

報道関係各位

2026年10月14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14%、20～30代の利用率は2割台 食材宅配の利用率は15%、「届くまでの温度管理」の不満が増加傾向

－ 宅配に関する調査（2026年）フードデリバリー・食材宅配編 －

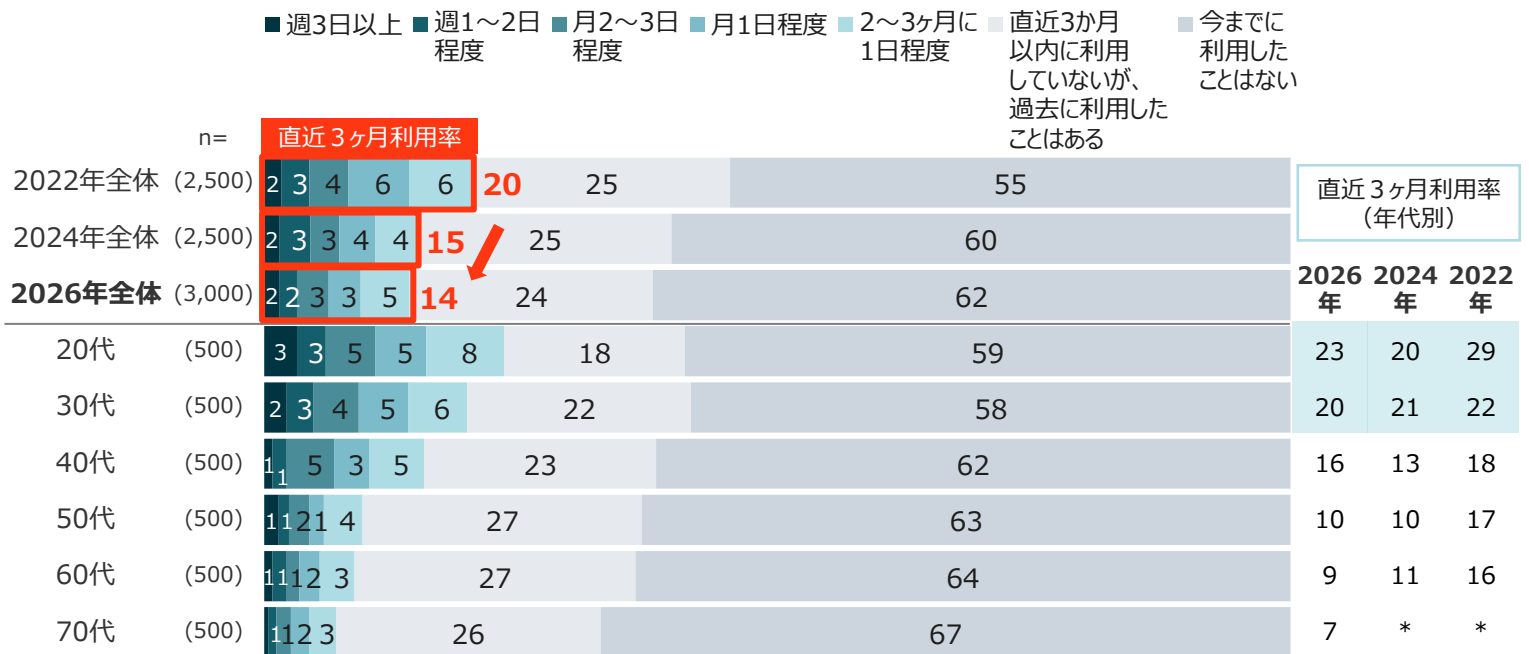
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、2026年9月、全国20～79歳の男女3,000人を対象に「宅配に関する調査（2026年）」を実施し、「宅配」に関わる利用実態や意識・行動などを全般的に聴取しました。今回は、フードデリバリー（料理宅配）と、食材宅配（食品宅配）にフォーカスをあて分析をしました。

