

報道関係各位

2024年9月25日  
株式会社クロス・マーケティング

## 直近3か月のフードデリバリーの利用率は15%と2年前より低下 重い・かさばるものや時間がないときの食材宅配の利用率に変動なし

－ 宅配に関する調査（2024年）フードデリバリー・食材宅配編 －

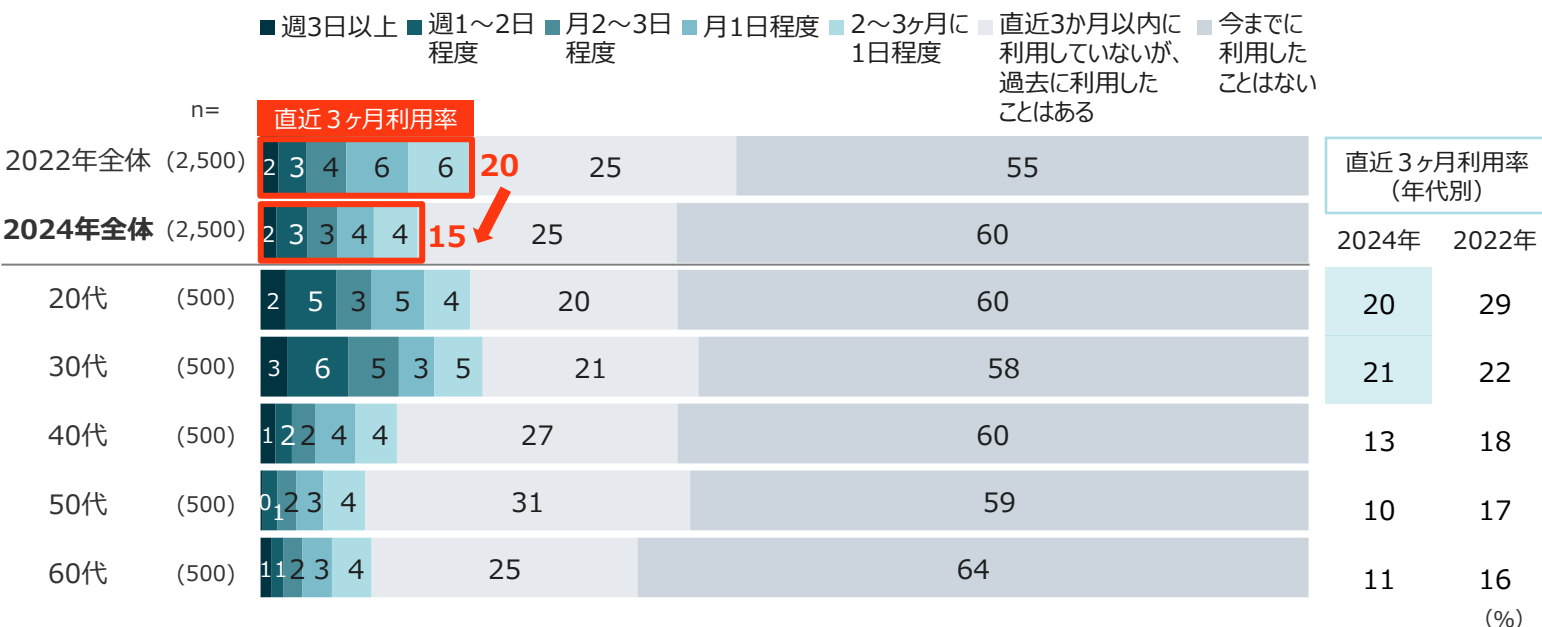
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、2024年9月、全国20～69歳の男女2,500人を対象に「宅配に関する調査（2024年）」を実施し、「宅配」に関わる利用実態や意識・行動などを全般的に聴取しました。今回は、コロナ禍で拡大をとげたフードデリバリー（料理宅配）と、食材宅配（食品宅配）にフォーカスをあて分析をしました。

