

2017年版

惣菜白書

—ダイジェスト版—

一般社団法人日本惣菜協会

第一章 惣菜市場の動向

1. 調査概要
2. 惣菜市場規模（算出値）
 - ① 2016年のトータルマーケットは9兆8,399億円規模
 - ② 算出の方法
 - ③ 業態別市場規模と構成比
 - ④ 業態別テナント、FC店売上比率（2016年）
 - ⑤ 業態別カテゴリーマーケット
3. 調査結果の詳細（実測値）
 - ① 調査対象企業の店舗総売上高と食品売上高、ウエート
 - ② 店舗総売上高の直営とテナントの比率
 - ③ 2019年の惣菜総売上高予測
 - ④ おせち料理の売上高
 - ⑤ 恵方巻きの売上高（2016年）
 - ⑥ 惣菜売上高の推移
 - ⑦ カテゴリー別惣菜売上状況
 - ⑧ 2～3年後の直営調理状況予測
 - ⑨ 惣菜売場の運営方法
 - ⑩ 品揃えで意識する客層
 - ⑪ 現在、品揃えをしている惣菜カテゴリー
 - ⑫ 惣菜の商品形態の現状と今後
 - ⑬ 惣菜カテゴリー別の今後の取扱い比率の予測
 - ⑭ 今後注力する商品
 - ⑮ 現在、惣菜売場でやっている施策
 - ⑯ 今後惣菜売場で重視する施策

第二章 消費者動向

1. 調査概要
 - ① 調査の設計
 - ② 調査対象者フェイスシート
 - ③ 調査対象品目
2. 調査結果の要約
 - ① 惣菜の種類別利用状況
 - (1) 最近半年間での品目ごとの購入頻度
 - (2) 最近1週間での品目ごとの購入頻度
 - (3) 購入場所別にみた購入頻度
 - (4) 食事時間別にみた利用状況
 - (5) 食事機会別にみた利用状況
 - ② 惣菜購入に関する時系列分析
 - (1) 1回あたりの購入種類
 - (2) 月平均購入金額
 - (3) 惣菜の単価の目安
 - (4) 惣菜類の購入頻度の増減
 - (5) 惣菜類の価格感の変化
 - (6) 今後の惣菜の利用意向
 - (7) 惣菜の消費期限の確認
 - (8) 惣菜の賞味期限の確認
 - (9) 惣菜の原料原産地についての表示の確認
 - (10) 惣菜の遺伝子組み換えについての表示の確認
 - (11) 惣菜の添加物表示の確認
 - (12) 惣菜のアレルギー表示の確認
 - (13) 惣菜のカロリー表示の確認
 - (14) ラベル表示に対する信頼
 - (15) 惣菜購入時の選択基準
 - (16) 惣菜の衛生面の信頼
 - (17) 今後購入したいと思う惣菜
 - (18) 特定の購入先の有無
 - (19) 惣菜を購入しやすい店の条件
 - (20) 今後、通信販売で惣菜を購入する機会

- ③ 惣菜に関する意見
 - (1) 惣菜全体に対する評価
 - (2) 売り方について
 - (3) 調理時間について
 - (4) 惣菜の経済性について
 - (5) 惣菜の作り方について
- ④ 食品全般に関する意見
 - (1) 2～3年前と比べて食事の変化
 - (2) 食の安全安心について
- ⑤ おせちに関する意見
 - (1) 購入について
 - (2) おせちの購入場所
 - (3) おせちの購入金額
- ⑥ 恵方巻きに関する意見
 - (1) 購入について
 - (2) 恵方巻きの購入場所
 - (3) 恵方巻きの購入本数
 - (4) 恵方巻きの購入金額
- ⑦ 袋物惣菜に関する意見
 - (1) 購入について
 - (2) 購入した商品
 - (3) 袋物惣菜の購入場所
 - (4) 袋物惣菜の1カ月購入回数
 - (5) 袋物惣菜の購入金額
 - (6) 袋物惣菜の購入理由

参考資料編

- 惣菜に関する市場規模
調査票
「惣菜販売動向」に関する調査
（専門店用）
「惣菜販売動向」に関する調査
（百貨店、GMS、SM、CVS用）
お惣菜に関するお伺い（消費者用）

一般社団法人日本惣菜協会では、昭和55年より惣菜に関する調査研究を開始し、惣菜の業態別市場規模や事業者動向、消費者動向などを取りまとめた「惣菜白書」として刊行し、今年で14冊目となります。

