

報道関係者各位
プレスリリース

2018 年 10 月 17 日
ソフトブ레인・フィールド株式会社

冷凍食品を食べるシーン、夕食が半数以上

～10 月 18 日は冷凍食品の日「冷凍食品の購入に関する調査報告」～

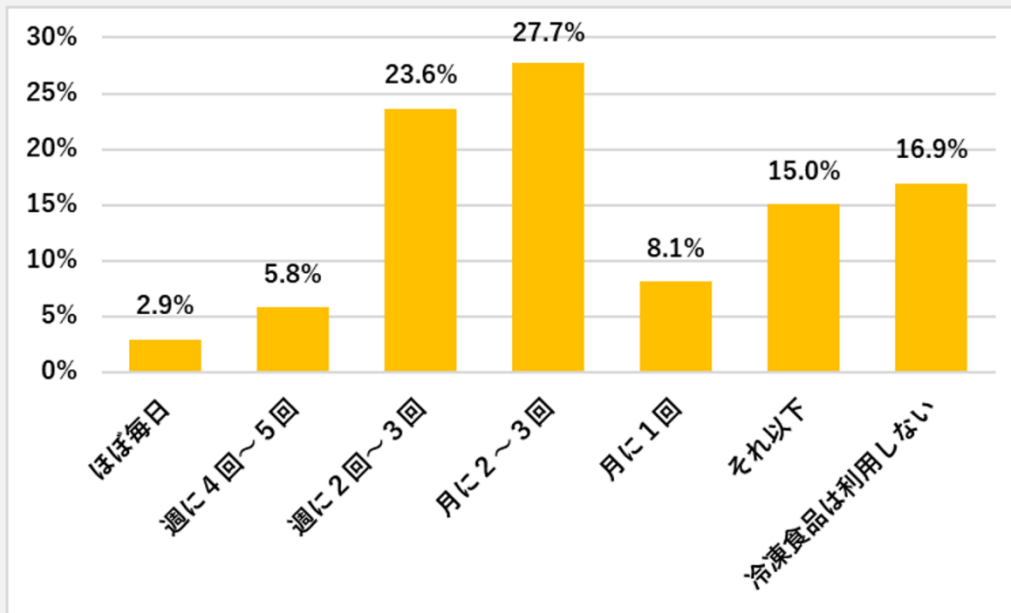
〔調査結果のポイント〕

- ・冷凍食品を食べる頻度は、「月に 2 ～ 3 回」が 27.7%でもっとも多く、「週に 2 ～ 3 回」が 23.6%と続く。購入場所は、「スーパー」が 89.2%とダントツで、「ドラッグストア」が 12.8%、「生協などの宅配」が 8.7%、「コンビニエンスストア」が 5.9%と続き、店頭での購入者が圧倒的。
- ・1 回の買い物で冷凍食品を購入する際に、「1 ～ 2 個」が 40.3%、次いで「3 ～ 4 個」が 15.8%、「5 個以上」が 3.8%と続く。
- ・冷凍食品を利用する理由は、「簡単に調理できるから」が 44.6%でもっとも多く、次いで「一品足りないとき/追加したいとき」が 34.8%、「お弁当のおかずとして」が 34.1%と続き、「時短・簡便」だけではなく、「メインのおかずとして（16.2%）」や「味がおいしいから（12.4%）」など、立派なおかずとしても受け入れられている。
- ・冷凍食品を食べるシーンは、「夕食」が 57.7%でもっとも多く、「昼食」が 40.4%、「お弁当」の 25.3%と続く。
- ・日頃買い置きしている冷凍食品は、「ギョーザ」が 29.9%でもっとも多く、「からあげ・竜田揚げ」が 25.4%、「うどん」が 23.1%と続く。
- ・直近 1 年間で、約 6 割近くが PB の冷凍食品の購入経験があり、購入経験がある PB ブランドは、1 位がイオンの PB「トップバリュ」が 53.9%で、2 位以下と大きな差をつけ、2 位がセブン＆アイ「セブンプレミアム」が 25.4%、3 位が西友「みなさまのお墨付き」が 14.1%と続く。
- ・NB と PB の冷凍食品の購入頻度については、「NB の購入頻度が高い」が 40.1%、「PB の購入頻度が高い」が 19.6%を 20.5 ポイントも上回る。スーパーでの商品展開数が豊富な、NB 品のほうが選ばれていたことが考えられる。

