

2024年版

惣菜白書

拡大編集版
—ダイジェスト版—

一般社団法人日本惣菜協会

調査対象期間 2023年1月～2023年12月

第1章 惣菜市場動向

1 惣菜市場

- (1) 惣菜市場2023
- (2) カテゴリー別の惣菜市場
- (3) 業態別の惣菜市場 カテゴリー別構成比

2 業態別に見る惣菜販売の状況

- (1) 惣菜売場の運営方法
- (2) 生鮮3群（青果・精肉・鮮魚）の売場における惣菜の販売状況
- (3) 3年後（2026年）の惣菜売上高予測
- (4) 調理パックの現状と2～3年後の予測
- (5) 国産原料の使用状況
- (6) 品揃えで意識する客層と年齢層
- (7) カテゴリー別の販売状況
- (8) カテゴリー別の販売予測
- (9) おせちセットの販売
- (10) 恵方巻の販売
- (11) 今後注力する惣菜カテゴリー
- (12) 今後注力する商品特性
- (13) 現在惣菜売場で行っている施策
- (14) 今後惣菜売場で重視する施策

第2章 惣菜企業の経営動向

1 調査回答企業の経営動向

- (1) 企業概要
- (2) 従業員
- (3) 工場
- (4) 店舗

2 惣菜部門売上高と収支

- (1) 惣菜部門売上高
- (2) 惣菜部門収支

3 惣菜部門の製造・販売・配送

- (1) 製造
- (2) 販売
- (3) 配送

4 経営における取り組み

- (1) 経営課題
- (2) SDGsへの取り組み
- (3) 日本惣菜協会に取り組んでもらいたい業界の課題

第3章 惣菜企業10社の経営戦略

株式会社クック・チャム／株式会社デリカサイト／株式会社デリモ／株式会社ノムラフーズ／株式会社阪急デリカ／株式会社ヒライホールディングス／フルックスグループ／株式会社ヤオコー／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4章 消費者動向

1 惣菜の利用状況

- (1) 最近半年間での購入頻度
- (2) 最近1週間での購入頻度
- (3) 最近半年間での購入場所
- (4) 食事時間別の利用状況
- (5) 用途別の利用状況

2 惣菜購入に関する時系列分析

- (1) 1回あたりの購入品目数
- (2) 単価の日安
- (3) 1回あたりの購入金額
- (4) 週あたりの購入頻度
- (5) 月平均購入金額
- (6) 購入頻度の増減
- (7) 価格感の変化
- (8) 今後の利用意向
- (9) 消費期限・賞味期限表示の確認
- (10) 原料・原産地表示の確認
- (11) 遺伝子組換え表示の確認
- (12) 添加物表示の確認
- (13) アレルゲン表示の確認
- (14) カロリー表示の確認
- (15) 購入時の選択基準
- (16) 今後購入したいと思う惣菜
- (17) 購入機会が増えると思うジャンル
- (18) 特定の購入先の有無
- (19) 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) 利用目的（調理時間、経済性、作り方）

4 食全般に関する意識と動向

- (1) 2～3年前と比べた食事の変化
- (2) 食の安全・安心について
- (3) テイクアウト（持ち帰り）、デリバリー（宅配）の増減：最近半年間

5 惣菜商品別の動向

- (1) 夏越ごはん、初午いなり
- (2) おせち
- (3) 鰻関連惣菜（土用の丑の日）
- (4) 恵方巻
- (5) 袋物惣菜
- (6) 惣菜キット（チルドタイプ）
- (7) 惣菜キット（冷凍タイプ）

参考資料

惣菜の市場規模に関する推計値について／食市場について／食市場の推移／食の外部化率の推移／資料／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、1980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20年目となります。

「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、官界においても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。

2023年の惣菜市場は、対前年+4.9%の10兆9,827億円となりました。2020年に新型コロナウイルス拡大の影響を受けて10兆円を割り込みましたが、以降は順調に回復し、11兆円台が目前となっています。

当協会としましては「生産性の向上」「労働力不足」等の業界課題に農林水産省・経済産業省をはじめ各行政機関と連携して取り組むとともに、わが国の豊かな食文化を守り継承する、国民の食生活に欠かせないエッセンシャル産業としての誇りを持って業界の発展に邁進いたします。

皆様におかれましては、「2024年版 惣菜白書 拡大編集版」をベースに新しい知見を加えられ、事業計画や商品開発等にお役立ていただければ幸甚に存じます。最後に、調査にご協力頂きました皆様に心より感謝申し上げます。

