

1 週間の「朝食・昼食・夕食・夜食」における、
【中食】利用率は 57%となり、2 人に 1 人が利用

-【中食】に関する調査 -

※【中食】=市販の惣菜や弁当などを自宅で食べること

URL: <http://research.rakuten.co.jp/report/20141017/>

楽天リサーチ株式会社(本社:東京都品川区、代表取締役社長:森 学)は、【中食】(市販の惣菜や弁当などを自宅で食べること)に関するインターネット調査を実施し、食生活や食ニーズについて、家族構成・年齢層などにおける差異・同質などを把握する目的で調査を行った。

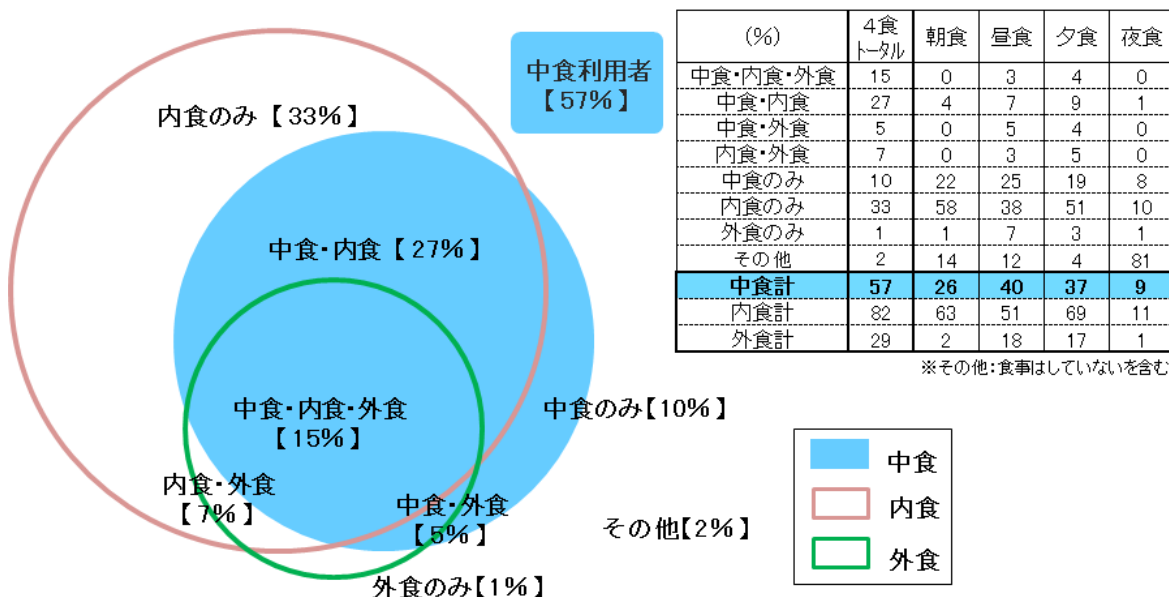
今回の調査は、9月29日から10月1日の3日間、楽天リサーチに登録しているモニター(約230万人)の中から、全国に在住する20歳~69歳の男女、計1,000人を対象に実施した。

■ □ 調査結果からの考察 □ ■

■ 今回の調査にて、20-69歳の57%(2人に1人)が1週間に【中食】(市販の惣菜や弁当)を利用していた。

また、1週間の【中食】利用者のうち、65%は「惣菜・弁当などと手料理」を利用しており、【中食】で手料理を併せての利用率が高いことがわかる。【中食】の利用は、「昼食」(40%)で最も多く、次いで「夕食」(37%)の順。利用理由としては「食事や後片付けが面倒」、次いで「食事を作る時間がない」という【簡便性】が多くの利用者から挙げられた。

◇1週間における4食の計(n=1000) 全対象者 各食:複数回答 単位:%



※本調査では、「内食」「中食」「外食」というワードを使用せず、次の選択肢で回答を得た後、集計段階で、「内食」(1)、「中食」(2-11)、「外食」(12-14)、その他(15-18)に分類した