毎年 10 月 18 日は、冷凍（レイトウ）のトウ（10）と冷凍食品の世界共通の管理温度マイナス 18℃以下にちなんで、「冷凍食品の日（社団法人 日本冷凍食品協会制定）」です。フィールド・クラウドソーシング事業を展開するソフトブ레인・フィールド株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：木名瀬博）は、「マルチプル ID-POS 購買理由データ Point of Buy®」（以下 POB）アンケートモニター（n=3,232 名 男女 40 代～50 代中心）を対象に「冷凍食品の購入に関するアンケート」を 2018 年 10 月 9 日（火）～10 月 10 日（水）にかけて実施しましたので、報告いたします。（調査概要は 6 P に記載）

まず、冷凍食品を食べる頻度について調査をしました。

図表 1) 冷凍食品を食べる頻度は？



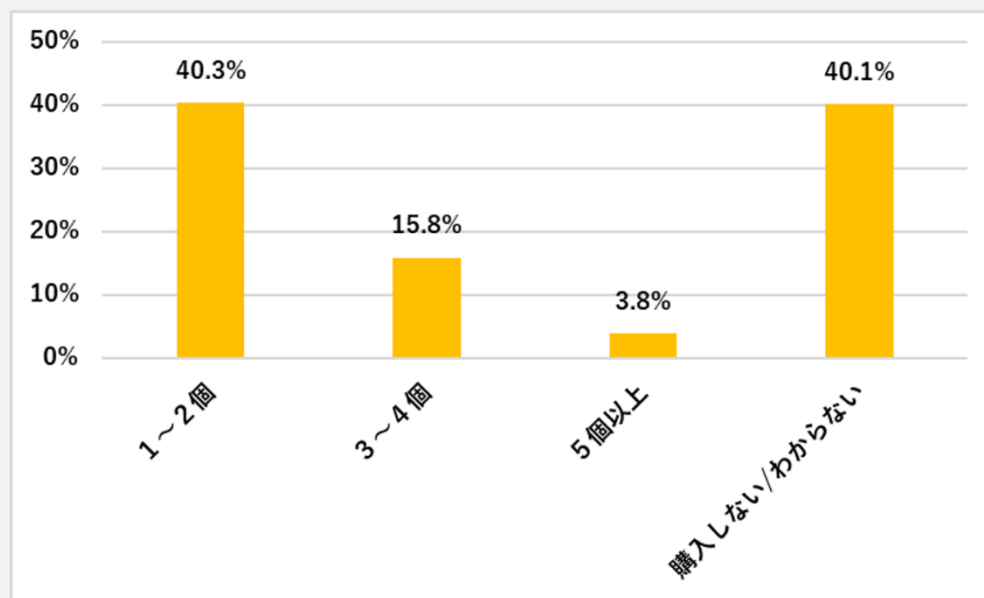
N = 3,232名、20代～60代男女POB会員

ソフトブレン・フィールド調べ

冷凍食品を食べる頻度は、「月に2～3回」が27.7%でもっとも多く、4.1ポイント差で「週に2～3回」が23.6%と続きます。

次に、普段店頭で食料品を購入すると回答した方（n=2,860名）に、1回の買い物で、冷凍食品を購入する際に何個購入するか調査をしました。

図表 2) 1回の買い物で、冷凍食品を購入する際に何個買いますか？



N = 2,860名、普段店頭で食料品を購入する20代～60代男女POB会員

ソフトブレン・フィールド調べ

1回の買い物で冷凍食品を購入する際に、「1～2個」が40.3%、次いで「3～4個」が15.8%、「5個以上」が3.8%と続きました。

次からは、普段冷凍食品を利用すると回答した方（n=2,686名）に、調査をしました。

図表3) 冷凍食品の購入場所を教えてください (MA)



