’19　中食に関する調査

◆ スーパーの中食を食べるのはもっぱら“自宅で”、コンビニは自宅以外でも
◆ 揚げ物の印象、スーパーもコンビニも“おいしい”がトップ、スーパーは“手作り感”も評価

2019年12月20日

日清オイリオグループ株式会社

中央研究所　生活科学研究課

NISSHIN oillio
"植物のチカラ"

【目的 】

日本フードサービス協会によると、外食市場規模は平成元年より横ばい傾向にあるものの、2018年度は26兆円となっており、客単価は前年比+1.5%、売上は前年比+2.3%と上昇傾向にあります。また、中食※1市場は2018年に初めて10兆円規模となり、今後もますます拡大していくと考えられます。そこで、日清オイリオグループ（株）生活科学研究課では、中食・外食に関する定点調査を開始しました。

「中食に関する調査」として、スーパー、コンビニエンスストア、デパート・百貨店、エキナカ・マチナカの惣菜専門店、お弁当店、その他飲食店（デリバリー含む）などの各チャネルにおける中食利用に対する意識、中食利用時の揚げ物に対する意識について調査を行い、本レポートでは、スーパー、コンビニエンスストアを中心に分析結果をまとめました。

【調査概要】

調査日　：　2019年8月2日～12日
調査手法　：　web調査
調査対象　：　首都圏（1都3県）、近畿圏（2府4県）に居住する20～70代の男女

《スクリーニング調査※2》
サンプル数 ： 10000サンプル

	20代	30代	40代	50代	60代	70代
男性	696	844	1086	853	823	689
女性	675	810	1040	819	856	808

《本調査（月1回以上「できあいの食べ物を購入する人」を対象）》
サンプル数 ： 2000サンプル

	20代	30代	40代	50代	60代	70代
男性	125	160	219	180	167	129
女性	123	164	215	173	186	159

※1　中食：家庭外で商業的に調理・加工されたものを購入して持ち帰り、店舗以外の場所で食べること。
※2　回収した調査対象者の年齢構成を、人口構成比で補正する統計処理（ウエイトバック）を適用。

調査結果のポイント

調査結果のポイント

①【コンビニ】の中食、70代は約半数が「利用しない」

②【スーパー】の中食を食べるのはもっぱら「自宅で」、コンビニは“自宅以外”でも

③男性は年代に関係なく【コンビニ】の中食を「自分ひとり」で食べる

④ホット・常温・チルド品のなかでも【スーパー】ではおかず、【コンビニ】では主食を購入

⑤女性は男性よりも“作れないメニュー”を求める

⑥20代女性、約3割が「中食の揚げ物は、家で作るよりもおいしい」と評価

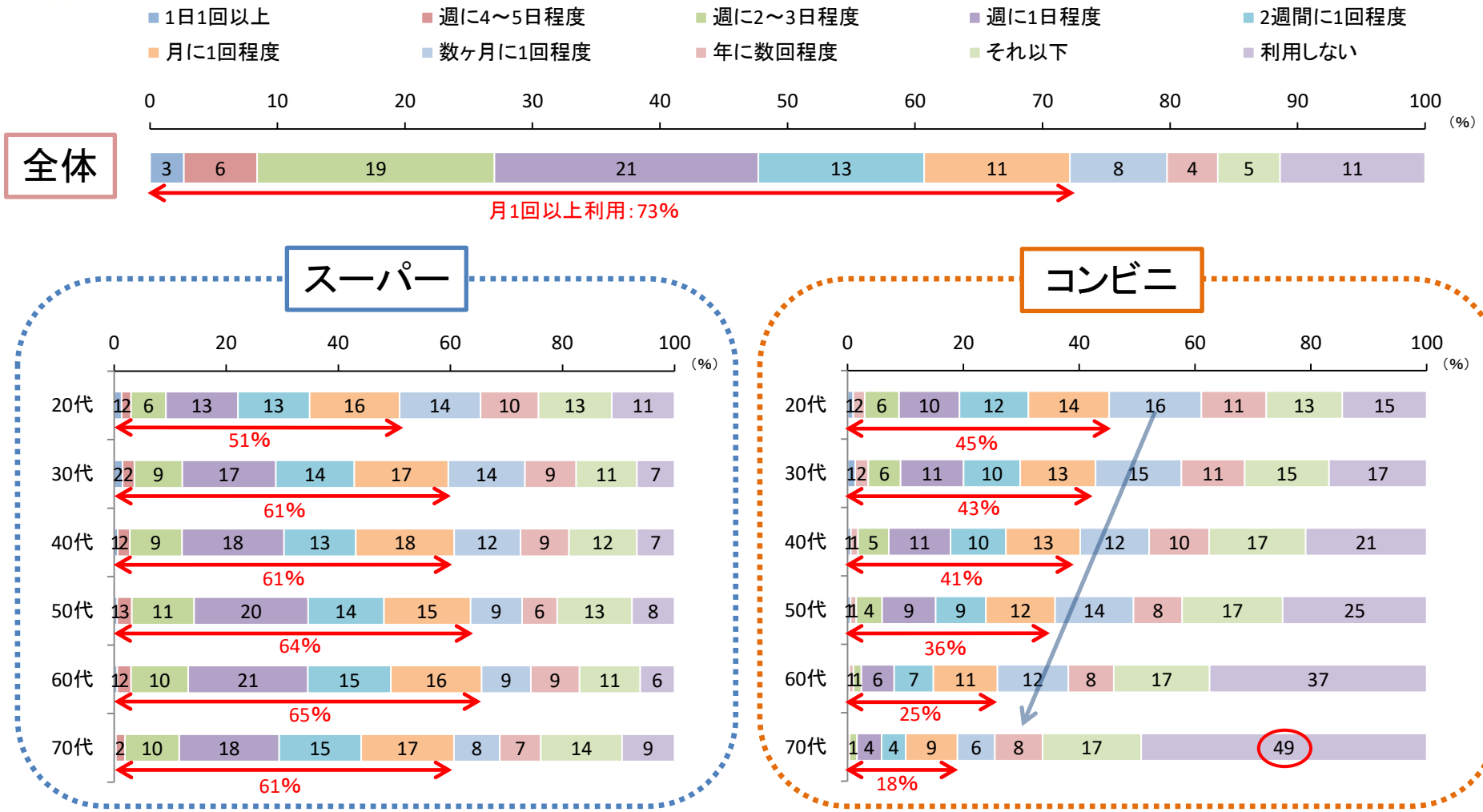
⑦揚げ物の印象、【スーパー】も【コンビニ】も「おいしい」がトップ、【スーパー】は“手作り感”も評価