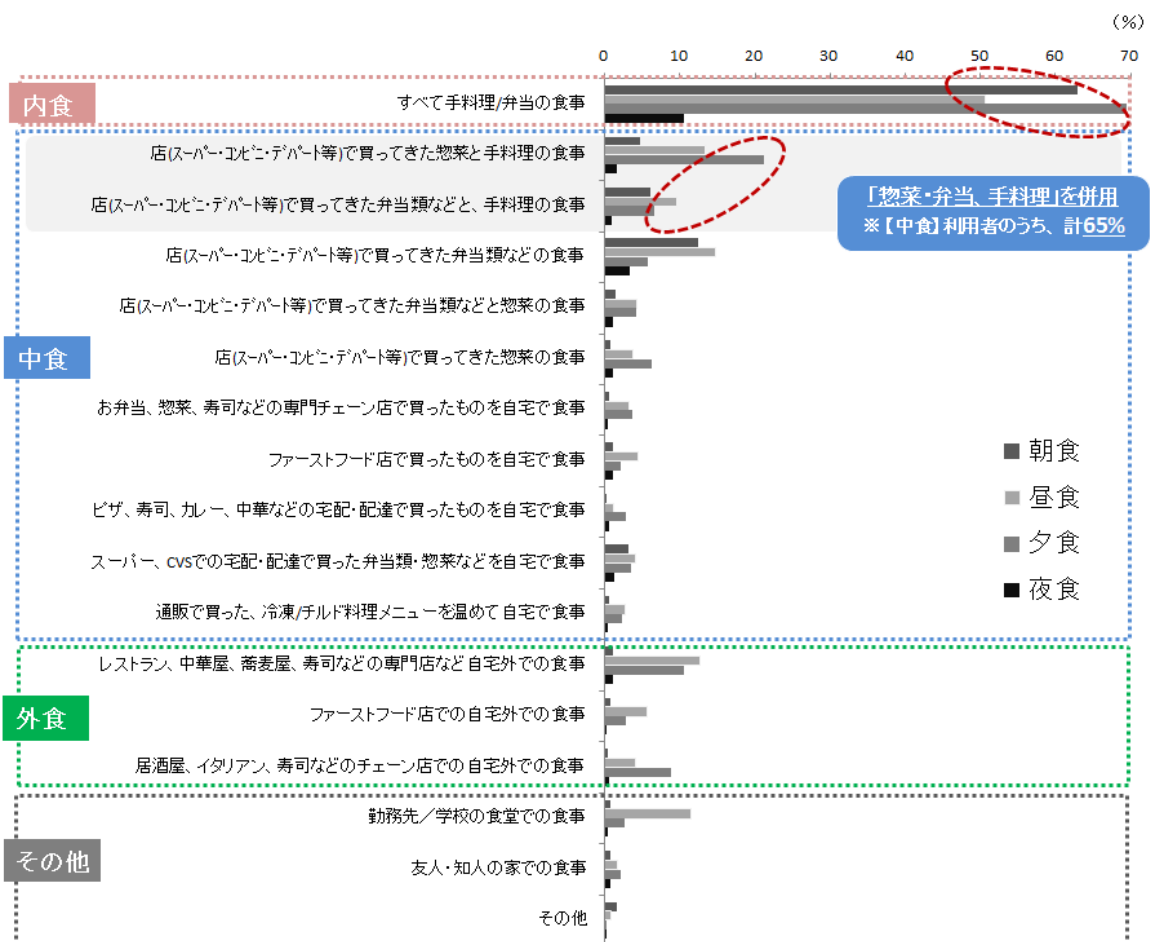
- すべて手料理の食事/すべて手作りの弁当の食事、
- スーパー、コンビニ、デパートの店で買ってきた惣菜の食事と手料理の食事
- スーパー、コンビニ、デパートの店で買ってきた弁当・おにぎり・調理済麺類・調理パンなどと、手料理の食事
- スーパー、コンビニ、デパートの店で買ってきた弁当・おにぎり・調理済麺類・調理パン類などの食事
- スーパー、コンビニ、デパートの店で買ってきた弁当・おにぎり・調理済麺類・調理パン類などと惣菜の食事
- スーパー、コンビニ、デパートの店で買ってきた惣菜の食事
- お弁当、惣菜、寿司などの専門チェーン店(ほっともっと、崎陽軒、キッチンオリジン〜で買ったものを自宅で食事
- ファーストフード店(マクドナルド、ロッテリア、吉野家、すき屋、など)で買ったものを自宅で食事
- ピザ、寿司、カレー、中華などの宅配・配達で買ったものを自宅で食事
- スーパー、コンビニでの宅配・配達で買った弁当・おにぎり・調理済麺類・調理パン類・惣菜などを自宅で食事
- 通販で買った、冷凍料理メニュー・チルド料理メニューを温めて自宅での食事
- レストラン、食堂、中華料理屋、蕎麦屋、寿司・うなぎなどの専門店など自宅外での食事
- ファーストフード店(マクドナルド、ロッテリア、吉野家、すき屋、など)での自宅外での食事
- 居酒屋、イタリアンレストラン、寿司などのチェーン店での自宅外での食事
- 勤務先/学校の食堂での食事
- 友人・知人の家での食事
- その他
- 食事はしていない

