

# 食品宅配サービス市場に関する調査結果 2015

## -コンビニ宅配やネットスーパー宅配、在宅配食は今後も成長-

### 【調査要綱】

矢野経済研究所では、次の調査要綱にて国内食品宅配サービス市場の調査を実施した。

1. 調査期間：2015年4月～6月
2. 調査対象：配食サービス・惣菜(食材)宅配サービス企業、ファストフード・外食チェーン店運営企業、コンビニエンスストア、生協、量販店、乳業メーカー、食品宅配支援サービス企業、その他関連企業・団体等
3. 調査方法：当社専門研究員による直接面接取材及び電話・e-mailによるヒアリング、ならびに文献調査併用

#### <本調査における食品宅配サービス市場とは>

本調査における食品宅配サービス市場とは、①在宅配食サービス、②惣菜(食材)宅配サービス、③宅配ピザ、④宅配寿司、⑤外食チェーン・ファストフード宅配、⑥牛乳宅配、⑦生協の個配サービス、⑧ネットスーパー宅配、⑨コンビニエンスストア宅配、⑩自然派食品宅配を対象とする。但し、いずれの宅配サービスにおいても日用品、雑貨を除く食品群のみを対象とする。

### 【調査結果サマリー】

#### ◆ 2014年度の食品宅配サービス総市場規模は

前年度比 **102.9%の1兆9,348億円**と堅調推移

2014年度の食品宅配サービス総市場規模(主要10分野合計値)は前年度比102.9%の1兆9,348億円であった。少子高齢化の進展に伴い、国内の食関連市場が概して縮小傾向にあるなかで、食品宅配サービス総市場は堅調に推移している。

#### ◆ 実店舗とインターネット通販などを相互活用したオムニチャネル化の動き

各々の商圈に実店舗を構え、食品や日用品を扱ってきた百貨店や量販店(GMS)、食品スーパー、コンビニエンスストアなどの小売業は、インターネット通販にも進出してきており、またインターネット通販専門事業者が実店舗をもつ事業者との連携を図るといった動きもある。食品宅配サービスにおけるオムニチャネル化が活発化している。

#### ◆ 2019年度の食品宅配サービス総市場規模は2兆1,470億円の拡大基調を予測

2015年度の食品宅配サービス総市場規模(主要10分野合計値)は前年度比102.7%の1兆9,864億円、2019年度には2兆1,470億円の拡大し、2015年度から2019年度の年平均成長率(CAGR)は2.0%推移を予測する。今後も高齢者世帯や共働き世帯、子育て世帯を主要ターゲットに分野別ではコンビニエンスストア宅配やネットスーパー宅配、在宅配食サービスなどが比較的大きな伸びを示すものと考えられる。

#### ◆ 資料体裁

資料名：「2015年版 食品宅配市場の展望と戦略」  
 発刊日：2015年6月30日  
 体裁：A4判 392頁  
 定価：120,000円(税別)

#### ◆ 株式会社 矢野経済研究所

所在地：東京都中野区本町2-46-2 代表取締役社長：水越 孝

設立：1958年3月 年間レポート発刊：約250タイトル URL: <http://www.yano.co.jp/>

本件に関するお問合せ先(当社HPからも承っております) <http://www.yano.co.jp/>

㈱矢野経済研究所 マーケティング本部 広報チーム TEL: 03-5371-6912 E-mail: [press@yano.co.jp](mailto:press@yano.co.jp)

本資料における著作権やその他本資料にかかる一切の権利は、株式会社矢野経済研究所に帰属します。  
 本資料内容を転載引用等されるにあたっては、上記広報チーム迄お問合せ下さい。

## 【 調査結果の概要 】

### 1. 市場概況

2014年度の食品宅配サービス総市場規模(主要10分野合計値)は前年度比102.9%の1兆9,348億円であった。

少子高齢化の進展に伴い、国内の食関連市場が概して縮小傾向にあるなかで、食品宅配サービス総市場は堅調に推移している。この背景には共働き世帯の増加やライフスタイルの多様化に加え、高齢者人口の増加に伴い、高齢者の見守りサービスを兼ねた食事や食品の宅配需要が確実に増加していることが挙げられる。