⑧男性70代は、20代の2倍以上の割合で【スーパー】の揚げ物を「生鮮食品などの購入のついでに」

①【コンビニ】の中食、70代は約半数が「利用しない」

Q1. できあいの食べ物の利用頻度はどのくらいですか？

スクリーニング調査結果より



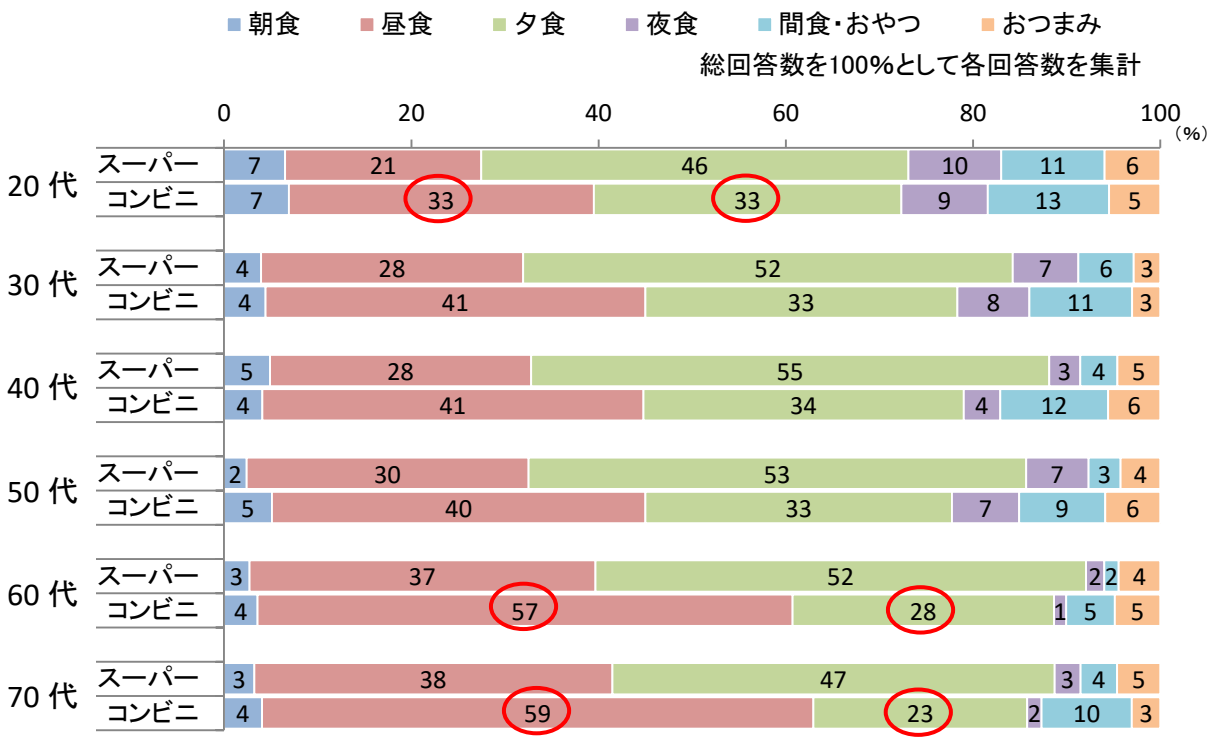
✓【スーパー】で月1回以上※利用する割合は、20代を除いて60%以上となりました。
✓【コンビニ】で月1回以上利用する割合は、年代があがるほど低くなり、20代で45%に対して、70代は18%となりました。また、70代は「利用しない」が49%と、約半数に上りました。