■ □ 調査結果 □ ■

■【中食】利用率(57%)は、【内食】利用者(82%)の7割

【内食】(すべて手料理/弁当の食事)の利用率(夕食:69%、朝食:63%、昼食:51%)が最も高く、「店で買ってきた惣菜と手料理の食事」(夕食:21%)の夕食で惣菜をおかずの一品として利用するという項目が次いで高く、そのほか「店で買ってきた弁当類などの食事」(昼食:15%)、「店で買ってきた惣菜と手料理の食事」(昼食:13%)などの【中食】が続く。

◇4食事別の【中食】【内食】【外食】の利用(n=1000) 全対象者 各食:複数回答 単位:%



※【惣菜・弁当、手料理を併用】は「スーパー、コンビニ、デパートの店で買ってきた惣菜と手料理の食事」+「スーパー、コンビニ、デパートの店で買ってきた弁当・おにぎり・調理済麺類・調理パン類などと、手料理の食事」の合計;
 ※【中食利用者】は朝・昼・夕・夜の4食の合計

■【中食】の利用率は、年代が若いほど高くなる傾向がみられる

【内食】の利用率は、年代が高いほど高くなる傾向がみられ、

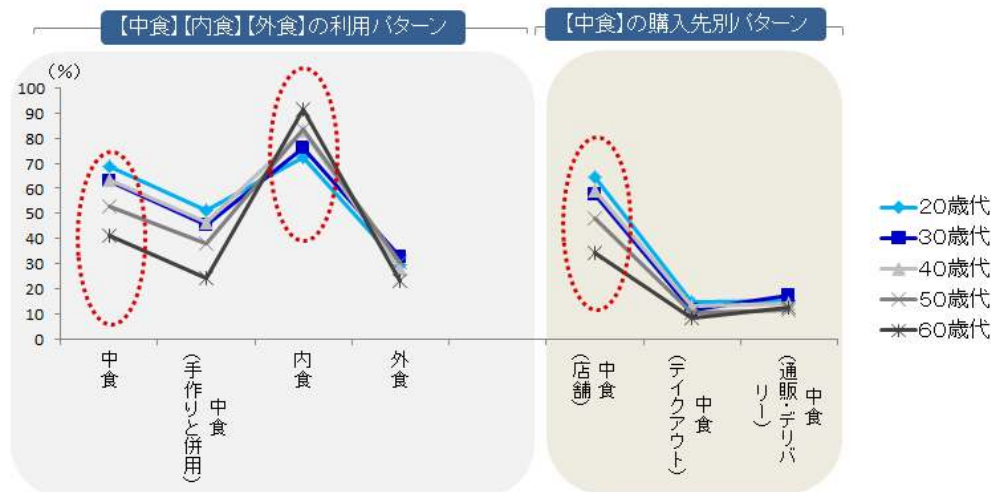
【中食】は20歳代(69%)で最も高く、60歳代(41%)で最も低く、40歳代、50歳代、60歳代と年代が高くなるにつれて【中食】よりも【内食】の利用傾向がみられる。

また、女性は男性よりも【内食】利用率がやや高く、逆に男性は女性よりも【中食】と【外食】の利用率がやや高い傾向がある。

そのほか【中食】を利用する人の中でも、弁当や惣菜などを、スーパー、コンビニエンスストア、デパートなどの店舗で購入する人の割合は年代が若いほど高くなっている。(20歳代:64%、30歳代:57%、50歳代:48%、60歳代:34%)

◇【中食】【内食】【外食】の利用パターン(n=1000) 全対象者 各食:複数回答 単位:%(左)

◇【中食】の購入先別パターン(n=572) 【中食】利用者 各食:複数回答 単位:%(右)