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、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。ただし、比較的保存性が高い袋物惣菜は対象とし、調理冷凍食品やレトルト食品などは対象外。

米飯類・・・・・・・・弁当、おにぎり、寿司等

調理パン・・・・・・・・サンドイッチ、コロッケパン等

調理麺・・・・・・・・調理済やきそば、うどん、そば、スパゲティ等

一般惣菜・・・・・・・・和・洋・中華惣菜、煮物、焼き物、炒め物、揚げ物、蒸し物、和え物、酢の物、サラダ等

袋物惣菜・・・・・・・・パウチ入りポテトサラダ等のサラダ、肉じゃが、焼魚・煮魚等

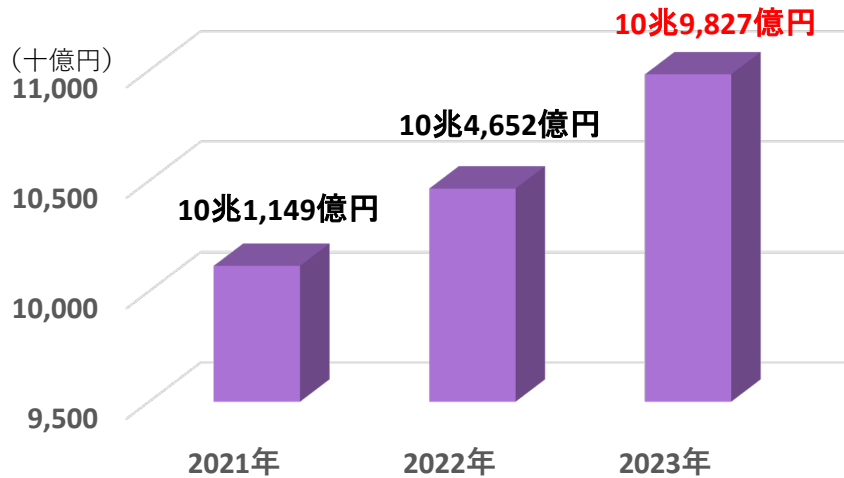
業態の定義

惣菜専門店	<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、駅弁当店、寿司販売店、おにぎり販売店） ・イートイン併設型惣菜店 ・受注後調理型惣菜店 ・その他の小売店（テナント店） 持ち帰りのおにぎり、寿司の専門店 コロッケ、お弁当などを販売する精肉店 調理パン小売業 など <p>※外食店の持ち帰り弁当、ファストフードのテイクアウトは含まない</p>
百貨店	<p>料理品（惣菜）を販売する事業所で以下の条件にあてはまるもの</p> <ul style="list-style-type: none"> ・セルサービス方式ではない ・衣食住商品それぞれの販売額が小売販売額の10% 以上70% 未満 ・従業者50 名以上 <p>※直営惣菜販売額、テナント惣菜販売額、他社からの仕入による惣菜販売額を含む</p>
総合スーパー	<p>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% 未満である事業所で、従業者が50 名以上</p>
食料品スーパー	<ul style="list-style-type: none"> ・食料品の販売額が小売販売額の70% 以上のスーパー ・売場面積 250 m²以上
コンビニエンスストア (CVS)	<ul style="list-style-type: none"> ・売場面積30 m²以上250 m²未満 ・食料品を販売している ・営業時間が 14 時間以上

※ 業態区分は、過去の商業統計の業態定義を参考にしている。

※ 上記業態の他、ドラッグストアにおいても惣菜取り扱い店舗が増加しているが、市場の1%に満たないことから対象としていない。

1. 惣菜市場 推移 (2021年-2023年)



	2021年	2022年	2023年
惣菜市場	10兆 1,149億円	10兆 4,652億円	10兆 9,827億円
前年比	103.0%	103.5%	104.9%