### ■ 調査結果 （一部抜粋）

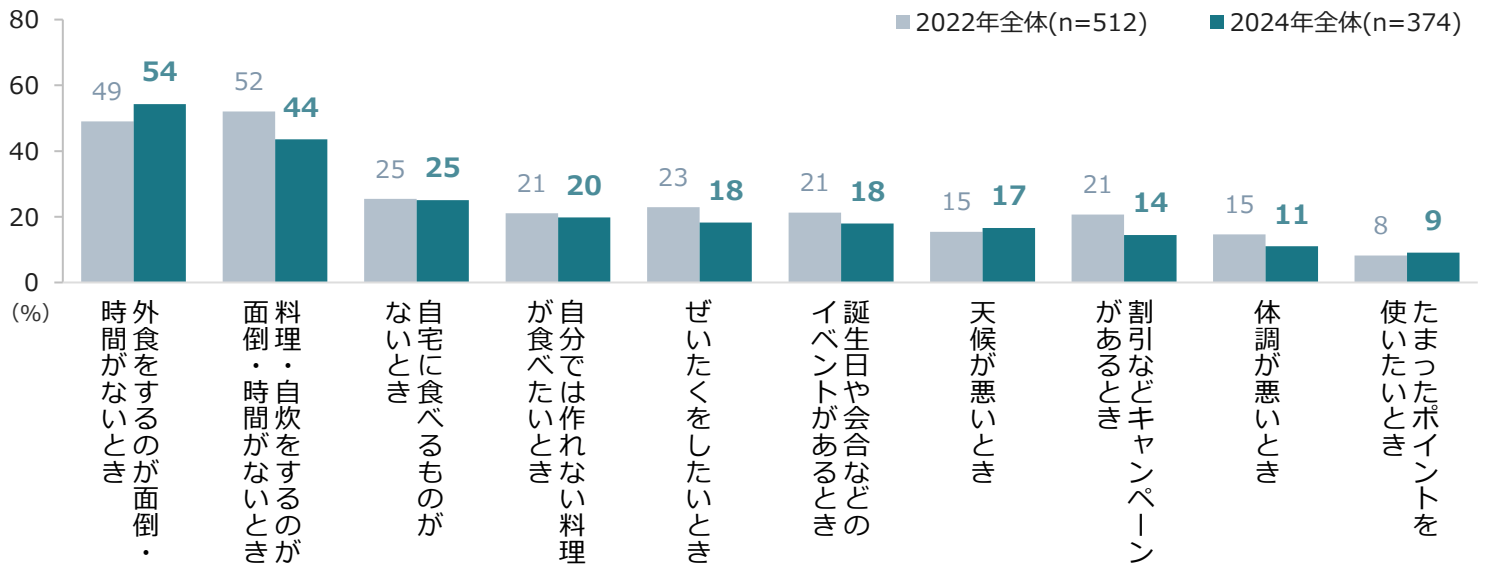
- ✓ **【フードデリバリーの利用状況】** 直近3か月の利用率は15%と2年前より5pt低下。年代別には、20～30代の利用率は2割程度と比較的高い。2年前からは、30代を除く利用率の低下が目立ち、特に20代は9ptの低下。<図1> 利用シーンは「外食をするのが面倒・時間がない」54%、「料理・自炊をするのが面倒・時間がない」44%が多い。<図2> 利用者の不満点は、「配達料金がかかる／高い」「届くまでの温度管理」「少量を頼みにくい」が2割台。「配達エリアが限られる」は、2年前より配達エリアが拡大したことから13ptと大きく低下した。<図3>
- ✓ **【フードデリバリーの今後の利用意向】** フードデリバリーの今後の利用意向は、29%と2年前より5ptの低下。フードデリバリーを過去に利用したことのある層では、「利用したい」17%、「やや利用したい」43%と合わせて60%の意向を示している。<図4>
- ✓ **【食材宅配の利用状況】** 直近3か月の利用率は15%と2年前と変わらない。30代の利用率はやや高め。<図5> 利用するのは「重たいもの・かさばるものを届けてくれる」44%、「お買い物に面倒・時間がない」40%、「安全・安心」30%が上位。<図6> 利用者の不満点は、「少量を頼みにくい」「配達料金がかかる／高い」「届くまでの温度管理」「注文から届くまでに時間がかかる」など。「届くまでの温度管理」は、今年は長く猛暑だったことから2年前よりやや上昇。<図7>
- ✓ **【食材配達の今後の利用意向】** 食材配達の今後の利用意向は、24%と2年前と大きな差はない。食材宅配を過去に利用したことのある層では、「利用したい」29%、「やや利用したい」43%と合わせて72%の利用意向がある。<図8>