■ 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14%と2年前と同様な結果である。年代が若いほど利用率は高まり、20代は23%、30代が20%の利用率。＜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」47%が多い。3番手にあがる「自宅に食べるものがないとき」は31%と2年前より6ptの上昇。＜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」「配達エリアが限られる」が2割台。「配送時の揺れ・衝撃などで料理が崩れている」が増加傾向にある。＜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、26%と2022年より低下傾向。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」39%と合わせて56%の意向がある。＜図4＞
- ✓ **【食材宅配の利用状況】** 直近3か月の利用率は15%と2022年から変わらない。70代の利用率はやや高め。＜図5＞ 利用する理由は「お買い物に面倒・時間がない」42%、「重たいもの・かさばるものを届けてくれる」38%、「安全・安心である」31%が上位にあがる。＜図6＞ 利用者の不満点は、「届くまでの温度管理」「配達料金がかかる／高い」「少量を頼みにくい」など。「届くまでの温度管理」は、増加傾向にある。＜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、22%と2022年よりやや低下。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」35%と合わせて64%の利用意向がある。＜図8＞

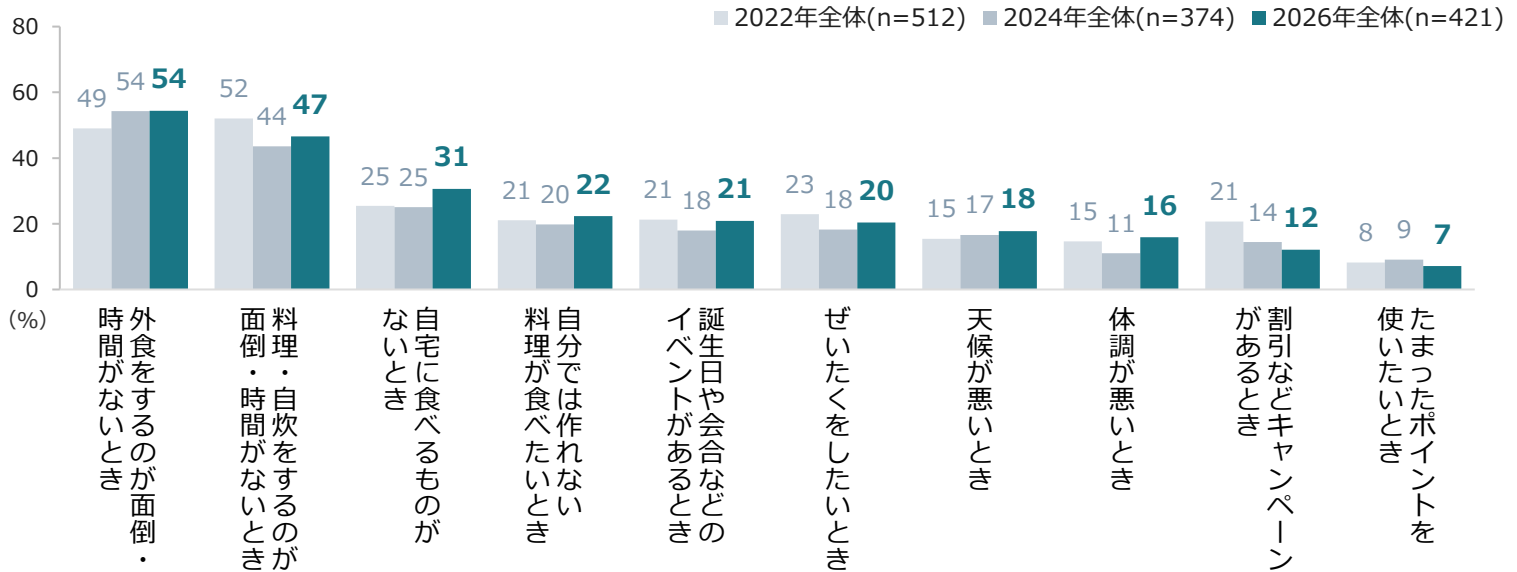
◆ 詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/20261014delivery>

