

一般社団法人
日本惣菜協会



Japan Ready-made Meal
Association



一般社団法人日本惣菜協会とは

女性の社会進出・超高齢化社会等の進展に伴い、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・安全な商品を提供し、健全な食生活に寄与・貢献することが使命であります。

日本惣菜協会はその使命を達成するための業界団体代表として、中食・惣菜事業者への支援を行うために、**行政への提言・食産業に携わるすべての方に向けた教育プログラムの提供、食品表示法や景表法に対応した事業者向けガイドブックの作成、衛生品質管理体制づくりのサポート、市場分析等の使命を遂行し、会員事業者の恒久的な発展に寄与することで、更なる中食・惣菜産業の社会的地位の向上をめざしております。**

■ 1977年5月 任意法人日本惣菜協会創立（2017年5月で創立38年）

現在の加盟企業 合計551社

会員	（惣菜の製造・販売をされている企業）	327社
賛助会員	（メーカー、卸売業、その他関係される企業・団体）	185社
協力会員	（監理団体、研修機関等の外国人技能実習に関連する事業者）	39社

2018年1月4日 現在

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、屋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済食品をいう。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も含む。

（調理済冷凍食品、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。）

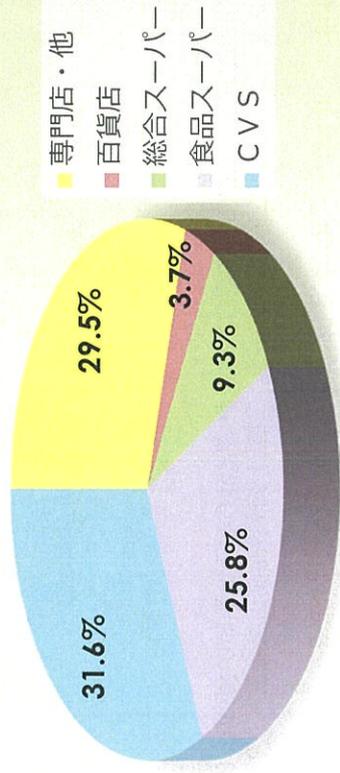
堅調に推移する「惣菜市場」

2016年の惣菜市場規模は9.8兆円を突破

日本惣菜協会発行 「2017年版惣菜白書」より抜粋

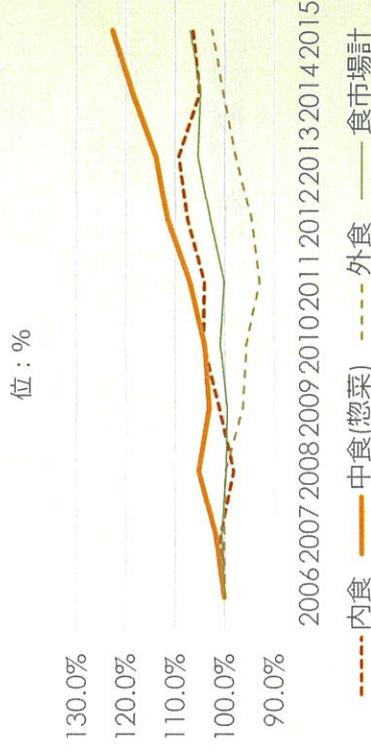
業態別 市場規模	2015年		2016年	
	市場規模	構成比	市場規模	構成比
専門店・他	2兆8,762億円	30.0%	2兆9,024億円	29.5%
百貨店	3,712億円	3.9%	3,674億円	3.7%
総合スーパー	9,169億円	9.6%	9,148億円	9.3%
食品スーパー	2兆4,525億円	25.6%	2兆5,417億円	25.8%
CVS	2兆9,643億円	30.9%	3兆1,133億円	31.6%
合計	9兆5,813億円	100.0%	9兆8,399億円	100.0%
				前年比
				100.9%
				99.0%
				99.8%
				103.6%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

業態別構成比 (2016年)



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ます

内食、中食(惣菜)、外食の市場規模推移(06年比) 単



	内食	中食(惣菜)	外食	食市場計
2006年	305,587億円	78,129億円	245,523億円	629,239億円
2015年*	325,064億円	95,814億円	251,816億円	672,694億円
06年-15年比	106.4%	122.6%	102.6%	106.9%

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。

国の認定機関としての役割

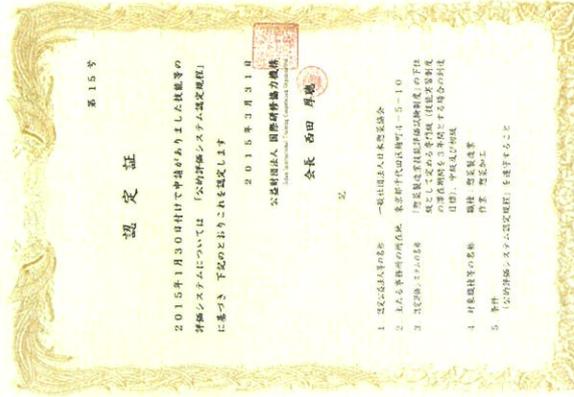
外国人技能実習制度の「惣菜製造業」技能評価指定認定機関

外国人技能実習制度とは、国際貢献の重要な一翼として、我が国で開発・培われた技術・技能・知識の開発途上国等への移転を図り、当該国の経済発展を担う人材育成を目的とした制度です。

