

2018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 惣菜市場の概況と方向

1. 惣菜の市場規模
2. 食の構造変化
 - ①すすむ食生活の外部化
 - ②食の支出構造の変化
 - ③食生活パターンの変化と中食・中食成長の背景
 - ④中食・惣菜産業の将来ビジョン〈中食2025〉
3. 食品産業のなかの惣菜産業
 - ①2016年～2017年の食品流通業界の動向
 - ②食生活傾向と惣菜の利用
4. 企業別にみる惣菜の動向
 - 株式会社イズミ／オリジン東秀株式会社
 - 株式会社クリタエイムデリカ
 - 株式会社デリカサイト／株式会社ヒライ
 - 株式会社まつおか／株式会社ヤオコー
 - 株式会社ヤマザキ／株式会社ロック・フィールド
 - わらべや日洋ホールディングス株式会社

第二章 惣菜市場の動向

1. 調査概要
2. 惣菜市場規模
 - ①2017年のトータルマーケットは10兆円超えの舞台に
 - ②算出の方法
 - ③業態別市場規模と構成比
 - ④業態別直営店、テナント売上比率（2017年）
 - ⑤業態別カテゴリーマーケット
3. 調査結果の詳細
 - 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惣菜売上高の直営とテナントの比率
 - ③3年後（2020年）の惣菜総売上高予測／④惣菜売上高の推移
 - ⑤カテゴリー別惣菜売上状況／⑥おせち料理の売上高
 - ⑦恵方巻きの売上高（2017年）／⑧2～3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の予測／⑭今後注力する商品
 - ⑮現在、惣菜売場で行っている施策／⑯今後惣菜売場で重視する施策

第三章 惣菜産業の経営動向

1. 調査概要
2. 調査回答企業の特徴
3. 調査回答企業の概要
4. 売上高の推移
5. 惣菜部門の収支状況
6. 生産状況
 - ①製造形態の特色／②製造品目別出荷高
 - ③商品開発のアイデア入手先／④工場の新設・増設について
 - ⑤製造設備の更新・増設について
7. 原材料の仕入状況
8. 販売状況
 - ①チャネル別販売比率／②売上が伸びているルート、鈍化しているルート、今後力を入れていくルート
 - ③販売方式の割合、販売のロス率
9. 物流（配送体制）
10. 経営の問題点

第四章 消費者動向

1. 調査概要
2. 調査結果の要約
 - ①惣菜の種類別利用状況
 - ②惣菜購入に関する時系列分析
 - 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恵方巻きに関する意見
 - ⑦袋物惣菜に関する意見

参考資料

惣菜に関する市場規模について
食をめぐる10年史
調査票

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。

2017年の市場規模は10兆555億6000万円となり、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

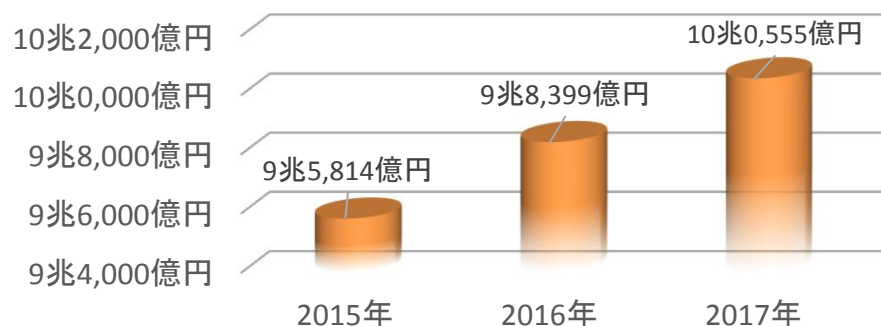
調理麺 …調理済み焼きそば、うどん、そば、スパゲティーなど

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. 惣菜市場規模の推移



| | 2015年 | 2016年 | 2017年 |
|--------|-----------|-----------|----------|
| 惣菜市場規模 | 9兆5,813億円 | 9兆8,399億円 | 10兆555億円 |