※「1日1回以上」「週に4～5日程度」「週に2～3日程度」「週に1日程度」「2週間に1日程度」「月に1日程度」の合計

②【スーパー】の中食を食べるのはもっぱら「自宅で」、コンビニは“自宅以外”でも

Q2. できあいの食べ物はいつ・どこで食べますか？(複数回答)

食べるタイミング



食べる場所

【上位5項目】(複数回答)

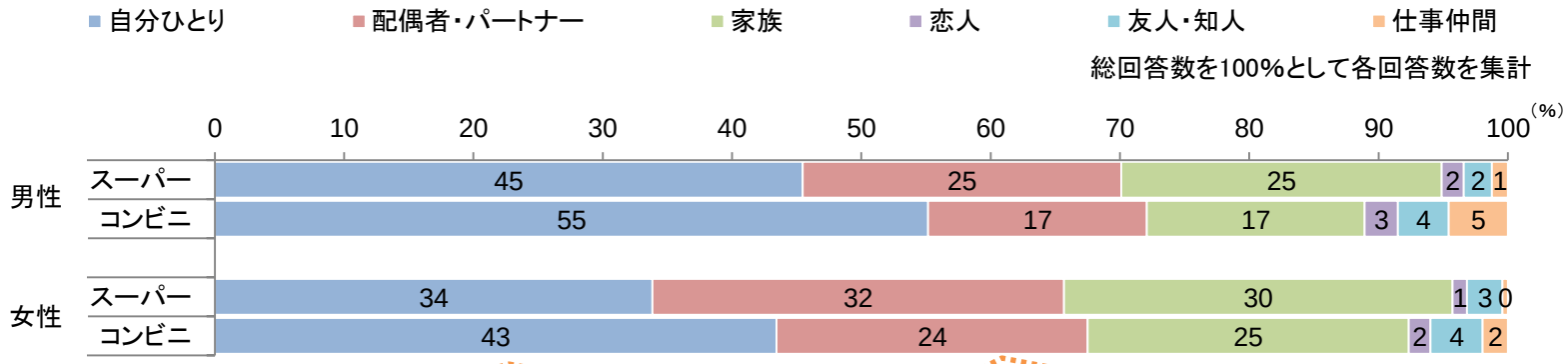
	スーパーで購入	コンビニで購入
1位	自宅で 96%	自宅で 80%
2位	職場で 6%	職場で 24%
3位	屋外で 4%	屋外で 12 %
4位	友人・知人宅で 4%	車や電車などの乗り物の中で 11 %
5位	車や電車などの乗り物の中で 2%	友人・知人宅で 5 %

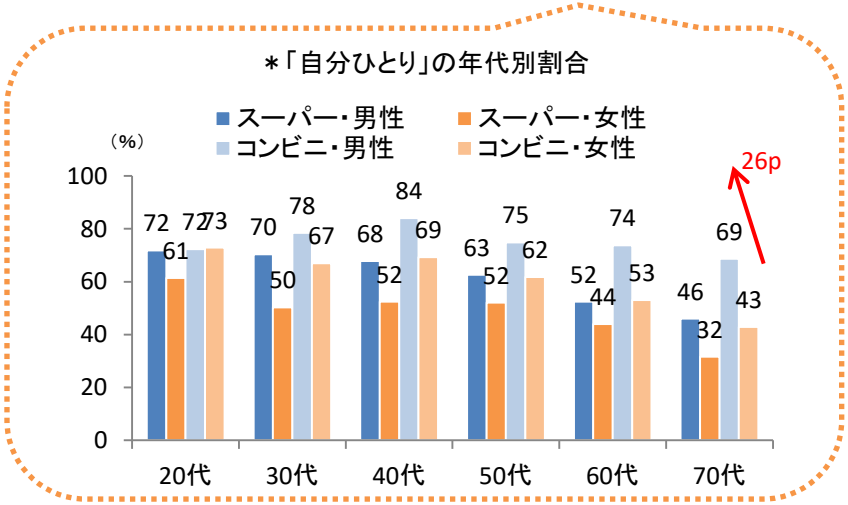
✓【コンビニ】の中食を食べるタイミングは20代で「昼食」「夕食」が同じ割合になる一方、60代、70代では「昼食」が半数を超え、「夕食」は低くなりました。

