



2012年度 キューピー 食生活総合調査③

50～79歳女性の意識調査結果＜買物行動＞

シニア層に弁当・惣菜などの「中食」利用率上昇の傾向 食品の宅配・配達サービスにもニーズあり

キューピー株式会社

キューピーは、1989年（平成元年）から毎年、「食生活総合調査」を実施しています。本リリースでは、2012年度に実施した、50～79歳の未婚者以外の女性を対象とした調査の内容を報告します。この報告は、ニュースリリースNo. 24（2013年6月14日発表）、No. 27（2013年6月20日発表）に続く3回目にあたり、シニア層の「買物行動」について掘り下げます。シニア層の「買物行動」には、(1)中食の利用率と積極的な利用意向の上昇、(2) 弁当・惣菜購入で大型総合スーパーの利用増、(3) 食品の宅配・配達サービスにニーズの高まり、などの特徴があることがわかりました。

本調査のおもな結果の報告は、3回目にあたる今回で終了となります。

買物行動(1) シニア層の中食利用率と積極的な利用意向が上昇

「市販の弁当や惣菜などを利用する頻度」を尋ねる問いへの回答を見ると、2009年に比べて、対象すべて（50代、60代、70代）において利用頻度が高まっていることがわかりました。「利用しない」を除く「利用する」（頻度問わず）の合計を見ると、50代が98.4%と突出しています。ただ、2009年からの伸び率で見ると、60代後半の伸びが顕著で、7.9%にも上ります。

右数字:09年との差 ■ 全体+5%以上 ■ 全体-5%以下 12年・全体ベースN=428 単位:%

BASE	弁当・惣菜利用頻度					利用 する計	09年 との差	利用場面											
	週2回以上	週1回程度	月2～3回程度	月1回程度	2～9月に1回程度			利用しない	外出したとき	簡単に済ませたいとき	作る時間がないとき	作るのが面倒なとき	作る場所を確保できないとき	おいしいものが見えたいとき					
全体	482	15.8	21.8	27.8	13.5	14.9	6.2	93.8	5.3	49.8	-5.2	43.6	0.1	48.0	-6.3	42.3	-7.3	37.6	1.8
50代	184	19.0	30.4	29.9	10.9	8.2	1.6	98.4	4.8	47.5	-6.2	47.0	-0.8	59.1	-10.1	48.6	-5.6	39.2	0.4
60代以上	298	13.8	16.4	26.5	15.1	19.1	1.9	90.9	5.1	51.3	-4.5	41.3	0.1	40.6	-4.8	38.0	-8.9	36.5	2.5
60代前半	95	16.8	17.9	28.4	13.7	18.9	4.2	95.7	3.0	45.2	-11.3	50.0	6.5	46.4	-7.7	41.7	-8.1	39.3	4.9
60代後半	81	14.8	19.8	27.2	16.0	17.3	4.9	95.1	7.9	44.0	-10.9	50.5	8.0	53.8	-2.8	40.7	-6.2	36.3	1.8
70代	122	10.6	13.1	24.6	15.6	20.6	15.6	84.4	5.3	46.8	-11.5	49.4	4.6	37.7	-13.3	42.9	-10.2	42.9	8.5
BASE										自分1人だけの食事のとき	体調がすぐれないとき・疲れたとき	もう1品増やしたいとき	安かったとき・割引をしていたとき	おいしいものが見えたいとき					
全体	482	33.2	29.0	-1.2	29.9	2.3	28.3	2.2	10.8	1.8	39.2	33.7	-5.6	39.8	6.5	37.0	6.7	11.0	1.0
50代	184	39.2	33.7	-5.6	39.8	6.5	37.0	6.7	11.0	1.0	29.2	25.8	1.0	23.2	-1.0	22.5	-1.1	10.7	2.3
60代以上	298	29.2	25.8	1.0	23.2	-1.0	22.5	-1.1	10.7	2.3	31.5	28.0	2.6	26.2	-0.6	26.8	1.9	10.7	5.4
60代前半	95	29.7	26.4	1.6	29.7	1.4	27.5	1.8	9.9	5.5	33.8	29.9	3.9	22.1	-2.9	26.0	2.0	11.7	5.4
60代後半	81	25.2	22.3	-1.5	18.4	-1.4	15.5	-5.9	10.7	-2.8	25.2	22.3	-1.5	18.4	-1.4	15.5	-5.9	10.7	-2.8