惣菜市場規模は堅調に推移し、2017年はついに10兆円を突破した。

- ◆ 2016年惣菜市場規模は9兆8,399億円
 - ◆ 2017年惣菜市場規模は10兆555億円
- *惣菜白書本誌では、2007年からの市場規模推移を見ることができます。

2. 「食」の市場規模と構成比推移

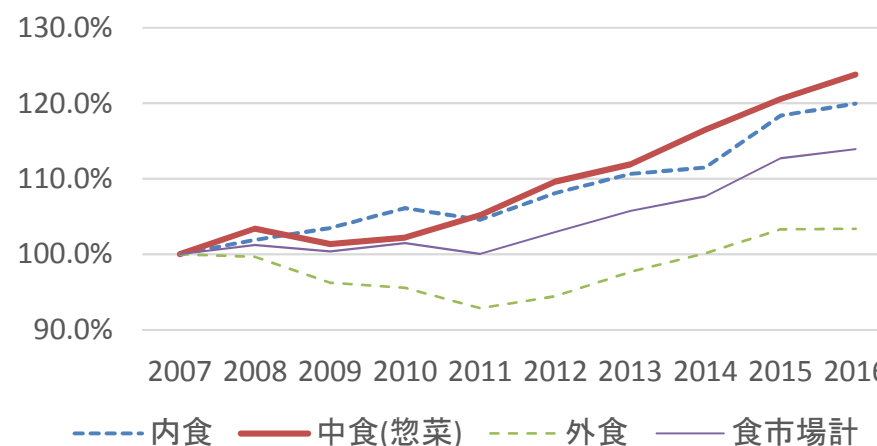
食市場全体の中でも特に惣菜市場の成長は著しく、10年前と比較すると**123%を超えて**きており、高齢化・核家族化・女性の社会進出などライフスタイルの変化を反映して、惣菜の利用が大きく増加していると考えられる。

| | 内食 | 中食(惣菜) | 外食 | 食市場計 |
|----------|-----------|----------|-----------|-----------|
| 2007年 | 301,521億円 | 79,491億円 | 245,908億円 | 626,920億円 |
| 2016年* | 361,660億円 | 98,399億円 | 254,169億円 | 714,228億円 |
| 07年－16年比 | 119.9% | 123.8% | 103.3% | 113.9% |

※発刊時点で2017年外食市場規模(7月頃)及び内閣府「国民経済計算」2017年分統計(12月頃)が未発表のため、2016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。

