

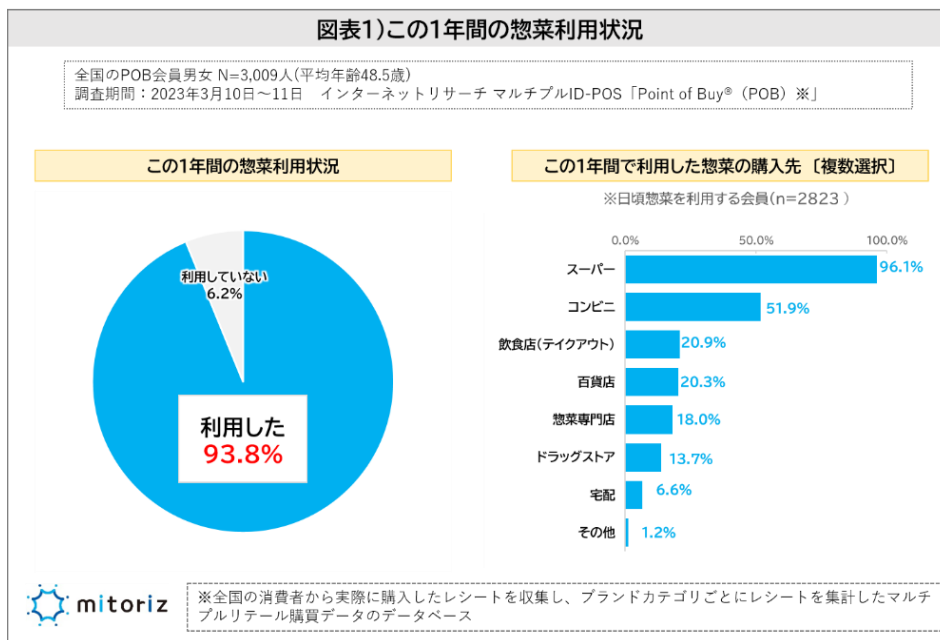
報道関係者各位
プレスリリース

2023年4月12日
株式会社 mitoriz

コンビニ利用者は「見た目が美味しそう」を最も重視して惣菜を買う!? チェーンにより「栄養バランス」「割引」「新商品」など選ぶポイントに違い!

株式会社mitoriz（本社：東京都港区、代表取締役社長：木名瀬博）は、消費者購買行動レポートデータサービス「Point of Buy®（以下、POB）」の会員のPOB会員3,009人（平均年齢48.5歳）に、「コンビニ惣菜に関するアンケート」を実施致しました。

全体の93.8%がこの1年に惣菜を利用したと回答しており、その主な購入先は「スーパー（96.1%）」が最も多く、次に「コンビニ（51.9%）」が続きました。今回はスーパーに次いで利用が多い「コンビニ惣菜」に関して惣菜全般との比較など、アンケートとレシートデータ（POBデータ）で分析しております。



《調査サマリー》

- ・惣菜全般は夕食での利用が多いが、コンビニ惣菜は朝食と昼食での利用率が高い
- ・惣菜全般では「揚げ物（60.3%）」が一番人気も、コンビニの一番人気は「おにぎり（71.1%）」
- ・コンビニで惣菜を選ぶポイントは「見た目が美味しそう」が最も重視されている
- ・コンビニ主要3チェーンで「栄養バランス」「割引」「新商品」など、惣菜を選ぶポイントに違い
- ・【レシート分析】コンビニ主要3チェーンの「揚げ物」の出現率推移。フェア実施で傾向顕著