◆ 詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20240925delivery/>

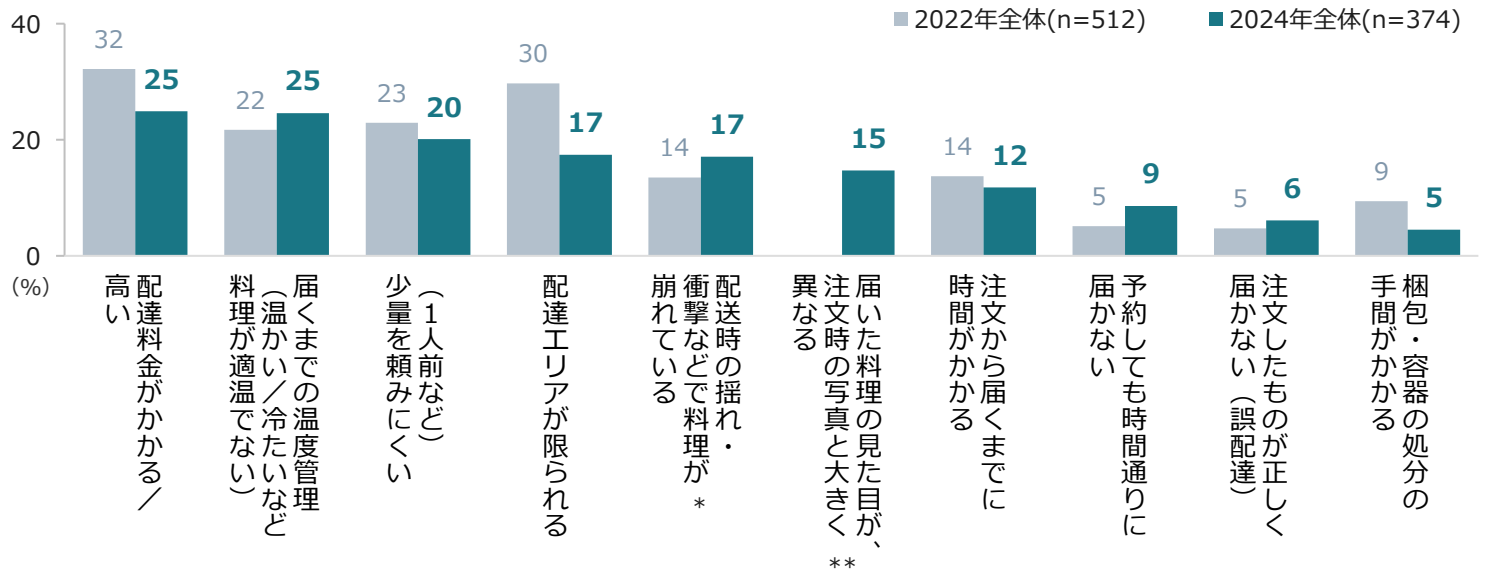
<図1> フードデリバリーの利用頻度（単一回答）



