



最近の惣菜市場の動向 ～2017年版惣菜白書を中心に～

一般社団法人 日本惣菜協会 参与 富山 武夫

はじめに

少子高齢化、女性の社会進出、単身世帯の増加などを背景に惣菜産業は今や9兆8000億円を超え、中食・惣菜の果たす役割や期待はますます大きくなると同時に、関連事業者は社会や消費者の信頼を高めるためにも常に良質で安全な商品を提供し、健全な食生活に寄与することに努力している。

一般社団法人日本惣菜協会（以下「当協会」という）は、その使命を達成するための業界団体として、中食・惣菜事業者への支援を行うために、行政への提言・食産業に携わる全ての方に向けた教育プログラム（惣菜管理士、デリカアドバイザー、ホームミールマイスター）の提供、食品表示法や景品表示法に対応した事業者向けガイドブックの作成、品質管理体制づくりのサポート、市場分析の使命を遂行し、さらなる中食・惣菜産業の社会的地位の向上を目指している。

また、アメリカ穀物協会が2011年に作成したレポート、FOOD2040「東アジアの食と農の未来」によると、日本が家庭外で消費される食の外部化比率は、2010年の40%弱から2040年には75%にもなると予測されている。

なお、当協会は、1980年より惣菜に関する調査研究を開始し、2004年の創立25

周年を機に「惣菜白書」として発刊を開始した。さらに2015年に35周年記念事業として、惣菜産業の新たな社会的役割を見据え、10年後の中食・惣菜産業の課題や方向性を探り、業界指針となるような「中食2025」の策定を行っている。そうした状況を踏まえて、以下に惣菜白書などに基づく最近の惣菜市場の動向を紹介する。

○惣菜の定義

当協会における惣菜の定義は、「惣菜とは、そのまま食事として食べられる状態に調理されて販売されるもので家庭、職場、野外などに持ち帰って、調理加熱されることなく食べられる、比較的消費期限の短い調理食品をいう。ただし、容器包装後低温殺菌処理され、冷蔵にて1カ月程度の日持ちする調理済包装食品を含み、調理冷凍食品、レトルト食品（包装後加熱調理殺菌食品を含む）など、比較的保存性の高い食品は含まれない。」としている。

1 10兆円に迫る惣菜市場規模

2016年の惣菜のトータルマーケットは9兆8399億円となっている（表1）。このうち、「コンビニエンスストア（CVS）」が前年比105%の3兆1134億円、「食料品スーパー」が同104%の2兆5417億円

と引き続き拡大し、他の業態は横ばいもしくは微減となっている（表2）。

中でも、袋物惣菜は、冷蔵庫で保管すれば1カ月程度も保管でき、種類も多くなっていることから、2012年に1996億円であったが、2016年には6546億円と4年間で3倍以上の伸びを示している。

表1 惣菜市场規模

(単位：百万円)

	惣菜市场規模	うち袋物惣菜
2012年	8,713,243	199,575
2013年	8,896,200	251,721
2014年	9,260,479	435,183
2015年	9,581,388	531,541
2016年	9,839,937	654,636

資料：日本惣菜協会、以下同じ

表2 業態別市場規模

(単位：百万円)

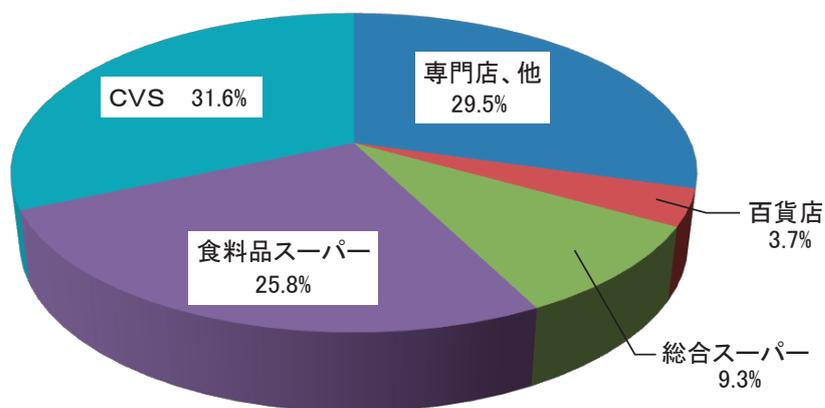
業態	2014年		2015年			2016年		
		構成比		構成比	前年比		構成比	前年比
専門店、他	2,878,779	31.1%	2,876,252	30.0%	99.9%	2,902,449	29.5%	100.9%
百貨店	369,921	4.0%	371,201	3.9%	100.3%	367,498	3.7%	99.0%
総合スーパー	920,299	9.9%	916,981	9.6%	99.6%	914,883	9.3%	99.8%
食料品スーパー	2,298,718	24.8%	2,452,565	25.6%	106.7%	2,541,715	25.8%	103.6%
CVS	2,792,761	30.2%	2,964,388	30.9%	106.1%	3,113,392	31.6%	105.0%
合計	9,260,479	100.0%	9,581,388	100.0%	103.5%	9,839,937	100.0%	102.7%