惣菜全般では夕食での利用が7割超も、コンビニは朝食&昼食での利用率が高い傾向あり！

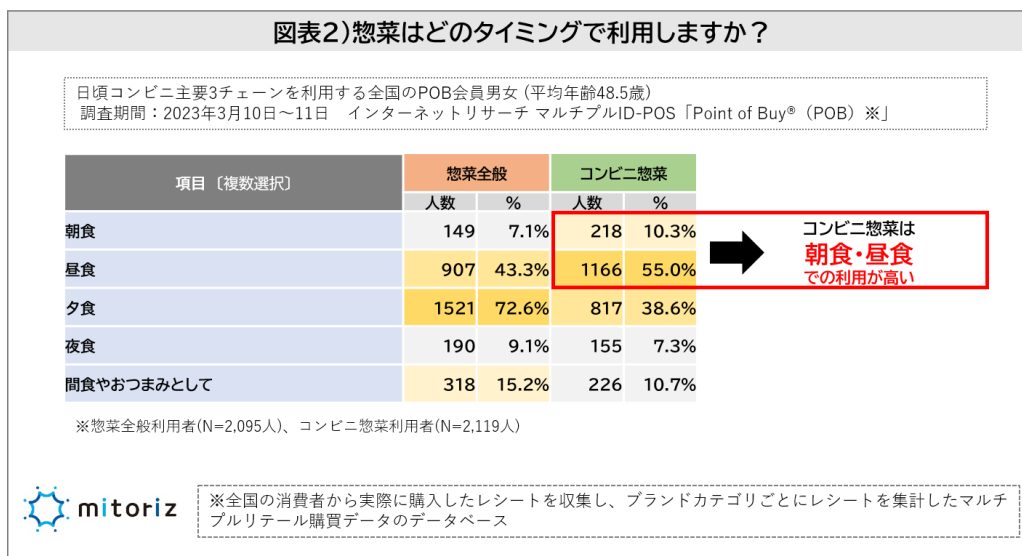
コンビニ主要3チェーンをメイン利用している方を対象に、惣菜を利用するタイミングを尋ねました。惣菜全般の利用タイミングとして最も多いのは「夕食（72.6%）」、次いで「昼食（43.3%）」と続き、「間食やおつまみとして」の利用もコンビニよりも高い傾向が出ています。対してコンビニ惣菜は「朝食」や「昼食」での利用率が高い傾向が出ており、回答者のコメントを見ると出勤時の朝食、昼食に利用しているというコメントが見られました。特にこの1年で在宅勤務から入社する機会が増え、コンビニ惣菜の利用が多くなった様子が伺えます（図表2）。

「この1年出社が増えたのでコンビニ惣菜を利用することが増えた（20代男性）」

「リモートワークが減り買って済ますことが増えたから（30代女性）」

「出社が増えて昼食時間が短い時にコンビニおにぎり買っている（50代男性）」

「入社時の朝はおにぎり、サンドイッチ、手巻き寿司を比較的良く買っています。（50代男性）」



惣菜全般では「揚げ物」が最も人気も、コンビニは「おにぎり」「サンドイッチ」など主食系が優勢！

続いてこの1年で良く購入した惣菜に関して比較したところ、惣菜全般は「揚げ物（60.3%）」、「おにぎり（54.9%）」、「サラダ（53.2%）」という結果となりました。一方でコンビニ惣菜は「おにぎり（71.1%）」、「サンドイッチ（48.3%）」が続き、次に「揚げ物（42.1%）」となり、主要3チェーンでいずれも同様の傾向でした（図表3）。

コンビニ惣菜は「朝」、「昼」の利用率が高いことから、おにぎりやサンドイッチ、麺類などの主食になる惣菜の利用が高く、もう一品追加するサイドメニューとしてホットスナックの「揚げ物」を購入する機会が多く、回答者のコメントからその傾向が伺えます。

「平日のお昼はだいたいコンビニでサラダとホットスナックを購入する（50代女性）」

「もう一品増やしたい時に買う。（20代女性）」

「1人ランチの時や夕飯のおかずのもう一品に利用する。（60代女性）」

図表3)この1年間で購入した惣菜

日頃コンビニ主要3チェーンを利用する全国のPOB会員男女(平均年齢48.5歳)
 調査期間: 2023年3月10日~11日 インターネットリサーチ マルチプルID-POS「Point of Buy® (POB) ※」