＜図1＞ フードデリバリーの利用頻度（単一回答）

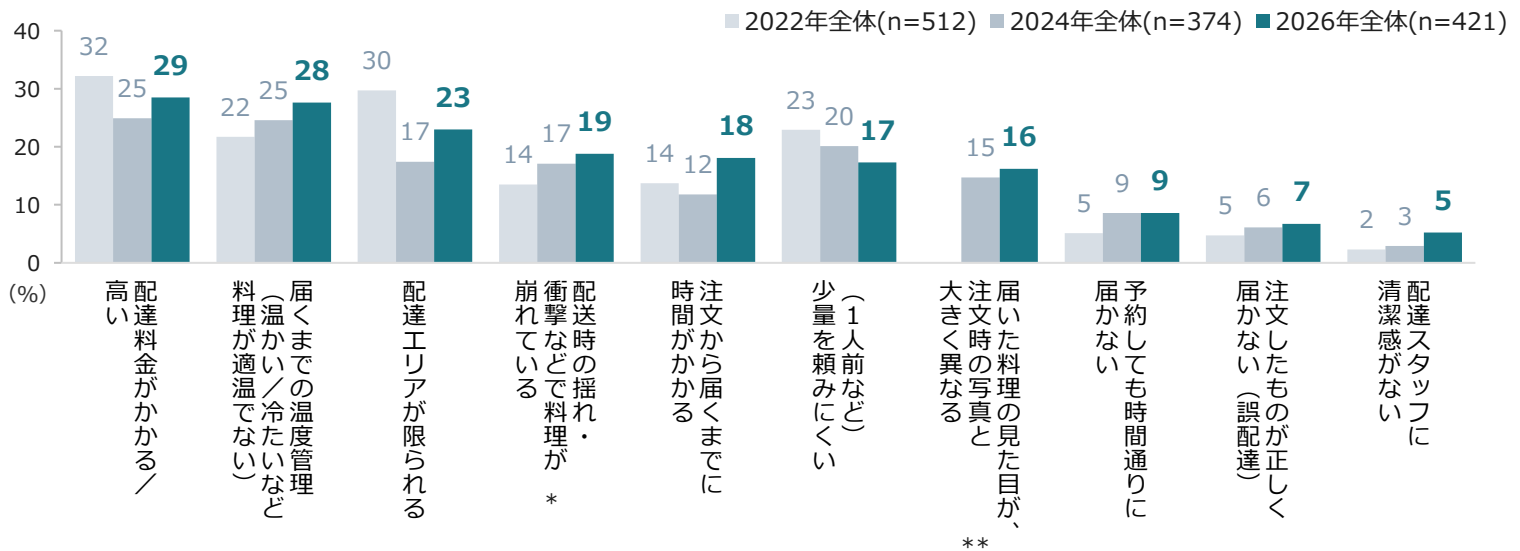


(%)

＜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



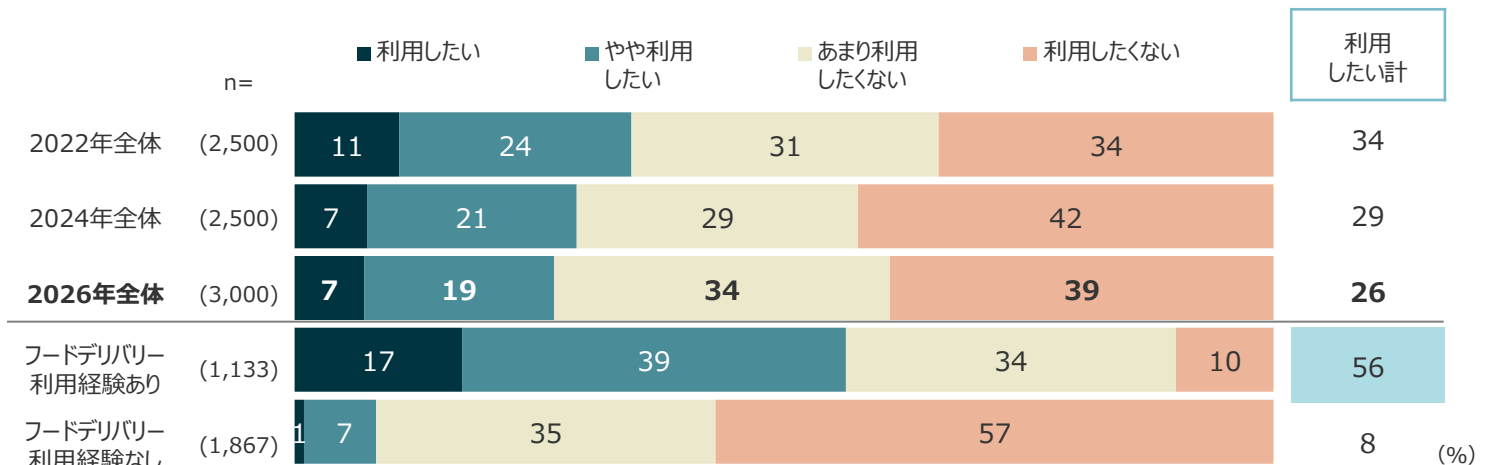
＜図3＞ フードデリバリーの不満点（複数回答） ※ベース：直近3か月以内にフードデリバリーを注文した人／上位10項目を抜粋