2 惣菜販売売上高の業態別構成比

業態別構成比では、「CVS」が2015年以降「専門店、他」を上回りトップとなり、2016年は、全体の32%、「専門店、他」が30%、「食料品スーパー」が26%の順

になっている（図）。また、同時に行った3年後（2019年）の惣菜売上高の予測を見ると、「食料品スーパー」が11%の伸び、「CVS」が9%の伸び、「総合スーパー」、「百貨店」は横ばいとなっている。

図 業態別構成比（2016年）



3 カテゴリー別の惣菜売上状況

売上高構成比を見ると、2016年は、「米飯類」が49%で1位、「一般惣菜」が

25%で2位、「袋物惣菜」が3位で9%、4位が「調理パン」で8%、5位が「調理麺」で8%となっている（表3）。

表3 カテゴリー別惣菜売上状況

(単位：万円)

カテゴリー分類		2014年	2015年	前年比	2016年	前年比
		構成比	金額		構成比	
米飯類 (弁当、おにぎり、寿司等)	構成比	52.2%	49.5%		48.9%	
	金額	181,723,106	180,137,316	99.1%	184,103,262	102.2%
調理パン (サンドイッチ等)	構成比	8.0%	8.5%		8.4%	
	金額	27,872,717	30,880,649	110.8%	31,689,677	102.6%
調理麺 (調理済やきそば、うどん、割りそば、スパゲティ等)	構成比	7.7%	8.1%		8.3%	
	金額	26,748,194	29,372,593	109.8%	31,179,785	106.2%
一般惣菜 (コロッケ、天ぷら、サラダ等)	構成比	25.7%	26.1%		25.1%	
	金額	89,518,243	95,088,996	106.2%	94,623,142	99.5%
袋物惣菜 (ポテトサラダ、肉じゃが、鯖の味噌煮等)	構成比	6.4%	7.8%		9.3%	
	金額	22,462,188	28,367,184	126.3%	34,897,680	123.0%
合計	構成比	100.0%	100.0%		100.0%	
	金額	348,324,448	363,846,738	104.5%	376,493,546	103.5%

4 カテゴリー別の今後の取扱い予測

今後のカテゴリー別の取扱い予測について、弁当および袋物惣菜を例として見てみる。

(1) 弁当

全ての業態で拡大すると回答した者が最も多く、「CVS」は100%、「食料品スー

パー」は87%、「百貨店」は80%となっている（表4）。「惣菜専門店」「総合スーパー」「食料品スーパー」では、変わらないと答えた者が若干見られた。また、現在弁当を取り扱っていない惣菜専門店は、わからない、現在と同様に取扱う予定はないとの回答だった。

表4 今後の取扱い予測 (弁当)

(単位：%)

	惣菜専門店	百貨店	総合スーパー	食料品スーパー	CVS
拡大する	50.0	80.0	70.0	86.7	100.0
縮小する	3.6	—	—	—	—
変わらない	35.7	—	20.0	10.0	—
わからない	3.6	20.0	10.0	3.3	—
現在と同様に取扱う予定はない	7.1	—	—	—	—

(2) 袋物惣菜

「CVS」と「総合スーパー」が拡大するの回答が最多で、縮小するは「食料品スーパー」で7%、変わらないが「百貨店」で

80%、「総合スーパー」で40%、「食料品スーパー」が33%となっている（表5）。一方、「惣菜専門店」は、54%が取扱う予定はないとしている。

表5 今後の取扱い予測 (袋物惣菜)

(単位：%)

	惣菜専門店	百貨店	総合スーパー	食料品スーパー	CVS
拡大する	14.3	—	40.0	23.3	100.0
縮小する	—	—	—	6.7	—
変わらない	7.1	80.0	40.0	33.3	—
わからない	25.0	20.0	10.0	20.0	—
現在と同様に取扱う予定はない	53.6	—	10.0	16.7	—

5 今後注力する商品

業態別に見ると、全ての業態で「健康」が1位または2位を占めている。次いで、「栄養バランスのとれた」商品が百貨店を除き、1位から3位を占めている。「野菜

が多く含まれた」も惣菜専門店、食料品スーパーで1、2位となっている。その他食料品スーパーは「減塩」商品を2位に、百貨店は「国産」「高齢者向け」を2位、3位に挙げている（表6）。

表6 今後注力する商品（主なもの）

（複数回答）	（単位：％）				
	惣菜専門店	百貨店	総合スーパー	食料品スーパー	CVS
健康	63.3	100.0	70.0	86.7	80.0
栄養バランスのとれた	63.3	20.0	90.0	73.3	100.0
野菜が多く含まれた	73.3	20.0	20.0	73.3	60.0
減塩	20.0	-	20.0	73.3	20.0
国産	46.7	80.0	60.0	50.0	60.0
高齢者向け	33.3	60.0	40.0	36.7	60.0