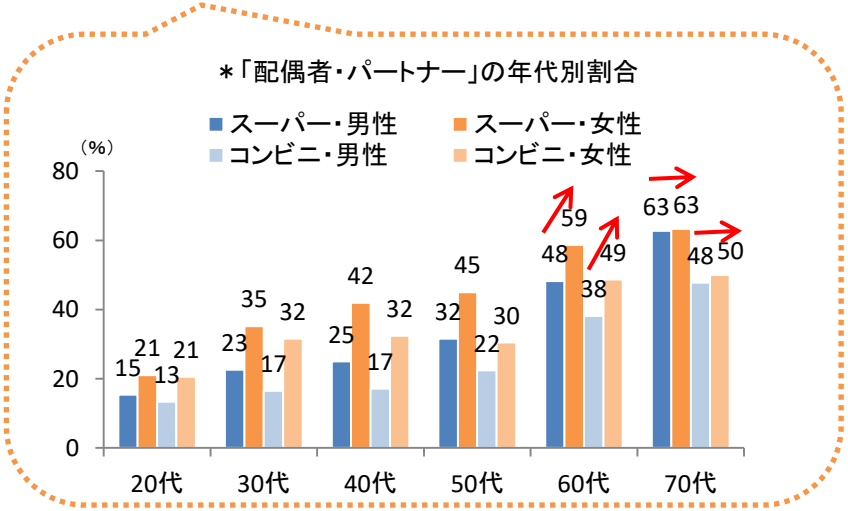
✓食べる場所について、【スーパー】の中食は「自宅で」が96%となりました。【コンビニ】も「自宅で」が80%に上りますが、「職場で」「屋外で」「車や電車などの乗り物の中で」「友人・知人宅で」など、自宅以外の割合も高くなりました。

③男性は年代に関係なく【コンビニ】の中食を「自分ひとり」で食べる

Q3. できあいの食べ物はだれと食べますか？（複数回答）







- ✓ 男女とも「自分ひとり」が最も高くなりました。また「配偶者・パートナー」や「家族」と食べる割合は、【コンビニ】より【スーパー】で高くなりました。
- ✓「自分ひとり」の年代別割合をチャネル毎でみると、男性は30代以上で【スーパー】より【コンビニ】が高くなりました。また、【コンビニ】を男女別にみると、70代では女性より男性が顕著に高く、26ポイント差になりました。
- ✓「配偶者・パートナー」の年代別割合をみると、【スーパー】【コンビニ】とも60代までは男性より女性の方が高くなるものの、70代では差が無くなりました。