◎惣菜市場はプラス4.9%の成長

◎11兆円台が目前

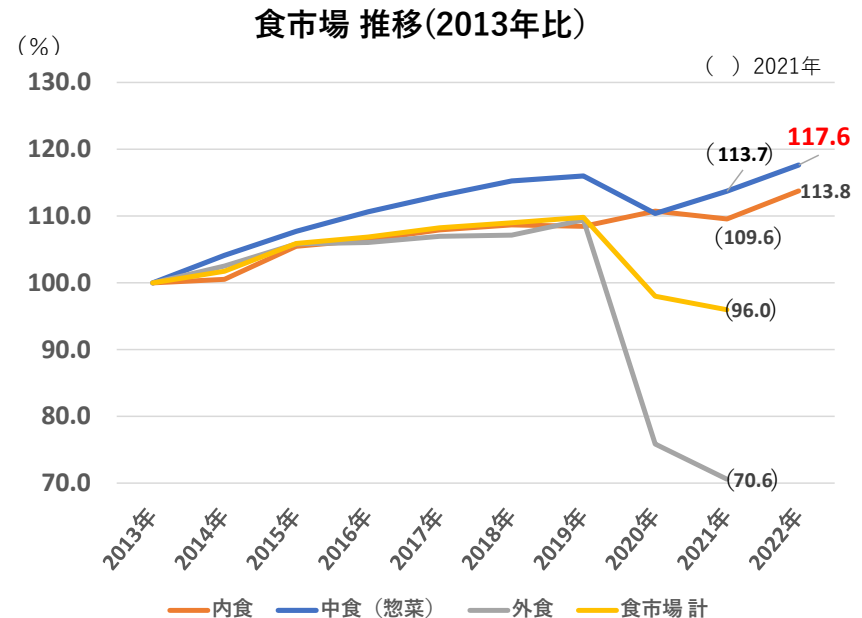
※「2024年版 惣菜白書 拡大編集版」では、2014年以降の市場推移を掲載しています。

2. 食市場 推移(2013年-2022年)

内食、中食(惣菜)、外食の市場を合算した食市場は、中食(惣菜)市場の伸びに支えられ成長してきた。2022年度は中食(惣菜)市場は2013年比**117.6%**の成長であり、内食市場の113.8%を上回っている。

	内食	中食(惣菜)	外食	食市場計
2013年	33兆1,831億円	8兆8,962億円	2兆99億円	66兆892億円
2022年	37兆7,462億円	10兆4,652億円	—	—
13年-22年比	113.8%	117.6%	—	—

※「2022年外食市場規模」については、2024年5月1日現在、日本フードサービス協会から発表されていないことから、空白としている。そのため、内食・中食(惣菜)・外食の総計である「同年食市場規模」についても2022年は空白としている(右グラフも同様)。



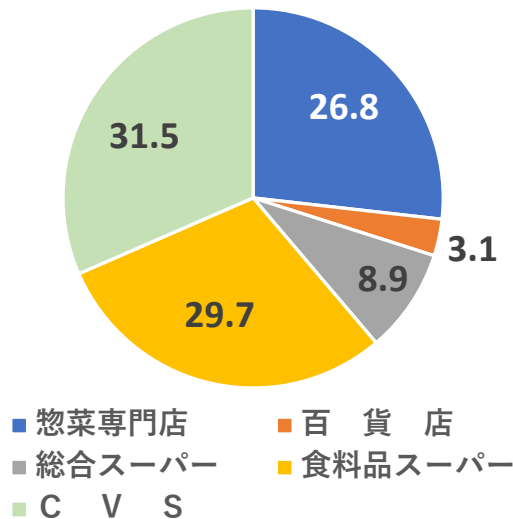
惣菜市場動向

3. 業態別市場

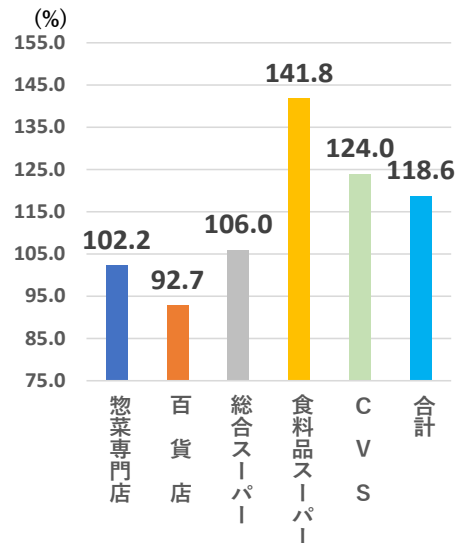
(%)

業 態	2021年		2022年		2023年		
	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比	前年比
惣菜専門店	2兆7,472億円	27.2	2兆8,334億円	27.1	2兆9,426億円	26.8	103.9
百貨店	3,117億円	3.1	3,356億円	3.2	3,431億円	3.1	102.2
総合スーパー	9,075億円	9.0	9,345億円	8.9	9,754億円	8.9	104.4
食料品スーパー	2兆9,470億円	29.1	3兆816億円	29.4	3兆2,586億円	29.7	105.7
C V S	3兆2,015億円	31.7	3兆2,801億円	31.3	3兆4,631億円	31.5	105.6
合 計	10兆1,149億円	100.0	10兆4,652億円	100.0	10兆9,827億円	100.0	104.9

