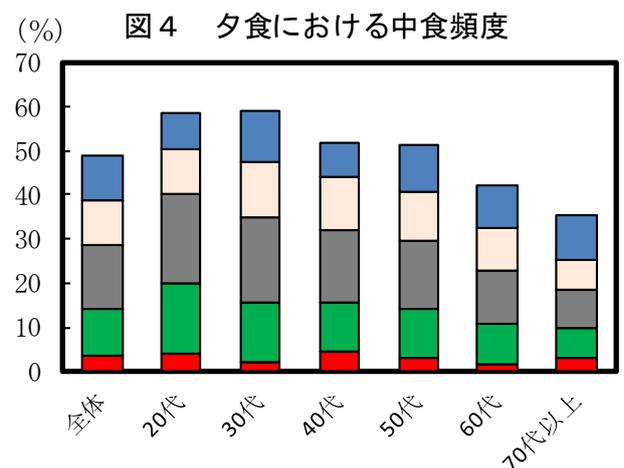
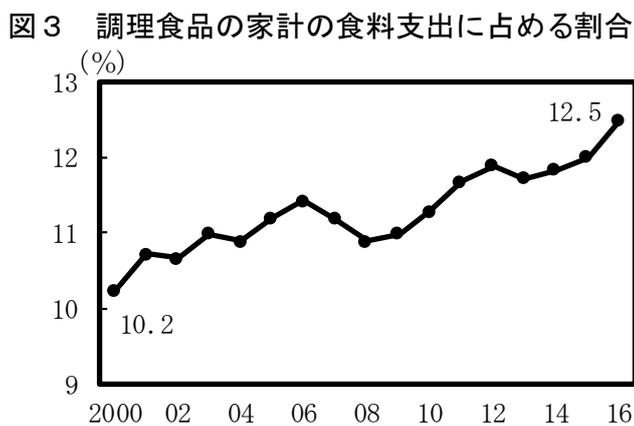
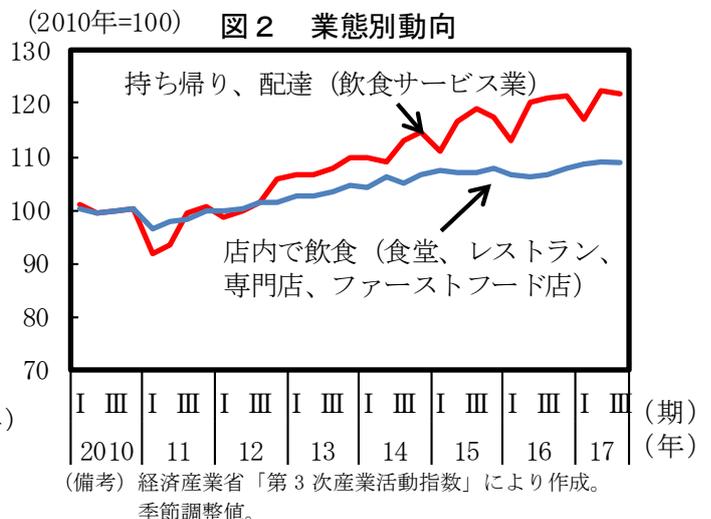
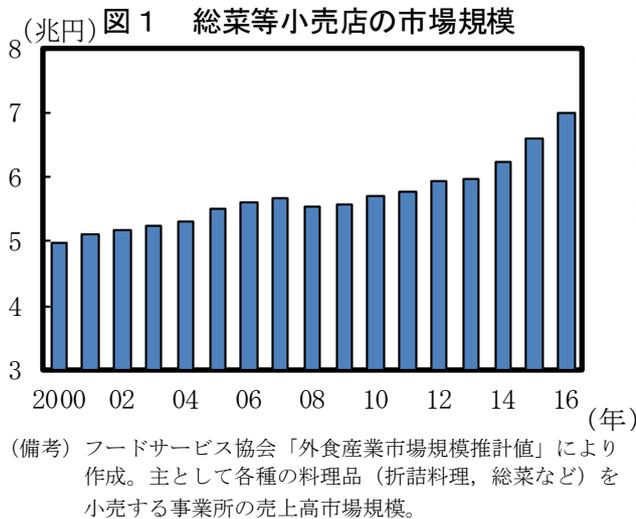


