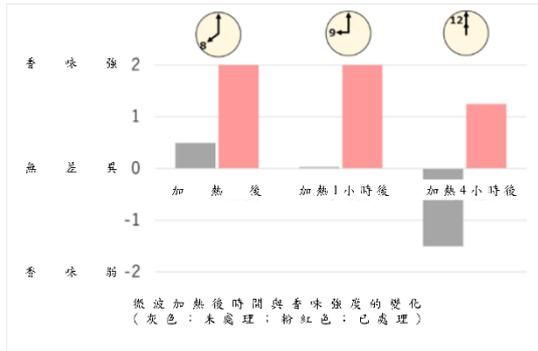


圖 2-株式會社日本水產(NISSUI)在[維持香味的技術研究](#)中，使用微波爐加熱 4 小時後仍保有食物香味

日本冷凍食品協會 2024 年 2 月的調查顯示，約 20% 的受訪者表示在過去一年增加了冷凍食品的使用⁽²⁾。

消費者青睞冷凍食品的因素包括烹飪簡單方便、產品風味改善以及價格適中等。另外 2023 年因為氣候異常炎熱導致消費者減少出門外食的意願，或是盡量不使用火源來處理料理的原因，都助長了冷凍食品的成長力道。除此之外在家上班的趨勢，也導致午餐時間縮短，進而帶動了居家冷凍食品的需求。而將近 80% 的受訪者對於購買的冷凍食品風味感到滿意⁽²⁾。

冷凍食品的普及不僅限於個人消費，在家庭零售方面，由消費者主導的日本生活協同組合聯合會 2023 年的冷凍食品銷售額達到歷年最高值，與前一年相比成長 4.5%⁽³⁾，為該會歷年最高營業額。而根據該會對於 3,157 位會員的調查得知，該會的冷凍食品銷售額增長可能是因為消費者對於「家務」的不滿進而推動了冷凍食品的購買意願。所謂不滿的大部分原因集中於「疲勞、累」(46.1%)、「感覺做不完」(43.2%)、「比想像中花時間」(31.6%)⁽⁴⁾，因此飲食料理的行為發生轉變，對自我與家人的飲食習慣傾向簡單方便而不在強調精緻豐盛。

值得注意的是，冷凍食品市場規模雖然出貨金額持續創下新高，卻可能只是因為 2023 年開始的日幣貶值所造成；實際上的 2023 年工廠出貨總量為 154.5 萬噸反而比 2022 年的 159.8 萬噸還減少 3.3%，其中與前年相比業務用減幅 0.7%，家庭用減幅達到 5.9%⁽¹⁾。

		業務用			家庭用		
		噸	與前年相比	占比	噸	與前年相比	占比
平成25年	2013年	919,442	102.8%	59.3%	630,643	108.4%	40.7%
26	2014	931,972	101.4%	60.4%	609,919	96.7%	39.6%
27	2015	903,230	96.9%	59.4%	616,653	101.1%	40.6%
28	2016	917,652	101.6%	59.0%	636,613	103.2%	41.0%
29	2017	937,549	102.2%	58.6%	662,497	104.1%	41.4%
30	2018	899,772	96.0%	56.7%	687,236	103.7%	43.3%
令和元年	2019	896,107	99.6%	56.4%	692,350	100.7%	43.6%
2	2020	779,948	87.0%	50.3%	771,265	111.4%	49.7%
3	2021	788,838	101.1%	49.7%	798,253	103.5%	50.3%
4	2022	793,812	100.6%	49.7%	804,996	100.8%	50.3%
5	2023	788,455	99.3%	51.0%	757,113	94.1%	49.0%

圖 3-過去十年業務用及家庭用冷凍食品的出貨量調查
(日本冷凍食品協會)

從圖 3 可以發現，2020 年至 2022 年因受疫情影響，冷凍食品年出貨量有顯著成長；2022 下半年到 2023 年全年隨著疫情降溫，外食餐飲業禁令解除與人潮復甦分食了冷凍食品市場，造成短暫的冷凍食品出貨量下降。綜合上述，雖然 2023 年的冷凍食品出貨量不如 2022 年，但由於冷凍食品給予消費者的體驗以及現今快節奏的生活型態，冷凍食品的增長潛力仍然是相當可觀的。