また食料品の購入や飲食に不便を感じるといった高齢者を中心とする買物弱者の増加や女性の社会進出といった社会的需要もあり、食品宅配サービスは年々、その重要性を増している。

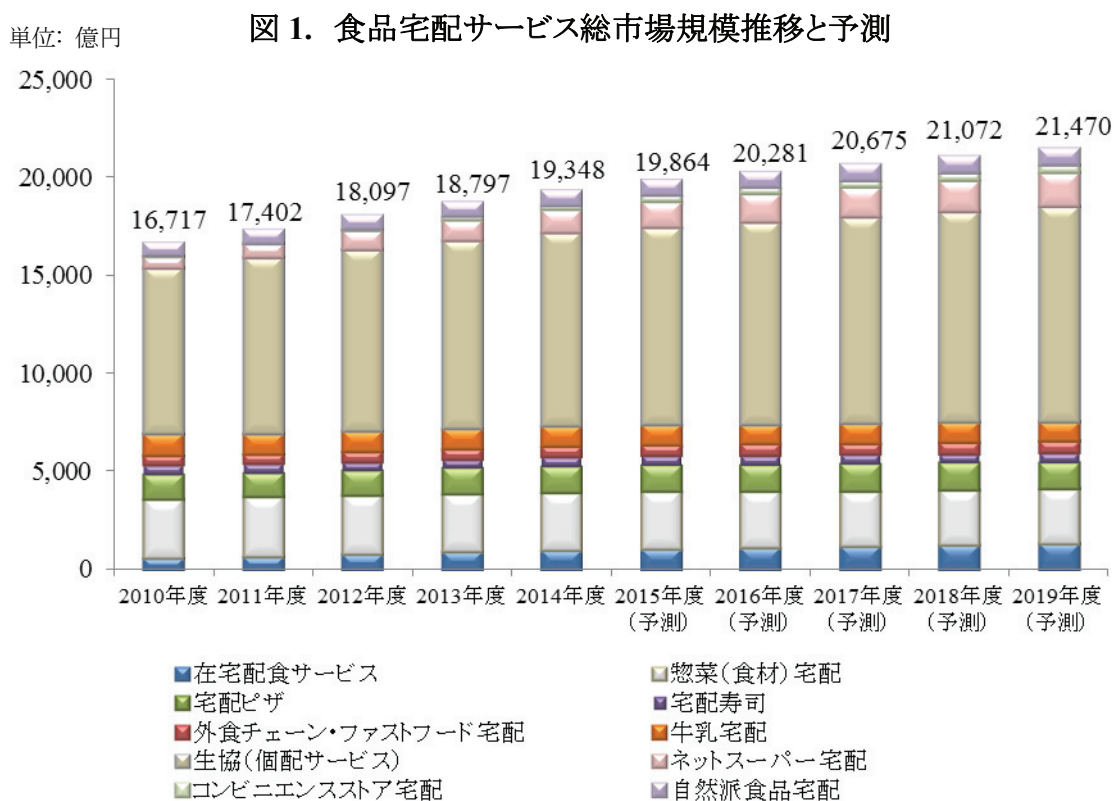
### 2. 今後の課題と将来予測

国内の食関連市場が概して縮小傾向にあるなか、食品宅配サービス市場は全体的に堅調に推移しているが、事業者の積極的な参入による業種業態を超える競争の激化や、宅配事業者の値上げ等による配送コストの上昇と配送員不足といった配送に関連する課題もある。

また、実店舗とインターネット通販などを相互活用し、あらゆるチャネルで顧客(消費者)と接点をもつといったオムニチャネル化への対応も求められてきている。宅配以外に店舗での受け取りや店頭での買い物を自宅配送にするなど、都市部を中心に多様な受け取りサービスを希望する消費者が増えている。

