

食品宅配市場に関する調査を実施(2017年) -在宅配食サービスやネットスーパー、コンビニ宅配は今後も成長-

【調査要綱】

矢野経済研究所では、次の調査要綱にて国内の食品宅配市場の調査を実施した。

1. 調査期間:2017年5月～7月
2. 調査対象:在宅配食・食材(惣菜)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、インターネット調査ならびに文献調査併用

<本調査における食品宅配市場とは>

本調査における食品宅配市場とは、①在宅配食サービス、②食材(惣菜)宅配、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、⑨コンビニエンスストア(コンビニ)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、雑貨を除く食品群を対象とする。

【調査結果サマリー】

◆ 2016年度の食品宅配総市場規模は前年度比103.3%の2兆782億円と堅調推移

2016年度の食品宅配総市場規模(主要10分野合計値)は前年度比103.3%の2兆782億円であった。少子高齢化の影響を受け、国内の食関連市場は縮小傾向にあるなか、2015年度に2兆円の大台に乗り、堅調な伸びを示している。

◆ 食品宅配需要を支えるシニア層が拡大 各分野商品・サービス強化で囲い込みを図る

食品宅配市場においては、シニアが共働き・子育て世帯と並ぶ重要なユーザーになりつつある。従来から高齢者が主要ターゲットである在宅配食サービスのほか、生協の個配サービスやネットスーパー、自然派食品宅配、コンビニエンスストア(コンビニ)宅配などは、シニア層を意識した品揃えとサービスの強化で囲い込みを図っている。

◆ 2021年度の食品宅配総市場規模は2兆3,985億円の拡大基調を予測

2017年度の食品宅配総市場規模(主要10分野合計値)は前年度比103.0%の2兆1,413億円、2021年度には2兆3,985億円の拡大し、2017年度から2021年度の年平均成長率(CAGR)は2.9%推移を予測する。今後もシニア及び共働き世帯を主要ターゲットに、分野別では在宅配食サービスやネットスーパー、コンビニエンスストア(コンビニ)宅配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:「2017年版 食品宅配市場の展望と戦略」

発刊日:2017年8月21日

体裁:A4判 378頁

定価:130,000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/>)

(株)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

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

2016年度の食品宅配総市場規模(主要10分野合計値)は前年度比103.3%の2兆782億円であった。

少子高齢化の影響を受け、国内の食関連市場は縮小傾向にあるなか、当該市場規模は2015年度に2兆円の大台に乗り、堅調な伸びを示している。この背景には、共働き世帯や高齢者人口の増加があり、ライフスタイルが多様化して食(調理)に関する時短・簡便化ニーズが高まっていることが大きく影響しているものと考ええる。また、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。

2. 今後の課題と将来予測

少子高齢化や女性の社会進出といった社会的要請を受けて、食品宅配サービスは年々、その重要性を増しているが、オムニチャンネル化の進展やサービスの拡充に伴い、異業種のみならず、業態間の競争が激化している。また、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。

