

報道関係者各位  
プレスリリース

2024年10月28日

株式会社 mitoriz

## 冷凍食品を食べる頻度は「週2~3回」が最も多く、週1以上の比率は54.5%！ 良く買う商品1位は「餃子・焼売」で、最近の冷凍食品の進化を64.4%が実感

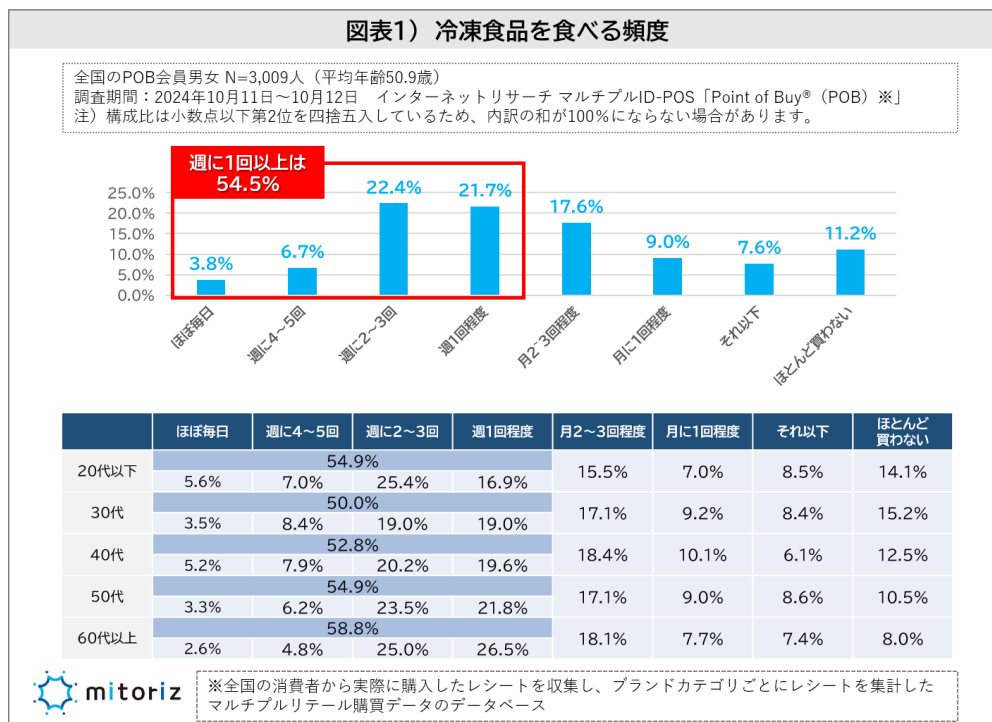
株式会社mitoriz（本社：東京都港区、代表取締役社長：木名瀬博）は、消費者購買行動データサービス「Point of Buy®（以下、POB）」の会員3,009人に「冷凍食品に関する調査」を実施致しました。

冷凍食品市場が拡大する中、消費者が冷凍食品をどのくらい食べているのか、どのような目的で購入するのか、良く購入する商品や、最近の冷凍食品の品質についてどのように感じているのかなどを調査しています。

### 《調査サマリー》

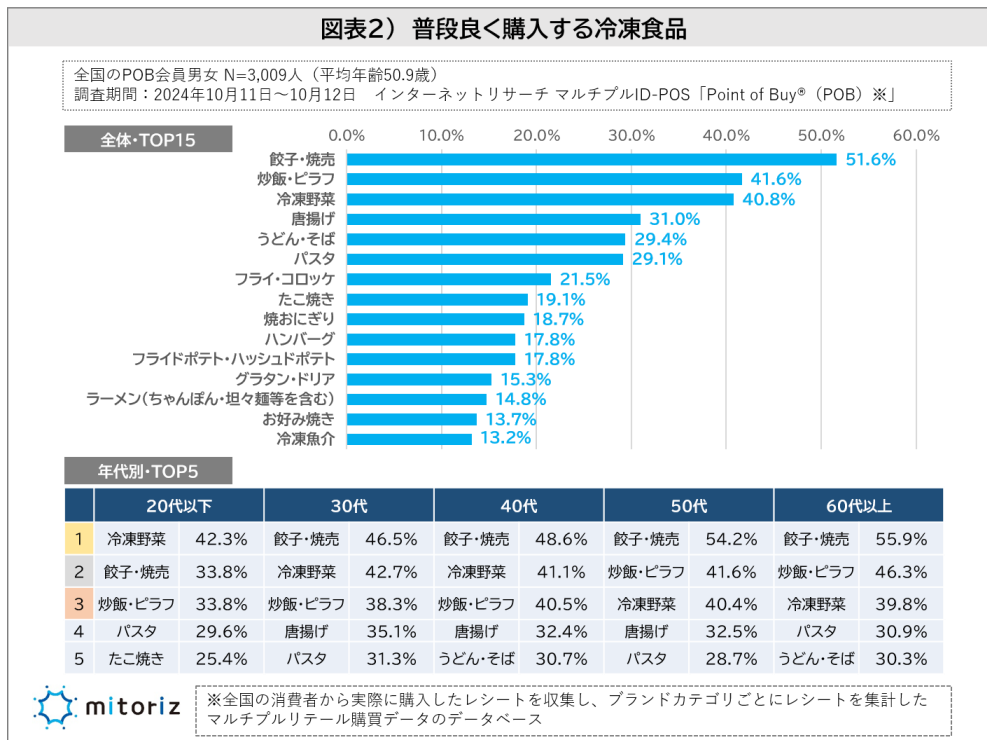
- ・冷凍食品を食べる頻度は「週に2~3日」が最も多く22.4%、週1回以上食べる人は54.5%
- ・良く購入する冷凍食品は「餃子・焼売」が51.6%で最も多く「炒飯・ピラフ」「冷凍野菜」と続く
- ・冷凍食品の購入目的は「自宅での夕食」が60.3%で最も多く「自宅での昼食」「お弁当」と続く
- ・冷凍食品を利用するシーンは「時間が無くて調理できない時」が最も多く41.7%
- ・最近の冷凍食品の進化を64.4%が実感しており、実感するポイントは全年代で「美味しさ」が80%超え