<図2> 直近3か月間のフードデリバリー利用シーン（複数回答） ※ベース：直近3か月以内にフードデリバリーを注文した人／上位10項目を抜粋

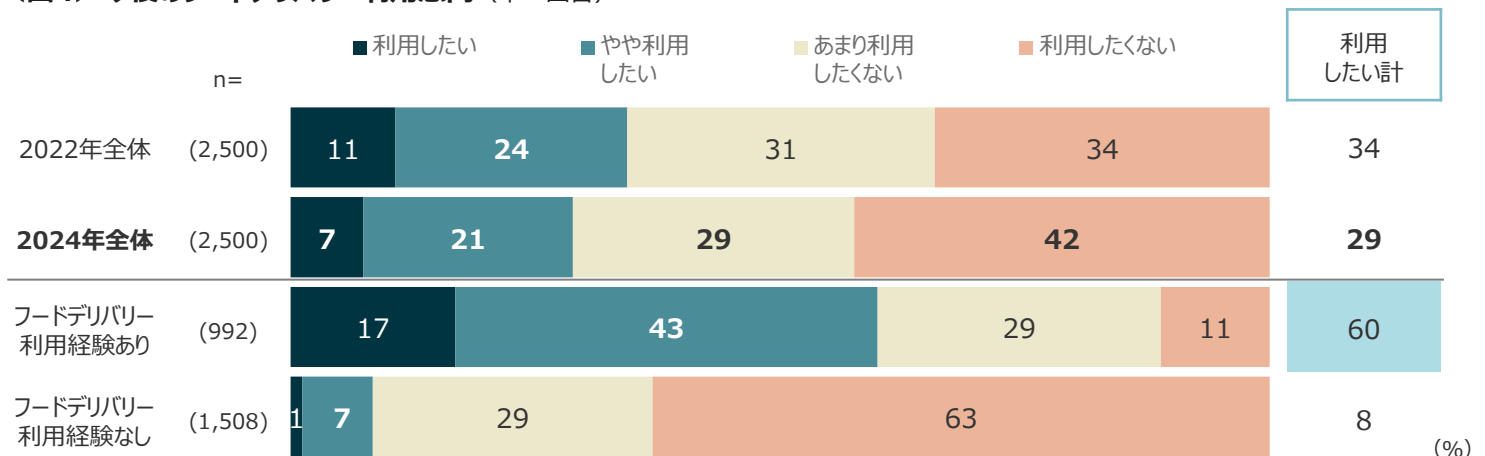


<図3> フードデリバリーの不満点（複数回