※【中食(店頭)】「スーパー、コンビニ、デパートの店で買ってきた惣菜の食事と手料理の食事」+「スーパー、コンビニ、デパートの店で買ってきた弁当・おにぎり・調理済麺類・調理パンなどと、手料理の食事」+「スーパー、コンビニ、デパートの店で買ってきた弁当・おにぎり・調理済麺類・調理パン類などの食事」+「スーパー、コンビニ、デパートの店で買ってきた惣菜の食事」+「スーパー、コンビニ、デパートの店で買ってきた惣菜の食事」の合計;

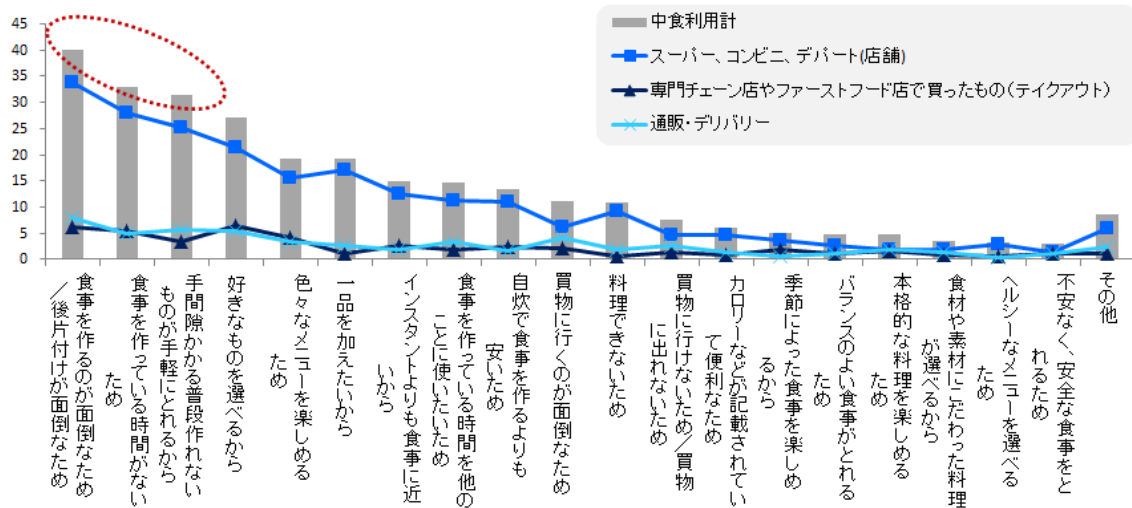
※【中食(テイクアウト)】「お弁当、惣菜、寿司などの専門チェーン店(ほっともっと、崎陽軒、キッチンオリジン、シノプフーズ、など)で買ったものを自宅で食事」+「ファーストフード店(マクドナルド、ロッテリア、吉野家、すき屋、など)で買ったものを自宅で食事」の合計;

※【中食(通販・デリバリー)】は「ピザ、寿司、カレー、中華などの宅配・配達で買ったものを自宅で食事」+「スーパー、コンビニでの宅配・配達で買った弁当・おにぎり・調理済麺類・調理パン類・惣菜などを自宅で食事」+「通販で買った、冷凍料理メニュー・チルド料理メニューを温めて自宅での食事」の合計

■【中食】を利用する主な理由のひとつは【簡便性】

【中食】利用者の利用理由をみると「食事を作るのが面倒なため/後片付けが面倒なため」(40%)、「食事を作っている時間がないため」(33%)、「手間隙かかる普段作れないものが手軽にとれるから」(31%)などの【簡便性】が挙げられた。これらに続いて「好きなものを選べるから」「色々なメニューを楽しめるため」など【嗜好性】によるものも高い回答率を得た。