日本惣菜協会では、海外に進出する日本企業を中心とした人材需要に的確に対応していくには、外国人技能実習制度を活用しつつ、経験豊富な指導者が確保しやすい日本国内において現地の指導的な人材の育成に取り組むことが必要不可欠と考え、「惣菜管理士制度」に実技試験を追加し外国人技能実習生用として、職種認定に向けての取組を始め、「惣菜製造業」(作業名：惣菜加工作業)が2015年4月1日に大臣公示があり認定されました。

また、同時に日本惣菜協会が技能評価(試験)指定認定機関に認定されました。

* 「惣菜製造業」(作業名：惣菜加工作業)の定義 = 大量製造用調理機械を使用し、食材原材料の下処理、炊く、茹でる、揚げる、炒める、煮る、焼く、蒸す、合(和)える等の調理加工及び殺菌処理等により惣菜加工品を「大量調理施設衛生管理マニュアル」に基づき製造する作業



HACCP手法支援法における指定認定機関

日本惣菜協会は、惣菜・弁当のHACCP手法支援法における国の指定認定機関です。HACCP手法に対応した施設の整備を支援するため、食品の製造過程の管理の高度化に基づく計画について認定を行います。認定を受けるとHACCP手法支援法により、低金利融資が適用されます。

業界への役割

政策提言

個別企業ではできない「業界のための政策提言」を行い、消費者保護と事業活動の円滑化を推進する。

- 1、食品表示法施行に伴い、わかり易い表示を目指し、中小事業者の実行可能性の高い改正になるよう提言を行ってきた。
- 2、景品表示法改正に伴ない、不明瞭な点も多く事業者判断に委ねられている事も多いなかで、業界におけるガイドブックの作成を進める。
- 3、コメ問題への対応として、中食団体で「国産米使用推進団体協議会」を設立し、国産業務用米の安定的な確保と価格の透明性が図られるよう政府への提言活動を実施。
- 4、5つの基本原則遵守について、農林水産省で行われた「食品への意図的な毒物等の混入の未然防止等に関する検討会」の委員として、業界の実態と過度な法規制による事業者負担増大の懸念について意見を述べ、報告書を取りまとめた。引き続き、「食品事業者の5つの基本原則」に関する意見交換会にも委員を出し、様々な対応手順などを啓蒙していく。
- 5、アレルギー物質についての情報提供に関する対応は、容器包装販売以外の食品（対面販売、バラ販売等）は、現在は任意表示であり表示の義務はない。一方、アレルギーに対する全面義務表示化への要望が高まるなかで、消費者庁による「外食等におけるアレルギーの情報提供の在り方検討会」において、当協会も参加。
- 6、消費税軽減税率に関する業界提言および、小売り・外食等の関連団体との連携。

惣菜の普及広報

- ・日本食文化・地域惣菜の普及、関連ニュースの配信、新聞発行 等

業界の調査、研究

- ・惣菜白書、中食2025 等の刊行



■ 惣菜製造管理認定事業（以下「認定事業」）

惣菜・弁当の製造工程において、食品に起因する衛生上の危害の発生の防止と適正な品質の確保を図るため、2つの認定区分（協会外の審査員により審査）を設け、審査委員会により認定。

1、一般社団法人日本惣菜協会衛生・品質管理認定施設（略称「JmSQCE」）

基本的な衛生品質管理体制を確立したい弁当惣菜工場等が主な対象施設。

2、一般社団法人日本惣菜協会HACCP認定施設（略称「JmHACCP」）

HACCP管理を希望する弁当惣菜工場が対象施設。

■ 次世代経営者の育成

- ・「明日の惣菜を語る会」運営による勉強会、工場視察実施 等

■ 共同購入

- ・衛生資材、PL保険の取り扱い 等

■ 人材育成

- ・惣菜管理士の育成・・・食品に関する基礎から専門知識までの高度で総合的な知識修得が目的。
- ・デリカアドバイザーの育成・・・惣菜売場のスタッフが商品の価値を理解し、接客力を高めめます。

惣菜管理士

人材育成の内容①

食品に関する基礎から専門知識までの高度で総合的な知識修得を目的に、1993年から23年間にわたり「惣菜管理士」を認定しています。2015年7月の資格試験をもちまして「惣菜管理士」は20,000人を突破し、惣菜企業をはじめ、食品メーカー、流通、機械・器材・包材メーカーなど、食を取り巻く幅広い分野で活躍しています。

名称	三級惣菜管理士 (Ready-made Meal Junior)	二級惣菜管理士 (Ready-made Meal Senior)	一級惣菜管理士 (Ready-made Meal Master)
テーマ	安全と栄養	品質と製造	経営と管理
レベル	基礎的知識および技術 (担当者レベル)	専門的知識および技術 (監督・リーダーレベル)	高度な専門的知識および技術 (工場長・管理者レベル)
科目	1.惣菜概論 2.食品の衛生と安全 3.食品の原材料とその取扱い方 4.惣菜の調理加工 5.食物と栄養 6.食品に関する法律	1.惣菜工場の衛生管理 2.食品の表示と規格 3.食品衛生と微生物 4.食品の包装 5.原材料の貯蔵と加工食品の保存 6.食品添加物	1.惣菜工場のHACCP管理 2.冷凍食品の技術 3.応用栄養学 4.食品の官能評価 5.労働と安全 6.食品工場経営論