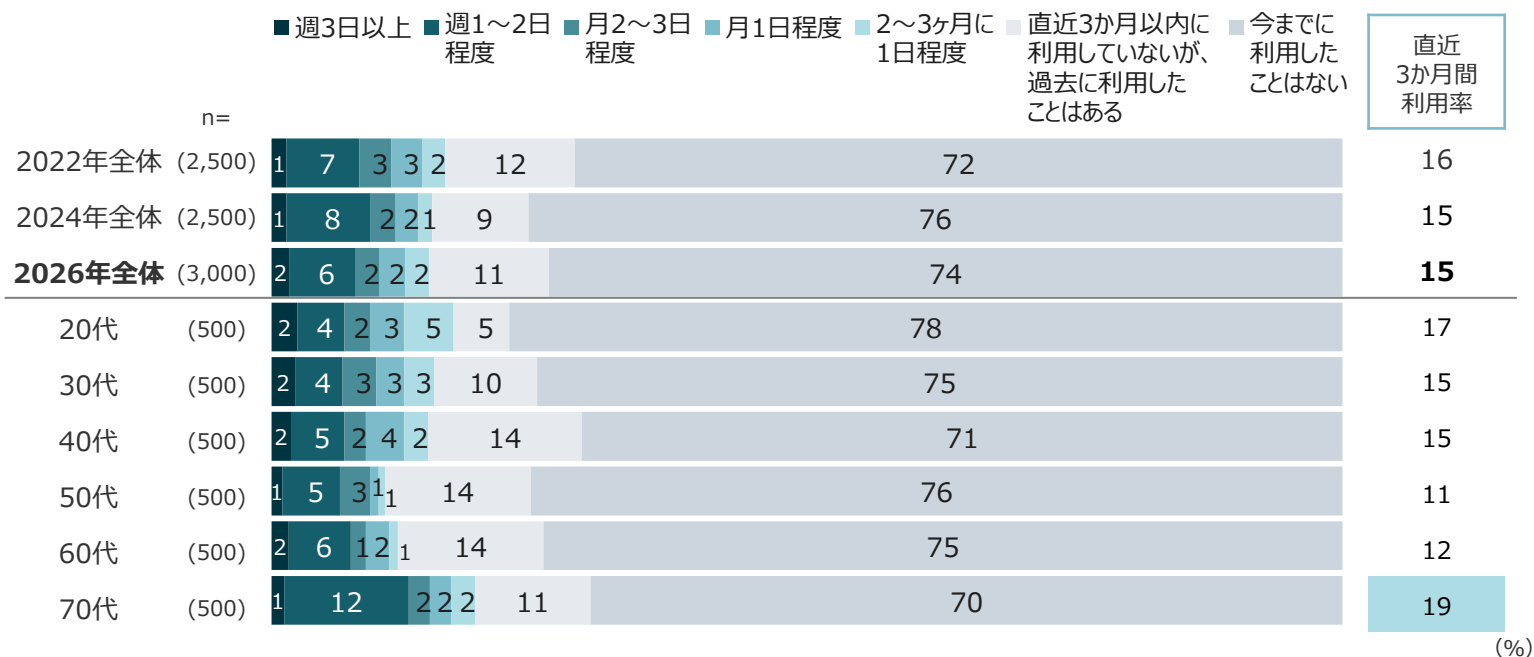
* 2022年は「届くまでの揺れ・衝撃対策管理（容器から食べ物がこぼれる）」で聴取

