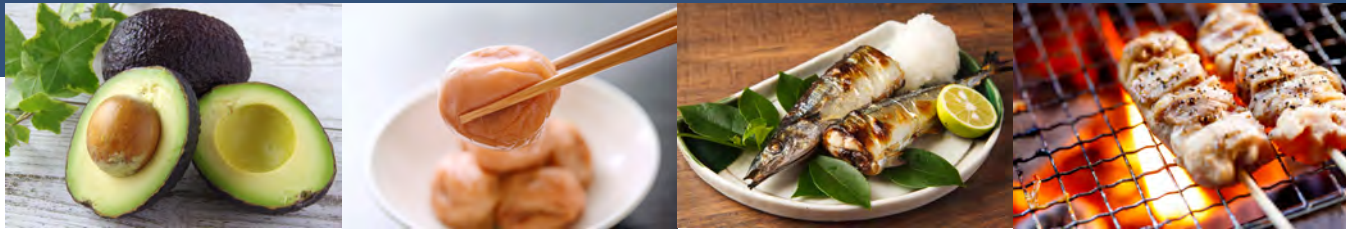


公益財団法人ハイレライフ研究所
Research Institute for High Life

高齢者の食品購買行動 2021



ハイレライフ研究所では、2016年から2018年にかけて、近未来消費研究の一環で高齢化と人口減に伴う消費行動の研究を行いました。また、2018年には購買履歴データによる消費行動の検証を発表し、900項目を超える全食品カテゴリー別の購買行動概要の詳細分析を加えました。

本レポートは、こうした研究発表を背景とした、食品全カテゴリー別の購買行動から得られる高齢者の食品消費行動および食生活動向の定点観測となっており、2019年より継続して実施しています。

集計には、近未来消費研究で使用した株式会社ショッパーインサイトの購買履歴データ、また同社が保持するローデータを扱い、必要に応じて本コンテンツ向けに独自集計、加工分析いたします。

2021年度一年間を通してコンテンツを展開してまいります。

第 5 回

シニアの即席食品・惣菜購買行動

2021 年 10 月現在、新型コロナウイルスの第 5 波は終息しようとしています。しかし、6 波の到来には大いに注意する必要があり、まだしばらくは消費者の行動に大きな変化は生じないでしょう。

そのような状況において、自宅で過ごす時間が増えたことがきっかけとなり、即席食品や惣菜カテゴリーは今年に入っても好調に推移するカテゴリーが多くなっています。シニアに関しても、以前ご紹介したように、これまではあまり購買していなかったカテゴリーを購買するなどの動きが見られました。そこで、前年と比較して即席食品や惣菜の購買行動にどのような変化が生じたのかを集計しました。

また、このような時代の変化に加えて、世代によって購買行動に変化が生じます。2020 年には団塊の世代の全てが 70 代となりました。従来の 70 代とは異なる意識・購買行動をとることが指摘されています。そこで、2021 年上半期の 70 代の即席食品・惣菜の購買行動と 2016 年上半期の 70 代の即席食品・惣菜の購買行動を比較し、生じた変化を明らかにします。

1. 訪店者全体では、レトルト即席食品、米飯等が好調に推移。

和風惣菜などが需要回復。

最初に、食品スーパー全体（訪店者全体）で一昨年、昨年と比較して、即席食品・惣菜カテゴリーにおいて変化が大きかったカテゴリーを明らかにしました。図表1は、2020年上半期、2021年上半期の点数PIを集計し、ともに前年同期よりも点数PIが増加した主なカテゴリーを抜粋しました。

即席食品では、米飯レトルトや即席味噌汁、レトルトハンバーグなどが引き続き好調な推移を示しています。惣菜では、焼魚惣菜、ベジタブルサラダ、米飯などがさらに点数PIを増加しました。

昨年大きく点数PIが増加したカテゴリーは、今年はその反動減も懸念されましたが、在宅勤務等家庭で過ごす機会が多くなり、当初は自炊していた層も今年に入ると手軽な即席食品・惣菜の購買が進んだこともあり、上記カテゴリーが好調なようです。