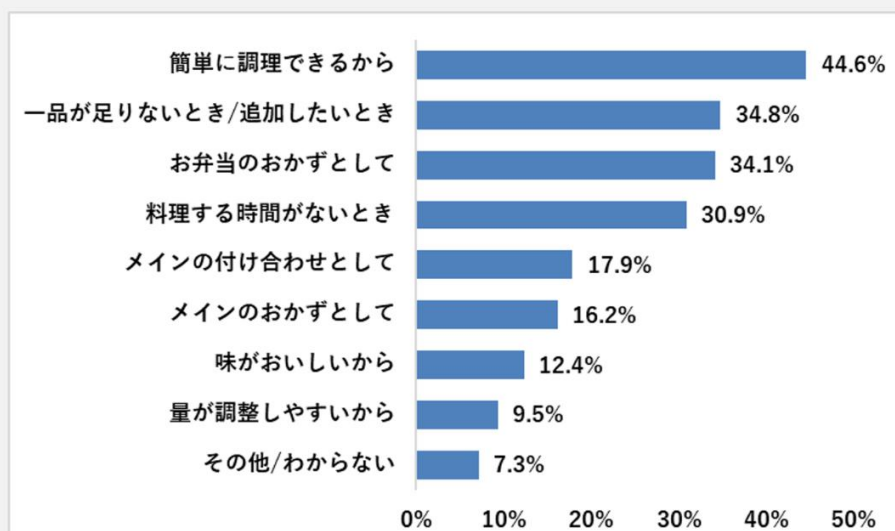
N = 2,686名、普段冷凍食品を利用する20代～60代男女POB会員

ソフトブレイン・フィールド調べ

まず、冷凍食品の購入場所は、「スーパー」が89.2%とダントツで、「ドラッグストア」が12.8%、「生協などの宅配」が8.7%、「コンビニエンスストア」が5.9%と続きます。「スーパー」だけではなく、「ドラッグストア」や「コンビニエンスストア」などに、販路が広がっていますが、圧倒的に「スーパー」で購入する方が多く、店頭で購入していることがわかります。

次に、冷凍食品を利用する理由について、調査をしました。

図表4) 冷凍食品を利用する理由を教えてください (MA)