* 惣菜管理士資格試験に合格された方は、上記の「名称」で名刺等に記載することができます。例；一級惣菜管理士、Ready-made Meal Master

* 「惣菜管理士二級以上の資格を有する者」も惣菜製造業 外国人技能実習制度の試験監督官として定められました。

資格取得までの道のり

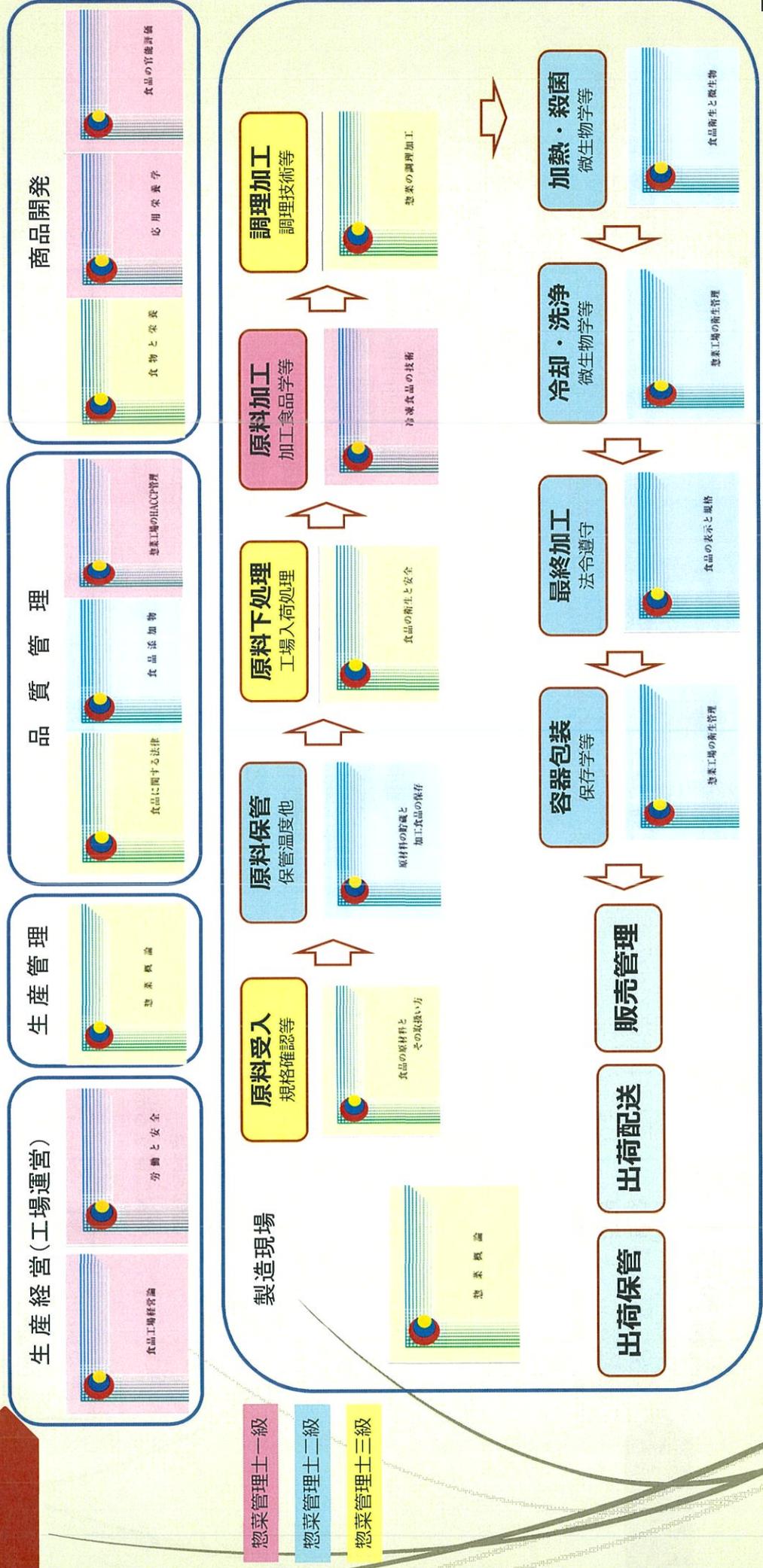
養成研修受講申込
8/1～9/10

研修(通信教育)
10月～3月
(内1日集合研修に参加)

資格試験
6月下旬

合格発表
7月中旬

惣菜管理士研修教科と現場の知識対応一覧



惣菜管理士 業種別資格取得企業

惣菜企業をはじめ、食品メーカー、流通、機械・器材・包装材料などの多くの企業で、社員向け通信教育講座の対象にしております。また、昇進・昇格の要件に組み込まれておられる企業も多く、人材育成のためのツールとして定着しております。

2017年7月現在

惣菜製造卸・小売・給食

1 トオカツフーズ(株)	252名
2 デリア食品(株)	168名
3 わらべや日洋(株)	162名
4 株式会社ヒライ	159名
5 株式会社サンデリカ	136名
6 株式会社リカスイト	126名
7 株式会社中食品興業所	112名
8 イニシオフーズ(株)	111名
9 フジフーズ(株)	108名
10 フンゼン(株)	94名
11 株式会社緊急デリカアイ	92名
12 株式会社ヤヨイサンフーズ	87名
13 株式会社水産グルーブ	83名
14 株式会社ラダクラブ	80名
15 株式会社みずすくコーポレーション	79名
16 株式会社ミツハン	79名
17 株式会社戸田フーズ	78名
18 サンマルコ食品(株)	74名
19 株式会社アサヒプロイラー	74名
20 株式会社あじかん	70名
21 株式会社だるま食品	66名
22 株式会社カナエフーズ	64名
23 株式会社ヒガシヤデリカ	63名
24 株式会社バスターネ	62名
25 株式会社イチビキ	59名
26 株式会社正田醤油	58名
27 株式会社アルファー食品	57名
28 株式会社シマダヤ	56名
29 株式会社ファーストフーズ	56名
30 株式会社グルメリカ	53名
上位30社計	2,818名