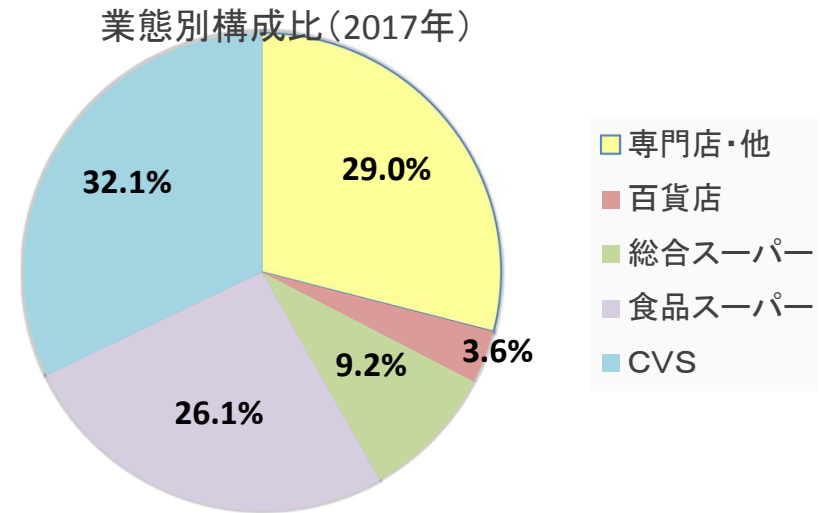
内食、中食(惣菜)、外食の市場規模推移(06年比) 単位: %



惣菜市場動向

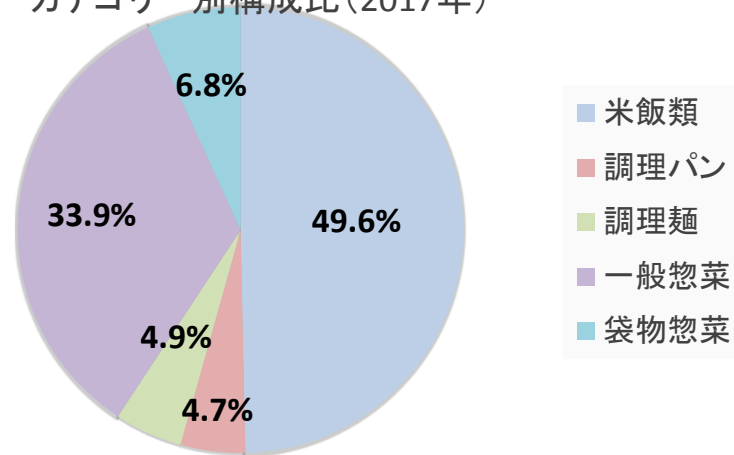
3.業態別市場規模

| 業態別 市場規模 | 2016年 | | 2017年 | | |
|-------------|-----------|--------|------------|--------|--------|
| | 市場規模 | 構成比 | 市場規模 | 構成比 | 前年比 |
| 専門店・他 | 2兆9,024億円 | 29.5% | 2兆9,203億円 | 29.0% | 100.6% |
| 百貨店 | 3,674億円 | 3.7% | 3,643億円 | 3.6% | 99.2% |
| 総合スーパー | 9,148億円 | 9.3% | 9,212億円 | 9.2% | 100.7% |
| 食品スーパー | 2兆5,417億円 | 25.8% | 2兆6,205億円 | 26.1% | 103.1% |
| CVS | 3兆1,133億円 | 31.6% | 3兆2,289億円 | 32.1% | 103.7% |
| 合計 | 9兆8,399億円 | 100.0% | 10兆0,555億円 | 100.0% | 102.2% |



4.カテゴリー別構成比

カテゴリー別構成比(2017年)



- ◇ 「業態別構成比」ではCVSが、2015年に専門店・他を上回って以降も増加が続いている。
 - ◆ 「カテゴリー別構成比」では米飯類が最も多いが、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増加してきている。
- * 惣菜白書本誌では、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（各品目を半年間で3回以上購入した消費者の割合）

| | 1位 | 2位 | 3位 | 3位 | 5位 |
|-----|---------------|-----------------|-------------------|-----------------|------------------|
| 首都圏 | 弁当 (51.0%) | おにぎり (48.0%) | サンドイッチ (41.2%) | コロッケ (41.2%) | 野菜サラダ (36.3%) |

②購入場所別に見た購入頻度の高い惣菜 上位5品目：スーパーマーケット(生協を含む)の場合

| | 1位 | 2位 | 3位 | 4位 | 5位 |
|-----|------|-------|-------|-------|-----|
| 首都圏 | コロッケ | 鶏の唐揚げ | にぎり寿司 | 天ぷら | 巻寿司 |
| 近畿圏 | コロッケ | 巻寿司 | にぎり寿司 | 鶏の唐揚げ | 天ぷら |
| 中京圏 | コロッケ | にぎり寿司 | 鶏の唐揚げ | 巻寿司 | 天ぷら |
| 北海道 | コロッケ | 鶏の唐揚げ | にぎり寿司 | 巻寿司 | 天ぷら |