「惣菜白書」は、惣菜が生活者の食生活に欠かせない社会的なインフラとして成長してきた過程を毎年追跡し、業界の現状を広く把握、白書としてとりまとめると同時に、行官界においても発表資料として活用されています。惣菜業界唯一の基礎データ集として、行政、大学、研究機関、マスコミなど業界外からも注目を集めております。

2016年の市場規模は9兆8,399億円となり、毎年成長を遂げております。このように市場が拡大していることは、生活者のニーズが変化していく中、惣菜には高い期待が寄せられている事の表れだと考えます。その期待に応えるべく、更に誠実に生活者のライフスタイルの多様化に対応していく必要性を感じているところであり、また同時に、業界の健全な発展と山積する課題解決のために活動していかなければならないことを痛感しています。

本書の発刊にご協力頂きました皆様に感謝するとともに、本書が惣菜産業の更なる発展のために、各企業の成長に役立つ指針となれば幸甚でございます。

惣菜の定義

市販の弁当や惣菜など、家庭外で調理・加工された食品を家庭や職場・学校・屋外などに持ち帰ってすぐに（調理加熱することなく）食べられる、日持ちのしない調理済食品としている。したがって、事業所向け給食および、調理冷凍食品やレトルト食品など比較的保存性の高い食品は除いている。

米飯類・・・おにぎり、寿司、弁当など

調理麺・・・調理済み焼きそば、うどん、割りこそば、スパゲティーなど

調理パン・・・サンドイッチなど（※一般に常温売場で販売されている菓子パンは含まれない）

一般惣菜・・・和・洋・中華の惣菜、煮物、焼物、炒め物、揚物、蒸し物、和え物、酢の物、サラダなど

袋物惣菜・・・“容器包装後低温殺菌され、冷蔵にて1カ月程度の日持ちする調理済包装食品” ポテトサラダ等のサラダ、肉じゃが、鯖の味噌煮など

1. 「食」の市場規模と構成比推移

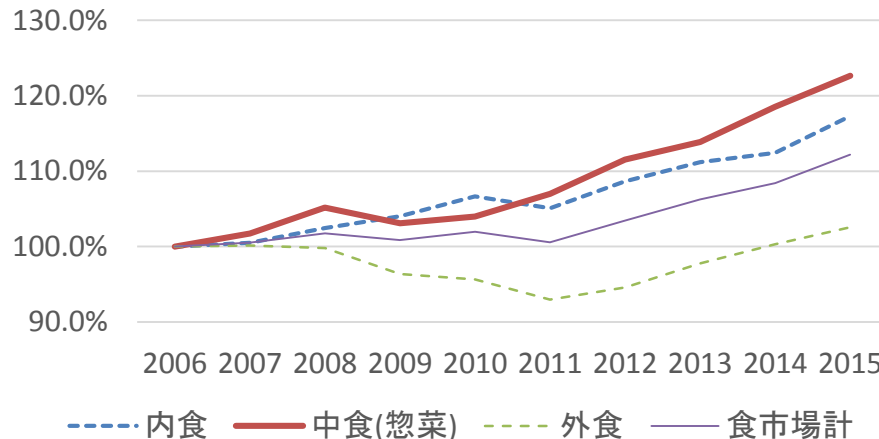
食市場全体が伸び悩んでいるなか、**2015年の惣菜市場規模は9兆5,814億円**となり、10年前と比較すると**122%を超えて**きており、高齢化・核家族化・女性の社会進出などライフスタイルの変化を反映して、惣菜の利用が大きく増加している。

	内食	中食(惣菜)	外食	食市場計
2006年	299,961億円	78,129億円	245,523億円	623,613億円
2015年*	351,916億円	95,814億円	251,816億円	699,546億円
06年－15年比	117.3%	122.6%	102.6%	112.2%

