

業務用冷凍食品ユーザー調査結果について

《調査の概要》

1. 調査の目的

冷凍食品の業務用ユーザーについて、冷凍食品の使用実態を把握とともに、今後の取扱い意向を探る。

2. 調査方法

STEP1：電話調査で対象企業のスクリーニング及び業態、担当者を把握

STEP2：郵送及び直接面接取材により STEP1 の企業を対象に調査

3. 調査対象業態

- | | | |
|---------------|------------------|--------------|
| 1.喫茶・カフェチェーン | 2.ファーストフード | 3.ファミリーレストラン |
| 4.居酒屋・パブ・カラオケ | 5.食堂・総合レストラン | 6.ホテル・結婚式場 |
| 7.事業所給食 | 8.学校給食 | 9.医療・介護施設給食 |
| 10.スーパー惣菜 | 11.弁当、惣菜・デリカテッセン | 12.ケータリング |

4. 調査票本数

リスト件数	3,000 件
発送数	1,000 件
回収数	305 件

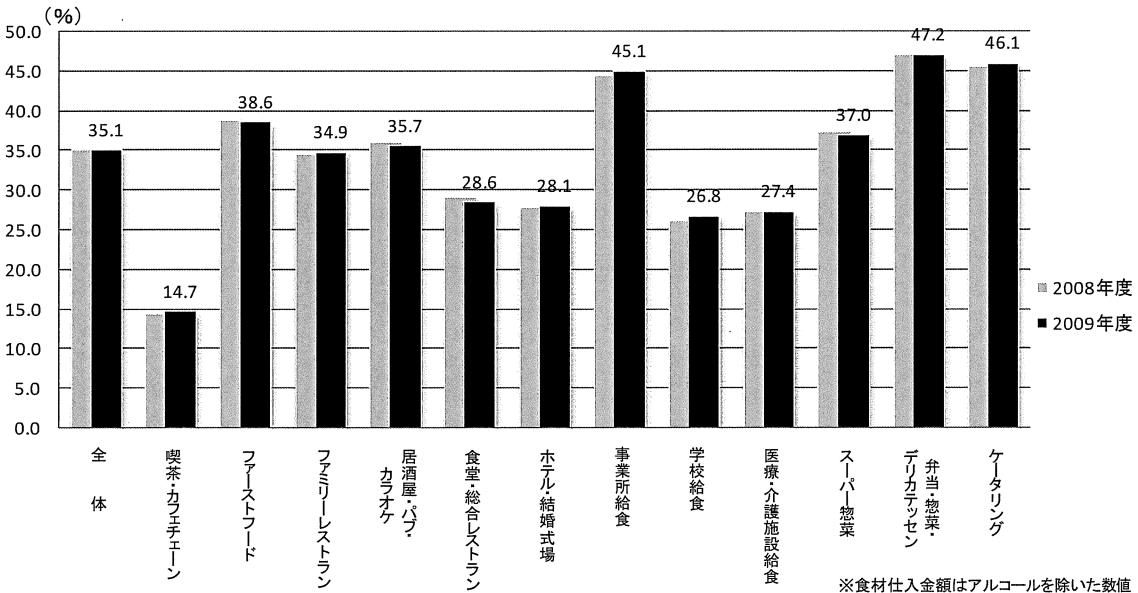
5. 調査内容

- ① 食材・冷凍食品仕入金額、冷凍食品の食材仕入金額に占める割合
- ② 冷凍食品の仕入時に重視する点
- ③ 冷凍食品の満足度、不満点
- ④ 冷凍食品使用メニューの増減