食品メーカー

1 日本食研ホールディングス(株)	742名
2 味の素(株)	606名
3 マルハニチロ(株)	441名
4 キユーピー(株)	339名
5 MCフードスペシヤリティーズ(株)	285名
6 日本製粉(株)	284名
7 日清オイリオグループ(株)	270名
8 プリマハム(株)	262名
9 テーブルマーク(株)	248名
10 キッコーマン食品(株)	235名
11 株式会社J-オイルミルズ	216名
12 株式会社Mizkan	200名
13 ハウス食品グループ本社(株)	196名
14 株式会社ニチレイフーズ	190名
15 株式会社日本ハム	181名
16 株式会社伊藤ハム	160名
17 株式会社創味食品	155名
18 エバラ食品工業(株)	152名
19 株式会社丸大食品	150名
20 エスビー食品(株)	145名
21 株式会社ふじや食品	142名
22 株式会社ケンコーマヨネーズ	138名
23 株式会社フジッコ	135名
24 株式会社メロディアン	127名
25 株式会社カゴメ	122名
26 株式会社マルハチ村松	119名
27 株式会社宝酒造	117名
28 株式会社宮島醤油	106名
29 株式会社メルシャン	101名
30 株式会社ひかり味噌	90名
上位30社計	6,654名

卸

1 株式会社アクセス	464名
2 国日グループ本社(株)	204名
3 三菱食品(株)	120名
4 尾家産業(株)	120名
5 三井食品(株)	97名
6 東海製粉(株)	95名
7 昭和産業(株)	92名
8 大和(株)	85名
9 日本水産(株)	69名
10 株式会社ナックスナカムラ	67名
11 株式会社米久	48名
12 株式会社カナカン	47名
13 株式会社カネヤ	47名
14 ケイ低温フーズ(株)	46名
15 株式会社昭和	44名
16 オークー食品工業(株)	41名
17 日清商事(株)	38名
18 株式会社ヤグチ	36名
19 株式会社中部食糧	33名
20 株式会社岩田産業	32名
上位20社計	1,825名

小売

1 株式会社若菜	212名
2 株式会社いなげや	131名
3 株式会社フジデリカ・クオリティ	131名
4 株式会社ヤオコー	128名
5 株式会社ヤマナカ	94名
6 イオンフードサポート(株)	80名
7 株式会社丸久	69名
8 ミニストップ(株)	64名
9 いわて生活協同組合	49名
10 株式会社ライフコーポレーション	49名
11 株式会社オキノ	38名
12 株式会社中部フーズ	34名
13 株式会社オーゾーズ	33名
14 株式会社武蔵野	31名
15 株式会社鶴屋	30名
16 ライフフーズ(株)	27名
17 コーポ東北サンネット事業連合	25名
18 株式会社オークワ	25名
19 株式会社まつおか	25名
20 株式会社ノムラフーズ	24名
上位20社計	1,299名

外食

1 株式会社吉野家ホールディングス	92名
2 株式会社ロイヤル	33名
3 株式会社むすんでひらいて	29名
4 株式会社タスキ	27名
5 株式会社柿安本店	24名
上位5社計	205名

機械・包装材料

1 株式会社カジワラ	46名
2 株式会社ベインバックジャパン	36名
3 株式会社品川工業所	28名
4 株式会社AIHO	25名
上位4社計	135名

その他	10,786名
合計	23,722名

企業数;約2,080社



人材育成の内容②

惣菜専門店やスーパーマーケット、百貨店など惣菜売場のスタッフが、惣菜を調理・販売する際の注意点、衛生や食品表示等の食品法令、バックヤード・厨房での作業工程を通信教育で学ぶ研修で、惣菜・弁当についての知識を持つことによって、より商品の価値を理解し、接客力を高めま

す。また、資格を取得されましたら、店頭での表示が可能(次ページ写真参照)になり、約1,300名の方が店頭で活躍されています。

学習内容

惣菜とは？

- 惣菜市場の現状と将来性について
- 惣菜に求められる役割や将来性とは
- 惣菜とは何か

販売現場での基礎知識

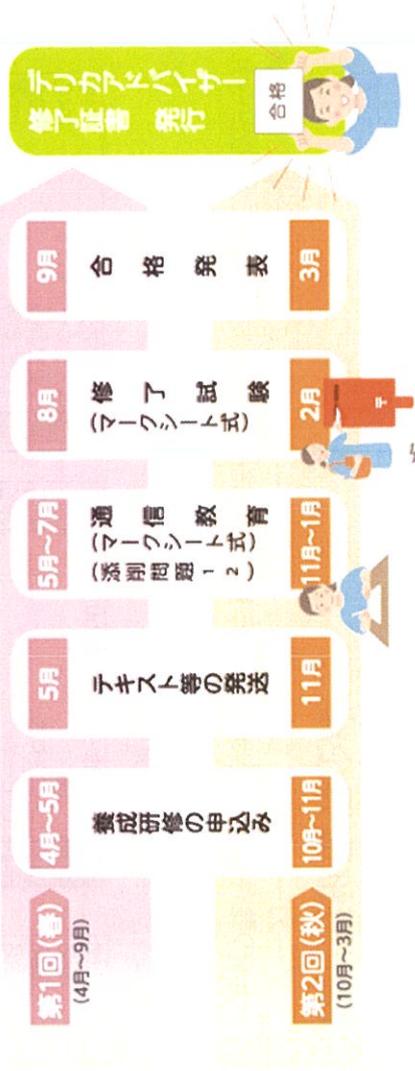
- 加工食品の流通と販売
- 惣菜を販売する人の注意点
- お客様よりクレームを受けたら
- 惣菜の購買意欲を高めるために