図表1 一昨年、昨年よりも点数PIが増加した主な即席食品・惣菜カテゴリー

カテゴリー	2020年上半期		2021年上半期	
	点数PI	前年同期比	点数PI	前年同期比
即席味噌汁	27.2	108.1%	28.0	103.0%
レトルト焼豚・叉焼	7.9	121.8%	8.4	106.3%
レトルトハンバーグ	10.4	109.7%	11.3	109.4%
米飯レトルト	20.2	109.3%	21.0	104.1%
冷凍麺	47.9	118.8%	49.6	103.6%
焼魚惣菜	9.8	107.3%	10.4	106.3%
ベジタブルサラダ	84.2	103.8%	88.5	105.1%
パスタ系サラダ	16.4	103.1%	17.0	103.7%
米飯	7.8	105.7%	10.8	137.5%
米飯・麺セット	5.7	115.7%	6.3	110.0%
催事弁当	7.8	109.3%	8.1	104.7%

※前年同期比が連続して103%以上のカテゴリーを抜粋

図表 2 は、2020 年上半期、2021 年上半期の点数 PI を集計し、2020 年上半期は前年同期よりも点数 PI が増加し、2021 年上半期は前年同期よりも減少した主なカテゴリーを抜粋しました。

袋麺、カレーレトルトなどは、昨年は前年比 110%以上となりましたが、今年は反動減になりました。在庫として保管できるカテゴリーは、食べ終わるまでに一定の時間が必要なことから、しばらく反動減の状況は続くでしょう。ただし、一昨年と今年を比べると、今年の方が点数 PI は高いカテゴリーが多く、一定層新たな購買者が定着したとも言えます。

図表 2 昨年は点数 PI が増加、今年は減少した主な即席食品・惣菜カテゴリー

カテゴリー	2020年上半期		2021年上半期	
	点数PI	前年同期比	点数PI	前年同期比
袋麺	32.6	117.3%	31.3	95.8%
カップ麺	150.8	104.7%	146.1	96.9%
カレーレトルト	23.4	117.9%	21.3	91.2%
冷凍ピザ・グラタン	6.5	116.0%	6.0	92.2%
ローストチキン惣菜	5.2	116.3%	4.9	93.2%
ミックスサラダ	15.7	103.2%	14.6	93.2%

※前年同期比が 103%以上または 97%以下のカテゴリーを抜粋

図表 3 は、2020 年上半期、2021 年上半期の点数 PI を集計し、2020 年上半期は前年同期よりも点数 PI が増加減少し、2021 年上半期は前年同期よりも増加した主なカテゴリーを抜粋しました。

唐揚げ惣菜、和風惣菜、惣菜盛合せなどが該当しました。前年に比べると、人と集まる機会が増えたこともあり、惣菜盛合せは点数 PI が増加に転じました。

また、昨年は在宅が増えたものの、若年層を中心に自炊が増えたこともあり、惣菜カテゴリーは他カテゴリーほど点数 PI が増加せず、むしろ上記カテゴリーのように減少したものも見られました。しかし、コロナ禍から一年以上も経ち、自炊疲れもあり、回復の兆しを見えています。

図表 3 昨年は点数 PI が減少、今年は増加した主な即席食品・惣菜カテゴリー

カテゴリー	2020年上半期		2021年上半期	
	点数PI	前年同期比	点数PI	前年同期比
冷凍惣菜	51.3	96.0%	55.5	108.2%
ゼリー飲料	10.7	85.8%	11.2	105.3%
唐揚げ惣菜	39.9	92.9%	41.8	104.8%
和風惣菜炒物	4.8	89.5%	5.9	123.6%
和風惣菜和え物	13.0	89.6%	13.6	104.2%
惣菜盛合せ	5.9	89.3%	6.4	107.3%
巻物	49.2	93.5%	51.1	103.8%
そば惣菜	5.9	90.3%	6.8	115.9%
サンドイッチ惣菜	13.3	93.8%	14.3	107.5%

※前年同期比が 103%以上または 97%以下のカテゴリーを抜粋

図表 4 は、2020 年上半期、2021 年上半期の点数 PI を集計し、ともに前年同期よりも点数 PI が減少した主なカテゴリーを抜粋しました。

天ぷら惣菜などの揚げ惣菜や、串焼惣菜が該当します。これは、バイキング方式で好きなものを好きなだけ購入する方式が、コロナ禍により敬遠または行われなくなったことが大きく影響しています。また、以前は 1 本・1 点からの購入が多かったですが、今はパックに詰めた惣菜が販売されることが多くなっています。そのため、点数 PI では減少が続いていますが、金額 PI では回復が見られています。