6 今後購入したいと思う惣菜

首都圏、近畿圏、中国・四国圏、北陸圏でそれぞれ消費者が今後購入したいと思う惣菜を聞いたところ、全てのエリアで1位は「家庭で作りづらい惣菜」、2位から5

位は「野菜が多く含まれた惣菜」「栄養バランスのとれた惣菜」「国産の食材のみを使用した惣菜」「添加物を使用していない惣菜」となっており、今後、商品開発する際の重要な参考になるとと思われる（表7）。

表7 今後購入したいと思う惣菜

首都圏		
順位	条件	件数
1位	家庭では作りづらい惣菜	674
2位	野菜が多く含まれた惣菜	409
3位	添加物を使用していない惣菜	402
4位	栄養バランスのとれた惣菜	400
5位	国産の食材のみを使用した惣菜	384
6位	薄味な惣菜	287
7位	できたてで温かい惣菜	255
8位	少量で複数の種類がセットされた惣菜	239
9位	魚の惣菜	177
10位	有機食材のみを使用した惣菜	120

近畿圏		
順位	条件	件数
1位	家庭では作りづらい惣菜	663
2位	栄養バランスのとれた惣菜	408
3位	野菜が多く含まれた惣菜	393
4位	国産の食材のみを使用した惣菜	379
5位	添加物を使用していない惣菜	338
6位	薄味な惣菜	302
7位	できたてで温かい惣菜	274
8位	少量で複数の種類がセットされた惣菜	258
9位	魚の惣菜	170
10位	有機食材のみを使用した惣菜	92

中国・四国圏		
順位	条件	件数
1位	家庭では作りづらい惣菜	458
2位	野菜が多く含まれた惣菜	281
3位	国産の食材のみを使用した惣菜	261
4位	栄養バランスのとれた惣菜	250
5位	添加物を使用していない惣菜	214
6位	できたてで温かい惣菜	213
7位	薄味な惣菜	212
8位	少量で複数の種類がセットされた惣菜	171
9位	魚の惣菜	134
10位	有機食材のみを使用した惣菜	67

北陸圏		
順位	条件	件数
1位	家庭では作りづらい惣菜	495
2位	野菜が多く含まれた惣菜	293
3位	栄養バランスのとれた惣菜	275
4位	国産の食材のみを使用した惣菜	273
5位	添加物を使用していない惣菜	231
6位	できたてで温かい惣菜	208
7位	薄味な惣菜	204
8位	少量で複数の種類がセットされた惣菜	170
9位	魚の惣菜	126
10位	調理油にこだわった惣菜	72



写真 惣菜専門店の状況

お昼時にはお弁当や惣菜を求めるビジネスマンやOLに大人気

7 野菜の価格高騰の影響について（平成30年2月現在）

昨秋から今年にかけての台風、低温などの影響による野菜の価格高騰については、惣菜企業にとっても大きな影響があった。数社の会員企業から聞き取りしたところ、天候不順の影響で、「野菜の量が少なく品質が悪い」「CVSのカット野菜は飛ぶように売れている」「輸入に切り替えた」などの声が聞かれた。詳細は、以下の通り。

- 野菜の高値の影響が出ている。今は、契約を基に出荷してもらっており、販売価格の値上げは、企業努力でしのいできたが、このまま続けば値上げせざるを得ない。
- 野菜だけでなく米も高騰。人手も不足しており対応に苦慮している。CVSのカット野菜は飛ぶように売れている。
- 天候不順の影響で、野菜の量が少なく品質も良くない。
- 野菜が足りなくて影響は出ているが、今のところ欠品するところまではしていない。
- 国産の野菜が高いので、輸入に切り替えて何とか対応しているところ。

さいごに

以上、2017年版惣菜白書を中心に惣菜・中食産業の概要および、昨年から今年にか

けて野菜の価格高騰への対応などについて述べてきた。

政府においても産業競争力会議において、外食・中食産業における活性化、生産性向上をテーマとし、労働生産性の向上、品質の向上などを通じた付加価値の向上、日本食文化を軸とした海外展開、農林漁業をはじめとする異業種との連携強化、ロボットなど新技術の活用など多様な労働力の確保を通じた事業基盤の整備などを推進することとしているところである。

また、日本惣菜協会のホームページアドレスは以下のとおりなので、参考にさせていただければ幸いです。

<http://www.nsouzai-kyoukai.or.jp/>

富山 武夫（とみやま たけお）

【略歴】

香川県出身

日本大学法学部Ⅱ部卒

1970年農林省（中国四国農政局）入省以降、関東農政局、食品流通局、野菜供給安定基金（現農畜産業振興機構）、消費・安全局消費・安全政策課、中国四国、関東農政局食品課長を経て2008年生産局園芸作物課野菜調整官として野菜価格安定、需給調整対策に携わる。

2012年農林水産省退職、同年一般社団法人日本惣菜協会 事務局長、参与として現在に至る