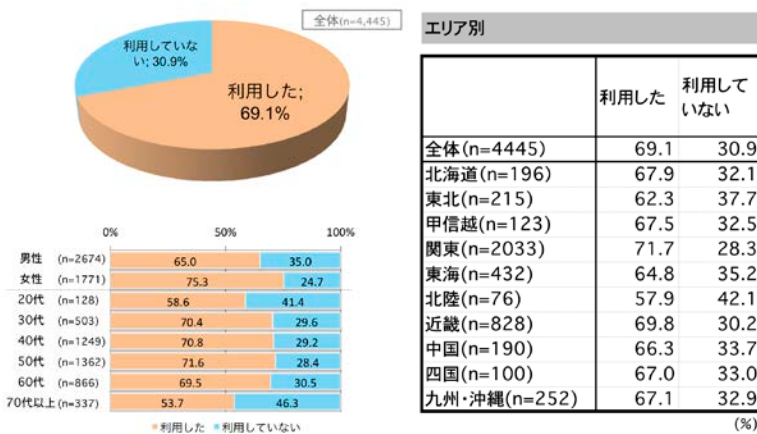


食生活に彩りや変化を添える「中食」を女性の75%が利用

～利用シーンに応じて、スーパー・コンビニ・デパ地下・デリバリーを使い分け～

国内1,200社超が利用する日用品流通の情報基盤を運営する株式会社プラネット(所在地:東京都港区、代表取締役社長:田上正勝)は、日用品にまつわるトピックスをお届けする『Fromプラネット』の第50号として中食(なかしょく)に関する意識調査の結果をご紹介します。

■ 1年以内の「中食(なかしょく)」利用者…男性では65%、女性では75%に



	利用した (%)	利用していない (%)
全体 (n=4445)	69.1	30.9
北海道 (n=196)	67.9	32.1
東北 (n=215)	62.3	37.7
甲信越 (n=123)	67.5	32.5
関東 (n=2033)	71.7	28.3
東海 (n=432)	64.8	35.2
北陸 (n=76)	57.9	42.1
近畿 (n=828)	69.8	30.2
中国 (n=190)	66.3	33.7
四国 (n=100)	67.0	33.0
九州・沖縄 (n=252)	67.1	32.9

スーパー、コンビニや専門店の惣菜、弁当にデリバリー(出前)…こうした調理済みの食品を自宅や職場で食べることを、「外食」に対して、「中食(なかしょく)」と言います。今回は、中食についてアンケートを行い、どんなときに利用するか、また商品を選ぶ際に重視することなどをまとめました。

初めに、ここ1年で中食を利用したかどうかを聞きました。すると、「利用した」が69.1%、「利用していない」が30.9%で、利用者は約7割に上りました。すべて手料理が当たり前だった時代を思うと、中食が食生活に定着していることがわかります。

男女別に見ると、男性では65.0%、女性では75.3%で、女性のほうが10%高くなっていました。年代別では、30代から50代では7割を超え、仕事でも家庭でも時間に追われがちな現役世代を中心に、便利に活用されている様子が見えました。

さらにエリア別に見ると、「利用した」の1位は「関東」71.7%、2位「近畿」69.8%。一方、「利用していない」が多かったのは、「北陸」42.1%、「東北」37.7%でした。中食の利用者は都市部に多いことがうかがえます。都市部のほうがより忙しく、中食を利用する機会が多いこと、また、デパートやコンビニ、専門店など、中食を扱う店や商品の種類が充実して利用しやすい状況にあることなどが考えられます。

■ 中食は「食事を作れない時」「プラス1品追加したい時」など“時短”にも重宝

次に、どのようなときに中食を利用するかを聞きました。最も高かったのが「昼食」71.6%、次いで「夕食」59.9%となりました。簡単に済ますことの多い「昼食」で、最も利用されることがわかります。