答） ※ベース：直近3か月以内にフードデリバリーを注文した人／上位10項目を抜粋

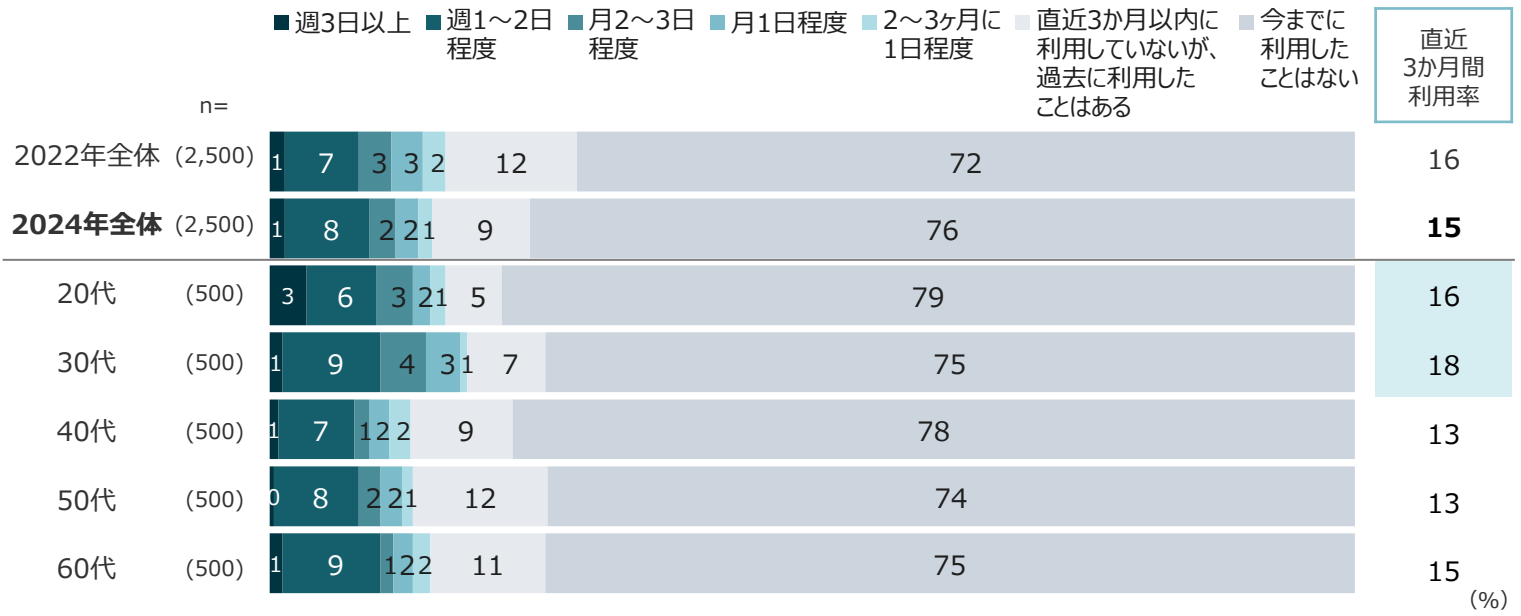


\* 2022年は「届くまでの揺れ・衝撃対策管理（容器から食べ物がこぼれる）」で聴取  
 \*\*2022年は非聴取