製造・加工の基礎知識

- 原材料の保管方法について
- 食品添加物の種類と使用目的
- 食物の栄養素とその働き
- 調理作業上の注意点
- 調理機器等の取り扱い方
- 加工品の調理について
- 事故や怪我のないようにするために

お客様の安全のための表示と品質管理

- 食の安全と安心とは
- 食の安全を守るしくみについて
- 食品表示の重要性
- 基本衛生管理とは
- 食中毒防止について
- 7Sとは



デリカアードバイザー養成研修 お取り組み企業

「安全は科学でしか担保できず、信頼は人からしか伝わらない。」

デリカアードバイザーは「安全を知り、お客様に伝える」ことで、お店に対するロイヤルカスタマー作りを進めて頂くためのお役にたちます。

スーパー・マーケット 百貨店

株式会社いなげや
株式会社カスミ
株式会社カノー
株式会社関西スーパーマーケット
株式会社さくら野百貨店
株式会社サンプラザ
株式会社そごう・西武
中部フーズ株式会社(※ハロー)
株式会社東急ストア
株式会社東急百貨店
株式会社土佐山田ショッピングセンター
日本フーズ株式会社(※ライフ)
株式会社フードセンター富田屋
株式会社フクヤ
株式会社フジデリカ・クオリティ
株式会社平和堂
株式会社丸久
株式会社丸広百貨店
みやぎ生活協同組合
株式会社リウボウフーズ

製造小売・メーカー・その他

株式会社魚宗フーズ
エスアールジャパン株式会社
株式会社柿安本店
株式会社三晃
株式会社セイブ
株式会社創味食品
株式会社ダイショー
株式会社デリカスイト
株式会社日東ベスト
株式会社日本ハム
株式会社野村佃煮
株式会社はなまるフードサービス
株式会社ヒライ
株式会社本陣
株式会社まつおか
株式会社松田食品工業
株式会社万星食品
株式会社むすんでひらいて
株式会社八幡
株式会社利恵産業
株式会社吉野家ホールディングス
株式会社ロック・ワールド

「デリカアードバイザー」として認定された方が働く店舗を対象に
「デリカアードバイザーのいる店」として、登録証を表示できる店頭表示も併せて行っています。

● **全国で約200社1300人のデリカアードバイザーが活躍中!**



他、多数の企業でお取り組み頂いております。(五十音順)

人材育成の内容③・・・ホームミールマイスター

食品の原材料から食卓に惣菜が提供されるまでの流れや食品表示の見方など、食に関する基礎知識をわかりやすく解説。食品業界に従事している方だけでなく、**広く一般消費者の方々にも身近な食品について広く知識を高めていただける内容**となっておりますので、これから食品業界で仕事をスタートする入社前内定者や**総務・経理等の管理部門で働く方々**の教育に「ホームミールマイスター」をご利用ください。



学習内容

カリキュラムは9テーマ
100項目

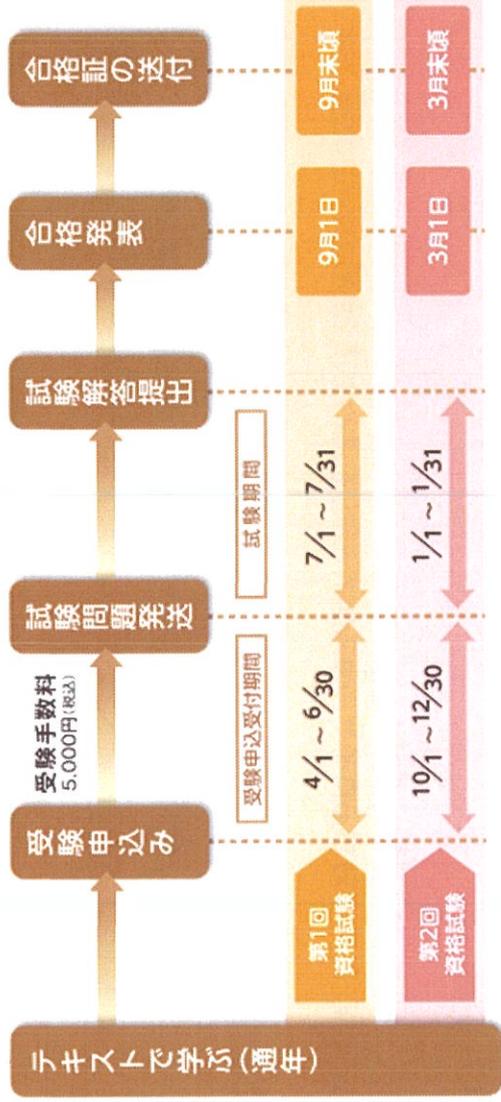


テキストの内容はHPからいつでもご確認いただけます

テキストで学んだ後は資格試験にチャレンジ!