### 冷凍食品を食べる頻度は「週に2~3日」が最も多く22.4%、週1回以上食べる人は54.5%



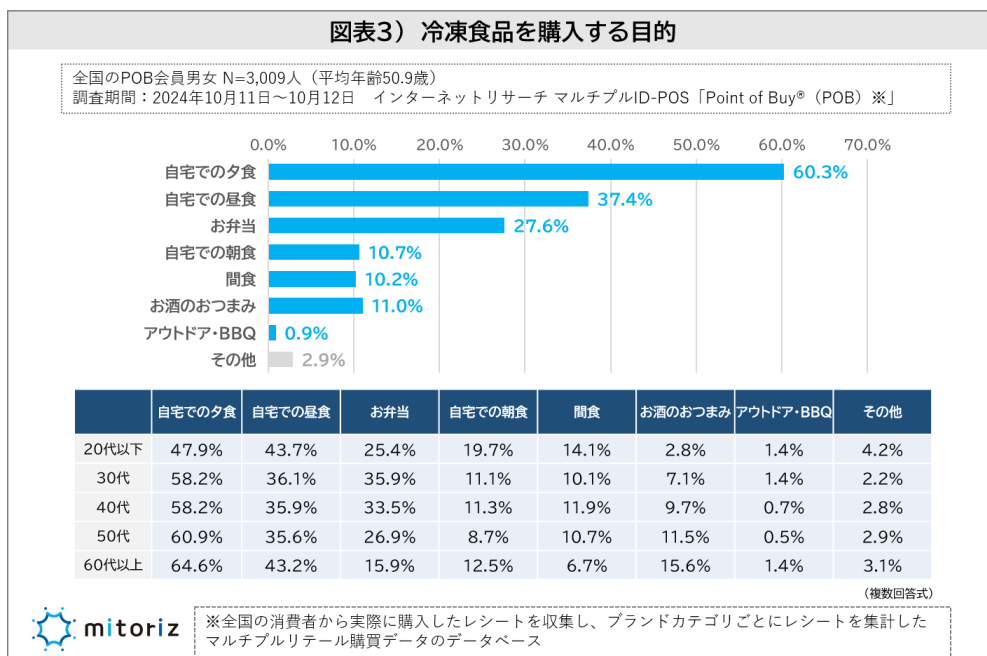
「冷凍食品を食べる頻度」を調査したところ「週に2～3回（22.4%）」が最も多い結果となりました。「週1回程度（21.7%）」が2番目に多く、冷凍食品を週に1回以上食べている割合は54.5%と、過半数を超えています。週に1回以上食べている割合は年代別では60代以上が最も高く、6割に迫っています（図表1）。