④ホット・常温・チルド品については、【スーパー】ではおかず【コンビニ】では主食を購入

Q4. スーパー・コンビニで購入するできあいの食べ物は何ですか（複数回答）

スクリーニング調査結果より【それぞれ上位10項目】

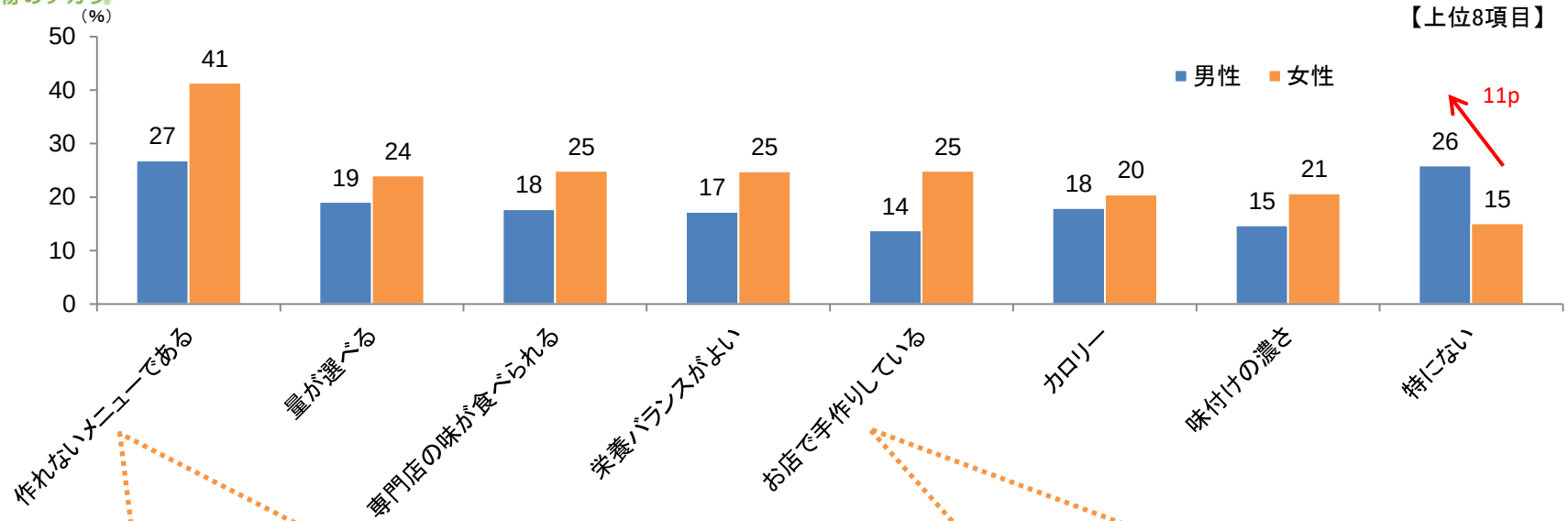
	ホット・常温・チルド				冷凍			
	スーパー		コンビニ		スーパー		コンビニ	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
1位	肉系焼き物 61%	揚げ物 66%	調理パン類 42%	調理パン類 48%	肉系焼き物 33%	洋食系麺類 32%	肉系焼き物 29%	洋食系麺類 23%
2位	揚げ物 58%	肉系焼き物 56%	弁当類 42%	米飯類 44%	米飯類 30%	米飯類 29%	洋食系麺類 21%	肉系焼き物 20%
3位	すし類 47%	すし類 54%	米飯類 39%	菓子パン類 44%	洋食系麺類 28%	肉系焼き物 25%	米飯類 19%	米飯類 18%
4位	弁当類 46%	菓子パン類 54%	菓子パン類 37%	弁当類 36%	蒸し物 23%	蒸し物 24%	その他焼き物 16%	和食系麺類 16%
5位	菓子パン類 44%	調理パン類 50%	肉系焼き物 36%	肉系焼き物 32%	揚げ物 21%	その他焼き物 24%	揚げ物 13%	蒸し物 15%
6位	サラダ類 44%	サラダ類 48%	揚げ物 26%	サラダ類 31%	和食系麺類 21%	和食系麺類 24%	中華系麺類 13%	中華系麺類 15%
7位	調理パン類 42%	弁当類 44%	サラダ類 25%	揚げ物 27%	中華系麺類 20%	揚げ物 20%	蒸し物 12%	揚げ物 14%
8位	米飯類 37%	その他煮物 38%	洋食系麺類 23%	洋食系麺類 25%	その他焼き物 19%	中華系麺類 18%	和食系麺類 11%	その他焼き物 13%
9位	魚系焼き物 37%	米飯類 37%	中華系麺類 23%	中華系麺類 23.5%	魚系焼き物 13%	魚系焼き物 8%	肉系煮物 10%	肉系煮物 7%
10位	肉系煮物 33%	和え物 35%	和食系麺類 21%	和食系麺類 21%	炒め物 10%	弁当類 7%	サラダ類 9%	サラダ類 7%

- ✓ホット・常温・チルド品について、【スーパー】では、「肉系焼き物」「揚げ物」などのおかず系が上位ですが、【コンビニ】では「調理パン類」「弁当類」「米飯類」などの主食系が上位となりました。
- ✓「揚げ物」は、各チャネル、温度帯いずれも10位以内であり、特に【スーパー】のホット・常温・チルドの「揚げ物」は約6割の人が購入していました。

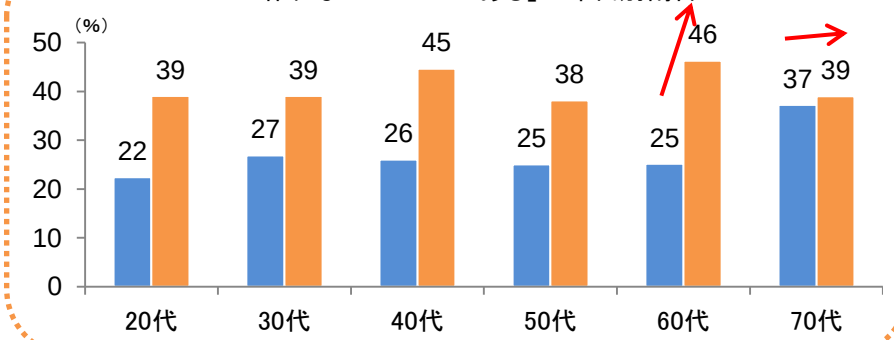
⑤女性は男性よりも“作れないメニュー”を求める

Q5. できあいの食べ物を購入する際に気にしていることは何ですか？(複数回答)