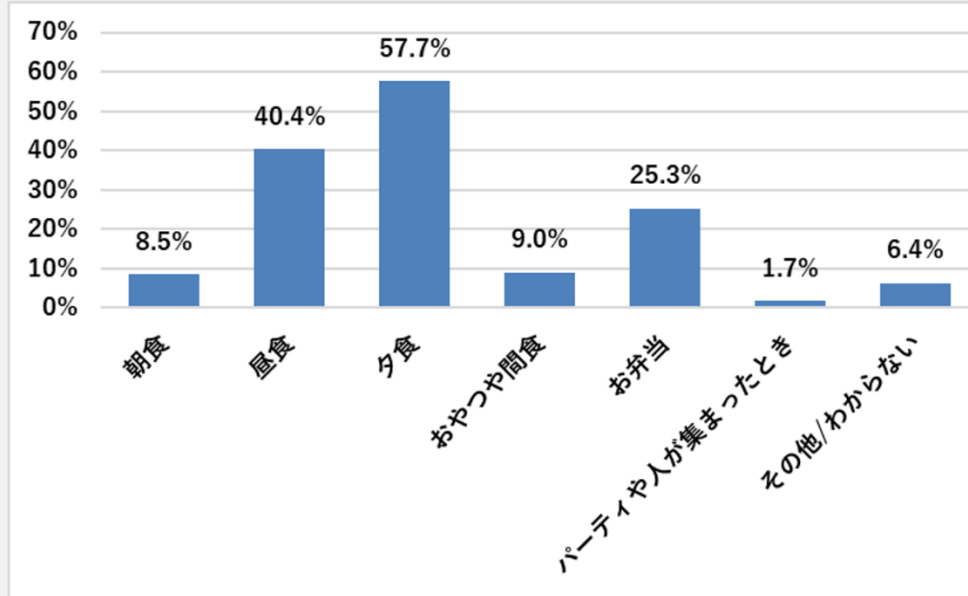
N = 2,686名、普段冷凍食品を利用する20代～60代男女POB会員

ソフトブレイン・フィールド調べ

冷凍食品を利用する理由は、「簡単に調理できるから」が44.6%でもっとも多く、次いで「一品足りないとき/追加したいとき」が34.8%、「お弁当のおかずとして」が34.1%、「料理する時間がないとき」が30.9%と続き、「時短・簡便」がキーワードとなっていますが、「メインのおかずとして（16.2%）」や「味がおいしいから（12.4%）」など、立派なおかずとしても受け入れられていることがわかりました。

次に、冷凍食品を食べるシーンについて、調査をしました。

図表 5) 冷凍食品を食べるシーンを教えてください (MA)



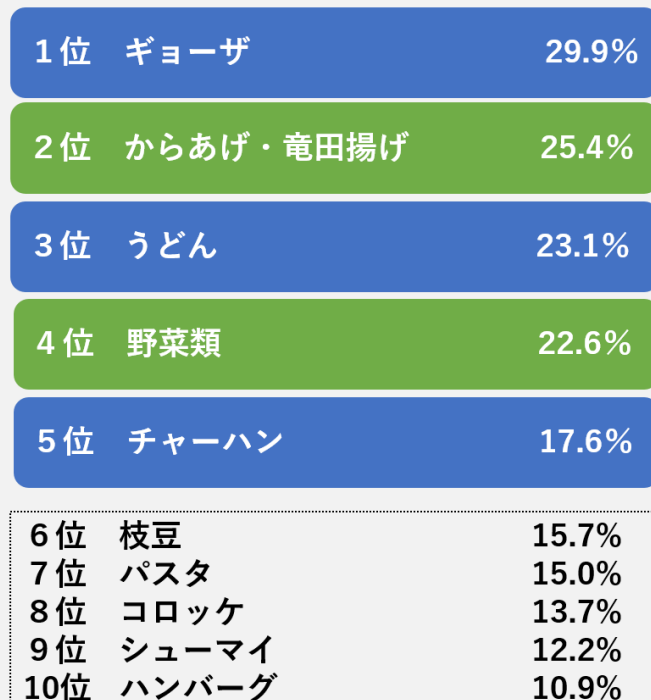
N = 2,686名、普段冷凍食品を利用する20代～60代男女POB会員

ソフトブレイン・フィールド調べ

冷凍食品を食べるシーンは、「夕食」が57.7%で最も多く、「昼食」が40.4%、「お弁当」の25.3%と続き、夕食の一品や昼食など、家庭での食事として利用されることが多いことがわかりました。

次に、日頃買い置きしている冷凍食品について、調査をしました。

図表 6) 日頃買い置きしている冷凍食品を教えてください (MA)