※発刊時点で2016年外食市場規模(7月頃)及び内閣府「国民経済計算」2016年分統計(12月頃)が未発表のため、2015年数値で比較しています

各分野堅調な中、中食・惣菜市場が国内の食シーンをけん引している。

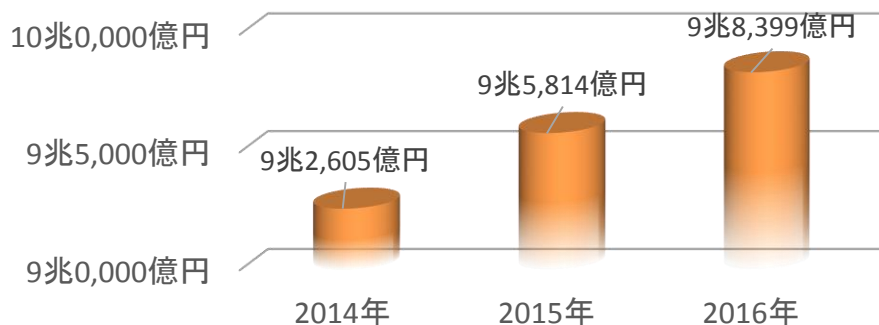
内食、中食(惣菜)、外食の市場規模推移(06年比) 単位:%



2. 惣菜市場マーケットデータ

(1) 惣菜市場規模の推移

惣菜市場規模は堅調に推移し、2017年は10兆円を超える見込み。



◆ 2015年惣菜市場規模は9兆5,814億円

◆ 2016年惣菜市場規模は9兆8,399億円

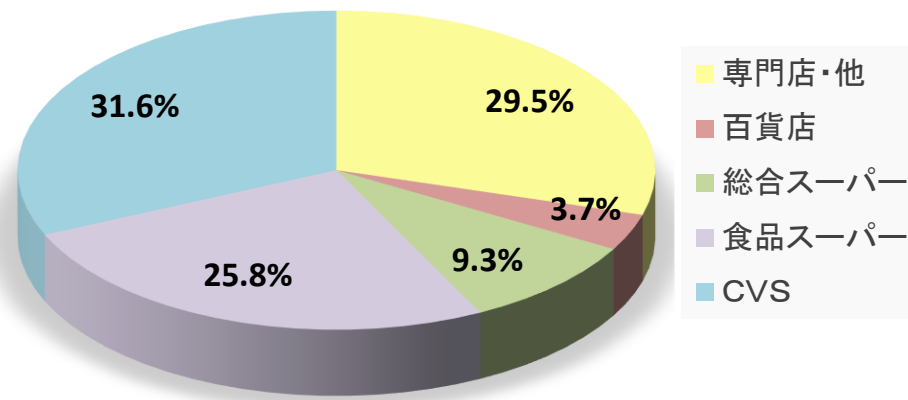
* 本誌では2006年からの市場規模推移を見ることができます。

	2014年	2015年	2016年
惣菜市場規模	9兆2,605億円	9兆5,814億円	9兆8,399億円

(2) 業態別市場規模

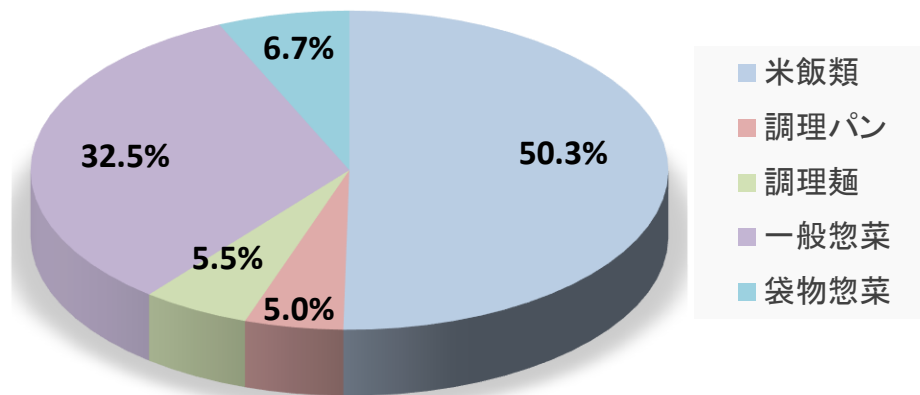
業態別 市場規模	2015年		2016年		
	市場規模	構成比	市場規模	構成比	前年比
専門店・他	2兆8,762億円	30.0%	2兆9,024億円	29.5%	100.9%
百貨店	3,712億円	3.9%	3,674億円	3.7%	99.0%
総合スーパー	9,169億円	9.6%	9,148億円	9.3%	99.8%
食品スーパー	2兆4,525億円	25.6%	2兆5,417億円	25.8%	103.6%
CVS	2兆9,643億円	30.9%	3兆1,133億円	31.6%	105.0%
合計	9兆5,813億円	100.0%	9兆8,399億円	100.0%	102.7%

業態別構成比(2016年)



(3) カテゴリー別構成比

カテゴリー別構成比(2016年)



- ◇ 「業態別構成比」ではCVSの存在感が年々増し、ついに専門店・他を超えるまでになった。
 - ◆ 「カテゴリー別構成比」では米飯類が最も多くいが、年々その割合は低下してきている。
 - ◆ 2012年度より調査を開始した袋物惣菜が潜在感を増してきている。
- *本誌では各業態別のカテゴリー構成比を見ることができます。**