6. 調査実施期間

STEP1	: 2010 年 10 月
STEP2	: 2010 年 11 月～2010 年 12 月
集計、分析	: 2011 年 1 月～3 月

1. 業態別の食材仕入金額に占める冷凍食品仕入金額の割合と推移



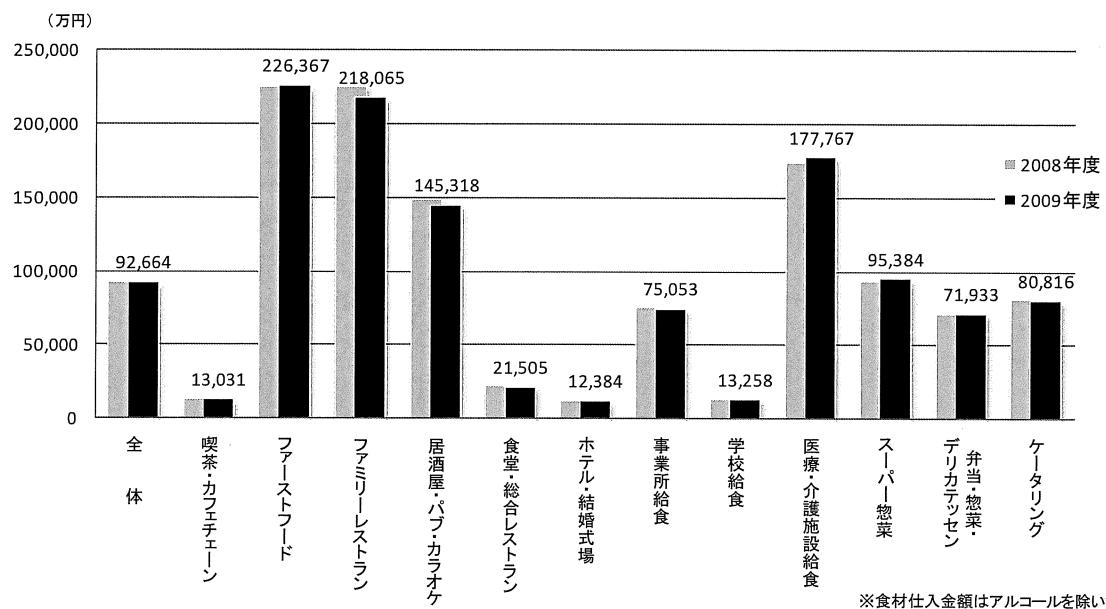
回答数 (件)	2008年度 業務用冷凍食品仕入金額 [食材仕入金額比]	2009年度 業務用冷凍食品仕入金額 [食材仕入金額比]		シェア変動 (ポイント)	
		2009年度 業務用冷凍食品仕入金額 [食材仕入金額比]			
		2008年度 業務用冷凍食品仕入金額 [食材仕入金額比]	2009年度 業務用冷凍食品仕入金額 [食材仕入金額比]		
全体	305	28,420,565 35.1	28,262,508 35.1	0.0	
喫茶・カフェチェーン	25	340,599 14.5	325,767 14.7	0.2	
ファーストフード	25	5,632,967 38.9	5,659,176 38.6	-0.3	
ファミリーレストラン	22	4,968,686 34.6	4,797,438 34.9	0.3	
居酒屋・パブ・カラオケ	26	3,867,649 36.0	3,778,264 35.7	-0.4	
食堂・総合レストラン	35	785,022 29.2	752,683 28.6	-0.7	
ホテル・結婚式場	25	310,725 27.8	309,610 28.1	0.3	
事業所給食	25	1,880,193 44.5	1,876,325 45.1	0.6	
学校給食	23	296,354 26.2	304,925 26.8	0.6	
医療・介護施設給食	25	4,345,137 27.4	4,444,185 27.4	0.0	
スーパー惣菜	20	1,882,646 37.5	1,907,683 37.0	-0.4	
弁当・惣菜・デリカテッセン	29	2,064,378 47.1	2,086,049 47.2	0.0	
ケータリング	25	2,046,208 45.7	2,020,403 46.1	0.4	

回収票 305 件の 2009 年度食材仕入金額に占める冷凍食品仕入金額の全体割合は、2008 年度と同じく 35.1% となった。業態別で冷凍食品仕入金額割合が最も大きかったのは、弁当・惣菜・デリカテッセンで 47.2%、反対に最も小さかったのは、喫茶・カフェチェーンで 14.7% である。

2008 年度よりも割合が増加した業態は 7 業態で、減少した業態は 4 業態であった（同じであった業態は 1 業態）。ただし、割合増減幅は低く、最も割合が増加した事業所給食および学校給食で 0.6 ポイント増、最も割合が減少した食堂・総合レストランで 0.7 ポイント減と、いずれも 1 ポイント内の増減幅である。