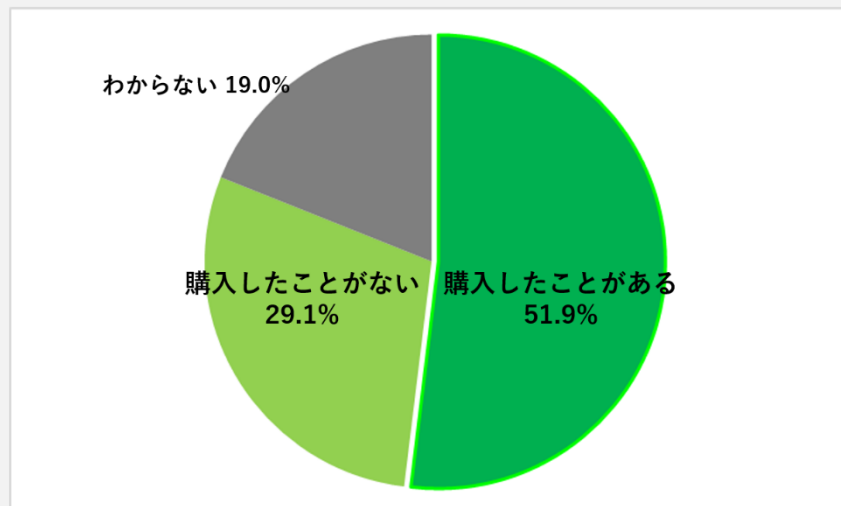
N = 2,686名、普段冷凍食品を利用する20代～60代男女POB会員

ソフトブレイン・フィールド調べ

日頃買い置きしている冷凍食品は、「ギョーザ」が29.9%で最も多く、「からあげ・竜田揚げ」が25.4%、「うどん」が23.1%と続きます。また、天候不順が続く中でも価格が安定している「野菜類」が22.6%となり、ほかにも夕食のメインやお弁当のおかずになるような、「コロッケ (13.7%)」、「シューマイ (12.2%)」、「ハンバーグ (10.9%)」などがランクインしました。

次からは、各社が注力しているプライベートブランド（以下PB）の冷凍食品について調査をしました。

図表 7）直近 1 年間で、PBの冷凍食品を購入したことはありますか？



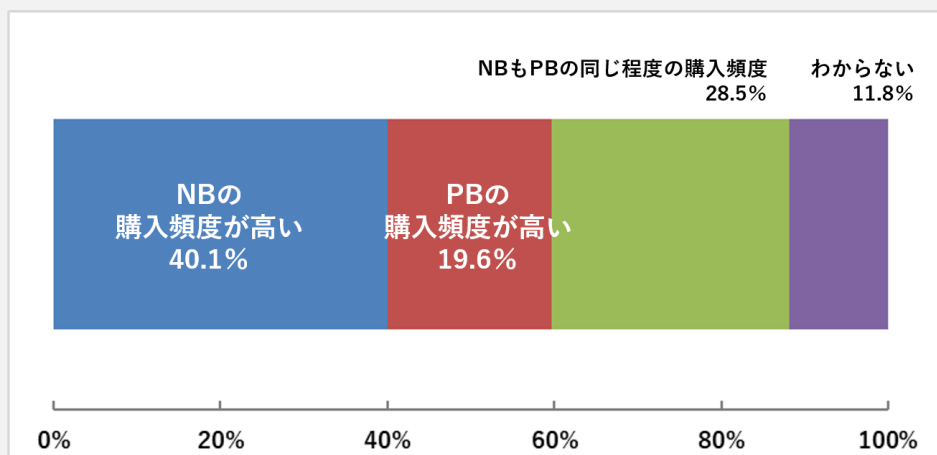
N = 2,686名、普段冷凍食品を利用する20代～60代男女POB会員

ソフトブレン・フィールド調べ

直近 1 年間のPBの冷凍食品の購入経験は、「購入したことがある」が59.1%、「購入したことがない」が29.1%となり、購入したことがある方が、大きく上回りました。

次に、メーカーが自社ブランドで販売するナショナルブランド（以下NB）と、PBの冷凍食品について、どちらの購入頻度が高いか調査をしました。

図表 8）NBとPBの冷凍食品はどちらを購入する頻度が多いですか？



N = 1,395名、直近 1 年間でPB冷凍食品の購入経験がある20代～60代男女POB会員

ソフトブレン・フィールド調べ

NBとPBの冷凍食品の購入頻度については、「NBの購入頻度が高い」が40.1%、「PBの購入頻度が高い」が19.6%を20.5ポイントも上回りました。今回の調査では、9割近くの方が冷凍食品をスーパーで購入していたため（図表 3 参照）、スーパーでの商品展開数が豊富な、NB品のほうが選ばれていたことが考えられます。

次に、冷凍食品を扱う代表的なPBブランドをピックアップし、購入経験を調査しました。

図表9) 購入したことがあるPBの冷凍食品ブランドを教えてください (MA)