2023年 業態別市場構成比(%)



業態別市場 (2014年比)



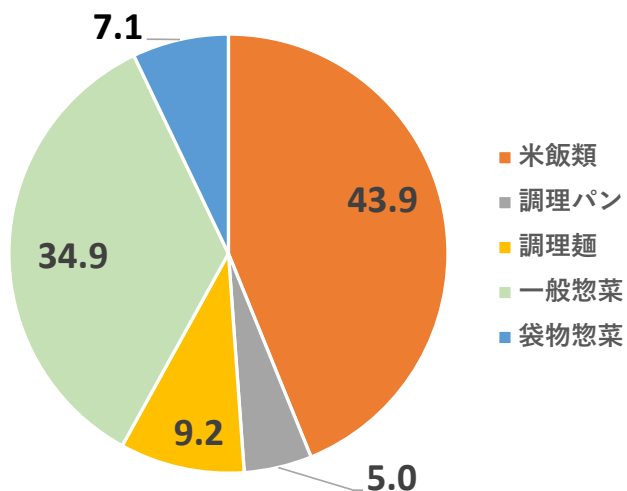
- ◆全業態が前年を上回る
- ◆食料品スーパー、CVSが前年比で肩を並べる伸長、市場をけん引
- ◆過去10年の市場成長 (2014年比)
 - ・食品スーパー 141.8%
 - ・CVS 124.0%

4. カテゴリー別市場

(%)

業 態	2021年		2022年		2023年		
	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比	前年比
米飯類	4兆4,429億円	43.9	4兆7,699億円	45.6	4兆8,161億円	43.9	101.0
調理パン	4,629億円	4.6	4,994億円	4.8	5,446億円	5.0	109.1
調理麺	7,975億円	7.9	8,858億円	8.5	1兆81億円	9.2	113.8
一般惣菜	3兆5,284億円	34.9	3兆5,846億円	34.3	3兆8,299億円	34.9	106.8
袋物惣菜	8,832億円	8.7	7,256億円	6.9	7,841億円	7.1	108.1
合 計	10兆1,149億円	100.0	10兆4,653億円	100.0	10兆9,827億円	100.0	104.9

2023年カテゴリー別市場構成比(%)



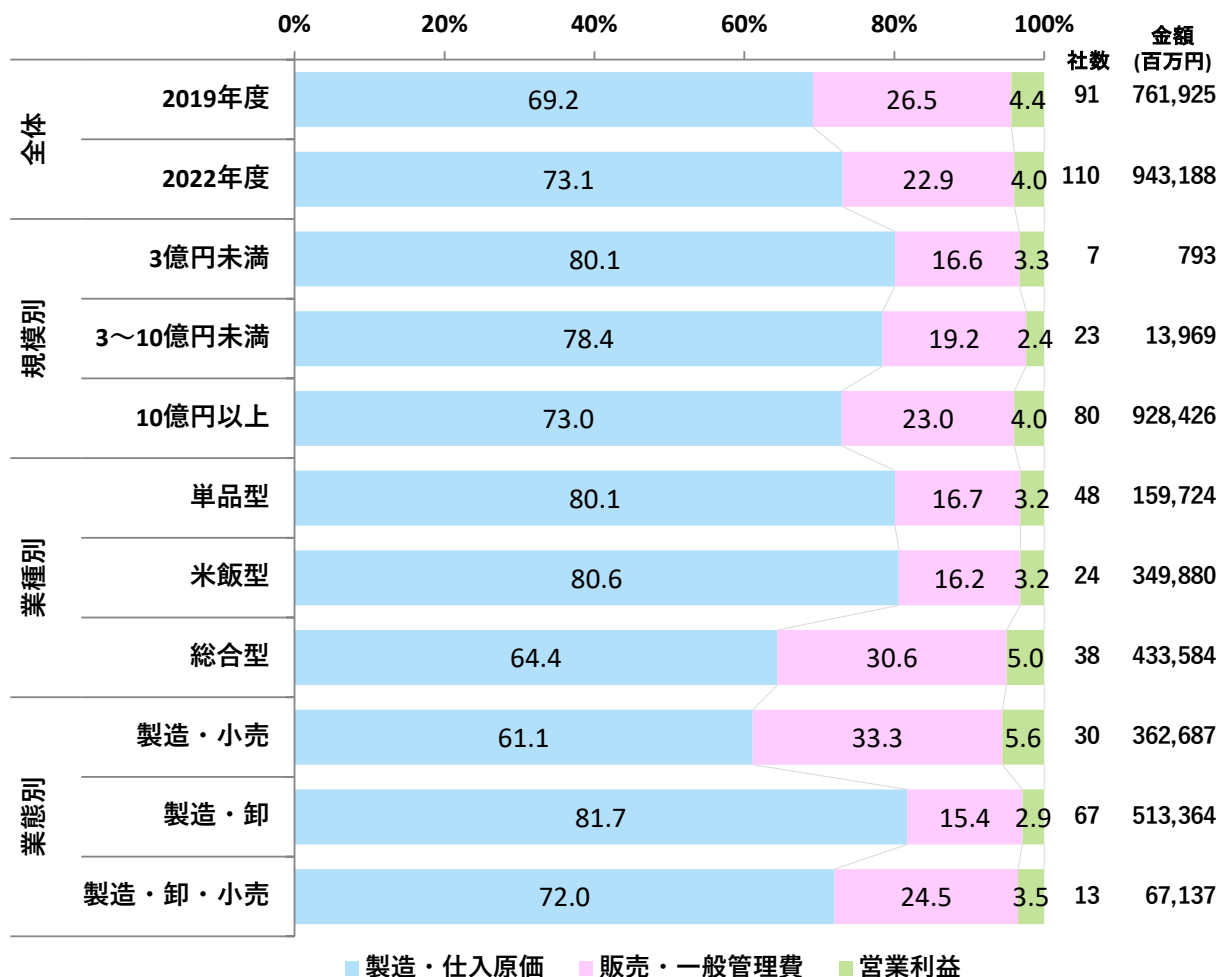
- ◆全カテゴリーが前年を上回る
- ◆調理麺が躍進。113.8%の成長で1兆円を上回る
- ◆調理麺とともに、調理パン、袋物惣菜も構成比を上げる