①最近半年間での品目ごとの購入頻度

- ◆首都圏では、1位の**弁当**は半数以上の消費者が半年間で3回以上購入しているという結果に。
野菜サラダが7位→5位に上昇

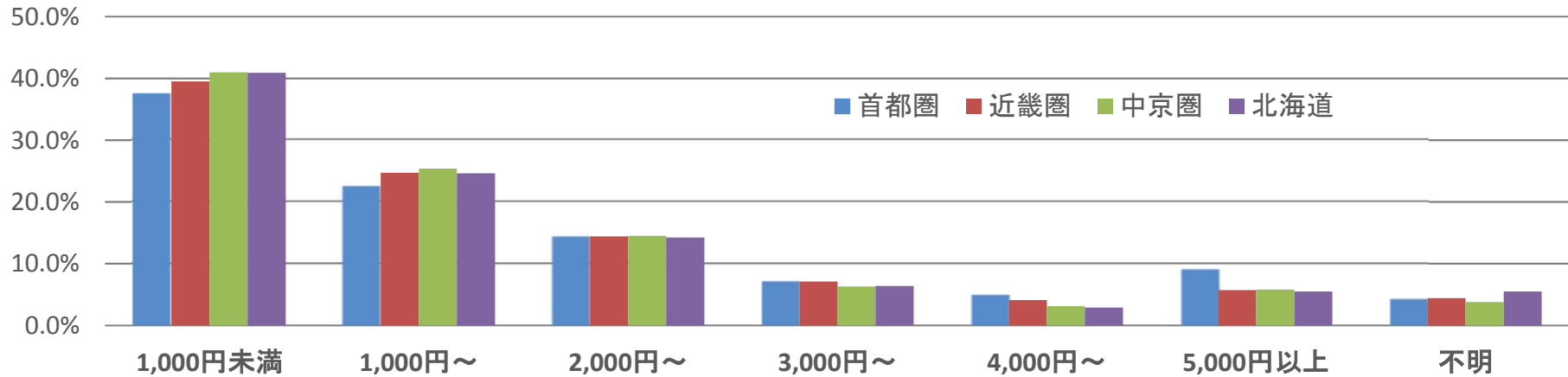
②購入場所別に見た購入頻度の高い惣菜 上位5品目

- ◆揚げ物のおかず類と寿司類で構成されている。各エリアともに、上位5品目は全体の上位5品目と同じで、「コロッケ」は全てのエリアで1位だった。

*惣菜白書本誌では、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

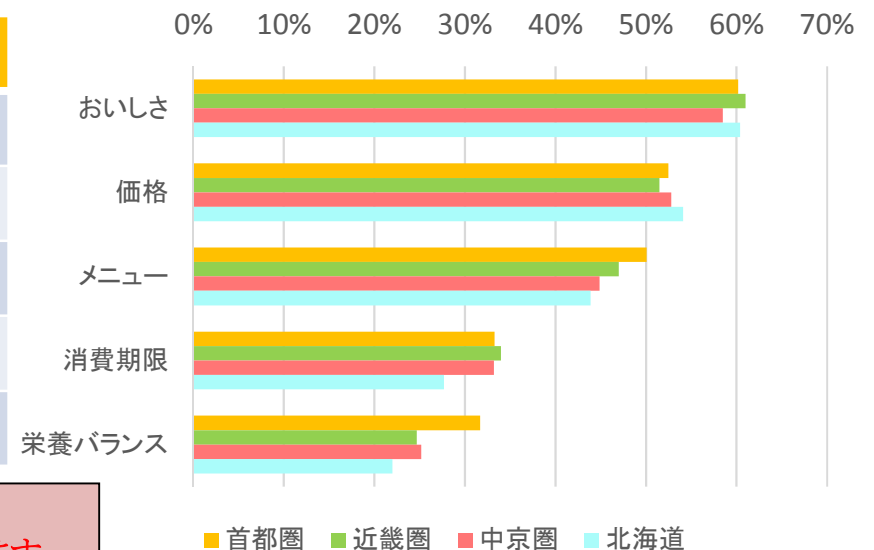
③惣菜の月平均購入金額



◆各エリアともに“2,000円未満”が半数以上を占めている。首都圏は他のエリアに比べ月平均購入金額が高い。
 ＊惣菜白書本誌では、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 | 中京圏 | 北海道 |
|--------|-------|-------|-------|-------|
| おいしさ | 60.2% | 61.0% | 58.5% | 60.4% |
| 価格 | 52.5% | 51.5% | 52.8% | 54.1% |
| メニュー | 50.1% | 47.0% | 44.9% | 43.9% |
| 消費期限 | 33.3% | 34.0% | 33.2% | 27.7% |
| 栄養バランス | 31.7% | 24.7% | 25.2% | 22.0% |



◆各エリアとも「価格」より「おいしさ」重視する傾向が続いている。
 ＊惣菜白書本誌では、より多くの項目の詳細なデータを見ることができます。

消費者動向

⑤おせちの購入

| | 首都圏 | 近畿圏 | 中京圏 | 北海道 |
|---------|-------|-------|-------|-------|
| 購入した | 15.4% | 20.9% | 16.3% | 11.7% |
| 購入していない | 84.6% | 79.1% | 83.7% | 88.3% |