1位	トップバリュ(イオン)	53.9%
2位	セブンプレミアム (セブン&アイ)	25.4%
3位	みなさまのお墨付き (西友)	14.1%
4位	CO-OP (生活協同組合)	11.7%
5位	ローソンセレクト(ローソン)	10.7%
6位	Vマークバリュープラス	6.2%
7位	ファミリーマートコレクション	5.7%
8位	くらしモア	5.6%
9位	CGC	4.9%
10位	くらし良好	3.1%
11位	情熱価格	1.7%

ソフトブレン・フィールド調べ

N=1,395名、直近1年間でPB冷凍食品の購入経験がある20代～60代男女POB会員

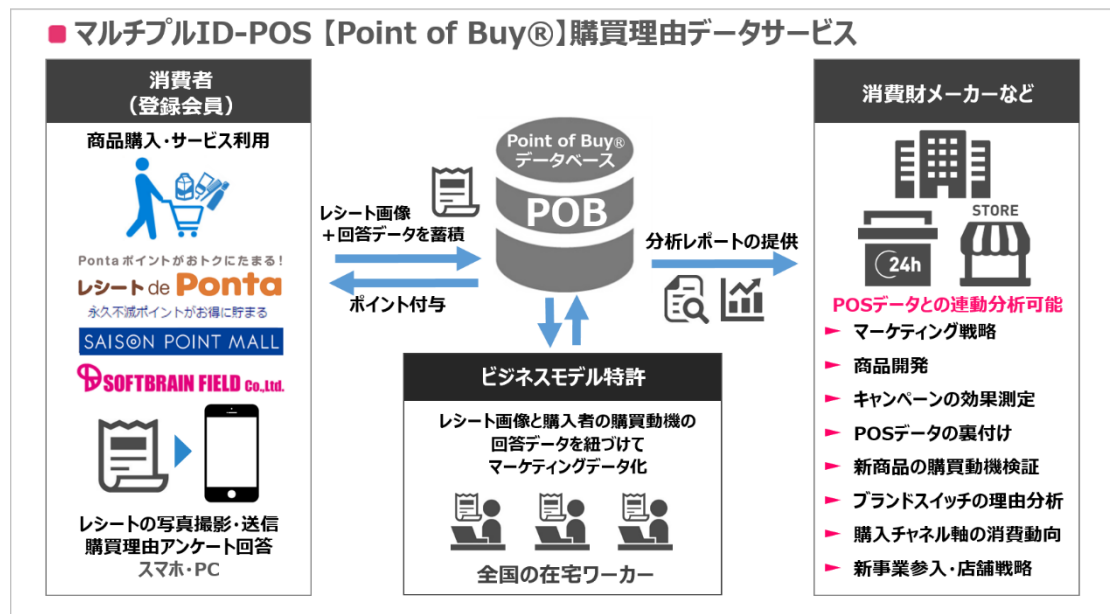
購入経験がある冷凍食品のPBブランドは、1位がイオンのPB「トップバリュ」が53.9%で、2位以下と30ポイント近くの差をつけ、2位がセブン&アイ「セブンプレミアム」が25.4%、3位が西友「みなさまのお墨付き」が14.1%と続きます。また、4位には宅配系生協の「CO-OP（11.7%）」、5位にはコンビニエンスストアのローソン「ローソンセレクト（10.7%）」がランクインしました。

冷凍食品は、「時短・簡便」のキーワードから、冷凍食品なのに「こんなにおいしい」という感動を提供できる商品が続々と発売されています。また、販売経路もスーパーからドラッグストア、コンビニエンスストアまで広がり、あらゆる年代の方に様々なシーンで食べられるようになりました。

また、無印良品を展開する良品計画は冷凍食品事業に参入することを発表し、総菜やご飯ものなど今年9月下旬から冷凍陳列棚を置いた国内4店で販売を始め、2019年2月までに20店に拡大すると発表していることから、新規参入するメーカーも増えることが予想されます。今後も冷凍食品の動向に注目したいと思います。