学習のスケジュール

「WEBテキスト(無料)」または「テキスト冊子(購入)」で学ぶ
2,800円(税込)



惣菜市場の動向等について

--2017 年度惣菜白書より--

1. 惣菜市場規模

2016 年度のトータルマーケットは 9 兆 8,399 億円規模

単位：百万円

	惣菜市場規模	うち袋物惣菜
2006 年	7,812,924	—
2007 年	7,949,126	—
2008 年	8,215,634	—
2009 年	8,054,095	—
2010 年	8,123,839	—
2011 年	8,357,819	—
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

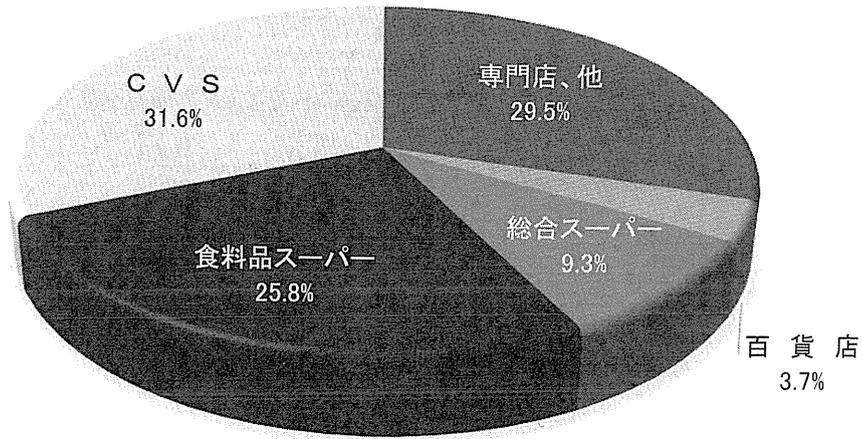
※惣菜市場規模の算出について、公益財団法人 食の安全・安心財団の「外食産業市場規模」の料理品小売業（弁当給食を除く）があり、当協会の数値との差異については、資料編を参照されたい。

単位：百万円

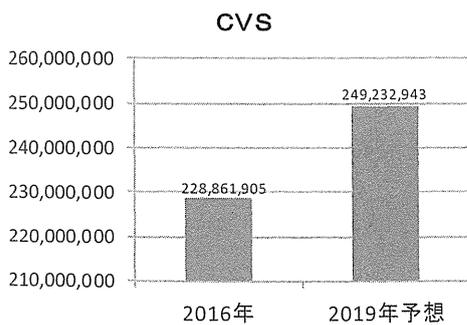
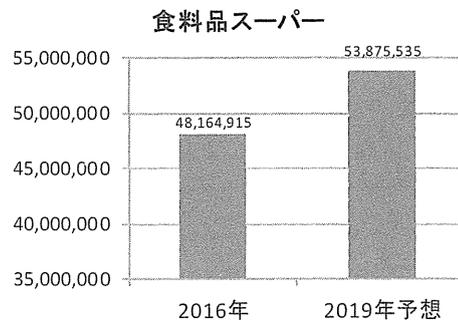
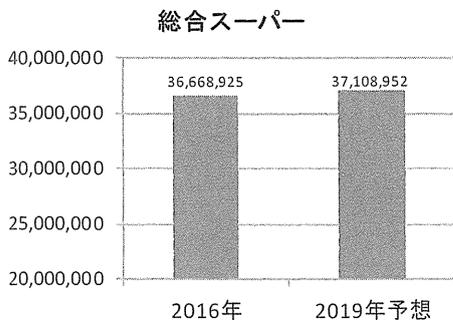
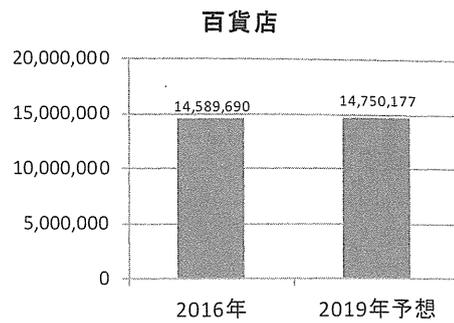
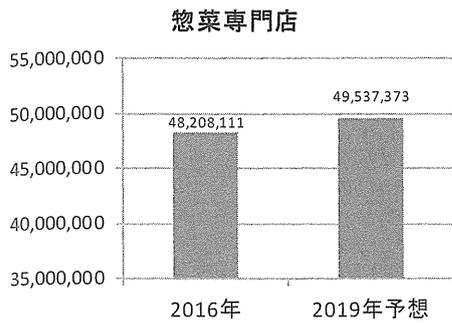
業 態	'14年		'15年			'16年		
		構成比		構成比	前年比		構成比	前年比
専門店、他	2,878,779	31.1%	2,876,252	30.0%	99.9%	2,902,449	29.5%	100.9%
百貨店	369,921	4.0%	371,201	3.9%	100.3%	367,498	3.7%	99.0%
総合スーパー	920,299	9.9%	916,981	9.6%	99.6%	914,883	9.3%	99.8%
食料品スーパー	2,298,718	24.8%	2,452,565	25.6%	106.7%	2,541,715	25.8%	103.6%
C V S	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%

- ※ 商業統計の業態定義を参考にして業態区分を行った。ただし、総合スーパー、衣料品スーパー、住関連スーパー、その他スーパーは一括りにした
- ※ 百貨店は、日本百貨店協会から公表されている惣菜売上高の数値を採用した（テナント販売額が含まれる）そのため、百貨店テナント販売額分は、専門店、他から差し引いている