消費者動向

消費者調査結果

①最近半年間での品目ごとの購入頻度（例：首都圏）

	1位	2位	3位	4位	5位
首都圏	弁当 (47.1%)	おにぎり (45.1%)	サンドイッチ (39.5%)	コロッセ (38.4%)	にぎり寿司 (33.9%)

②業態別のよく利用する惣菜（例：デパート）

首都圏	にぎり寿司 / 焼とり / おこわ(類)、炊き込みご飯 / 弁当 / 巻寿司
近畿圏	肉まん / にぎり寿司 / 弁当 / おこわ(類)、炊き込みご飯 / 肉だんご
中国・四国圏	にぎり寿司 / コロッセ / 巻寿司 / おこわ(類)、炊き込みご飯 / 豚カツ
北陸圏	おこわ(類)、炊き込みご飯 / お好み焼き、たこ焼き / コロッセ / 巻寿司 / いなり寿司 / 弁当

①品目ごと購入頻度

◆首都圏では「弁当」が1位。サンドイッチが4位→3位に上昇

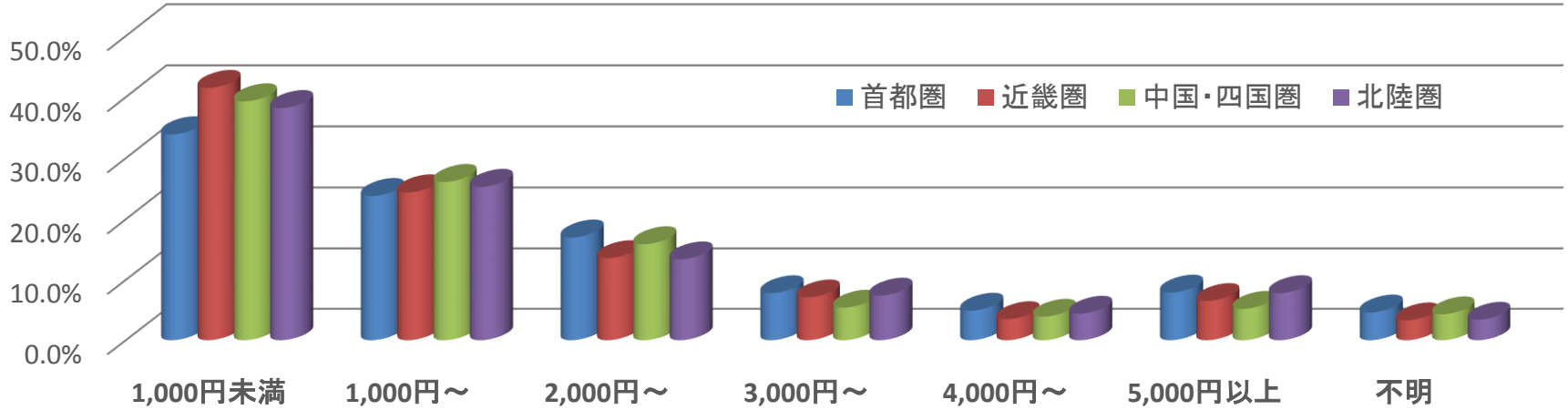
②業態別のよく利用する惣菜

◆デパートでは、おこわ(類)、炊き込みご飯を購入する人が各エリアで上位

*本誌では業態別・エリア別以外にも、時間帯別(朝食・夕食等)や食事機会別(普段・来客時等)データを見ることができます。

消費者動向

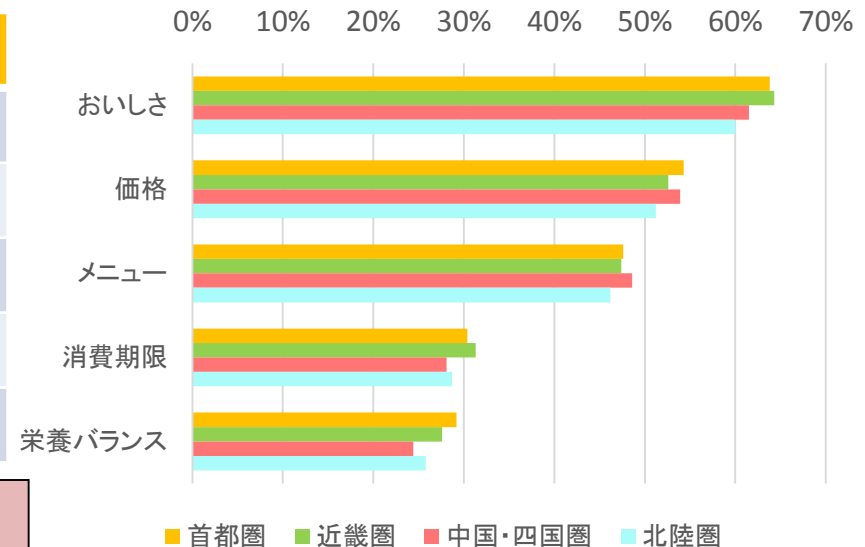
③惣菜の月平均購入金額



◆ 月平均購入金額は、各エリアともに「2,000円未満」が半数以上を占めているが、他エリアに比べて首都圏の割合は低い
 ＊本誌では4年間の時系列でエリア別以外にも、購入種類数や単価等の詳細データを見ることができます。

④惣菜購入時の選択基準

	首都圏	近畿圏	中国・四国圏	北陸圏
おいしさ	63.8%	64.3%	61.5%	60.0%
価格	54.3%	52.6%	53.9%	51.2%
メニュー	47.6%	47.4%	48.6%	46.2%
消費期限	30.4%	31.3%	28.1%	28.7%
栄養バランス	29.2%	27.6%	24.4%	25.8%



◆ 各エリアとも「価格」より「おいしさ」重視する傾向が進んでいる。
 ＊本誌ではより多くの項目の詳細なデータを見ることができます。

⑤おせちの購入

	首都圏	近畿圏	中国四国圏	北陸圏
購入した	15.6%	19.4%	14.0%	14.5%
購入していない	84.4%	80.6%	86.0%	85.5%

⑥恵方巻の購入

	首都圏	近畿圏	中国四国圏	北陸圏
購入した	34.0%	49.7%	45.6%	38.7%
購入していない	66.0%	50.3%	54.4%	61.3%

⑦袋物惣菜の購入

	首都圏	近畿圏	中国四国圏	北陸圏