2. 業態別の1件当たりの食材仕入金額に占める冷凍食品仕入金額推移

前項の表を1件当たりの平均金額として算出したものが下記のグラフ及び数表である。



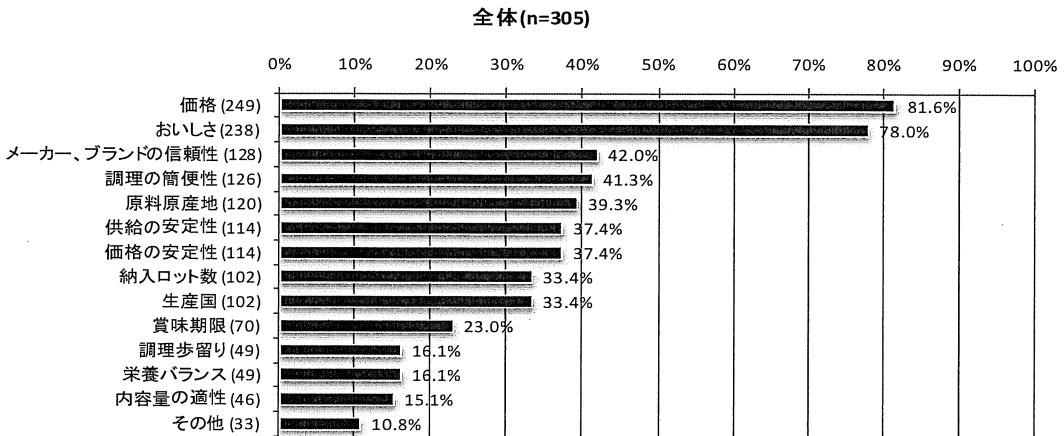
業態	有効回答数	食材仕入の推移			冷凍食品仕入の推移		
		2008年度 <万円>	2009年度		2008年度 <万円>	2009年度	
			<万円>	前年比<%>		<万円>	前年比<%>
全 体	305	265,109	263,737	99.5	93,182	92,664	99.4
喫茶・カフェチェーン	25	93,917	88,442	94.2	13,624	13,031	95.6
ファーストフード	25	578,821	586,018	101.2	225,319	226,367	100.5
ファミリーレストラン	22	653,579	625,529	95.7	225,849	218,065	96.6
居酒屋・パブ・カラオケ	26	413,025	407,609	98.7	148,756	145,318	97.7
食堂、総合レストラン	35	76,796	75,319	98.1	22,429	21,505	95.9
ホテル・結婚式場	25	44,649	44,055	98.7	12,429	12,384	99.6
事業所給食	25	168,963	166,422	98.5	75,208	75,053	99.8
学校給食	23	49,170	49,458	100.6	12,885	13,258	102.9
医療・介護施設給食	25	635,308	648,942	102.1	173,805	177,767	102.3
スーパー惣菜	20	251,139	257,548	102.6	94,132	95,384	101.3
弁当、惣菜・デリカテッセン	29	151,072	152,559	101.0	71,185	71,933	101.0
ケータリング	25	179,070	175,383	97.9	81,848	80,816	98.7

2009年度の305件全体の1件当たり冷凍食品仕入金額は、9億2,664万円（前年比99.4%）。

業態別で平均10億円以上の冷凍食品仕入金額を有する業態は、ファーストフード（22億6,367万円）、ファミリーレストラン（21億8,065万円）、医療・介護施設給食（17億7,767万円）、居酒屋・パブ・カラオケ（14億5,318万円）の4業態であった。

一方、2008年度よりも冷凍食品仕入金額が増加した業態は、学校給食（102.9%）、医療・介護施設給食（102.3%）、スーパー惣菜（101.3%）、弁当、惣菜・デリカテッセン（101.0%）、ファーストフード（100.5%）の5業態である。