2. 惣菜販売売上高の業態別構成比（2016年）



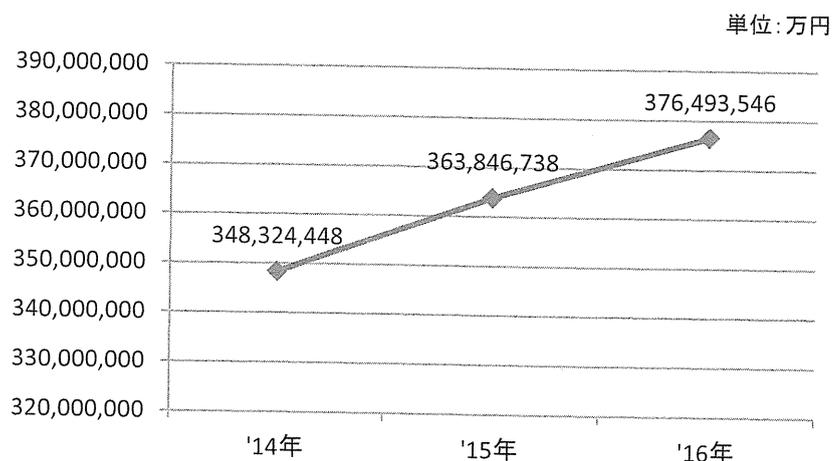
3. 3年後（2019年）の惣菜総売上高予測



4. 惣菜売上高の推移

	単位:万円				
	'14年	'15年	前年比	'16年	前年比
全体	348,324,448	363,846,738	104.5%	376,493,546	103.5%

惣菜売上高の推移



5. カテゴリー別惣菜売上状況

カテゴリー分類		単位:万円				
		2014年	2015年	前年比	2016年	前年比
		米飯類	構成比	52.2%	49.5%	99.1%
(弁当、おにぎり、寿司等)	金額	181,723,106	180,137,316	184,103,262		
調理パン	構成比	8.0%	8.5%	110.8%	8.4%	102.6%
(サンドイッチ等)	金額	27,872,717	30,880,649		31,689,677	
調理麺	構成比	7.7%	8.1%	109.8%	8.3%	106.2%
(調理済やきそば、うどん、割りこそば、スパゲティ等)	金額	26,748,194	29,372,593		31,179,785	
一般惣菜	構成比	25.7%	26.1%	106.2%	25.1%	99.5%
(コロッケ、天ぷら、サラダ等)	金額	89,518,243	95,088,996		94,623,142	
袋物惣菜	構成比	6.4%	7.8%	126.3%	9.3%	123.0%
(ポテトサラダ、肉じゃが、鯖の味噌煮等)	金額	22,462,188	28,367,184		34,897,680	
合計	構成比	100.0%	100.0%	104.5%	100.0%	103.5%
	金額	348,324,448	363,846,738		376,493,546	

6. 惣菜売場の運営方法

単位：社

		合計	百貨店	総合スーパー	食料品スーパー	CVS
合計		50 100.0%	5 100.0%	10 100.0%	30 100.0%	5 100.0%
直営のみでの販売		28 56.0%		4 40.0%	19 63.3%	5 100.0%
2 ～ 3 年後 の 運営	現在のまま直営のみでの販売だと思ふ	27 96.4%		4 100.0%	18 94.7%	5 100.0%
	直営とテナントでの販売になると思ふ	1 3.6%			1 5.3%	
	テナントのみでの販売になると思ふ					
テナントのみでの販売		3 6.0%		2 20.0%	1 3.3%	
2 ～ 3 年後 の 運営	現在のままテナントのみでの販売だと思ふ	2 66.7%		1 50.0%	1 100.0%	
	直営とテナントでの販売になると思ふ	1 33.3%		1 50.0%		
	直営のみでの販売になると思ふ					
直営とテナントでの販売		19 38.0%	5 100.0%	4 40.0%	10 33.3%	
2 ～ 3 年後 の 運営	直営部門を強化すると思ふ	6 31.6%		1 25.0%	5 50.0%	
	テナント部門を強化すると思ふ					
	直営とテナントの売上比率は変わらないと思ふ	13 68.4%	5 100.0%	3 75.0%	5 50.0%	

※各大項目の構成比は、合計社数を 100 としたときの比率

※各小項目の構成比は、大項目社数を 100 としたときの比率

7. カテゴリー別の今後の取扱い予測

○弁当

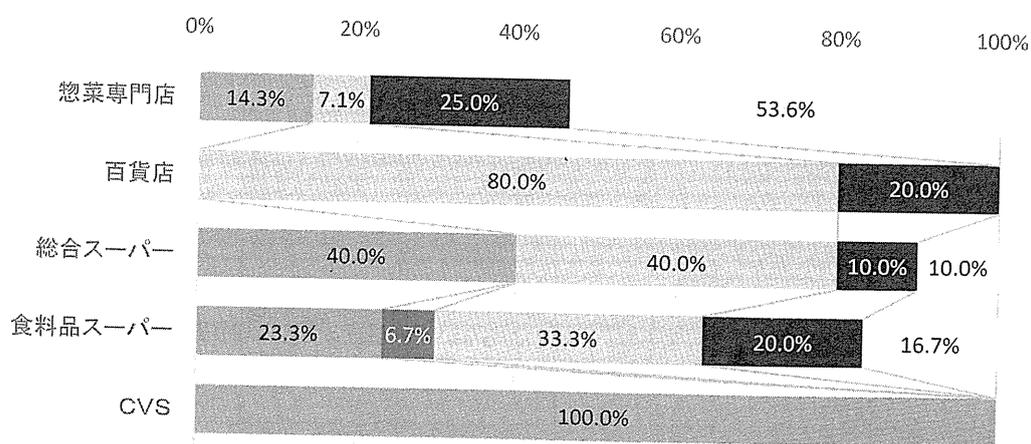
単位:社

	惣菜専門店	百貨店	総合スーパー	食料品スーパー	CVS
全体	28 93.3%	5 100.0%	10 100.0%	30 100.0%	5 100.0%
拡大する	14 50.0%	4 80.0%	7 70.0%	26 86.7%	5 100.0%
縮小する	1 3.6%				
変わらない	10 35.7%		2 20.0%	3 10.0%	
わからない	1 3.6%	1 20.0%	1 10.0%	1 3.3%	
現在と同様に取り扱う予定はない	2 7.1%				