項目 (複数選択)	惣菜全般		コンビニ惣菜		セブンイレブン		ローソン		ファミリーマート	
	人数	%	人数	%	人数	%	人数	%	人数	%
揚げ物(唐揚げ、ホットスナック類)	1254	60.3%	873	42.1%	351	38.5%	402	46.0%	120	41.4%
おにぎり	1142	54.9%	1475	71.1%	650	71.4%	614	70.3%	211	72.8%
サラダ(ミックスサラダ、ポテトサラダ等)	1105	53.2%	683	32.9%	335	36.8%	265	30.3%	83	28.6%
寿司	989	47.6%	184	8.9%	74	8.1%	84	9.6%	26	9.0%
米飯類(かつ丼、炒飯、お好み焼き等)	833	40.1%	490	23.6%	225	24.7%	202	23.1%	63	21.7%
サンドイッチ	790	38.0%	1003	48.3%	455	49.9%	410	46.9%	138	47.6%
焼き物類(フランクフルト、焼鳥等)	700	33.7%	432	20.8%	200	22.0%	172	19.7%	60	20.7%
麺類(パスタ、うどん、そば等)	624	30.0%	544	26.2%	266	29.2%	204	23.3%	74	25.5%
煮物類(肉じゃが、煮しめ、ひじき等)	617	29.7%	152	7.3%	82	9.0%	53	6.1%	17	5.9%
和え物類(白和え、酢の物等)	577	27.8%	233	11.2%	126	13.8%	72	8.2%	35	12.1%
炒め物(回鍋肉、野菜炒め、きんぴら等)	572	27.5%	141	6.8%	81	8.9%	48	5.5%	12	4.1%
ハンバーガー	444	21.4%	263	12.7%	98	10.8%	133	15.2%	32	11.0%
その他	151	7.3%	81	3.9%	35	3.8%	33	3.8%	13	4.5%

※惣菜全般利用者(N=2,079人)、コンビニ惣菜利用者(N=2,075人)



※全国の消費者から実際に購入したレシートを収集し、ブランドカテゴリごとにレシートを集計したマルチプルリテール購買データのデータベース

コンビニ惣菜は買う時に「見た目が美味しそう」が重視される！チェーンごと重視するポイントに違いあり
 惣菜を選ぶ際のポイントを尋ねたところ、惣菜全般では「普段は自分では料理しないもの(50.8%)」、「割引・タイムサービスされたもの(45.5%)」、「見た目がおいしそうなもの(41.5%)」が重視される結果となりました。対して、コンビニは「見た目がおいしそうなもの(36.7%)」、「普段は自分では料理しないもの(35.8%)」、次に「コストパフォーマンスが高いもの(20.5%)」が重視されており、主要3チェーンでも順位は異なるも同様の傾向が出ています。

また、チェーンごとで比較するとセブンイレブンは「栄養バランスが良いもの(15.3%)」、ローソンは「割引・タイムサービスされたもの(20.8%)」、ファミリーマートは「新しく発売されたもの(14.1%)」が、それぞれ他2チェーンよりも重視されている傾向があります(図表4)。

図表4)店頭で惣菜を選ぶ際のポイントは何ですか？

日頃コンビニ主要3チェーンを利用する全国のPOB会員男女(平均年齢48.5歳)
 調査期間: 2023年3月10日~11日 インターネットリサーチ マルチプルID-POS「Point of Buy® (POB) ※」

項目 (複数選択)	惣菜全般		コンビニ惣菜		セブンイレブン		ローソン		ファミリーマート	
	人数	%	人数	%	人数	%	人数	%	人数	%
普段は自分では料理しないもの	1066	50.8%	735	35.8%	336	37.3%	301	34.6%	98	34.5%
割引・タイムサービスされたもの	956	45.5%	333	16.2%	112	12.4%	181	20.8%	40	14.1%
見た目が美味しそうなもの	872	41.5%	755	36.7%	354	39.2%	293	33.7%	108	38.0%
コストパフォーマンスが良いもの	655	31.2%	422	20.5%	161	17.8%	201	23.1%	60	21.1%
栄養バランスの良いもの	452	21.5%	268	13.0%	138	15.3%	97	11.2%	33	11.6%
季節感・旬の食材を使ったもの	412	19.6%	140	6.8%	75	8.3%	50	5.8%	15	5.3%
出来立て・鮮度の良いもの	382	18.2%	225	10.9%	93	10.3%	101	11.6%	31	10.9%
内容量が多いもの	301	14.3%	121	5.9%	47	5.2%	57	6.6%	17	6.0%
白米と相性が良いもの	247	11.8%	131	6.4%	67	7.4%	46	5.3%	18	6.3%
新しく発売されたもの	210	10.0%	272	13.2%	121	13.4%	111	12.8%	40	14.1%
低カロリー・低糖質などヘルシーなもの	163	7.8%	141	6.9%	80	8.9%	44	5.1%	17	6.0%
内容量が少ない(1人分)もの	160	7.6%	181	8.8%	101	11.2%	50	5.8%	30	10.6%
評判・口コミの良いもの	156	7.4%	203	9.9%	107	11.9%	77	8.9%	19	6.7%
POPなどで目立っているもの	127	6.1%	91	4.4%	41	4.5%	39	4.5%	11	3.9%
売場の陳列数がたくさんあるもの	112	5.3%	50	2.4%	28	3.1%	13	1.5%	9	3.2%
テレビCMで見たもの	84	4.0%	148	7.2%	70	7.8%	66	7.6%	12	4.2%
〇〇フェア・有名店監修など店が推しているもの	80	3.8%	107	5.2%	51	5.7%	42	4.8%	14	4.9%
その他	75	3.6%	110	5.4%	38	4.2%	54	6.2%	18	6.3%