## 良く購入する冷凍食品は「餃子・焼売」が最も多く「炒飯・ピラフ」「冷凍野菜」と続く



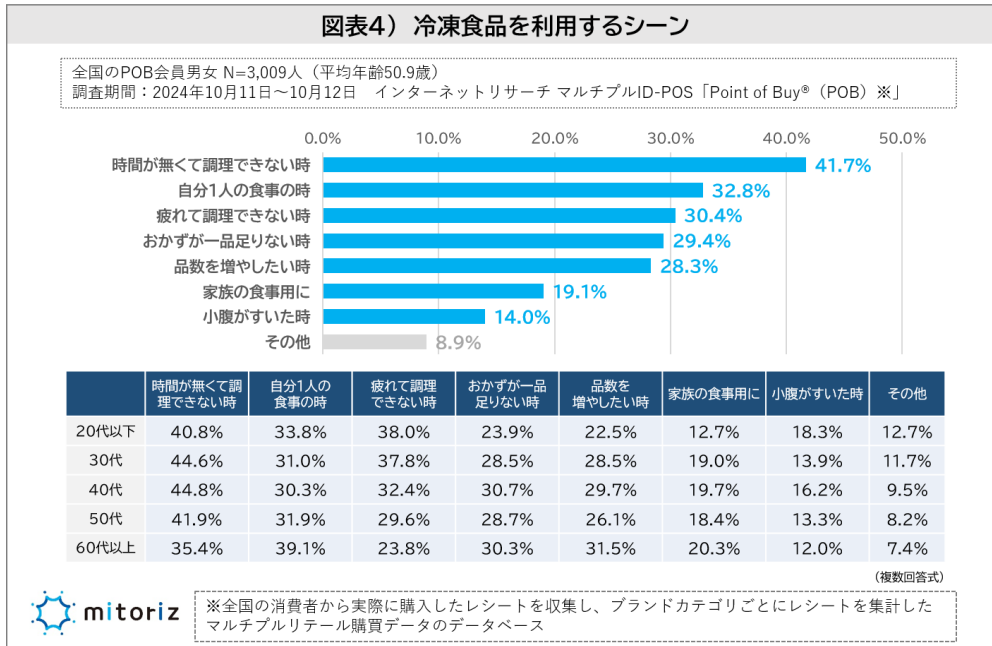
「普段良く購入する冷凍食品」を調査したところ「餃子・焼売（51.6%）」が最も多く、次いで「炒飯・ピラフ（41.6%）」「冷凍野菜（40.8%）」という結果となりました。「冷凍野菜」は全ての年代で上位に入っていますが、20代以下ではTOPになっており、年代が上がるごとに順位が下がっている傾向があります。また他の年代では上位に入っていない「たこ焼き（25.4%）」が20代以下のみTOP5に入っているのも特徴的です（図表2）。

## 冷凍食品の購入目的は「自宅での夕食」が6割超え、「自宅での昼食」「お弁当」と続く



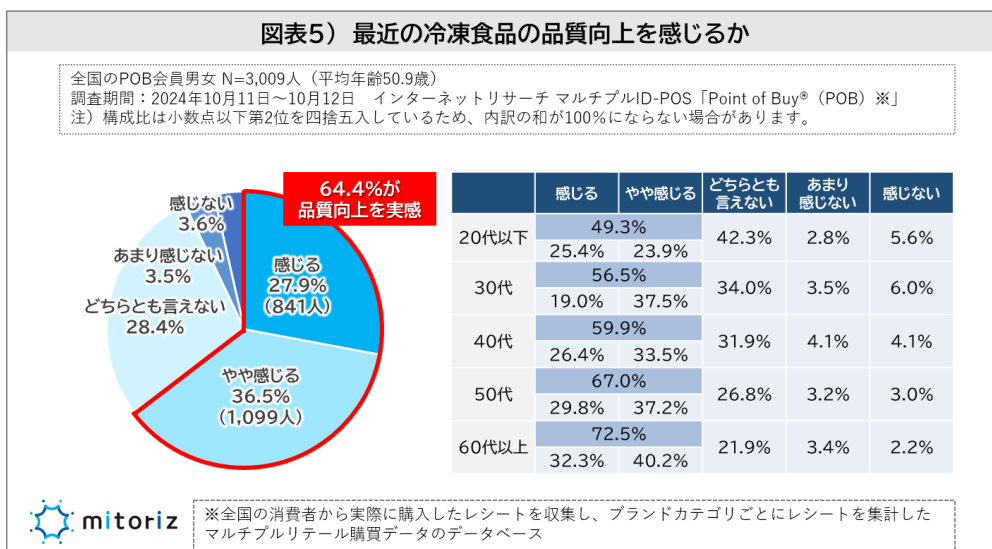
「冷凍食品を購入する目的」は「自宅での夕食（60.3%）」「自宅での昼食（37.4%）」「お弁当（27.6%）」が上位に並ぶ結果となりました。年代別では「お弁当」のための購入は子育て世代が多いと推測される30代（35.9%）と40代（33.5%）が他の年代と比べ数値が高い傾向があります。「自宅での朝食」としての購入は20代以下（19.7%）が他の年代と比べ数値が高くなっています。「お酒のおつまみ」として購入は若い年代ほど数値が低く、年代が上がるごとに利用率が高く、大きく差が出ています（図表3）。