男女別に見ると、「昼食」「夕食」では大きな差は見られませんが、3位の「食事を作れない時」では、男性20.7%に対し女性は40.1%と、約20%差。4位「プラス1品追加したい時」、5位「自分では作れない料理」の項目でも、女性の数値が男性より10%以上高くなっていました。女性は、その時々で食事を作れない場合や、手料理では足りない献立を補う目的で利用するケースが、男性に比べて多いことがうかがえます。忙しい現代の女性にとって、中食は“時短”にも役立てられていると想像できます。男性と女性とでは、中食の利用シーンに違いがありそうです。

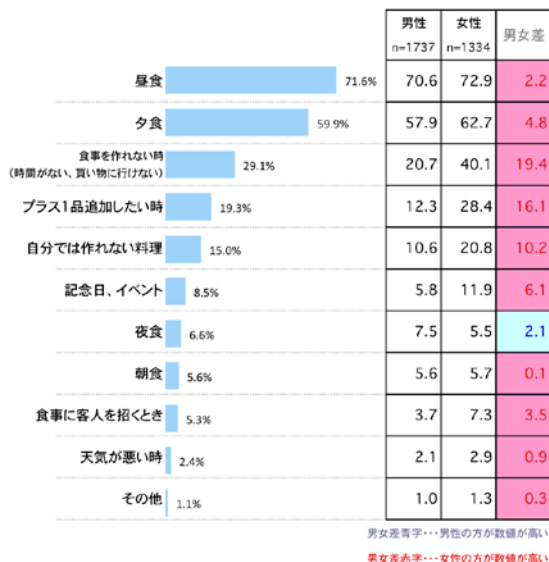


表2 「どのような時に中食を利用しますか」についての回答

■ よく利用するのはスーパー、朝食・昼食にはコンビニ、イベント時はデリバリー

利用タイミング	n	%						
		弁当・惣菜	コンビニエンスストアの惣菜(オリジナル弁当など)	スーパーの弁当・惣菜	デパートの食品売り場の弁当・惣菜	デリバリー(出前)	飲食店のテイクアウト(大戸屋、牛丼チェーン、餃子の王将など)	その他
朝食	(n=173)	63.0	11.0	51.4	9.8	0.6	6.4	1.7
昼食	(n=2199)	63.7	37.2	62.0	17.1	10.2	15.5	1.1
夕食	(n=1841)	39.3	36.2	78.1	32.8	17.5	19.7	0.5
夜食	(n=204)	55.4	26.5	67.6	16.7	9.8	9.8	1.5
プラス1品追加したい時	(n=593)	21.9	16.2	86.0	37.6	1.3	5.6	0.2
自分では作れない料理	(n=461)	20.2	22.3	61.6	50.8	23.0	15.4	1.3
記念日、イベント	(n=260)	10.0	12.7	34.6	48.5	51.5	16.2	3.1
食事を作れない時(時間がない、買い物に行けない)	(n=895)	42.3	37.5	72.1	25.5	24.1	22.3	0.7
食事に客人を招くとき	(n=162)	9.9	17.3	28.4	39.5	65.4	17.9	1.9
天気が悪い時	(n=75)	48.0	25.3	30.7	8.0	52.0	20.0	1.3

20~40%未満 40~60%未満 60%以上

表3 「中食を利用するそれぞれのタイミングで、どのような中食を利用していますか」 についての回答

今回は、どんな中食を利用しているかを、利用のタイミング別に調べました。

多くのタイミングについて、「スーパーの弁当・惣菜」の数値が高く、日常的に利用されていることがわかります。中でも「プラス1品追加したい時」「食事を作れない時」の2項目で特に高く、手料理を補うものとして利用されていると考えられます。

一方、「朝食」「昼食」では、手軽な「コンビニエンスストアの弁当・惣菜」が「スーパーの～」よりも高く、6割を超えていました。

「記念日、イベント」では、「デリバリー(出前)」が最も高く51.5%、これに「デパートの食品売り場の弁当・惣菜」48.5%が続いています。「食事に客人を招くとき」は、「デリバリー(出前)」が65.4%と断トツ1位でした。デリバリーやデパートの惣菜は、来客時など、特別な機会に利用する人が多いようです。