こうしたなか、各々の商圈に実店舗を構え、食品や日用品を扱ってきた百貨店や量販店(GMS)、食品スーパー、コンビニエンスストアなどの小売業は、インターネット通販にも進出してきており、またインターネット通販専業事業者が実店舗をもつ事業者との連携を図るといった動きもある。食品宅配サービスにおいてオムニチャネル化が活発化している。

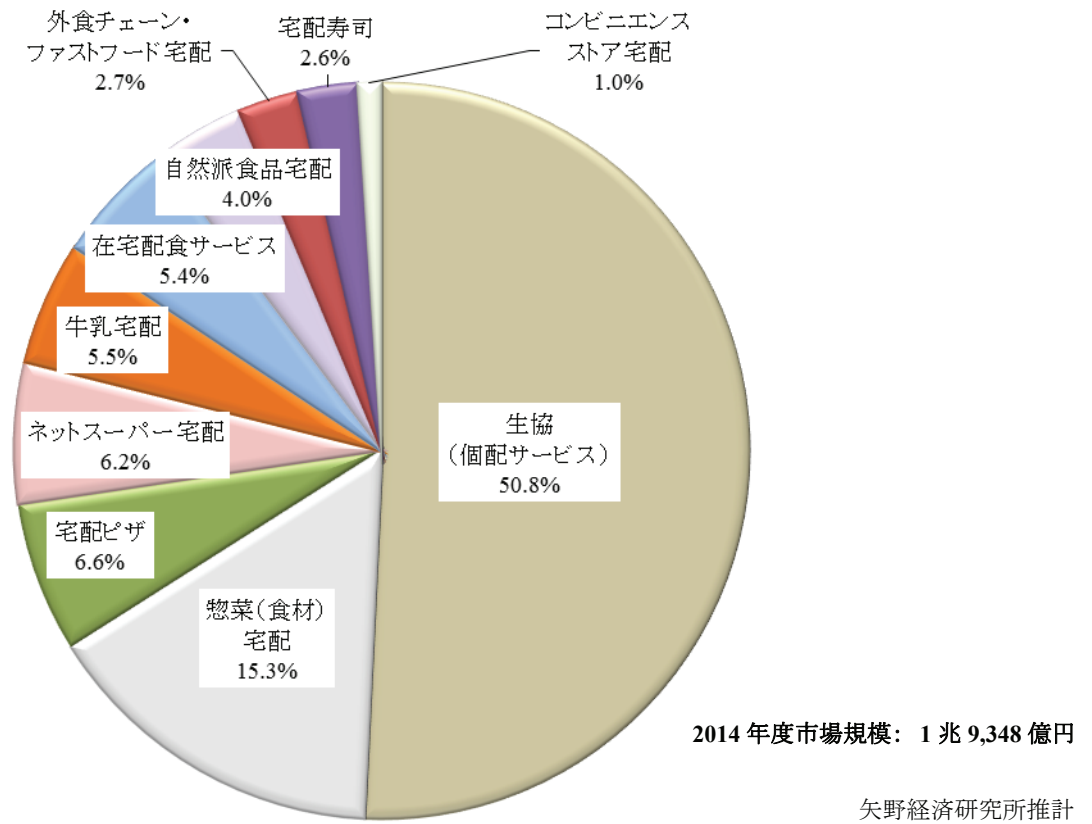
2015年度の食品宅配サービス総市場規模(主要10分野合計値)は前年度比102.7%の1兆9,864億円、2019年度には2兆1,470億円に拡大し、2015年度から2019年度の年平均成長率(CAGR)は2.0%推移を予測する。今後も高齢者世帯や共働き世帯、子育て世帯を主要ターゲットに分野別ではコンビニエンスストア宅配やネットスーパー宅配、在宅配食サービスなどが比較的大きな伸びを示すものと考えられる。



矢野経済研究所推計

注 1. 事業者売上高ベース  
 注 2. (予測)は予測値

図2. 2014年度食品宅配サービス総市場 分野別構成比



注3. 事業者売上高ベース