資料① 弁当・惣菜の利用頻度と利用場面

また、「市販の弁当や惣菜などを利用する場面」を尋ねる問い（複数回答可）に対する回答を見ると、60代は「簡単に済ませたいとき」「おいしいものが食べたいとき」「売場を通過しておいしそうに見えたとき」の3項目が伸びており、“市販の弁当・惣菜はおいしい”という認識の高まりが見受けられます。一方、減少傾向が顕著なのは「外出したとき」「作るのが面倒な・作る気がわかないとき」の2項目で、必ずしも消極的な理由だけで中食を利用しているわけではない、ということがわかります。その傾向は50代にも表れており、「もう一品増やしたいとき」に利用している割合が大きく伸びています。

買物行動(2) 弁当・惣菜購入で、60代以上に大型総合スーパー利用増

「弁当や惣菜を購入する場所」を尋ねる問い（複数回答可）に対する回答を見ると、50代は「コンビニエンスストア」の利用率が最も高く、2009年からの比較でも6.8%と大きく伸びていることがわかります。

一方、60代以上は「大型総合スーパー」の利用率が最も高く、2009年と比較しても7.3%のプラスと、その傾向が顕著です。

右数字:09年との差
 ■全体+5%以上 ■全体-5%以下
 単位: %
 12年・全体延べ回答数ベースN=2,063

BASE		大型総合スーパー		一般的な食品スーパー		コンビニエンスストア	
全体	2,063	37.3	3.1	33.5	-1.0	35.0	5.1
50代	941	37.0	-2.8	34.8	-1.7	40.5	6.8
60代以上	1,122	37.5	7.3	32.4	-0.7	30.5	3.3
60代	735	36.3	6.6	33.9	0.3	29.3	2.7
60代前半	409	38.4	6.7	32.5	-2.6	31.5	6.1
60代後半	326	33.7	6.6	35.6	3.9	26.4	-1.7
70代	378	39.8	8.6	29.7	-2.4	32.8	4.6

BASE		特定食品の専門店		百貨店の食品売場		持ち帰り弁当店	
全体	2,063	20.5	0.0	16.2	-5.4	9.3	0.5
50代	941	20.6	0.6	15.5	-6.9	10.8	0.6
60代以上	1,122	20.3	-0.6	16.8	-4.3	8.0	0.1
60代	735	20.0	-2.0	16.5	-4.7	8.4	0.3
60代前半	409	17.6	-5.4	14.2	-6.4	9.8	1.5
60代後半	326	23.0	2.3	19.3	-2.7	6.7	-1.2
70代	378	20.9	2.0	17.6	-3.2	7.2	-0.2

資料② 弁当・惣菜の購入チャネル

ただ60代以上でも、60代後半を除けば、弁当や惣菜を購入する場所として「コンビニエンスストア」の利用は増えており、特に60代前半の6.1%の伸びは、50代の6.8%に迫る勢いです。50代から60代前半の比較的若い層で利用が伸びている点が注目に値します。

一方、調査対象のすべての年代（50代、60代、70代）で弁当・惣菜の購入場所として利用率の減少が認められるのは「百貨店の食品売場」でした。

【資料②の補足「延べ回答数」】以下の惣菜それぞれで回答された購入チャネルを延べ回答で集計
 おにぎり/弁当/丼もの・カレーなどの米飯類/寿司類/パン、サンドイッチ/サラダ/から揚げ、フライ、てんぷらなどの揚げ物

買物行動(3) 60代以上に、食品の宅配・配達サービスのニーズあり

「日頃食品の買物や調理を担当している人が、様々な理由で買物・調理ができないとき、どのようなことを検討しますか」という問い（複数回答可）に対する回答を見ると、60代以上の約7割が「同居している家族や親族の手を借りる」と回答しています。2009年との比較でも、6.9%と高い伸びを見せています。