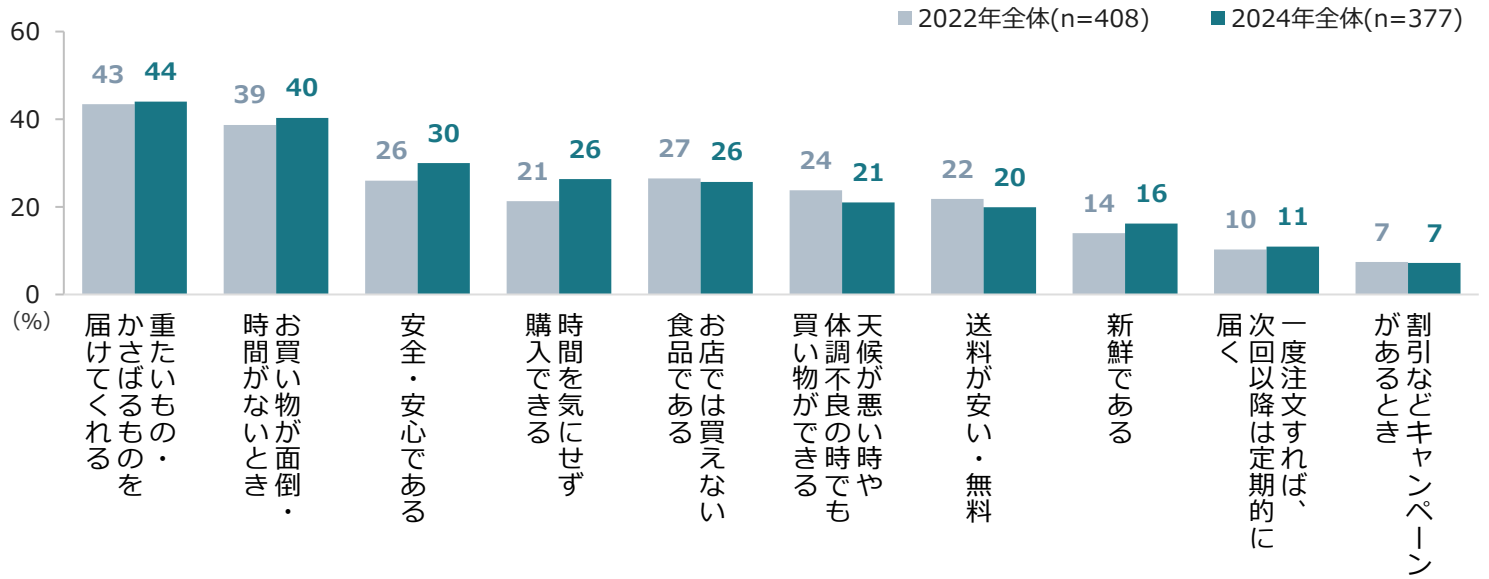
<図4> 今後のフードデリバリー利用意向（単一回答）



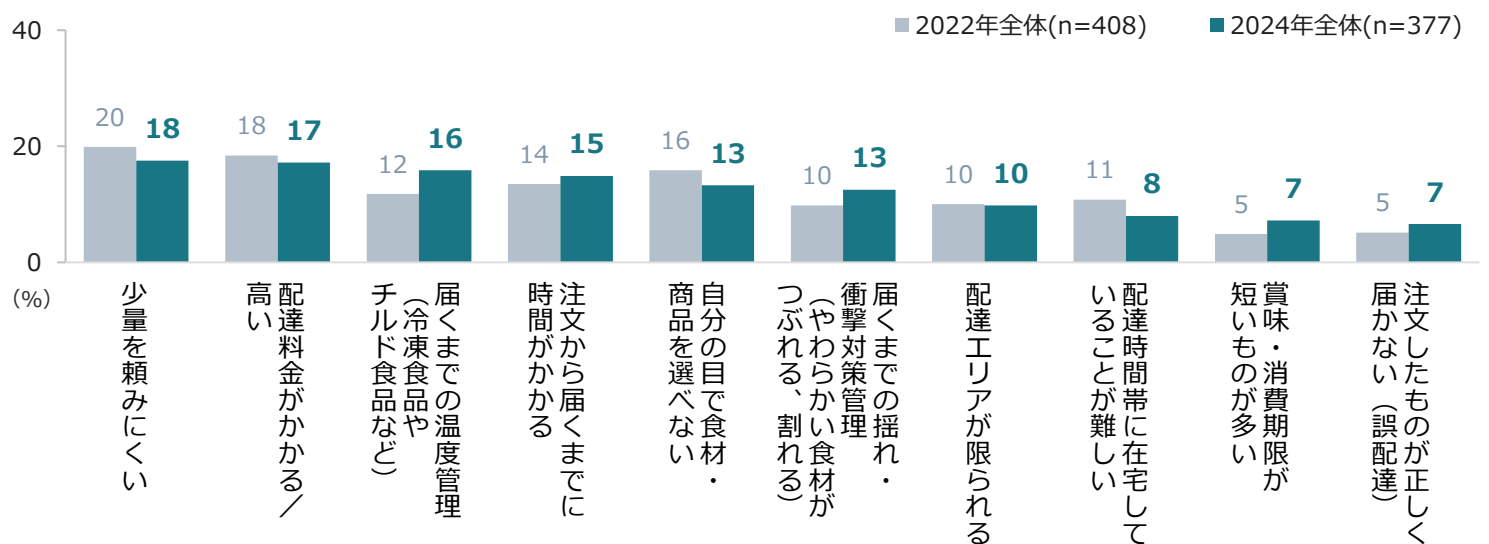
<図5> 食材宅配の利用頻度 (単一回答)