購入した	27.9%	25.7%	21.2%	23.0%
購入していない	72.1%	74.3%	78.8%	77.0%

***本誌では4年間の時系列でエリア別、購入場所(チャンネル)別、単価別等の詳細データを見ることができます。**

惣菜市场動向調査では、2016年版以降は企業統合等を鑑み、前年版より現状に即した業態別の調査対象企業に変更し、よりマクロデータとしての信頼性を高める取り組みを行っております。

また、消費者動向調査では、個別商品の◎購入頻度 ◎購入店舗 ◎「いつ食べるか」 ◎「どんな時に食べるか」という4つの視点から調査を行い、惣菜の個別商品の使われ方を立体的に捉えると同時に、前回調査との比較により消費者意識の変化を捉え、個別商品がどのようなシーンで使われているかを明らかにすることを目的とした具体的な品目での調査を行っております。

ご購入を希望されます場合は、

◎「日本惣菜協会」ホームページ → 調査研究・出版物 → 出版物申込み

または、下記アドレスからお申し込み願います。

◎ <http://www.nsouzai-kyoukai.or.jp/outline/publishing/syosekikounyu/>

消費者調査の設計

1、調査対象;首都圏(1都3県)、近畿圏(2府3県)、中国四国圏(9県)、北陸圏(3県)に居住する20代~60代の女性を対象に実施

2、調査手法;インターネット調査 (2017年2月13日~20日)

3、回収数

	20代	30代	40代	50代	60代	合計
首都圏	218	225	227	221	221	1,109
近畿圏	221	222	226	215	223	1,107
中国四国圏	159	159	162	160	154	794
北陸圏	158	162	165	200	136	821
全体	756	768	780	796	731	3,831

4、質問項目 ①種類別利用状況(購入頻度、場所、食事時間等)、②惣菜の購入状況(購入種類、購入金額、利用意向等)
③惣菜に関する意見、④食品全般に関する意見、⑤おせちに関する意見 ⑥恵方巻に関する意見、
⑦袋物惣菜に関する意見

2017年版より価格改定

<名称>	2017年版 惣菜白書
<発行日>	2017年5月23日
<価格>	<p>○会員・賛助会員・受講生・惣菜管理士・学校関係者 5,000円 ⇒ 3,000円(送料・税込)</p> <p>○一般企業、一般個人 10,000円 ⇒ 5,000円(送料・税込)</p>

2017年版より多くの方に利用してもらうことを目的に、大幅な価格改定を行いました。

ご購入方法
「日本惣菜協会」HP
→ 調査研究・出版物
→ 惣菜白書
→ 出版物のお申込み