3. 仕入の際の重視点

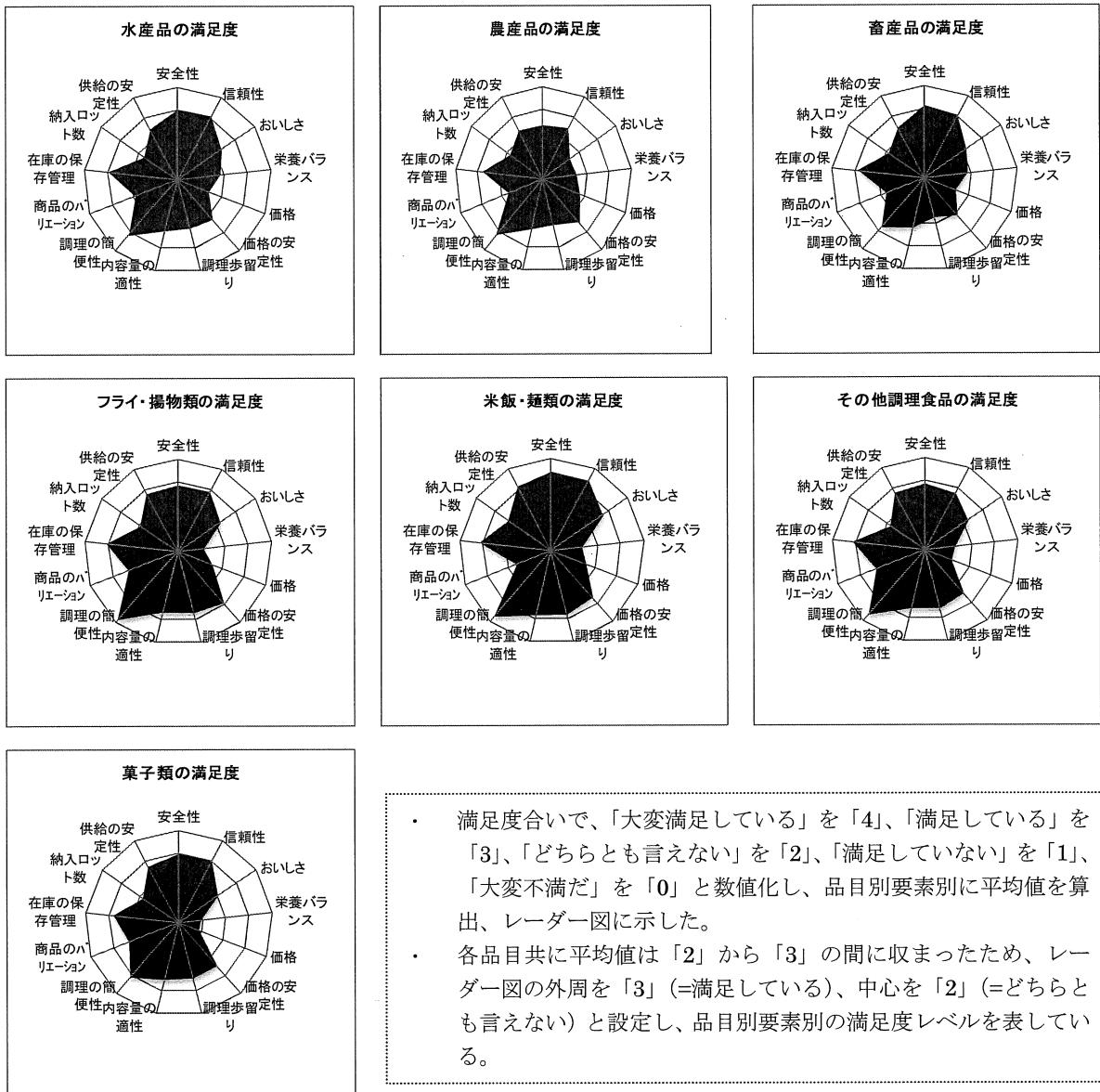


単位:件、()内回答数の比率																
	全体	メー カー、ブ ランドの 信頼性	生産国	原料原 産地	おいしさ	栄養バ ランス	価格	価格の 安定性	調理歩 留り	内容量 の適性	調理の 簡便性	納入口ッ ト数	供給の 安定性	賞味期 限	その他	
全 体	305 (5.05)	128 (42.0%)	102 (33.4%)	120 (39.3%)	238 (78.0%)	49 (16.1%)	249 (81.6%)	114 (37.4%)	49 (16.1%)	46 (15.1%)	126 (41.3%)	102 (33.4%)	114 (37.4%)	70 (23.0%)	33	
喫茶・ カフェチェーン	25 (5.40)	9 (36.0%)	13 (52.0%)	3 (12.0%)	24 (96.0%)				22 (88.0%)	4 (16.0%)	9 (36.0%)	19 (76.0%)	11 (44.0%)	13 (52.0%)	8 (32.0%)	
ファースト フード	25 (3.52)	10 (40.0%)	8 (32.0%)	7 (28.0%)	23 (92.0%)				18 (72.0%)	4 (16.0%)	2 (8.0%)	1 (4.0%)	3 (12.0%)	4 (4.0%)	2 (8.0%)	5 (20.0%)
ファミリー レストラン	22 (3.50)	6 (27.3%)	6 (27.3%)	13 (59.1%)	1 (72.7%)	1 (4.5%)	1 (86.4%)	2 (9.1%)				2 (9.1%)	1 (4.5%)	1 (4.5%)	4 (18.2%)	6 (27.3%)
居酒屋・パブ・ カラオケ	26 (4.46)	19 (73.1%)	3 (11.5%)	7 (26.9%)	22 (84.6%)	2 (7.7%)	2 (73.1%)	20 (76.9%)	7 (26.9%)	8 (30.8%)	21 (80.8%)	17 (65.4%)	18 (69.2%)	5 (19.2%)		
食堂	35 (5.14)	20 (57.1%)	13 (37.1%)	20 (57.1%)	30 (85.7%)	1 (2.9%)	1 (74.3%)	15 (42.9%)	3 (8.6%)	4 (11.4%)	17 (48.6%)	12 (34.3%)	14 (40.0%)	4 (11.4%)	1 (2.9%)	
総合レストラン									25 (100.0%)	7 (28.0%)	11 (44.0%)	6 (24.0%)	13 (52.0%)	18 (72.0%)	11 (44.0%)	