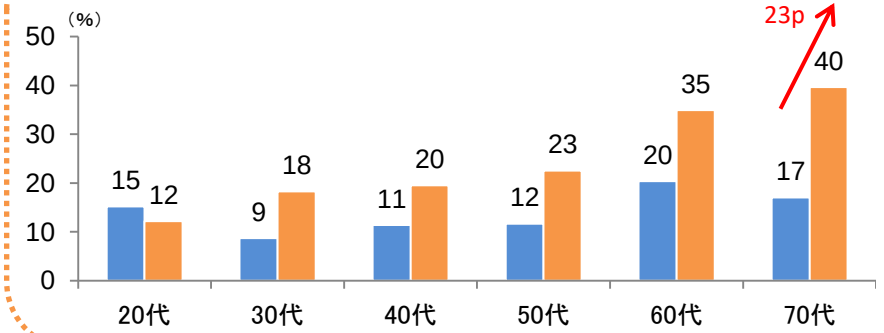
【上位8項目】



＊「作れないメニューである」の年代別割合



＊「お店で手作りしている」の年代別割合



✓「特にない」は男性が26%と、女性より11ポイント高くなりましたが、他の項目では女性の方が高くなりました。
✓「作れないメニューである」ことを気にする割合は、20代から60代では男性よりも女性が顕著に高くなるものの、70代でその差がなくなりました。
✓「お店で手作りしている」は、女性70代が40%と最も高く、男女差も23ポイントと最大になりました。

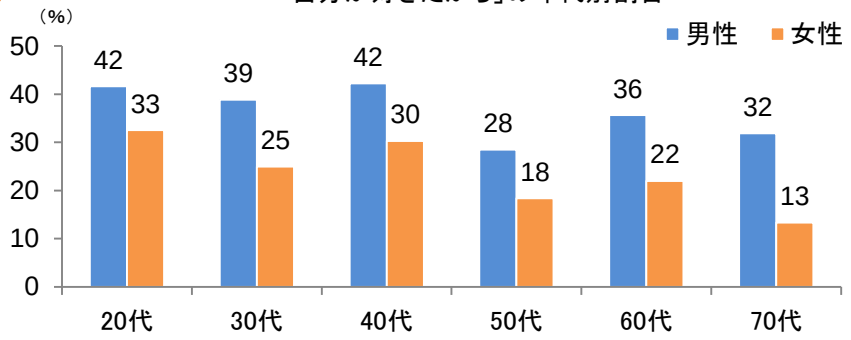
⑥20代女性、約3割が「中食の揚げ物は、家で作るよりもおいしい」と評価

Q6. できあいの揚げ物を購入するのはなぜですか？(複数回答)

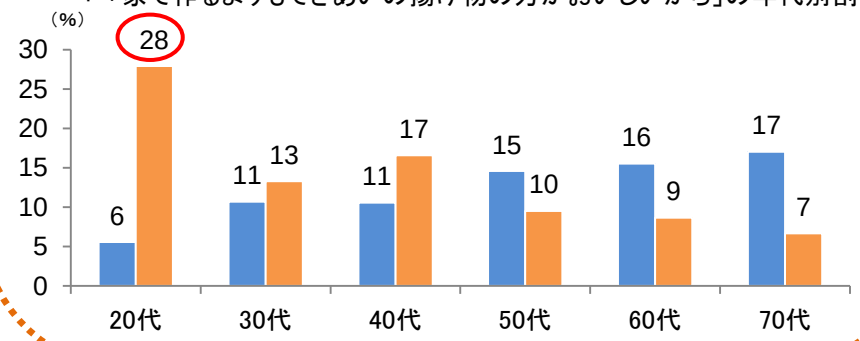
【それぞれ上位5項目】

	男性	女性
1位	そのまますぐに食べられるから 56%	そのまますぐに食べられるから 56%
2位	揚げ物は家で調理をするのが面倒だから 40%	揚げ物は家で調理をするのが面倒だから 49%
3位	好きな揚げ物を選べるから・自分が好きだから 36%	揚げ物は家で調理すると後片付けが面倒だから 46%
4位		好きな揚げ物を選べるから 34%
5位	揚げ物は家で調理すると後片付けが面倒だから 31%	食事に揚げ物を一品加えたいから 29%