※ 「2024年版 惣菜白書 拡大編集版」では、惣菜カテゴリーの業態別市場も掲載しています。

惣菜企業の経営動向

■惣菜部門の収支（2022年度）

有効回答110社



- ◆2022年の惣菜部門の収支は「製造・仕入原価」73.1%（2019年比較3.9ポイント増）、「販売・一般管理費」22.9%（同3.6ポイント減）、「営業利益」4.0%（同0.4ポイント減）となった。
- ◆「製造・仕入原価」の割合は、規模が大きくなるほど少ない。
- ◆業種別では単品型、米飯型で「製造・仕入原価」が80%以上を占めるが、総合型は「販売・一般管理費」が30.6%と多い。
- ◆業態別では製造・卸が「製造・仕入原価」が81.7%で最多だが、「販売・一般管理費」は他業態より少ない。

※「2024年版 惣菜白書 拡大編集版」では、生産、販売、配送、経営課題などについても掲載しています。

1. 最近半年間での購入頻度 上位品目（各品目を半年間で3回以上購入した人の割合）

(%)

順位	全体		順位	男性		順位	女性	
1位	弁当	46.6	1位	弁当	49.4	1位	弁当	43.9
2位	おにぎり	45.6	2位	おにぎり	48.7	2位	おにぎり	42.6
3位	鶏の唐揚げ	37.9	3位	鶏の唐揚げ	39.8	3位	鶏の唐揚げ	36.1
4位	コロッケ	36.3	4位	コロッケ	36.9	4位	コロッケ	35.7
5位	にぎり寿司、巻寿司	34.3	5位	にぎり寿司、巻寿司	33.2	5位	にぎり寿司、巻寿司	35.4
6位	サンドイッチ	31.2	6位	サンドイッチ	32.7	6位	サンドイッチ	29.7
7位	野菜サラダ	27.0	7位	うどん、そば、ラーメン	31.9	7位	野菜サラダ	26.7
8位	うどん、そば、ラーメン	26.6	8位	野菜サラダ	27.2	8位	うどん、そば、ラーメン	21.3
9位	ギョーザ	23.2	9位	ギョーザ	27.1	9位	ポテトサラダ	20.9
10位	ポテトサラダ	22.6	10位	ポテトサラダ	24.5	10位	ギョーザ	19.4