図表 4 一昨年、昨年よりも点数 PI が減少した主な即席食品・惣菜カテゴリー

カテゴリー	2020年上半期		2021年上半期	
	点数PI	前年同期比	点数PI	前年同期比
天ぷら惣菜	39.7	85.5%	35.0	88.2%
フライ惣菜	33.4	86.5%	32.0	95.7%
コロッケ惣菜	34.9	95.2%	32.7	93.8%
串焼惣菜	19.3	85.1%	18.5	95.9%

※前年同期比が 97% 以下のカテゴリーを抜粋

以上の分析より、コロナ禍より 1 年が経ち、レトルト食材や米飯が引き続き好調であることがわかりました。また、和風惣菜など各種惣菜で需要の回復が見られています。一方、即席食品は一部落ち着きが見られたほか、揚げ惣菜、串焼惣菜に関しては、これまでのバイキング方式が行われなくなったこともあり、減少傾向が続いていることがわかりました。

2. 70代以上は、コロナ禍をきっかけに冷凍麺等の需要が高まったこと背景に、各種冷凍食品が好調を維持。

また、惣菜盛合せ、催事弁当など、人が集まる、または外出の際に需要の高まるカテゴリーも同世代は好調に推移した。

訪店者全体での即席食品・惣菜の動向を見てきましたが、シニア層に限定すると何か特徴があるのでしょうか。先ほど抽出した、一昨年、昨年と比べて、点数PIが増加・増加、増加・減少、減少・増加、減少・減少の4つのグループごとに、2021年上半期における訪店者全体と70代以上の動向の比較を行いました。

図表5は、全訪店者では昨年、今年と点数PIが増加・増加したカテゴリーの、2021年上半期における70代以上の点数PIと対前年同期と、全訪店者の数値を比較したものです。

多くのカテゴリーは全訪店者と同様の傾向を示しましたが、レトルト焼豚・叉焼、焼魚惣菜、米飯・麺セットは70代以上では前年同期を下回りました。一方、冷凍麺、催事弁当は、全訪店者よりも増加率が高くなりました。

図表5 昨年・増加、今年・増加カテゴリーにおける比較（2021年上半期）

カテゴリー	全来店者		70代以上	
	点数PI	前年同期比	点数PI	前年同期比
即席味噌汁	28.0	103.0%	35.3	100.4%
レトルト焼豚・叉焼	8.4	106.3%	9.7	99.7%
レトルトハンバーグ	11.3	109.4%	10.8	106.2%
米飯レトルト	21.0	104.1%	26.6	105.3%
冷凍麺	49.6	103.6%	35.9	109.1%
焼魚惣菜	10.4	106.3%	14.2	96.8%
ベジタブルサラダ	88.5	105.1%	95.3	100.6%
パスタ系サラダ	17.0	103.7%	20.9	103.2%
米飯	10.8	137.5%	9.9	138.1%
米飯・麺セット	6.3	110.0%	8.8	97.3%
催事弁当	8.1	104.7%	10.2	107.7%

図表 6 は、全訪店者では昨年・増加、今年・減少したカテゴリーの、2021 年上半期における 70 代以上の点数 PI と対前年同期と、全訪店者の数値を比較したものです。

袋麺、カップ麺、冷凍ピザ・グラタンは、全訪店者では減少に転じたものの、70 代以上は前年同期に比べて増加しました。

図表 6 昨年・増加、今年・減少カテゴリーにおける比較（2021 年上半期）

カテゴリー	全来店者		70代以上	
	点数PI	前年同期比	点数PI	前年同期比
袋麺	31.3	95.8%	22.4	102.6%
カップ麺	146.1	96.9%	121.6	103.7%
カレーレトルト	21.3	91.2%	22.9	98.7%
冷凍ピザ・グラタン	6.0	92.2%	4.3	102.4%
ローストチキン惣菜	4.9	93.2%	5.2	86.3%
ミックスサラダ	14.6	93.2%	11.2	90.2%

図表 7 は、全訪店者では昨年・減少、今年・増加したカテゴリーの、2021 年上半期における 70 代以上の点数 PI と対前年同期と、全訪店者の数値を比較したものです。