＊「自分が好きだから」の年代別割合



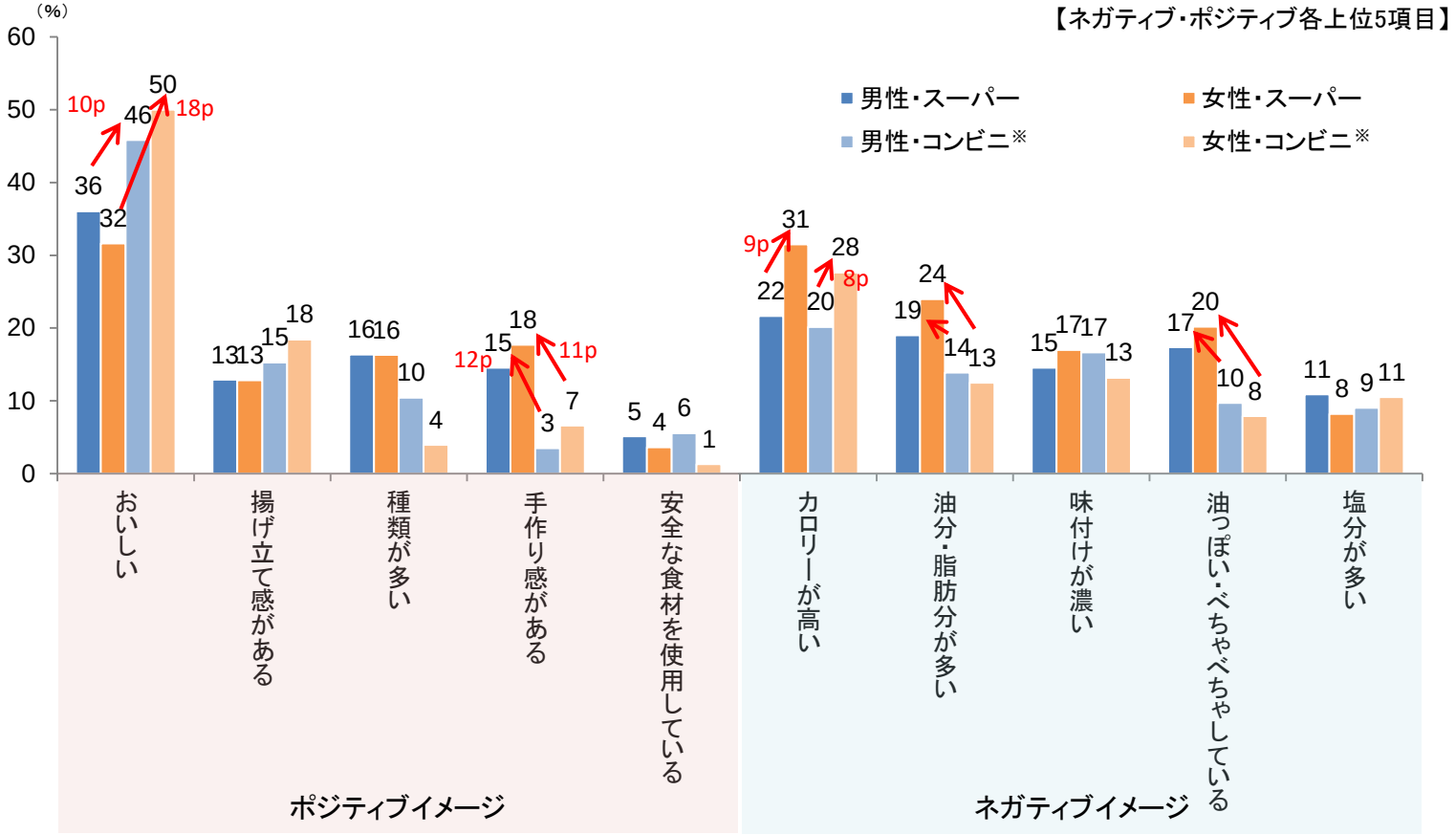
＊「家で作るよりもできあいの揚げ物の方がおいしいから」の年代別割合



✓ 男女とも、「そのまますぐに食べられるから」が56%と1位となり、また、調理の手間に関する回答が上位にくるのも特徴的でした。
✓「自分が好きだから」は、全ての年代で女性より男性が高くなりました。
✓「家で作るよりもできあいの揚げ物の方がおいしいから」は女性20代が28%と突出して高くなりました。

⑦揚げ物の印象、【スーパー】も【コンビニ】も「おいしい」がトップ、【スーパー】は“手作り感”も評価

Q7. できあいの揚げ物についてどのような印象をお持ちですか？（複数回答）



※揚げ物購入率が最も高い大手コンビニチェーン

- ✓「おいしい」と感じる割合は、【スーパー】【コンビニ】両方でトップになりましたが、【コンビニ】の方が男性で10ポイント、女性で18ポイント高くなりました。一方で、「手作り感がある」は、【スーパー】の方が男性で12ポイント、女性で11ポイント高くなりました。
- ✓「カロリーが高い」印象を持つ割合は、女性の方が【スーパー】で9ポイント、【コンビニ】では8ポイント高くなりました。
- ✓【コンビニ】より【スーパー】で「油分・脂肪分が多い」「油っぽい・べちゃべちゃしている」と感じる割合が高くなりました。