しかしながら、2009年からの変化で捉えた際、60代以上で最も増加率の高い項目は「生鮮食品や加工食品などを配達してくれる宅配

サービスを利用」を検討することでした。このほかにも、「お店で買った品物を自宅に届けてくれる配達サービスを利用する」が6.8%のプラス、「一食がセットになった調理済み（温めるだけで食べられる）の食品配達サービスを利用」が6.5%のプラスと、“宅配”“配達”といったキーワードが浮かび上がってきます。

また、「近くに住んでいる友人や知人の手を借りる」ことを検討するシニア層が減少した一方で、ヘルパーであれば頼りたいとする、微妙な心理も見取れます。

-----《まとめ：調査結果から》-----

対象者全体（50～70代）の買物行動を、2009年からの変化で捉えたとき、市販の弁当や惣菜を利用することへの抵抗感・後ろめたさの低下を感じ取ることができます。それは、単に利用率が増加したというだけでなく、その利用場面として、「もう一品増やしたいとき」「おいしいものが食べたいとき」「売場をとおしておいしそうに見えたとき」といった積極的な理由が見受けられるからです。

食生活総合調査①<食事行動>の中で、シニア層に「おいしさ重視」の傾向があることを報告しました。おいしいものが食べたいから市販の弁当・惣菜を利用する、という構図が、少なからず存在していると言えます。

弁当・惣菜などの「中食」をはじめ、「宅配・配達」なども、今後ますます進行する超高齢社会において、重要なキーワードになり得そうです。

単位：％
12年・全体ベースN=482

食事準備者不在の場合・検討すること		09年との差
12年・60代以上全体ベースN=298		
同居している家族や親族の手を借りる(あなたご自身の場合も含む)	70.1	6.9
生鮮食品や加工食品などを配達してくれる宅配サービスを利用	55.7	8.9
お店で買った品物を自宅に届けてくれる配達サービスを利用する	40.6	6.8
冷凍食品の利用を増やす	40.6	4.0
一食がセットになった調理済み(温めるだけで食べられる)の食品配達サービスを利用	37.2	6.5
缶詰・びん詰めの利用を増やす	35.6	2.6
弁当や惣菜の購入を増やす	34.9	2.7
近くに住んでいる家族や親族の手を借りる	33.6	5.2
レトルト食品の利用を増やす(カレー、パスタソース、丼の具、おでんなど)	33.2	2.3
家事を代行してくれるヘルパーなどのボランティア(無償)を頼る	32.9	7.3
品揃えは少なくても、より近い店舗を利用する(最寄りのコンビニストア)	31.2	1.0
家事を代行してくれるヘルパーなどのサービス(有償)を頼む	30.9	5.6
無理してでも今までとあり主に買物や調理している人が続ける	29.9	1.8
一食分の材料などがセットになった下でしらす済みの食品配達サービスを利用	29.2	-0.5
出前やデリバリーの利用を増やす	27.9	3.3
インスタント食品の利用を増やす(カップ麺、カップスープ、即席味噌汁など)	25.5	0.2
近くに住んでいる友人や知人の手を借りる	17.1	-1.3
食事つきの施設に入居するなど、専門のスタッフに任せる	15.1	3.3
外食の割合を増やす	15.1	3.3
インターネットを利用して注文し、自宅に配達してくれるネットスーパーを利用する	13.4	0.6
離れている家族や親族の手を借りる	10.7	2.5

資料③ 60代以上が食事準備者不在時に検討すること

【調査方法の概要】

■調査手法：留置調査

■調査対象：50～79歳の未婚者以外（既婚、離死別）女性
（首都圏1都3県）

■割付：

A. 国勢調査（2005年）の総人口既婚率

B. 人口推計年報（2012年10月1日時点）の総人口

AとBを1都3県別・5歳刻みで計算

■有効回収数：482人（回収ベース）

50～54歳：81人、55～59歳：103人、60～64歳：95人

65～69歳：81人、70～74歳：70人、75～79歳：52人

■調査期間：2012年11月7日～11月21日

本件に関するお問い合わせ先

キューピー株式会社

広報部 坂口裕之
田中友紀

〒150-0002 東京都渋谷区渋谷1-4-13

TEL：03-3486-3315（直通）

FAX：03-3400-0660

E-mail：pr@kewpie.co.jp

※キューピーのユは大文字を使用しています