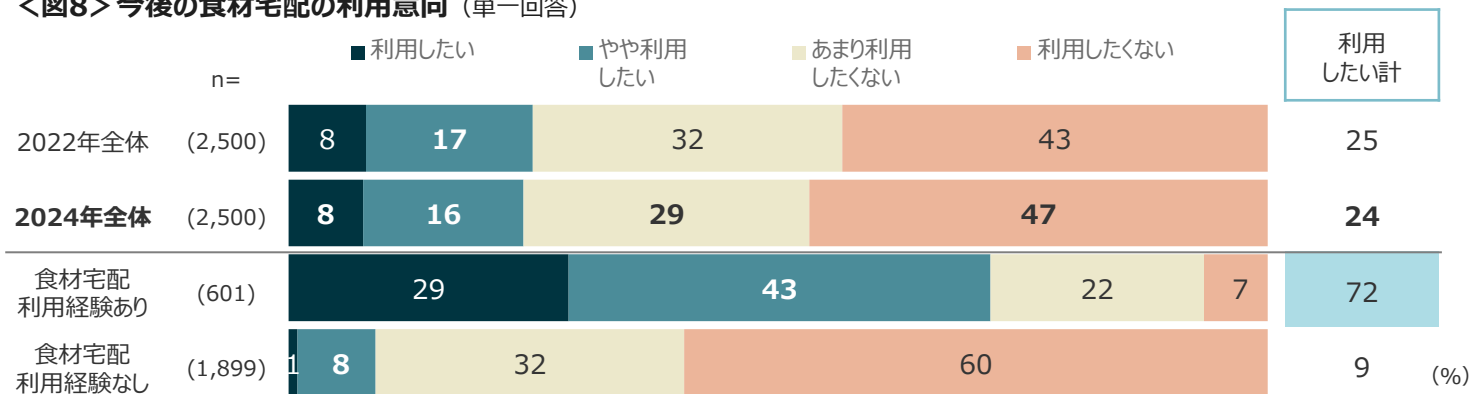


<図6> 直近3か月間に食材宅配を利用している理由 (複数回答) ※ベース：直近3か月以内に食材宅配を利用した人／上位10項目を抜粋



<図7> 食材宅配の不満点 (複数回答) ※ベース：直近3か月以内に食材宅配を注文した人／上位10項目を抜粋



**<図8> 今後の食材宅配の利用意向 (単一回答)**

**■ レポート項目一覧**
 属性設問 (性別/年代/居住地/婚姻状況/同居子ども有無/同居人数/職業/居住形態/世帯年収/テレワーク頻度/共働き有無/ポテンシャル・ニーズ・クラスター)

 調査結果サマリー

**▼ フードデリバリー編**

- フードデリバリーの利用頻度
- 利用したサービス
- 注文した料理
- 利用したシーン/最も多く利用したシーン
- フードデリバリーの不満点/最も不満な点
- 利用して困ったこと (自由回答抜粋)
- 改善してほしい点 (自由回答抜粋)
- フードデリバリーを利用していない理由
- フードデリバリーの利用意向
- 利用意向のある理由 (自由回答抜粋)

**▼ 食材宅配編**

- 食材宅配の利用頻度
- 利用したサービス
- 3か月以内に購入したもの/定期購入しているもの
- 利用している理由/最も重視する点
- サービスの不満点/最も不満な点
- 利用して困ったこと (自由回答抜粋)
- 改善してほしい点 (自由回答抜粋)
- 食材宅配を利用していない理由
- 食材宅配の利用意向
- 利用意向のある理由 (自由回答抜粋)
- 宅配BOXの有無

**▼ 参考資料**

- ポテンシャル・ニーズ・クラスター (PNCL) について

◆レポートのダウンロードはこちらから

<https://www.cross-m.co.jp/report/life/20240925delivery/>
**■ 調査概要**

調査手法 : インターネットリサーチ  
 調査地域 : 全国47都道府県  
 調査対象 : 20~69歳の男女

調査期間 : 2024年 : 9月6日 (金) ~9月7日 (土)  
 2022年 : 9月27日 (火) ~9月28日 (水)  
 有効回答数 : 本調査2,500サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります
**【会社概要】**

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>  
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F  
 設立 : 2003年4月1日  
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹  
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルテーション

**◆ 本件に関する報道関係からのお問い合わせ先 ◆**

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275  
 E-mail : [pr-cm@cross-m.co.jp](mailto:pr-cm@cross-m.co.jp)

«引用・転載時のクレジット表記のお願い»

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> 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」