**2022年は非聴取

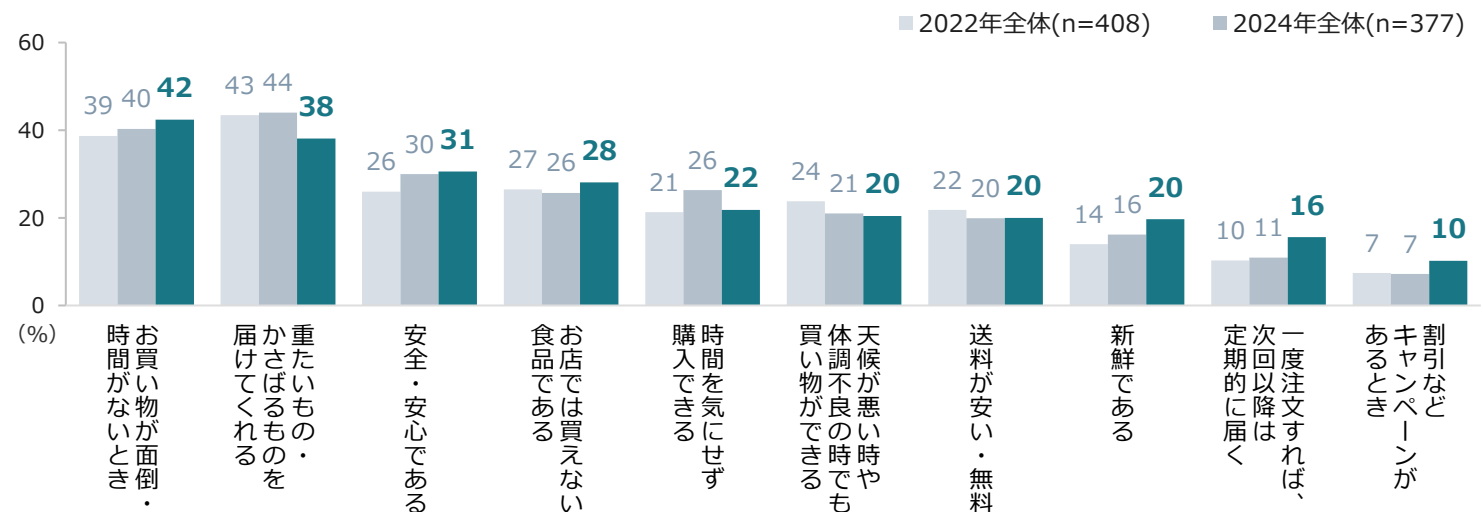
＜図4＞ 今後のフードデリバリー利用意向（単一回答）



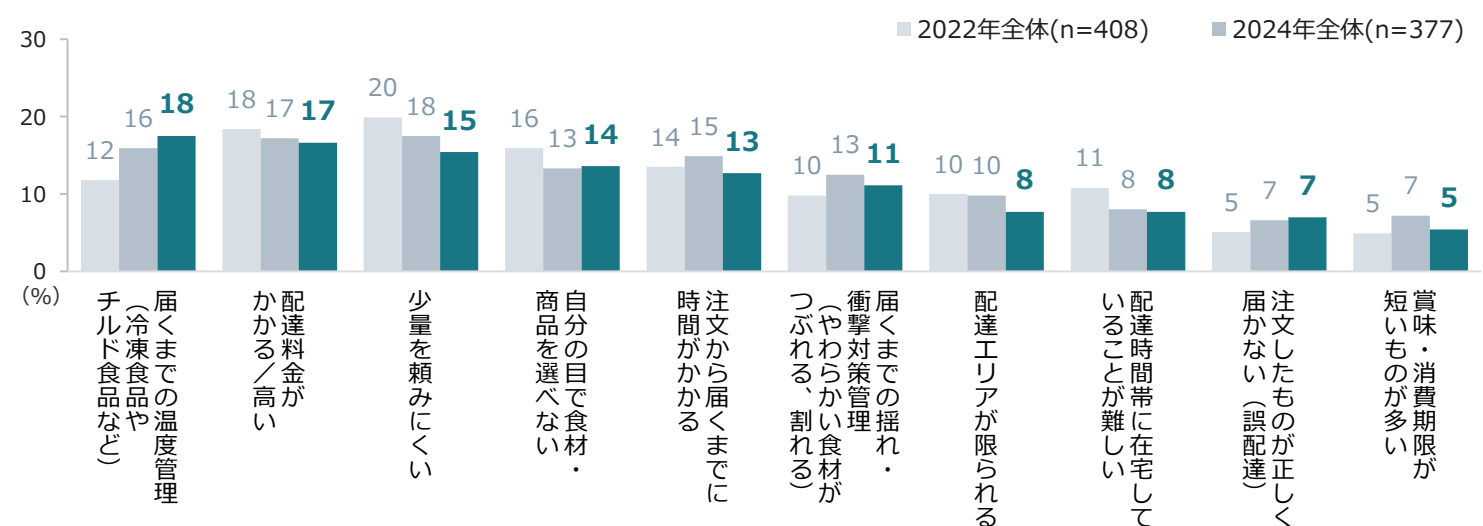
＜図5＞ 食材宅配の利用頻度（単一回答）



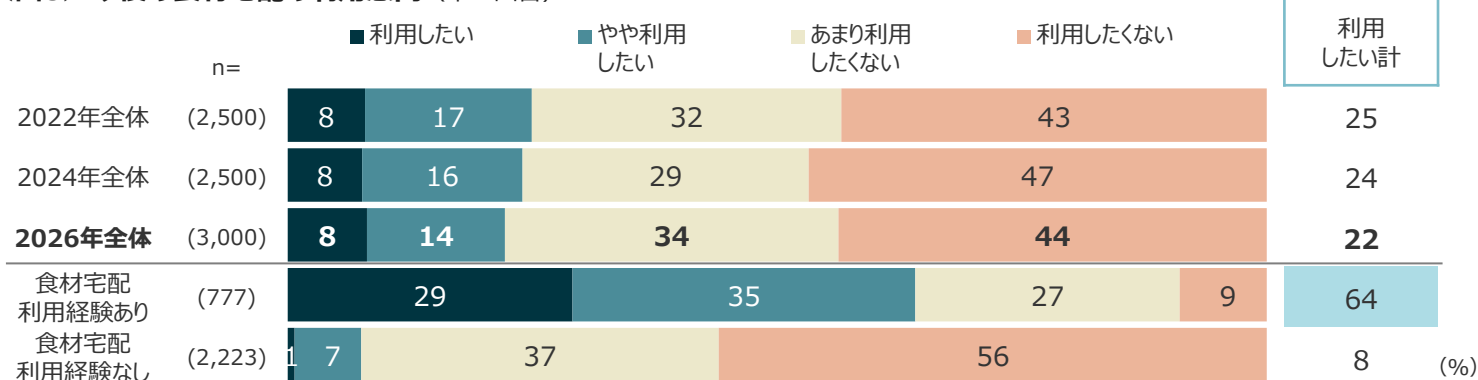
＜図6＞ 直近3か月間に食材宅配を利用している理由（複数回答） ※ベース：直近3か月以内に食材宅配を利用した人／上位10項目を抜粋



＜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/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/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/20261014delivery>

■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 : 2026年：20～79歳の男女
 2022年・2024年：20～69歳の男女

調査期間 : 2026年：9月16日（水）～17日（木）
 2024年：9月6日（金）～7日（土）
 2022年：9月27日（火）～28日（水）
 有効回答数 : 2026年：本調査3,000サンプル
 2022年・2024年：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 <https://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 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ィング

◆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

「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・・・」