和風惣菜煮物、和風惣菜和え物は、全訪店者ほどの増加率には至りませんでした。一方、惣菜盛合せは、全訪店者よりも増加率が高くなりました。

図表 7 昨年・減少、今年・増加カテゴリーにおける比較（2021 年上半期）

カテゴリー	全来店者		70代以上	
	点数PI	前年同期比	点数PI	前年同期比
冷凍惣菜	55.5	108.2%	28.8	106.9%
ゼリー飲料	11.2	105.3%	9.8	105.2%
唐揚げ惣菜	41.8	104.8%	38.8	103.1%
和風惣菜炒物	5.9	123.6%	8.6	111.4%
和風惣菜和え物	13.6	104.2%	15.0	103.0%
惣菜盛合せ	6.4	107.3%	7.9	112.7%
巻物	51.1	103.8%	56.5	108.7%
そば惣菜	6.8	115.9%	10.0	112.6%
サンドイッチ惣菜	14.3	107.5%	16.8	107.1%

図表 8 は、全訪店者では昨年・減少、今年・減少したカテゴリーの、2021 年上半期における 70 代以上の点数 PI と対前年同期と、全訪店者の数値を比較したものです。

クロック惣菜は全訪店者よりも増加率が高くなりましたが、全訪店者とはほぼ同様の傾向を示しています。

図表 8 昨年・減少、今年・減少カテゴリーにおける比較（2021 年上半期）

カテゴリー	全来店者		70代以上	
	点数PI	前年同期比	点数PI	前年同期比
天ぷら惣菜	35.0	88.2%	46.5	89.0%
フライ惣菜	32.0	95.7%	37.4	94.8%
クロック惣菜	32.7	93.8%	39.5	101.5%
串焼惣菜	18.5	95.9%	20.9	96.8%

図表 9 は、上記カテゴリー以外で、2021 年上半期における 70 代以上の増減が、全訪店と比べて違いの生じた主な即席食品・惣菜カテゴリーです。

即席スープ、冷凍米飯などが、全訪店者よりも増加率が高くなりました。また、いなり・助六なども全訪店者よりも増加率が高くなりました。一方、和風惣菜は全訪店者ほどの増加率には至りませんでした。また、カツ惣菜は全訪店者と異なり、減少となりました。

図表 9 全訪店者と比べて差の大きなカテゴリー（2021 年上半期）

カテゴリー	全来店者		70代以上	
	点数PI	前年同期比	点数PI	前年同期比
即席スープ	33.2	102.6%	25.3	110.1%
冷凍スナック	13.3	99.8%	10.1	103.9%
冷凍米飯	22.5	101.8%	18.4	110.0%
和風スナック惣菜	30.5	112.0%	32.8	102.5%
カツ惣菜	33.5	108.6%	35.0	99.7%
和風惣菜煮物	39.8	108.1%	64.3	103.7%
いなり・助六	24.1	99.4%	37.5	103.1%
寿司にぎり	38.8	99.3%	51.7	104.0%

以上の分析より、70 代以上の 2021 年上半期における即席食品・惣菜の購買行動は以下の傾向が見られました。

- ・ 冷凍麺など冷凍食品、カップ麺など保存の効くカテゴリーへの需要は、
訪店者全体に比べて高い
- ・ 和風惣菜や揚げ惣菜への需要は、訪店者全体に比べて低い

これらは、昨年は在宅機会が増えて冷凍食品への購買が進んだ若年・中年層が、自炊疲れ等からより簡便な惣菜へと需要が移っていることが理由として挙げられます。また、カップ麺等は保存が効くため、一定量購買している消費者は買い控えが見られたことも、若年・中年層の点数 PI が減少した理由と言えます。

一方、70 代以上は、コロナ禍をきっかけに冷凍麺等の需要が高まったことを以前ご紹介しましたが、その後も継続して購買していることが前年比+で推移している要因と言えます。また、冷凍ピザが好調で、和惣菜がそこまで需要を獲得していないことから、洋風の商品への需要が高まっていることも仮説として考えられます。

また、揚げ惣菜の需要が高くないのは、コロナ禍での要因に加えて、70 代世代の特徴と言えるかもしれません。こちらはこの後の章で詳しくご紹介いたします。

惣菜盛合せ、催事弁当など、人が集まる、または外出の際に需要の高まるカテゴリーが 70 代以上は好調に推移した

これらは、比較的早くワクチン接種ができた 70 代以上が、外出したり、人と集まる機会が若年・中年層よりも早かったことが、これらのカテゴリーが好調に推移した理由の 1 つと言えるでしょう。