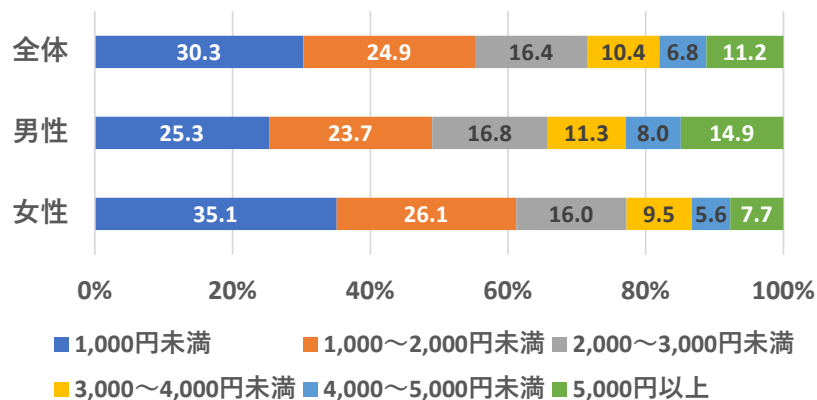
順位	首都圏		順位	近畿圏		順位	中京圏		順位	北海道	
1位	おにぎり	49.1	1位	弁当	42.8	1位	弁当	46.6	1位	弁当	50.0
2位	弁当	48.8	2位	おにぎり	41.4	2位	おにぎり	44.9	2位	おにぎり	47.9
3位	鶏の唐揚げ	36.5	3位	コロッケ	39.3	3位	コロッケ	40.3	3位	鶏の唐揚げ	42.5
4位	にぎり寿司、巻寿司	34.4	4位	鶏の唐揚げ	37.4	4位	鶏の唐揚げ	37.3	4位	にぎり寿司、巻寿司	33.0
5位	コロッケ	34.0	5位	にぎり寿司、巻寿司	35.0	5位	にぎり寿司、巻寿司	33.9	5位	サンドイッチ	31.4
6位	サンドイッチ	33.2	6位	サンドイッチ	30.0	6位	サンドイッチ	29.5	6位	コロッケ	31.0
7位	野菜サラダ	28.6	7位	うどん、そば、ラーメン	27.6	7位	うどん、そば、ラーメン	25.6	7位	野菜サラダ	26.9
8位	うどん、そば、ラーメン	27.0	8位	野菜サラダ	26.9	8位	野菜サラダ	23.9	8位	うどん、そば、ラーメン	24.8
9位	ギョーザ	24.7	9位	ギョーザ	23.0	9位	ギョーザ	21.7	9位	ポテトサラダ	22.1
10位	ポテトサラダ	24.2	9位	天ぷら	23.0	10位	ポテトサラダ	21.1	10位	ギョーザ	21.9

◆1位～6位は男女共通で、1位「弁当」、2位「おにぎり」。7位以下は順位に違いはあるが、1位～10位の品目は男女共通。
 ◆地域別は 首都圏を除く地域共通で1位「弁当」、2位「おにぎり」。首都圏は1位「おにぎり」、2位「弁当」。首都圏、北海道で3位の「鶏の唐揚げ」は、近畿圏、中京圏では4位だった。

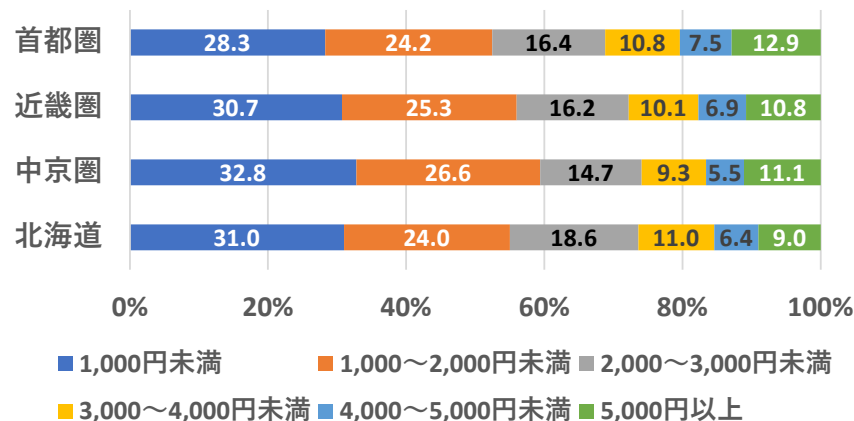
※ 「2024年版 惣菜白書 拡大編集版」では、男女別・地域別のほか時間帯別、用途別などのデータも掲載しています。