◇【中食】を利用する理由 (n=572) 最近1週間の中食利用者 複数回答 単位:%



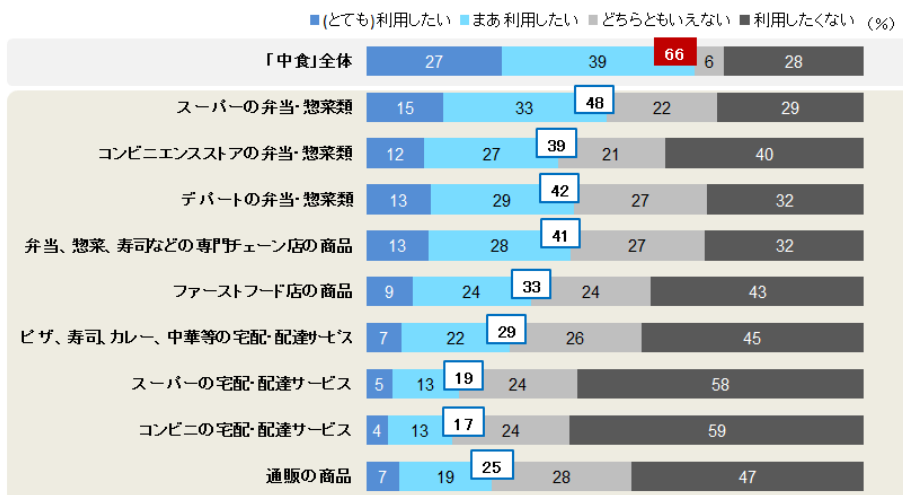
※グラフは【利用理由】の回答数順で降順ソート

■いずれかの【中食】の商品・食品に対して、利用意向をもった人は全体の 2/3

「スーパーの弁当・惣菜類」の利用意向率は48%で最も高い。次いで「デパートの弁当・惣菜類」(42%)、「弁当、惣菜、寿司などの専門チェーン店の商品」(41%)、「コンビニエンスストアの弁当・惣菜類」(39%)が僅差で続く。

標記の【中食】に対する利用意向率は、女性(69%)は男性(63%)よりも高い。また、20歳代(71%)・30歳代(73%)は、他の年代(59-65%)よりも高い利用意向率を記録。職業別ではフルタイム勤務女性の利用意向率は73%の回答が得られ、他の女性よりも相対的に高い傾向にある。

◇【中食】の今後利用意向 (n=1000) 全対象者 単一回答 単位:%

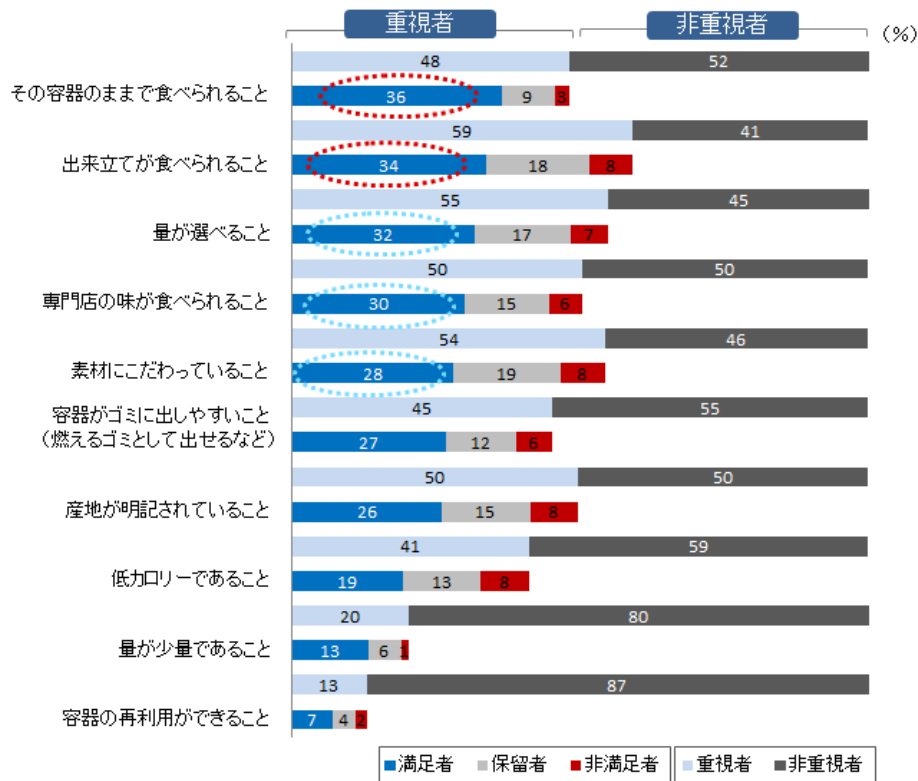


※【中食】全体： いずれかで「とても利用したい」「まあ利用したい」と回答した人の合計

■「そのままの容器で食べられること」(36%)、「出来立てが食べられること」(34%)は、
重視者かつ満足者の割合が高い

続いて、割合が高かったものとして「量が選べること」「専門店の味が食べられること」「素材にこだわっていること」は、5割以上の人が重視し、3割近くの人が満足していた。

