



オンラインチャネルにおける加工食品市場を調査

—2025年予測（2021年比）—

●オンラインチャネルにおける加工食品市場（小売ベース） 1兆7,045億円（39.6%増）

取り扱い品目の拡充や店頭チャネルからの需要流入により、販売チャネルとして定着し、拡大

総合マーケティングビジネスの株式会社富士経済（東京都中央区日本橋 社長 清口 正夫 03-3241-3470）は、新型コロナウイルス感染症の流行を受けて、利便性や非接触性などが評価されたことから利用が増加し、今後定着していくとみられるオンラインチャネルにおける加工食品の国内市場を調査した。その結果を「[食品のオンラインチャネルにおける成長ポテンシャルと事業性評価に関する調査](#)」にまとめた。

この調査では、飲料や調味料をはじめとする加工食品を対象※に、仮想ショッピングモール（卸：運営企業による販売、出店：運営企業以外の法人による販売）、ネットスーパー、生協宅配（Web注文のみ）、メーカー自社ECのオンラインチャネルの市場、販売特性、チャネル・アカウント戦略の方向性などを分析した。

※生鮮品やお取り寄せ品などは対象外とする。

<調査結果の概要>

●オンラインチャネルにおける加工食品市場（小売ベース）

2022年見込	2021年比	2025年予測	2021年比
1兆3,680億円	112.0%	1兆7,045億円	139.6%

新型コロナ流行以前から、市場拡大が続いていたが、購入される商品は大容量PETボトル飲料やアルコール飲料など、重量があり買い置きに適した商品が主体であった。また、食品メーカーにおけるオンラインチャネルの活用は店頭チャネルの補完やテストマーケティングチャネルとしての位置づけが強かった。

しかし、2020年は外出自粛により消費活動のECシフトが加速し、店頭チャネルからの需要流入により、新規ユーザーの獲得、1注文当たりの単価上昇や利用頻度の増加がみられ、市場は1兆円を突破した。2021年以降も、加工食品の購買チャネルとして定着し、調味料をはじめとした日常使いの商品や冷凍・冷蔵品の購入も増えている。

各チャネルの上位企業は、オンラインチャネルでの事業拡大を目的に、物流面などでの積極的な投資や取り扱い品目の拡充を推進している。また、メーカーが広告・販促を強化していることから、今後も市場拡大が続き、2025年に1兆7,045億円が予測される。

加工食品全体の成長率と比較して食品オンラインチャネルの成長率は圧倒的に高く、今後チャネル構造が変化していくとみられ、メーカーのチャネル戦略は転換期を迎えている。

・仮想ショッピングモール（卸）

仮想ショッピングモール運営企業がメーカーや卸などから仕入れ、プラットフォーム内で直営店舗として直接消費者に販売する加工食品を対象とする。

チャネル自体のトラフィック量の増加により市場は拡大しており、新型コロナの流行前である2019年の市場規模から、2022年には2倍近くに拡大するとみられる。他カテゴリー商品とのまとめ買いも多いことから、オンラインチャネルの中でも、2025年にかけて最も高い伸びが予想される。

加工食品を重点品目に位置づける運営企業が多く、指名買いされやすい大手メーカーの商品を中心とした定番NB商品の採用が多い。また、メーカーと運営企業の関係強化も進んでおり、差別化やユーザーの囲い込みを目的として、PBなどオリジナル商品の開発が行われている。

・ネットスーパー

流通企業が自社配送網によって店舗から近隣の住居などに配送するサービスを対象とする。なお、補完的にセンター発送や3PL（サード・パーティー・ロジスティクス）による配送を併用するサービスも含む。

2020年以降、新規ユーザーの利用が急速に進み、冷凍・冷蔵品や調味料、生鮮品なども含めてまとめ買いされるケースが多いことから、2020年から2022年まで前年比20%以上の伸びが続くとみられる。

店舗からの発送を基本としており、注文から発送までのリードタイムの短さと、仮想ショッピングモールでは手薄な冷凍・冷蔵品の取り扱いが充実していることに強みがある。カバーエリアは限定的であるが、上位企業による配送拠点の新設や参入企業の増加によりカバーエリアは広がっていくとみられる。なお、ネットスーパーへの掲載には店頭での売場獲得が必須であり、ネットスーパーでの展開には、既存チャネル・アカウント戦略の強化も必要である。

<調査対象>

・仮想ショッピングモール（卸）	・ネットスーパー	・メーカー自社EC
・仮想ショッピングモール（出店）	・生協宅配	

<調査方法>

富士経済専門調査員による参入企業および関連企業・団体などへのヒアリングおよび関連文献調査、社内データベースを併用

<調査期間>

2022年5月～6月

以上

資料タイトル	： 「食品のオンラインチャネルにおける成長ポテンシャルと事業性評価に関する調査」
体裁	： A4判 75頁
価格	： PDF版 330,000円（税抜300,000円） ネットワークパッケージ版 495,000円（税抜450,000円）
発行所	： 株式会社 富士経済 〒103-0027 東京都中央区日本橋三丁目9番1号 日本橋三丁目スクエア TEL：03-3241-3470（代） FAX：03-3241-3471 URL： https://www.fuji-keizai.co.jp/ e-mail：info@fuji-keizai.co.jp
調査・編集	： コンシューマービジネス事業部

この情報はホームページでもご覧いただけます。 URL：<https://www.fuji-keizai.co.jp/press/>