2.月平均購入金額

月平均購入金額（全体・男女別）

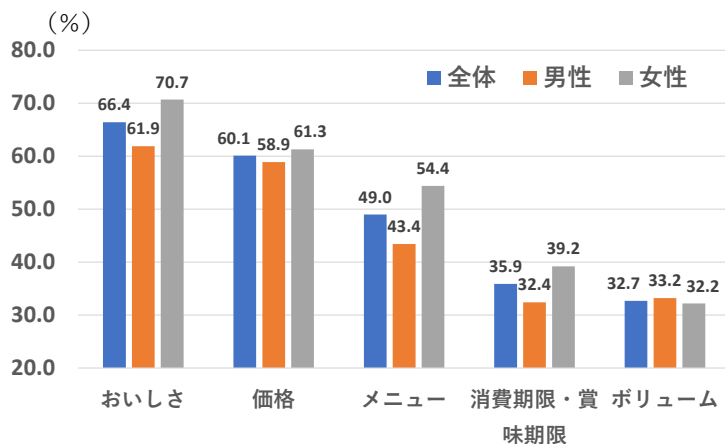


月平均購入金額（地域別）



- ◆男女別は、“1,000円未満”は女性が男性を9.8ポイント上回り、“5,000円以上”は男性が女性を7.2ポイント上回る。
- ◆地域別は、どの地域も“3,000円未満”で7割前後を占める。“5,000円以上”は首都圏に次いで中京圏の割合が高い。

3.惣菜購入時の選択基準

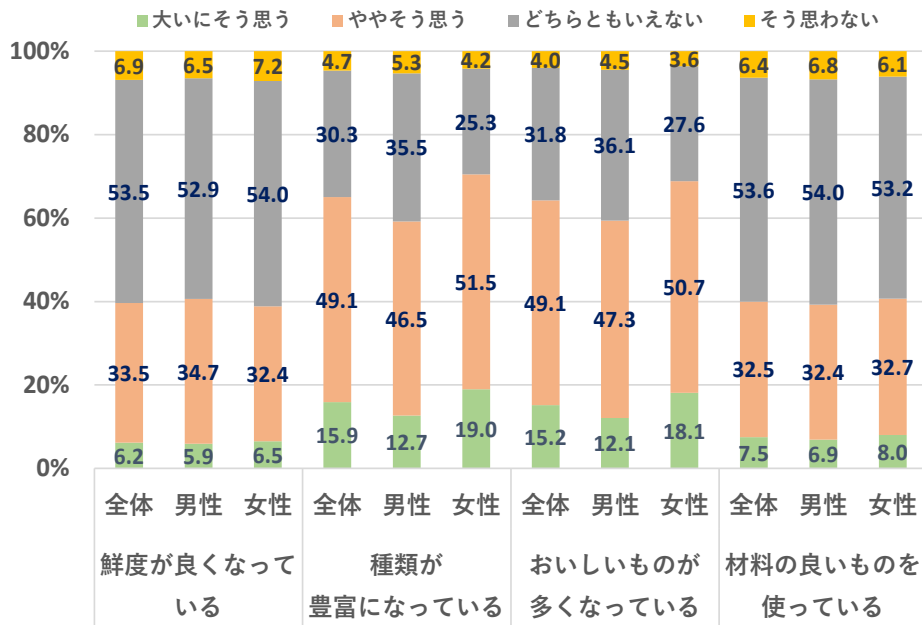


- ◆選択基準は全体で1位「おいしさ」、2位「価格」、3位「メニュー」、4位「消費期限・賞味期限」、5位「ボリューム」となった。
- ◆選択基準のほとんどで女性の割合が男性より高く、「メニュー」は、11ポイントの開きがある。

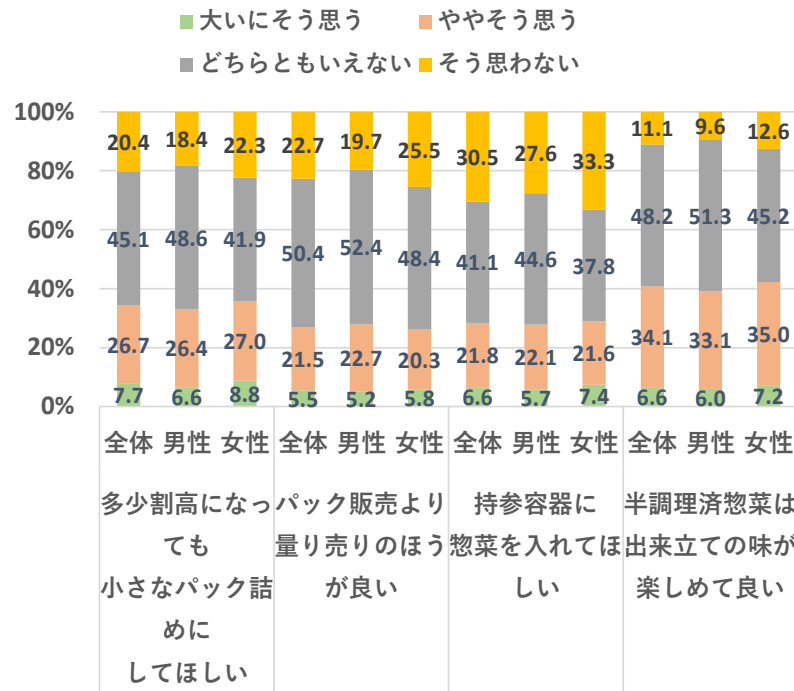
※「2024年版 惣菜白書 拡大編集版」では、消費者動向の各調査において、男女別・地域別のデータがあり、地域別の首都圏、近畿圏は2021年～2024年の4年間の時系列データを掲載しています。