※惣菜全般利用者(N=2,055人)、コンビニ惣菜利用者(N=2,045人)



※全国の消費者から実際に購入したレシートを収集し、ブランドカテゴリごとにレシートを集計したマルチプルリテール購買データのデータベース

【レシート分析】「揚げ物」のレシート出現数⇒「販促企画・フェア」実施で顕著に推移！

人気惣菜の「揚げ物」がコンビニでどれくらい購入されているか、主要3チェーンで比較分析していきます。POB会員が投稿した「揚げ物」の購入レシートから、1,000枚当たりの出現数を分析したところ、各チェーンともクーポン等の販促施策期間や、フェア開催期間に出現数が上昇している傾向が見て取れました。回答者コメントからもクーポンやフェアが消費者の購入動機に大きな影響を与えている様子がわかります。

【ローソンユーザー】

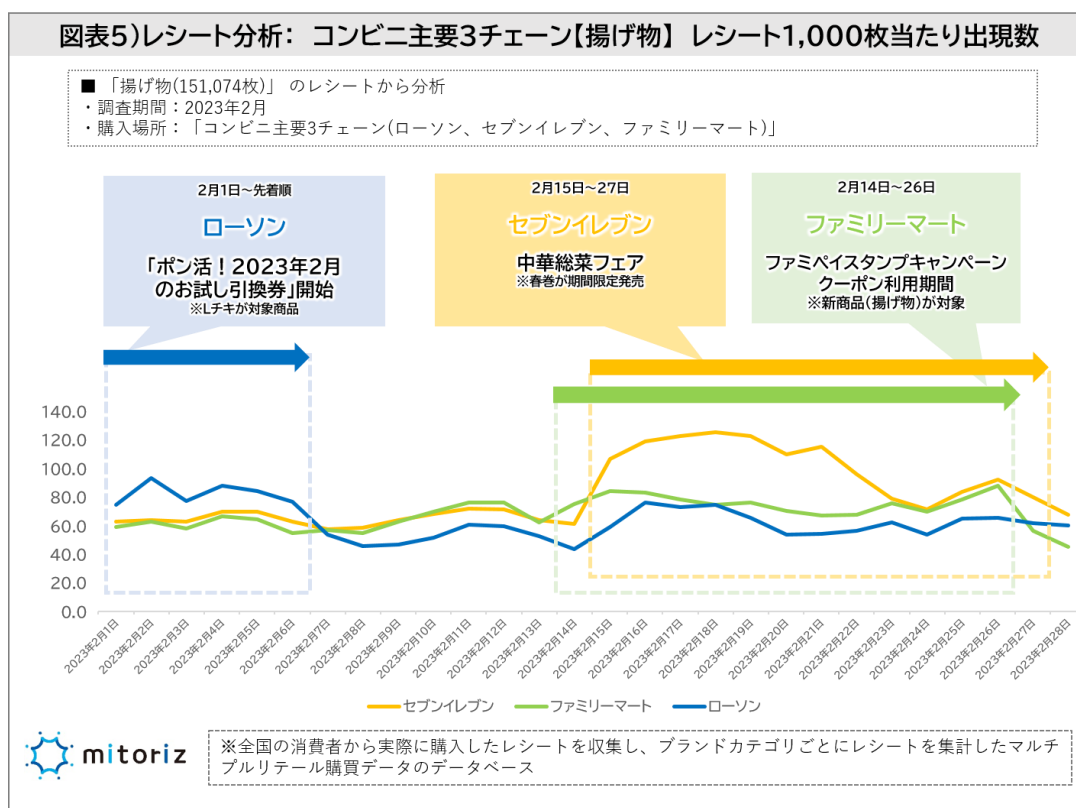
- ・クーポンがあったからあげクンを買った（30代女性）
- ・からあげクンやLチキ等、お試し引換券で買える時（50代女性）
- ・お試しクーポンが出た時に購入する。（60代男性）