3. 団塊の世代が含まれる 70 代は、5 年前と比べてカップ麺や催事弁当などが好調に推移。

一方、揚物惣菜は軒並み減少している。昔から親しまれていたり、意識の変化が購買行動に影響している。

これまでは、新型コロナウイルス蔓延という時代による、70 代以上の即席食品・惣菜への購買行動の変化を分析してきました。このことに加えて、世代による影響も生じていると言えます。たとえば、現在の 70 代は上の世代に比べて小さいころからファストフード店の利用頻度も高いと言え、食品スーパーの即席食品や惣菜の購買にも抵抗を感じない割合が高いと言えます。また、団塊の世代に関しては、2020 年に同世代の全てが 70 代に達しており、以前の 70 代とは異なった購買行動をとっていることが考えられます。

そこで、2021 年上半期における、70 代（男女）の即席食品と惣菜の購買と、5 年前の 2016 年上半期の購買を比較し、この 5 年間で生じた変化を明らかにします。

図表 10 は、70 代男性における 2021 年上半期の購買者 1 人当たりの購買点数と出現率（＝期間中訪店者のうち当該商品を購入したひとの割合）を集計し、2016 年上半期と比べてともに増加した主なカテゴリーを抜粋したものです。

カップ麺は 1 人当たりの点数、出現率ともに 5 年前の 70 代男性の数値を大きく上回っています。他には、惣菜盛合せ、催事弁当なども 5 年前の数値を上回りました。

図表 10 5 年前よりも 1 人当たり購買点数、出現率の高いカテゴリー（70 代男性）

70代男性	2016年上半期		2021年上半期	
	1人当たり平均点数	出現率	1人当たり平均点数	出現率
カップ麺	9.0	29.7%	9.8	33.6%
惣菜盛合せ	2.3	5.6%	2.9	8.1%
押寿司	2.2	5.9%	2.5	8.4%
催事弁当	1.6	0.5%	6.2	4.5%
寿司・麺セット	2.2	2.8%	2.5	5.4%

※2016 年上半期と比べて 1 人当たり点数が 0.3 点以上、出現率が 2 ポイント以上上回ったカテゴリーを抜粋

図表 11 は、70 代男性における 2021 年上半期の購買者 1 人当たりの購買点数と出現率（＝期間中訪店者のうち当該商品を購入したひとの割合）を集計し、2016 年上半期と比べてともに減少した主なカテゴリーを抜粋したものです。

カツ惣菜、コロッケ惣菜など揚げ惣菜が軒並み大きく減少しました。また、和風惣菜煮物など和惣菜も減少しました。

図表 11 5 年前よりも 1 人当たり購買点数、出現率の低いカテゴリー（70 代男性）

70代男性	2016年上半期		2021年上半期	
	1人当たり平均点数	出現率	1人当たり平均点数	出現率
シーフードサラダ	3.5	10.7%	3.1	7.0%
ミックスサラダ	5.6	11.2%	4.5	7.1%
串焼惣菜	5.6	15.8%	3.8	13.8%
カツ惣菜	4.5	28.6%	3.9	23.7%
コロッケ惣菜	5.8	27.7%	4.0	20.9%
フライドチキン惣菜	2.6	5.8%	1.9	3.4%
フライ惣菜	5.1	27.5%	4.1	23.3%
天ぷら惣菜	7.5	35.0%	4.6	24.5%
唐揚げ惣菜	5.0	30.7%	3.9	23.3%
和風惣菜煮物	7.9	27.7%	7.2	23.4%
和風惣菜和え物	4.3	15.0%	3.9	10.2%
焼そば惣菜	2.9	9.2%	2.6	6.5%

※2016 年上半期と比べて 1 人当たり点数が 0.3 点以上、出現率が 2 ポイント以上下回ったカテゴリーを抜粋

図表 12 は、70 代女性における 2021 年上半期の購買者 1 人当たりの購買点数と出現率（＝期間中訪店者のうち当該商品を購入したひとの割合）を集計し、2016 年上半期と比べてともに増加した主なカテゴリーを抜粋したものです。

カップ麺は、男性と同様に、1 人当たりの点数、出現率ともに 5 年前の 70 代女性の数値を大きく上回っています。他には、惣菜盛合せ、催事弁当や、寿司握りなど寿司惣菜も 5 年前の数値を上回りました。