◇【中食】の商品利用意向者の重視度・満足度 (n=659) 利用意向者 各単一回答 単位:%



※グラフは【満足者】の値で降順ソート

※【満足者】は【中食】利用意向者のうち、重視をする項目の中で「とても満足している」+「やや満足している」の合計；

※【保留者】は【中食】利用意向者のうち、重視をする項目の中で「どちらともいえない」の合計；

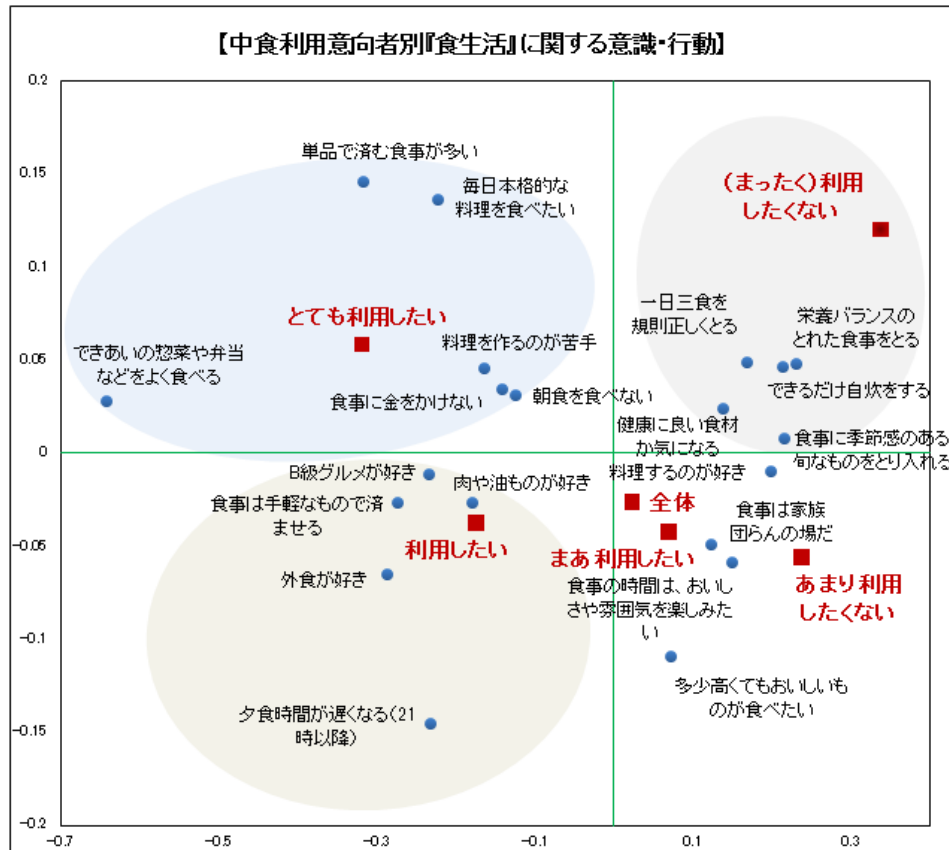
※【非満足者】は【中食】利用意向者のうち、重視する項目の中で「あまり満足していない」+「まったく満足していない」の合計；

※【非重視者】は【中食】利用意向者のうち、「あまり重視をしない」+「まったく重視しない」の合計

■『食生活』に対する意識・行動について「中食」利用意向別で差がみられ、『とても利用したい』は「食事に金をかけない」「単品で済む食事が多い」と関連が強く、食生活に対する意識が低い傾向に

「利用したい」と回答している人は「食事は手軽なもので済ませる」「肉や油ものが好き」など、対して「(まったく)利用したくない」の回答者は「栄養バランスのとれた食事をとる」「一日三食を規則正しくとる」などの【健康面】との関連が強い。

◇「中食」利用意向別『食生活』に関する意識・行動 (n=1000) 全対象者 各単一回答 単位:%



※【中食利用意向者】と『食生活』に関する意識・行動項目との相関分析をした。

【調査概要】

調査エリア : 全国

調査対象者 : 20歳～69歳の男女

回収サンプル数: 1000サンプル

割付: 割付け回収をおこなった後、人口推計の構成比にてウェイトバック集計を行った

調査期間 : 2014年9月29日(月)～30日(火)

調査実施機関 : 楽天リサーチ株式会社

以上

【お問い合わせ先】

楽天リサーチ株式会社 マーケティング企画部

Email: pm-rsch-clama@mail.rakuten.com