⑥恵方巻の購入

| | 首都圏 | 近畿圏 | 中京圏 | 北海道 |
|---------|-------|-------|-------|-------|
| 購入した | 31.6% | 48.3% | 38.5% | 32.7% |
| 購入していない | 68.4% | 51.7% | 61.5% | 67.3% |

⑦袋物惣菜の購入

| | 首都圏 | 近畿圏 | 中京圏 | 北海道 |
|---------|-------|-------|-------|-------|
| 購入した | 27.6% | 25.3% | 25.5% | 26.1% |
| 購入していない | 72.4% | 74.7% | 74.5% | 73.9% |

***惣菜白書本誌では、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。**

惣菜市場動向調査では、2016年版以降は企業統合等を鑑み、調査対象企業を前年版よりも現状に即した業態別に変更し、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 → 出版物・調査研究 → 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/>

業態定義

| | |
|----------------|---|
| <p>専門店、他</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・惣菜専門店:惣菜販売店、持ち帰り弁当店、仕出し弁当店、給食業者、駅弁売店、寿司販売店、おにぎり販売店、調理パン小売業(サンドイッチ、ハンバーガー等)、ピザ小売業(持帰り) ・イートインコーナー併設型惣菜店 ・受注後調理型惣菜店 ・専門店(衣食住何れかの販売額が90%以上)業態の料理品販売 ・中心店(衣食住何れかの販売額が50%以上)業態の料理品販売 ・その他の小売店 |
| <p>百貨店</p> | <p>以下の条件にあてはまる事業所の料理品(惣菜)販売額</p> <ul style="list-style-type: none"> ・セルフ販売でない ・衣食住商品の販売額比率が各10%以上70%未満 ・従業者50名以上 |
| <p>総合スーパー</p> | <p>以下の条件にあてはまる事業所の料理品(惣菜)販売額</p> <ul style="list-style-type: none"> ・総合スーパー:衣食住にわたる各種商品を小売し、そのいずれも小売販売額の10%以上70%未満の範囲内にある事業所で、従業者が50名以上 ・衣料品スーパー:衣料品の販売額70%以上、250㎡以上 ・住関連スーパー:住関連品の販売額70%以上、250㎡以上 ・その他スーパー:その他の各種商品小売業に格付けされ、コンビニエンスストアに該当しない、セルフサービス方式を採用している事業所 ・ドラッグストア:主に一般医薬品及び医療用品を販売 |
| <p>食料品スーパー</p> | <p>以下の条件にあてはまる事業所の料理品(惣菜)販売額</p> <ul style="list-style-type: none"> ・食料品の販売額比率が70%以上のスーパー ・250㎡以上 |
| <p>CVS</p> | <p>以下の条件にあてはまる事業所の料理品(惣菜)販売額</p> <ul style="list-style-type: none"> ・30㎡以上250㎡未満 ・飲食料品を扱っている ・14時間以上の営業 |

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)、中京圏(4県)、北海道に居住する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 (2018年2月13日~16日)

3、回収数

| | 20代 | 30代 | 40代 | 50代 | 60代 | 合計 |
|-----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 首都圏 | 317 | 308 | 319 | 310 | 314 | 1,568 |
| 近畿圏 | 319 | 313 | 321 | 309 | 314 | 1,576 |
| 中京圏 | 266 | 269 | 271 | 268 | 261 | 1,335 |
| 北海道 | 164 | 159 | 158 | 156 | 160 | 797 |
| 全体 | 1,066 | 1,049 | 1,069 | 1,043 | 1,049 | 5,276 |

- 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> | 2018年版 惣菜白書 - 拡大編集版 - |
| <発行日> | 2018年5月23日 |
| <価格> | ○会員・賛助会員・受講生・惣菜管理士・学校関係者 10,000円⇒ 5,000 円(送料・税込) ○一般企業、一般個人 20,000円⇒ 10,000 円(送料・税込) |

以下のQRコードから購入することができます。

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