図表 12 5 年前よりも 1 人当たり購買点数、出現率の高いカテゴリー（70 代女性）

70代女性	2016年上半期		2021年上半期	
	1人当たり平均点数	出現率	1人当たり平均点数	出現率
カップ麺	7.7	30.9%	8.4	35.9%
焼豚・叉焼惣菜	1.9	1.6%	2.4	4.1%
惣菜盛合せ	1.9	5.2%	2.3	7.8%
パン惣菜_他	10.5	23.2%	10.8	28.1%
押寿司	1.9	5.7%	2.2	8.8%
寿司にぎり	4.0	21.8%	4.2	30.4%
催事弁当	1.5	0.7%	5.0	5.0%
寿司・麺セット	2.1	2.6%	2.5	5.6%

※2016 年上半期と比べて 1 人当たり点数が 0.3 点以上、出現率が 2 ポイント以上上回ったカテゴリーを抜粋

図表 13 は、70 代女性における 2021 年上半期の購買者 1 人当たりの購買点数と出現率（＝期間中訪店者のうち当該商品を購入したひとの割合）を集計し、2016 年上半期と比べてともに減少した主なカテゴリーを抜粋したものです。

男性同様に、カツ惣菜、コロッケ惣菜など揚げ惣菜が軒並み大きく減少しました。また、シーフードサラダ、ベジタブルサラダなどサラダ惣菜も減少しました。

図表 13 5 年前よりも 1 人当たり購買点数、出現率の低いカテゴリー（70 代女性）

70代女性	2016年上半期		2021年上半期	
	1人当たり平均点数	出現率	1人当たり平均点数	出現率
レトルト焼豚・叉焼	2.6	13.0%	2.4	10.4%
シーフードサラダ	3.0	10.8%	2.6	6.4%
ベジタブルサラダ	7.6	34.7%	7.3	30.2%
ミックスサラダ	4.9	11.8%	3.4	7.4%
カツ惣菜	4.3	30.0%	3.4	23.8%
コロッケ惣菜	5.4	32.0%	3.6	26.0%
フライドチキン惣菜	2.5	6.3%	1.8	3.1%
フライ惣菜	5.0	29.4%	3.6	24.7%
天ぷら惣菜	6.9	37.4%	4.1	26.0%
唐揚げ惣菜	4.4	33.2%	3.5	26.8%
ハンバーグ惣菜	2.6	5.2%	2.0	3.1%
和風惣菜煮物	5.9	28.0%	5.5	24.0%
焼そば惣菜	2.6	8.9%	2.2	5.5%

※2016 年上半期と比べて 1 人当たり点数が 0.3 点以上、出現率が 2 ポイント以上下回ったカテゴリーを抜粋

以上の結果をふまえて、コロナ禍が落ち着いた後の 70 代、特に団塊の世代の即席食品、惣菜の購買行動は、以下のように予測できます。

- ・ **カップ麺は団塊の世代には当たり前にある商品。コロナ禍が落ち着いても、一定の需要を獲得する**

カップ麺は、団塊の世代が成人した 1970 年代に発売されており、同世代にとってはなじみのある商品と言えます。そのため、男女ともに 5 年前と比べて、1 人当たり点数、出現率が大きく増加しました。現在はコロナ禍と言う特殊事情がありますが、落ち着きを見せても、カップ麺そのものは一定の需要を獲得すると考えられ、堅調に推移するでしょう。

- ・ **揚げ惣菜は控える傾向。上の世代よりも健康意識が高い**

1 人または 2 人の世帯でわざわざ揚げ惣菜を作るのは億劫であるという意識から、高年代にも揚げ惣菜は需要を獲得していました。しかし、5 年前と比べて、カツ、コロッケなど揚げ惣菜が軒並み 1 人当たり点数、出現率が減少していることがわかりました。これは、以前よりも健康需要への意識が高まっていることも要因として挙げられ、今後も控える動きが続くものと見られます。

- ・ **シニアは和惣菜という行動は薄まりつつある**

70 代男女ともに和風惣菜煮物などが、5 年前と比べて 1 人当たり点数、出現率がともに減少しました。惣菜そのものへの需要は高まっていることから、和惣菜以外の洋惣菜、中華惣菜へのシフトが今後見られるかもしれません。

時代や世代によって、購買行動は常に変化を遂げています。同じ 70 代でも 5 年前、または 5 年後では大きく変化するでしょう。固定観念を捨てて、常に各世代がどのような嗜好を持っているのかを把握する必要があるでしょう。

— 以 上