【調査概要】

調査対象	全国のPOB会員アンケートモニター					
調査方法	インターネットリサーチ					
行ラベル	20代	30代	40代	50代	60代以上	総計
女性	69	354	684	504	212	1,823
男性	18	110	380	503	398	1,409
総計	87	464	1,064	1,007	610	3,232
調査日時	2018/10/9～10/10					
調査期間	ソフトブレン・フィールド株式会社					



Point of Buy®データベースは、全国の消費者から実際に購入/利用したレシートを収集し、ブランドカテゴリや利用サービス、実際の飲食店利用者ごとのレシート（利用証明として）を通して集計したマルチプルリテール購買データです。

同一個人（シングルソース）から「消費行動」に関わる複数種類のデータを収集しており、ショッパーの行動結果からリアルなショッパーの実態に直接迫り、マーケティング戦略に不可欠なデータを、“より精度を高く” 企業・メーカーに提供します。

集計対象は、消費財カテゴリ68種類 約6,000ブランド、飲食利用カテゴリ10種類約200チェーン（2018年1月現在）。全ての利用証明に購入/利用理由（フリーコメント）がデータ化されています。

■ 当事業の特長：

- 日本初のレシートによる購買証明付き購買理由データ
- 「セゾンポイントモール」会員と、「Ponta Web」会員、「履歴書情報」のある当社登録会員「キャスト」で構成された約20万人のネットワークに基づく本人認証度の高いデータを提供
- 700企業以上のチェーン情報を公開
- ビジネスモデル特許による全チェーン共通オリジナルブランドマスター（※JICFS/IFDBベース）を生成
詳細はこちら <https://www.sbfield.co.jp/press/20170222-10722>
※JICFS/IFDB：JANコード統合商品データベース （一財）流通システム開発センター

■ サービス詳細参照ページ：

- ・「マルチプルID-POS購買理由データPoint of Buy®」 <https://www.sbfield.co.jp/multi-idpos>
- ・レシートで貯める <https://aqfpob.com/>
- ・レシート de Ponta <https://ponta-receipt.jp/>
- ・レシーポ <https://receipo.com/>

【ソフトブレン・フィールド株式会社 会社概要】

ソフトブレン・フィールド株式会社は、ソフトブレン株式会社（市場名：東証1部・4779、本社：東京都中央区、設立年月日：1992年6月17日、代表取締役社長：豊田浩文）のグループ会社として、全国の主婦を中心とした登録スタッフ約84,000名のネットワークを活用し、北海道から沖縄まで全国のドラッグストアやスーパー、コンビニ、専門店など160,000店舗以上をカバーし、営業支援（ラウンダー）や市場調査（ミステリーショッパー、店頭調査など）を実施しています。当社代表の木名瀬博は、2004年にアサヒビールの社内独立支援制度に応募し、合格第1号事業として独立しました。

「木名瀬 博のフィールド虎の巻」URL：<https://www.sbfield.co.jp/toranomaki>

本社所在地：東京都港区赤坂3-5-2 サンヨー赤坂ビル5階

設立：2004年7月 / 資本金：151,499,329円

代表取締役社長：木名瀬 博

URL：<https://www.sbfield.co.jp/>

【サービスに関するお問い合わせ先】

ソフトブレン・フィールド株式会社 マーケティングソリューション部 佐藤（さと） / 神谷（かみたに）

TEL：03-6328-3883 FAX：03-5561-8599 お問い合わせフォーム：<https://www.sbfield.co.jp/contact/contact-corporation>

【報道関係お問い合わせ先】

ソフトブレン・フィールド株式会社 経営企画部 広報担当 坂本（さかもと） / 石井（いしい）

TEL：03-6328-3630 FAX：03-6328-3631 MAIL：press@sbfield.com

当社調査リリースに取材協力していただける企業を募集しています。くわしくは、press@sbfield.com よりお気軽にお問い合わせください。