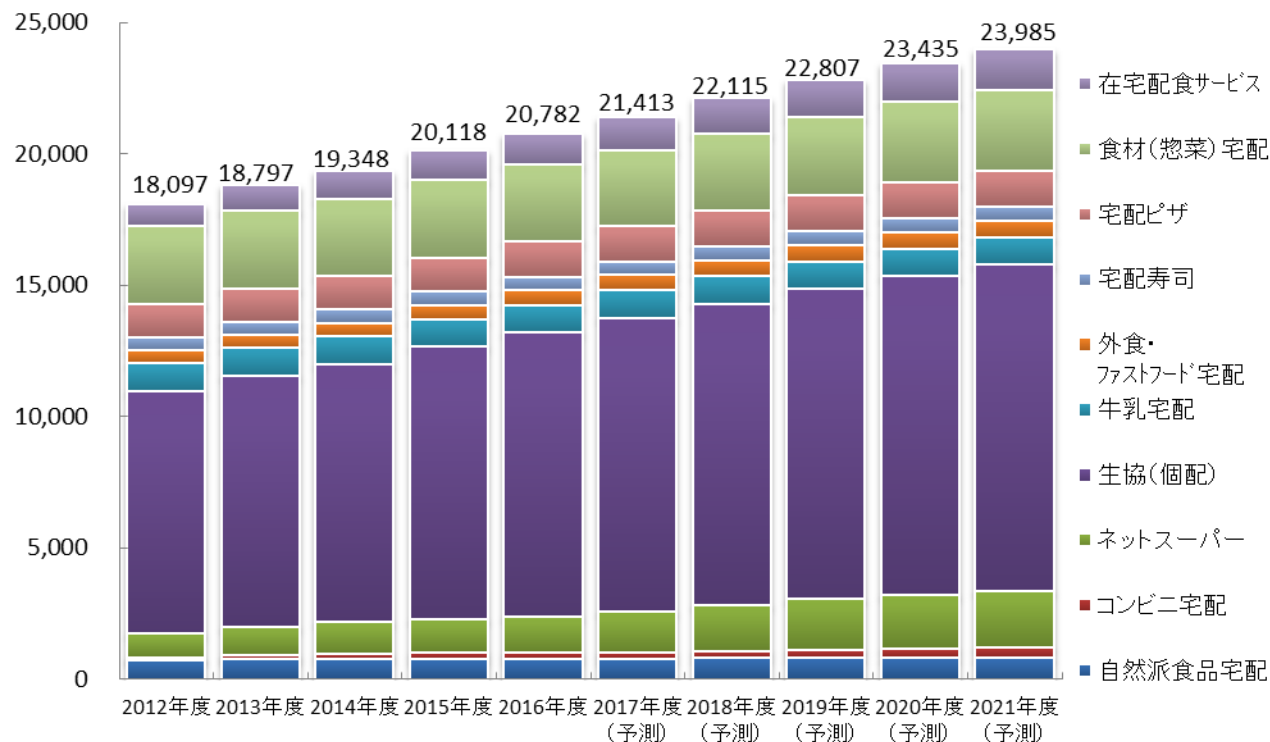
実店舗とインターネット通販などを相互活用し、あらゆるチャンネルで顧客(消費者)と接点をもつオムニチャンネル化が進展した結果、都市部などでは宅配以外に店舗での受け取りサービスを希望する消費者が増えている。一方、過疎地域では、高齢者を中心に食料品や日用品の購入に不便を感じる消費者が増えており、周辺に配送拠点を持つ宅配事業者が支援に乗り出している。

少子高齢化の進行に伴って、食品宅配サービスの主要顧客となるシニア層の取り込み・囲い込み競争は今後、ますます激化すると予想される。食品宅配サービスは、“宅配”の領域を超えて、高齢者の見守りや生活支援、さらには地域活性化にも寄与することが求められており、民間事業者間の業務提携はもとより、国や地方自治体と連携した取り組みが急増している。社会サービス化する食品宅配は、超高齢社会を支える日本独自のサービスとして、宅配事業のひとつの方向性を示している。

2017年度の食品宅配総市場規模(主要10分野合計値)は前年度比103.0%の2兆1,413億円、2021年度には2兆3,985億円に拡大し、2017年度から2021年度の年平均成長率(CAGR)は2.9%推移を予測する。今後もシニア及び共働き世帯を主要ターゲットに、分野別では在宅配食サービスやネットスーパー、コンビニエンスストア(コンビニ)宅配などが比較的大きな伸びを示すものと考ええる。

図1. 食品宅配総市場規模推移と予測

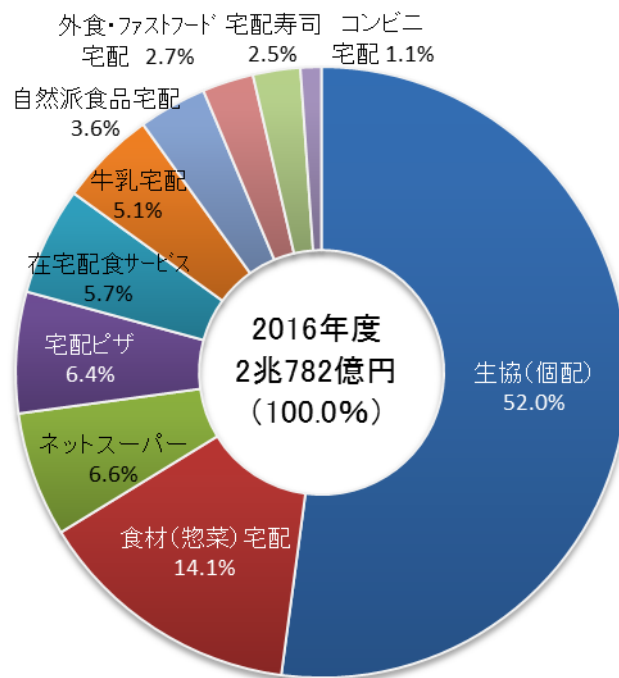
単位: 億円



注1. 事業者売上高ベース
注2. (予測)は予測値

矢野経済研究所推計

図2. 2016年度食品宅配総市場 分野別構成比



注3. 事業者売上高ベース

矢野経済研究所推計