ホテル・ 結婚式場	25 (7.24)	18 (72.0%)	21 (84.0%)	11 (44.0%)	21 (84.0%)	1 (4.0%)	1 (100.0%)	7 (28.0%)	11 (44.0%)	6 (24.0%)	13 (52.0%)	18 (72.0%)	18 (40.0%)	11 (44.0%)		
事業所給食	25 (6.08)	8 (32.0%)	8 (32.0%)	9 (36.0%)	13 (52.0%)	3 (12.0%)	22 (88.0%)	20 (80.0%)	9 (36.0%)	5 (20.0%)	15 (60.0%)	12 (48.0%)	17 (68.0%)	10 (40.0%)	1 (4.0%)	
学校給食	23 (4.65)	11 (47.8%)		6 (26.1%)	10 (43.5%)	11 (47.8%)	22 (95.7%)	13 (56.5%)	1 (4.3%)	2 (8.7%)	5 (21.7%)	8 (34.8%)	6 (26.1%)	11 (47.8%)	1 (4.3%)	
医療・介護施設 給食	25 (5.40)	8 (32.0%)	8 (32.0%)	15 (32.0%)	16 (60.0%)	6 (64.0%)	20 (80.0%)	13 (52.0%)	6 (24.0%)		16 (64.0%)	7 (28.0%)	12 (48.0%)	4 (16.0%)	2 (8.0%)	
スーパー・惣菜	20 (5.45)	8 (40.0%)	7 (35.0%)	11 (55.0%)	19 (95.0%)	3 (15.0%)	11 (55.0%)	9 (45.0%)	7 (35.0%)	5 (25.0%)	11 (55.0%)	7 (35.0%)	8 (40.0%)	1 (5.0%)	2 (10.0%)	
弁当・惣菜・デ リカテツセン	29 (3.83)	7 (24.1%)	5 (17.2%)	15 (51.7%)	6 (79.3%)	23 (20.7%)	6 (75.9%)	5 (17.2%)	1 (3.4%)	4 (13.8%)	3 (10.3%)	2 (10.3%)	5 (6.9%)	5 (17.2%)	10 (34.5%)	
ケータリング	25 (3.88)	4 (16.0%)	10 (40.0%)	10 (40.0%)	22 (88.0%)	5 (20.0%)	23 (92.0%)	2 (8.0%)	2 (8.0%)	1 (4.0%)	5 (20.0%)	1 (4.0%)	5 (20.0%)	5 (20.0%)		