看好冷凍食品行業的潛力，以及目前正處於冷凍食品品質及數量的騰飛期，大型企業如味之素和日清食品紛紛進入市場，推出注重營養均衡的冷凍配餐服務。這些產品不再僅僅是單一的菜色或是簡單的炒飯、義大利麵等，而是朝著全方位營養餐食的方向發展，反映了消費者對健康和便利性的雙重追求，而廠商也順應市場所需做策略調整。比如味之素公司以一般消費者市場為目標做營養均衡冷凍外送便當；而日清集團則以居家照護為主做特殊病患適用的膳食冷凍外送便當。



圖 4 日本味之素推出營養均衡的冷凍便當外送服務
(味の素株式会社)



圖-5 日清集團推出的營養師監製、適合各族群的冷凍外送便當
(日清醫療食品株式會社)

由於現今冷凍技術的進步，更好的保留了食物的風味和營養，使得這些大型企業所推出的冷凍便當食材甚至可以媲美新鮮食材，尤其在保留香味和味道方面，這也有助於增強冷凍食品的推廣力道。於此同時，隨著冷凍食品市場規模的增長，日本 2023 年冷凍蔬菜的進口量約為 112 萬噸，進口額達 3,048 億日圓，首次突破 3,000 億日圓大關⁽⁵⁾；相比之下，同年日本國產冷凍蔬菜的生產量僅約 6 萬噸，在當年日本國內冷凍蔬菜市場中的份額僅佔 5.2%⁽⁶⁾。因此日本農林水產省

推出了「國產青菜佔有率爭奪計畫」([国産野菜シェア奪還プロジェクト](#))，目前計畫先從農場端的冷凍設備升級以及農改技術的支援開始著手，以期接下來能逐步提高冷凍蔬菜中國內生產的占比。

回頭關注台灣市場，據經濟部統計處的調查，2021 年台灣的調理食品的市場規模為 304 億新台幣並且仍然在成長中⁽⁷⁾。因此日本冷凍食品市場的發展經驗對台灣具有借鑑意義。隨著冷凍技術的進步和消費者對健康與便利需求的增加，台灣的冷凍食品業者可以學習日本在冷凍食品技術創新和產品多樣化方面的經驗。例如，台灣也可以引入更多營養均衡的冷凍便當服務，滿足現代人忙碌生活中對於快速且健康的飲食需求。此外，日本在提升國產食材的策略，尤其是加強冷凍蔬菜的生產和市場佔有率，為台灣提供了一個可行的參考模式。台灣可通過強化農業技術支援和改善冷凍設備，推動國產食材在冷凍食品中的應用，提高市場競爭力的同時也可照顧在地小農，創造多贏局面。

資料來源：

1. 一般社団法人 日本冷凍食品協会，令和 5 年冷凍食品の生産・消費について
https://www.reishokukyo.or.jp/wp-content/uploads/2024/04/pdf-data_19.pdf
2. 一般社団法人 日本冷凍食品協会，“冷凍食品の利用状況”実態調査結果について
<https://www.reishokukyo.or.jp/wp-content/uploads/2024/04/research2024.pdf>
3. 日本生活協同組合連合会 冷凍食品事業が過去最高額の業績に
https://jccu.coop/info/up_item/release_20240422_01_15.pdf
4. 日本生活協同組合連合会「家事」への意識についてのアンケート調査
https://jccu.coop/info/newsrelease/2023/20231213_01.html
5. 農林水産物輸出入概況
https://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/kokusai/pdf/yusyutu_gaikyo_23.pdf
6. 野菜をめぐる情勢
<https://www.maff.go.jp/j/seisan/ryutu/yasai/attach/pdf/index-38.pdf>
7. 經濟部統計處
https://www.moea.gov.tw/Mns/dos/bulletin/Bulletin.aspx?kind=9&html=1&menu_id=18808&bull_id=9362

圖 1 富士經濟調查

<https://www.fuji-keizai.co.jp/file.html?dir=press&file=23127.pdf&nocache>

圖 2 株式會社日本水產的香味研究

<https://www.nissui.co.jp/corporate/rd/research/food/kaori.html>

圖 3 一般社団法人 日本冷凍食品協會，令和 5 年冷凍食品の生産・消費について

https://www.reishokukyo.or.jp/wp-content/uploads/2024/04/pdf-data_19.pdf

圖 4 味之素株式會社 aete 冷凍外送便當

<https://aete.ajinomoto.co.jp/>

圖 5 日清集團-日清醫療食品株式會社 食宅便冷凍外送便當

<https://shokutakubin.com/shop/pages/beginner.aspx>