○袋物惣菜

単位:社

	惣菜専門店	百貨店	総合スーパー	食料品スーパー	CVS
全体	28 93.3%	5 100.0%	10 100.0%	30 100.0%	5 100.0%
拡大する	4 14.3%		4 40.0%	7 23.3%	5 100.0%
縮小する				2 6.7%	
変わらない	2 7.1%	4 80.0%	4 40.0%	10 33.3%	
わからない	7 25.0%	1 20.0%	1 10.0%	6 20.0%	
現在と同様に取り扱う予定はない	15 53.6%		1 10.0%	5 16.7%	



拡大する
 縮小する
 変わらない
 わからない
 現在と同様に取り扱う予定はない

8. 今後注力する商品

複数回答	単位:社				
	惣菜専門店	百貨店	総合スーパー	食料品スーパー	CVS
全体社数	30	5	10	30	5
該当社数	30	5	10	30	5
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
薄味	3 10.0%		1 10.0%	8 26.7%	1 20.0%
減塩	6 20.0%		2 20.0%	22 73.3%	1 20.0%
無添加	10 33.3%	1 20.0%	5 50.0%	6 20.0%	
国産	14 46.7%	4 80.0%	6 60.0%	15 50.0%	3 60.0%
オーガニック	2 6.7%		1 10.0%	6 20.0%	
健康	19 63.3%	5 100.0%	7 70.0%	26 86.7%	4 80.0%
美肌・美容	1 3.3%		1 10.0%	3 10.0%	2 40.0%
低カロリー	10 33.3%	1 20.0%	2 20.0%	14 46.7%	4 80.0%
栄養バランスのとれた	19 63.3%	1 20.0%	9 90.0%	22 73.3%	5 100.0%
野菜が多く含まれた	22 73.3%	1 20.0%	2 20.0%	22 73.3%	3 60.0%
調理油にこだわった	2 6.7%	2 40.0%		5 16.7%	
調味料にこだわった	1 3.3%	2 40.0%	1 10.0%	5 16.7%	
タイアップした	3 10.0%		3 30.0%	5 16.7%	1 20.0%
ブランド食材を使用した	7 23.3%	2 40.0%	2 20.0%	5 16.7%	3 60.0%
幼児向け	2 6.7%				
高齢者向け	10 33.3%	3 60.0%	4 40.0%	11 36.7%	3 60.0%
食事制限者向け	1 3.3%			5 16.7%	
その他	4 13.3%	2 40.0%	2 20.0%	6 20.0%	4 80.0%

※下段比率は全体社数を100としたときの構成比

9. 今後購入したいと思う惣菜

首都圏			近畿圏		
順位	条件	件数	順位	条件	件数
1位	家庭では作りづらい惣菜	674	1位	家庭では作りづらい惣菜	663
2位	野菜が多く含まれた惣菜	409	2位	栄養バランスのとれた惣菜	408
3位	添加物を使用していない惣菜	402	3位	野菜が多く含まれた惣菜	393
4位	栄養バランスのとれた惣菜	400	4位	国産の食材のみを使用した惣菜	379
5位	国産の食材のみを使用した惣菜	384	5位	添加物を使用していない惣菜	338
6位	薄味な惣菜	287	6位	薄味な惣菜	302
7位	できたてで温かい惣菜	255	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	239	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	177	9位	魚の惣菜	170
10位	有機食材のみを使用した惣菜	120	10位	有機食材のみを使用した惣菜	92
11位	調理油にこだわった惣菜	119	11位	調理油にこだわった惣菜	89
12位	調味料にこだわった惣菜	80	12位	おせち料理	73
13位	おせち料理	63	13位	調味料にこだわった惣菜	69
14位	キット(食材と調味料がセット)の惣菜	55	14位	キット(食材と調味料がセット)の惣菜	48

中国・四国圏			北陸圏		
順位	条件	件数	順位	条件	件数
1位	家庭では作りづらい惣菜	458	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	281	2位	野菜が多く含まれた惣菜	293
3位	国産の食材のみを使用した惣菜	261	3位	栄養バランスのとれた惣菜	275
4位	栄養バランスのとれた惣菜	250	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	214	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	213	6位	できたてで温かい惣菜	208
7位	薄味な惣菜	212	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	171	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	134	9位	魚の惣菜	126
10位	有機食材のみを使用した惣菜	67	10位	調理油にこだわった惣菜	72
11位	調理油にこだわった惣菜	63	11位	有機食材のみを使用した惣菜	64
12位	調味料にこだわった惣菜	46	12位	調味料にこだわった惣菜	40
13位	おせち料理	42	13位	おせち料理	29
14位	キット(食材と調味料がセット)の惣菜	29	14位	キット(食材と調味料がセット)の惣菜	25