回収票 305 件全体で冷凍食品を仕入れる際の重視要素として、最も多かったのは「価格」(81.6%)であり、次いで「おいしさ」(78.0%)となった。他の要素がいずれも回答率 50%未満であるのに対し、同 2 要素のみが 80%前後の高い回答率となっている。

同 2 要素以外で業態別で 70%以上の回答率のあったものとしては、「メーカー、ブランドの信頼性」で居酒屋・パブ・カラオケ (73.1%) とホテル・結婚式場 (72.0%)、「生産国」でホテル・結婚式場 (84.0%)、「価格の安定性」で事業所給食 (80.0%) と居酒屋・パブ・カラオケ (76.9%)、「調理の簡便性」で居酒屋・パブ・カラオケ (80.8%) と喫茶・カフェチェーン (76.0%)、「納入口ット」でホテル・結婚式場 (72.0%)、「供給の安定性」でホテル・結婚式場 (72.0%) などがあった。

4. 品目別要素別満足度



- 満足度合いで、「大変満足している」を「4」、「満足している」を「3」、「どちらとも言えない」を「2」、「満足していない」を「1」、「大変不満だ」を「0」と数値化し、品目別要素別に平均値を算出、レーダー図に示した。
- 各品目共に平均値は「2」から「3」の間に収まったため、レーダー図の外周を「3」(=満足している)、中心を「2」(=どちらとも言えない)と設定し、品目別要素別の満足度レベルを表している。

