

Discussion Paper Series

No. 2025-6

日本の冷凍食品市場を取り巻く環境の変化

—1990 年代を中心として—

新田隆司 (Ryuji Nitta)

2025 年 9 月



*The Society of
Education & Research
in Management*

Kyoto Sangyo University

日本の冷凍食品市場を取り巻く環境の変化

—1990 年代を中心として—

新田隆司

要旨

本稿は、1990 年代の家庭用冷凍食品市場を拡大させた背景について論じる。1990 年代の家庭用冷凍食品市場の拡大は、単なる商品開発の成果ではなく、社会構造や技術革新、小売構造の変化が複合的に作用した結果であった。まず小売の側面では、大規模量販店の普及が「まとめ買い」を促進し、冷凍食品は安売りの目玉商品として頻繁に扱われた。これにより消費者との接点は増加したが、メーカーや小規模卸には収益上の負担が生じ、価格政策を巡る摩擦が続いた。また、円高による冷凍野菜輸入の増加は低価格競争を加速させる一方で、北海道産など国産品の冷凍野菜の品質訴求が並行して進められた。さらに社会面では、共働き世帯の増加と女性の家事時間の減少が「時短」需要を高め、これを電子レンジの普及と関連技術の発展が後押しした。電子レンジのターンテーブルなど新技術は調理効率を高め、冷凍食品メーカーは「レンジでチン」で完結する多様な商品を投入した。こうした条件の下、冷凍食品は単なる時間短縮に留まらない価値を消費者にもたらし、冷凍食品は社会生活を支える商品として位置づけられていった。

キーワード：家庭用冷凍食品、電子レンジ、社会・経済構造の変化、時短の価値