【セブンイレブンユーザー】

- ・お昼にコンビニが行うフェアの食べ物を買うことが多い（50代女性）
- ・中華料理の惣菜がボーナスポイント対象だったため、よく利用した。（40代男性）
- ・中華フェアなど特別なメニューを開催している時に、夕飯として利用した事があります。（50代女性）

【ファミリーマートユーザー】

- ・よくクーポンやキャンペーンで安くなっているのを利用することが増えた。（30代女性）
- ・ファミチキのプリングルスのサワークリームオニオン味が発売されたとき。（40代女性）
- ・割引クーポンが貰えるのでチキンの揚げ物を買っています（50代男性）。



【アンケート調査概要】

調査期間：2023年3月10日～11日

調査対象：mitorizの消費者購買行動レポートデータサービス「Point of Buy®」の登録会員（POB会員）
 POB会員（平均年齢48.5歳）

調査方法：インターネットによる自社調査（有効回答数：3,009件）

消費者購買行動レポートデータサービス「Point of Buy®」

国内最大級の消費者購買DBを活用し、メーカーや小売りなどのマーケティングを支援するサービスです。レシートに記載された購買情報を活用しているため、POSやID-POSデータで開示されていない小売りチェーンのデータや、個のユーザー（シングルソース）に紐づいた、業態を横断した購買行動や併売商品など断続的な購買行動を把握できます。

「mitoriz」の保有するレシートデータの特徴

属性情報を取得しているmitorizの登録会員より、専用サイトを通じてレシートデータの提供を受けています。また「企業の商品企画やマーケティングに生かすという目的」で、データの利用許諾を取得済みです。mitorizは、国内の1,000社を超える流通店舗を横断した膨大なレシートデータを取得・整備しています。これにより、従来のPOS・ID-POSデータから得る購買データでは捉えきれない、流通店舗を横断した、ユーザーの購買行動を把握することが可能です。

Point of Buy® : <https://www.mitoriz.co.jp/lp/pob/>

サービスページ : <https://www.mitoriz.co.jp/business/service/digitalmarketing-multi-idpos/>

【転載・引用に関する注意事項】

本レポートの著作権は、株式会社mitorizが保有します。調査レポートの内容の一部を転載・引用される場合には、事前に弊社までご連絡ください。

お問い合わせの際には、以下の内容をお知らせください。

1. 転載・引用したい調査レポートとその範囲

2. 用途・目的 なお、内容によっては、転載・引用をお断りする場合がございます。

※本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます

例：「株式会社mitorizが実施した調査によると…」

※以下の行為は禁止いたします。

- ・データの一部または全部を改変すること
- ・本レポートを販売・出版すること
- ・出所を明記せずに転載・引用を行うこと

【報道関係お問い合わせ】

コーポレート本部 経営管理部 田中（たなか）

TEL : 03-6328-0052 FAX : 03-6328-3631 MAIL : press@mitoriz.co.jp

【会社概要】

会社名：株式会社mitoriz

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

HP：<https://www.mitoriz.co.jp/>

全国の主婦を中心とした60万人を超える登録スタッフネットワーク（アンケート会員含む）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227,537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。キャスト・データ・ネットワークを活用して、新たなつながりを創出し、人やモノの潜在価値を顕在化させ、社会に新たな価値を提供し、ビジネスを通じて社会課題を解決していきます。