### 冷凍食品を利用するシーンは「時間が無くて調理できない時」が最も多く4割を超える



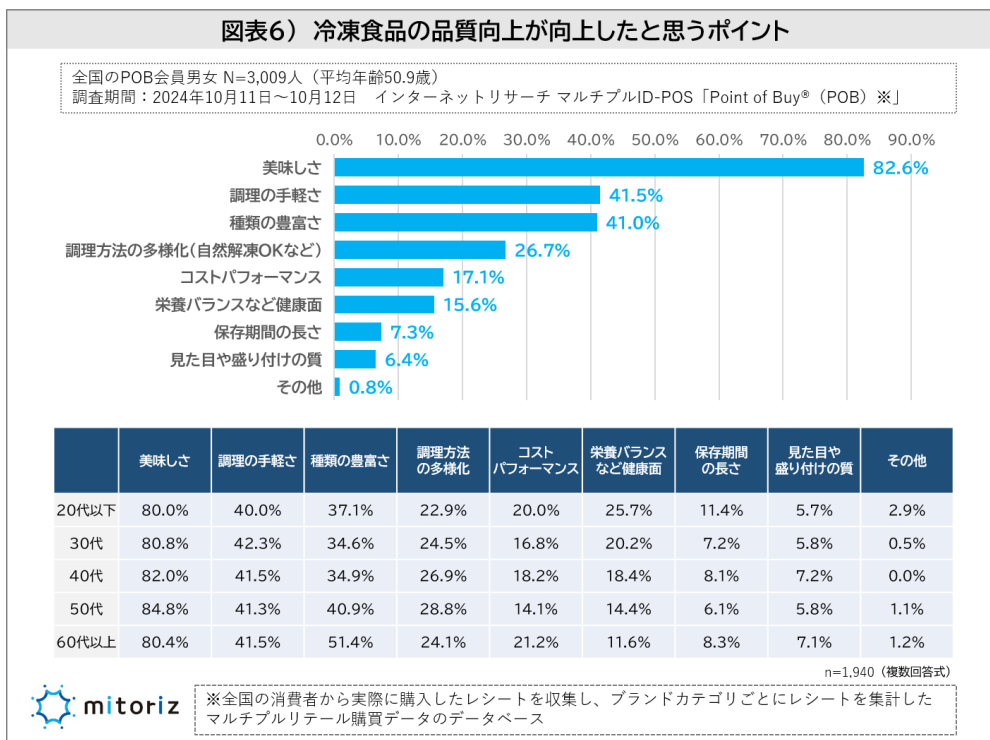
「冷凍食品を利用するシーン」については「時間がなくて調理が出来ない時（41.7%）」が最も多い結果となりました。次いで「自分1人の食事の時（32.8%）」「疲れて調理できない時（30.4%）」と続いています。年代別で見ると「時間がなくて調理が出来ない時」は30代と40代が、また「自分1人の食事の時」は60代以上と20代以下の数値が他の年代より高くなっています。「疲れて調理できない時」は若い年代ほど数値が高い傾向があります（図表4）。

### “最近の冷凍食品の進化”を64.4%が実感しており、上の年代ほどより多くの方が実感している



「最近の冷凍食品の品質向上を感じるか」について調査をしたところ「感じる（27.8%/841人）」「やや感じる（36.5%/1,099人）」を合わせて、64.4%にあたる1,940人が冷凍食品の品質が良くなったと感じていることがわかりました。年代別では「感じる」「やや感じる」の比率が最も少ない20代以下（49.3%）と、最も多い60代以上（72.5%）では大きな差が出ており、上の年代ほど冷凍食品の品質向上を実感している人が多いことがわかります（図表5）。

## 品質の向上を実感するポイントは全ての年代で「美味しさ」が80%を超える



冷凍食品の品質向上を「感じる」「やや感じる」と回答した1,940人を対象に「冷凍食品の品質が向上したと思うポイント」を調査しました。その結果「美味しさ（82.6%）」が圧倒的に多く、差が開いて「調理の手軽さ（41.5%）」「種類の豊富さ（41.0%）」と続いています。年代別で見ると「種類の豊富さ」は50代以上の数値が他の年代よりも高い傾向があり、60代以上は全年代の中で唯一「調理の手軽さ」よりも高くなっています。「コストパフォーマンス」は20代以下と60代以上の数値がやや高くなっており、「栄養バランスなど健康面」は若い年代ほど数値が高く、20代以下と60代以上で2倍以上の差が開いています（図表6）。

### 【アンケート調査概要】

調査期間：2024年10月11日～10月12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50.9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。

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](mailto: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：1億円

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。