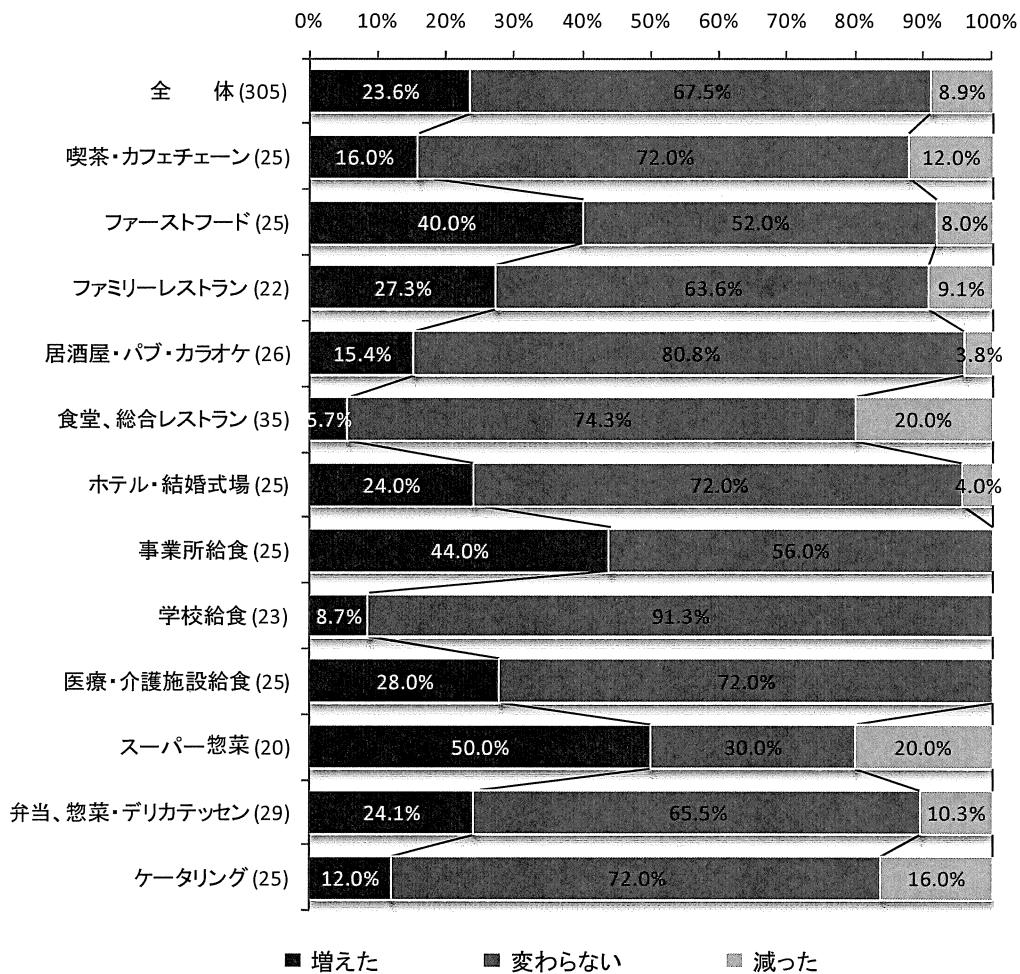
品目別要素別満足度を表したのが上記のグラフである。

総じて満足度の高かった要素としては、「調理の簡便性」「在庫の保存管理」。特にフライ・揚物類、米飯・麺類、その他調理食品における「調理の簡便性」に対する満足度は非常に高い。

一方で総じて満足度の低かった要素は、「おいしさ」「栄養バランス」「価格」「商品のバリエーション」「納入ロット数」の5要素だった。中でも「栄養バランス」及び「価格」の満足度は他要素より低いのが目立つ。

また「安全性」及び「信頼性」では、畜産品、米飯・麺類、菓子類の3品目で満足度が高かったものの、農産品で低レベルとなった。

5. 最近2~3年の冷凍食品を使用したメニューの増減



最近2~3年の冷凍食品を使用したメニューの増減状況では、全体(305件)で「増えた」が23.6%、「変わらない」が67.5%、「減った」が8.9%となった。

「増えた」が比較的多いのは、スーパー惣菜50.0%、事業所給食44.0%、ファーストフード40.0%など。

反対に「減った」が比較的多い業態は、食堂・総合レストランおよびスーパー惣菜20.0%などである。

スーパー惣菜については、「増えた」とする企業も多いが、「減った」と回答する企業も比較的多かった。

① 増加理由

増加理由	件数
品質が安定し、改善されたため。	11
調理の手間を省き、調理時間の短縮など効率を高めるのにメリットが多いため。	7
仕入コストの調整のため。	7
食材の仕入価格安定のため。	5
安価になり、使いやすいため。	5
冷凍食品技術の向上により味がよくなつたことで、お客様のニーズに合つた味付けになつたため。	3
お客様のニーズを見てメニューを拡げる中で、素材として高品質の冷凍食品が出てきているため。	2
生ものは傷みやすい中、日持ちする冷凍食品の使用で衛生面、品質管理面に役立つため。	2
賞味期限等、管理がしやすいため。	2
受託食堂運営の効率化のため。	2
食数が多く、作業が簡単なため。	2
生鮮農産物価格が上昇し、コストとの折り合いがつけにくくなつたため。	2
野菜の冷凍食品は相場に左右されにくいため。	2
売価に対するコストを調整するため。	2
人件費削減に伴うコスト調整において、調理の手間が省ける調理冷凍食品はコストに貢献するため。	2
原材料のうち、素材類（魚介類、野菜類）の冷凍食品が増えたため。	2
介護関連のやわらか食品（ソフト・ムース食）などの取り扱いを増やしたため。	2
冷凍食品を使用するメニューが増えたため。	2
チルド品から変更したため。	2

② 減少理由

減少理由	件数
売上減少によるコスト抑制のため、出来るだけ手作りで提供しているため。	7
顧客ニーズとなっている健康志向や味のこだわりへの対応のため、生鮮品やチルド品の使用ウェートを高めた。	4
出来るだけ手作りで提供するように心がけているため。	2
味や品質など良いものばかりではないため。	2
地場の新鮮な食材を使ったメニューをなるべく増やす方向にあるため。	1
なるべく生の食材を使うようにしているため。	1
特に野菜においてフレッシュ品を使う方向のため。	1
冷凍食品のバリエーションは増え、おいしさも向上しているが、バリエーションには限界があり、飽きがくるため。	1
納入先の冷凍庫等の整備不足が原因となっているため。	1
賞味期限切れ等の問題で、商品を絞らなくてはならなくなつたため。	1
原価率見直しで引き下げを課題としているため。	1
全体的に冷凍食品の使用は控える方向にあるため。	1
取引先が減ったため。	1
単純に取扱いが減ったため。	1
会社の方針で極力減らしていく方針のため。	1
お酒が主体となり、料理提供量が減少したため。	1
メニュー数は増えたが、提供量が減り、提供ロットと使用量が合わなくなつたため。	1