4. 惣菜に関する評価

惣菜全体に対する評価（全体・男女別）



売り方について（全体・男女別）



- ◆惣菜全体に対する評価で、「種類が豊富になっている」と「おいしいものが多い」は、「大いにそう思う」「ややそう思う」の合計回答（以下、“そう思う”）が全体で6割を超えた。「鮮度が良くなっている」は“そう思う”の割合で男性（40.6%）が女性（38.9%）を1.7ポイント上回ったが、それ以外は“そう思う”の割合は女性の方が多く、「どちらともいえない」は男性の方が多い。
- ◆売り方については、全ての項目で「どちらともいえない」が最も多い。「多少割高になっても小さなパック詰めにして欲しい」で、“そう思う”は女性35.8%、男性33.0%で女性が多い。「持参容器に惣菜を入れて欲しい」は、“そう思う”が男性27.8%、女性29.0%、「そう思わない」が男性27.6%、女性33.3%であった。

※「2024年版 惣菜白書 拡大編集版」では、惣菜に関する評価について、「利用目的」（調理時間、経済性、作り方）に関する調査や各項目の地域別に関するデータも掲載しています。

第1章 企業調査の対象

業態ごとに各企業の本部に対して、郵送およびメールによる留置法、直接面接法を併用して調査

業態	意事業所数 (社)	店舗数 (店)
惣菜専門店	40 社	7,953 店
百貨店	5 社	32 店
総合スーパー	10 社	1,778 店
食料品スーパー	40 社	3,315 店
C V S	5 社	55,605 店
計	100社	68,683 店

第2章 企業調査の対象

惣菜企業に対して郵送によるアンケート方式で調査

	業態	事業所数 (社)	
規模別	3億円未満	8 社	120社
	3～10億円未満	25社	
	10億円以上	87 社	
業種別	単品型	55 社	120社
	米飯型	25社	
	総合型	40社	
業態別	製造・小売	31社	120社
	製造・卸	73社	
	製造・卸・小売	16社	

第3章 取材協力企業

株式会社クック・チャム
 株式会社デリカサイト
 株式会社デリモ
 株式会社ノムラフーズ
 株式会社阪急デリカ
 株式会社ヒライホールディングス
 フルックスグループ
 株式会社ヤオコー
 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4章 消費者調査の対象

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～70代の男性・女性を対象にweb調査を実施

		20代	30代	40代	50代	60代以上	合計
全 体	男性	570	665	619	618	631	3,103
	女性	606	637	634	650	640	3,167
首都圏	男性	200	201	209	203	212	1,025
	女性	204	212	218	220	212	1,066
近畿圏	男性	204	206	208	205	208	1,031
	女性	200	210	214	216	209	1,049
中京圏	男性	103	101	101	105	106	516
	女性	100	109	100	107	110	526
北海道	男性	63	157	101	105	105	531
	女性	102	106	102	107	109	526



■2024年版 惣菜白書 拡大編集版

■発刊日 2024年6月1日

■価格

日本惣菜協会の会員・賛助会員・協力会員 惣菜管理士・学校関係者 協会教育事業受講者	本体価格 6,000円 (税込6,600円) (送料無料)
一般企業・個人	12,000円 (税込13,200円) (送料無料)

購入特典として、巻末のQRコードより消費者調査の詳細データがエクセルにて抽出できます。

購入のお申込みはこちらのQRコード、または協会HPよりお申込みください。



日本惣菜協会

検索

日本惣菜協会ホームページ → 出版物・調査研究 → 出版物のお申込み

【問い合わせ先】



一般社団法人
日本惣菜協会
Japan Ready-made Meal Association

TEL:03-6272-8515