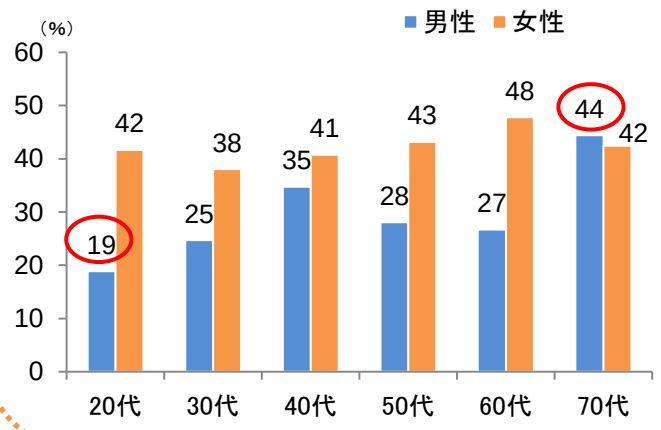
⑧男性70代は、20代の2倍以上の割合で【スーパー】の揚げ物を「生鮮食品などの購入のついでに」

Q8. 揚げ物を買うときに、一緒に買うことが多い食品・飲料は何ですか？（複数回答）

【それぞれ上位10項目】

	スーパー		コンビニ※1	
	男性	女性	男性	女性
1位	生鮮食品※2などの購入のついでに 30%	生鮮食品などの購入のついでに 43%	お茶系飲料 36%	サラダ系 31%
2位	お茶系飲料 28%	サラダ系 36%	弁当系 29%	お茶系飲料 28%
3位	サラダ系 27%	お茶系飲料 22%	サラダ系 27%	米飯類 24%
4位	ビール 24%	ヨーグルト 20%	米飯類 26%	デザート・スイーツ 20%
5位	スナック菓子 23%	アイスクリーム 19%	炭酸飲料 25%	アイスクリーム・菓子パン類 19%
6位	弁当系 21%	すし類 18%	ミネラルウォーター 22%	
7位	すし類 21%	ビール 18%	スナック菓子 21%	調理パン類 17%
8位	ヨーグルト 21%	果物 17%	調理パン類 19%	スナック菓子 15%
9位	焼き物系お惣菜 21%	和え物系お惣菜 17%	ビール 19%	弁当系 14%
10位	アイスクリーム 20%	デザート・スイーツ 17%	チュウハイ 16%	炭酸飲料 13%

＊【スーパー】の揚げ物は
「生鮮食品などの購入のついでに」の年代別割合



※1：揚げ物購入率が最も高い大手コンビニチェーン
※2：日常的に調理に使用する生鮮食品（野菜、肉、魚）

✓【スーパー】では、「生鮮食品などの購入のついでに」揚げ物を買う割合がトップになりました。また、【コンビニ】では、「お茶系飲料」「サラダ系」がトップになりました。
✓【スーパー】で「生鮮食品などの購入のついでに」を選択したのは、男性70代が44%と、男性20代の2倍以上になりました。

今回の調査結果から

【スーパー】の中食は、「夕食に」「自宅で」「誰かと」食べる傾向にあり、一方【コンビニ】は、「昼食に」「自宅以外でも」「自分ひとりで」食べる傾向にあることが分かりました。これは、【スーパー】はシェアや皿に移すことを、【コンビニ】は一人や即食を想定した商品や売り場となっていることと合致しており、各チャネルの顧客ニーズを捉えた販売戦略・売り場づくりが消費行動に反映された結果だと思われます。
既に消費者には各チャネルのイメージができているため、それらに合致した商品・売り場強化による市場伸長もありますが、さらなる市場の活性化や新規顧客の取り込みには、現在の商品・売り場展開を打破する必要もあるのではないかと考えられます。

中食を購入する際に気にすることは「作れないメニューである」が男女ともトップになりました。年代別では、20代～60代は女性の割合が著しく高くなりましたが、70代では男性の割合も高くなり、男女差が無くなりました。
世帯構成の変化などにより、自分で食事を用意する機会が増える70代男性にとって、気軽に使える中食の存在が重要になっているのではないかと考えられます。

中食の揚げ物を購入する理由については、20代女性の3割が「家で作るよりもできあいの揚げ物の方がおいしいから」と回答しており、調理経験の少なさから、中食の揚げ物を高く評価しているのではないかと考えられました。
【スーパー】と【コンビニ】の揚げ物に対する印象では、「おいしさ」「手作り感」に特徴がみられました。【スーパー】では、おかず系の中食購入が多く、「おいしさ」に加え「手作り感」を、【コンビニ】では、どこでも気軽に食べられるスナック菓子のような、間食としての「おいしさ」を感じていることがうかがえました。

≪お問合せ先≫
日清オイリオグループ株式会社 中央研究所　生活科学研究課　https://www.nisshin-oillio.com
〒235-8558 神奈川県横浜市磯子区新森町1番地　TEL.045-757-5461
※ホームページでは、バックナンバーをご覧いただけます。
※本レポートの文章、データ、イラストを許可なく複写、複製、転訳することを禁じます。