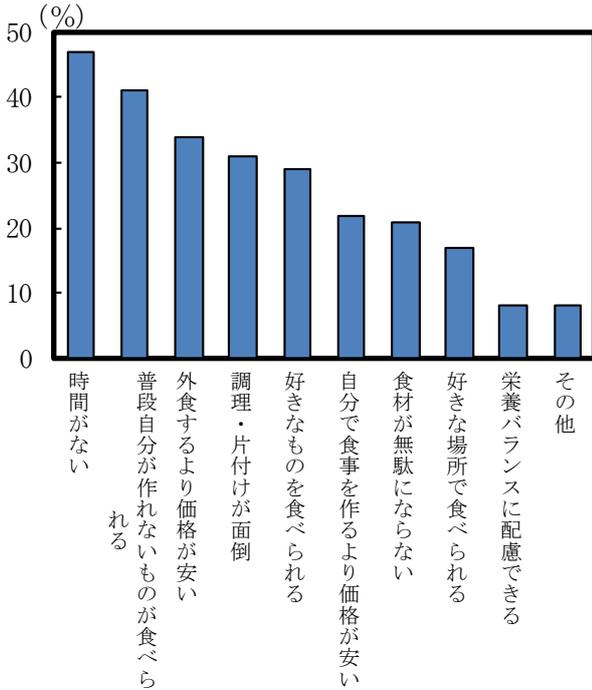
中食と配達飲食サービスの動向について

- 市販の弁当や総菜を家庭や職場等でそのまま（調理加熱することなく）食べる「中食」が広がるなかで、惣菜等の小売店や、持ち帰り・配達飲食サービスが活発化している（図1、2）。
- 家計の支出をみると、食料支出に占める弁当や総菜等の調理食品への支出割合は緩やかに上昇しており（図3）、家庭等において調理を行わず食事をする（中食）機会が増加していることがうかがえる。
- 消費者へのアンケートで中食の頻度をみると、約3割の人が週に1回以上夕食時に中食を利用している。年代別にみると、若年層ほど中食を利用する人の割合が高いものの、年代を問わず、約1割の人が月1回程度中食を利用している（図4）。
- また、中食を利用する理由としては、「時間がない」「調理・片付けが面倒」などがあり（図5）、食事の準備にかかる時間や手間を減らしたいという消費者のニーズは強い。
- こうしたニーズを受け、近年では新たにデリバリーサービスを始め飲食店が増えている（図6）。スマートフォンアプリを利用した注文受付や、シェアリングにより一般人や新聞販売店と飲食店が協働した宅配サービス等も行われ（表1）、出前の利便性はより高まっている。
- 上記サービスもあり、実際にインターネットを利用した出前の支出額も増加している（図7）ことから、配達飲食サービスは、消費者のニーズに合致するサービスとして今後もますます利用が拡大していく可能性がある。



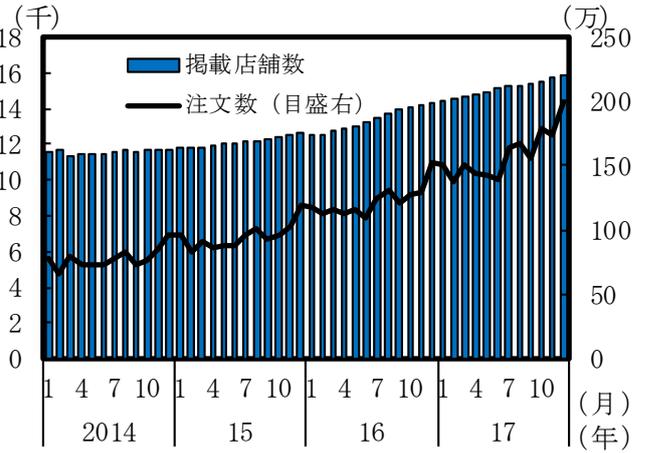
(備考) 消費者庁「平成28年度消費生活に関する意識調査 結果報告書—食品ロス問題等に関する調査—」により作成。2017年2月調査。

図5 中食を利用する理由



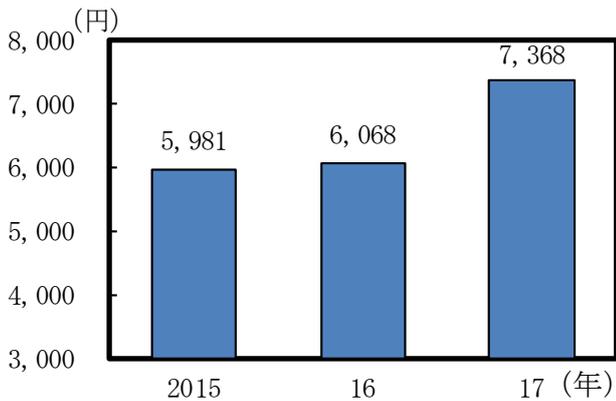
(備考) 農林水産省「食料・農業及び水産業に関する意識・意向調査」(平成27年3月公表)により作成。
2人以上の世帯の回答。

図6 出前注文サイト掲載店舗数の推移



(備考) 夢の街創造委員会株式会社公表資料により作成。
出前注文サイト「出前館」の掲載店舗数と注文数。

図7 インターネットを利用した出前の月間支出



(備考) 総務省「家計消費状況調査」により作成。
二人以上の世帯のうち、1ヶ月間に取外しを利用した世帯当たりの消費額を試算したもの。
2017年は1~11月(原数値)までの平均値。

表1 宅配に関する新たなサービス

企業 (主なサービス)	サービス開始	サービス内容
A社 (出前ポータルサイト)	2016年8月	新聞販売店等と提携し、デリバリー機能を持たない飲食店でも、配達拠点とデリバリー機能をシェアすることで出前提供が可能となる。
B社 (料理配達サービス)	2016年9月	スマートフォンアプリから出前を注文し、配達状況をリアルタイムで確認できる。配達員は登録した一般人で、配達員は空き時間を使って収入を得られる。
C社 (SNSアプリ)	2017年7月	新たに取外し注文アプリをインストールすることなく、すでに利用しているSNSアプリから出前を検索・注文できるサービスを追加。

(備考) 各種報道により作成。

担当：内閣府 政策統括官（経済財政分析担当）付参事官（総括担当）付
逆井 綾奈 （直通 03-6257-1568）

本レポートの内容や意見は執筆者個人のものであり、必ずしも内閣府の見解を示すものではない。