このように、便利なコンビニ弁当から、手頃なスーパーの惣菜、特別感のあるデリバリーまで、利用シーンに応じて使い分けられている様子が浮かび上がりました。

■ デリバリー注文は“店に電話”が7割超…若年層で広がるネットやアプリ注文

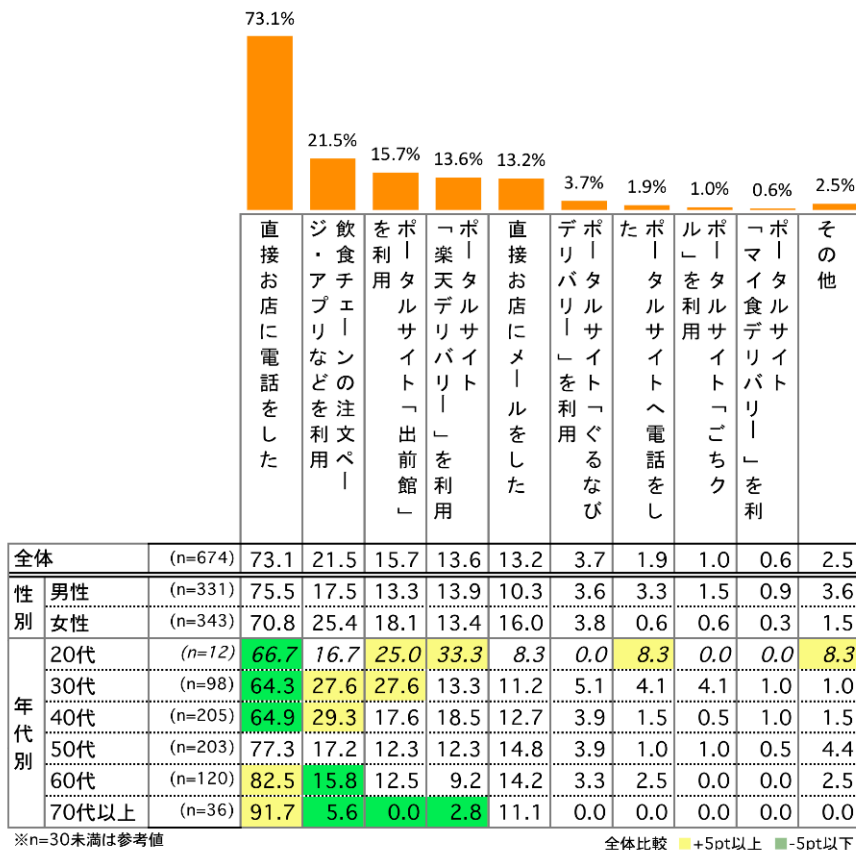


表4 「デリバリー(出前)の注文方法を教えてください」 についての回答

前の調査で、「記念日、イベント」や「食事に客人を招くとき」などのタイミングで利用者が多かった「デリバリー(出前)」。電話以外にインターネットやアプリから注文することもできますが、実際にどんな方法で注文しているかを聞いてみました。

1位は「直接お店に電話をした」の73.1%。2位の「飲食チェーンの注文ページ・アプリなどを利用」の21.5%を大きく引き離しました。

年代別に見ると、「直接お店に電話をした」は60代で82.5%、70代以上で91.7%と、中高年齢層で特に高くなっていました。一方、「飲食チェーンの注文ページ・アプリなどを利用」は、30代、40代が他の年代に比べて高く、ネットやアプリを通じた注文方法は、若い世代で利用が広がりがうかがえます。

とはいえ、「直接お店に電話をした」の数値は若年層でも6割超。注文方法の選択肢は増えても、従来どおり、電話で注文している人が多いことがわかりました。

■ デリバリー利用経験は「ピザ」が最も、「今後注文してみたいもの」は多様

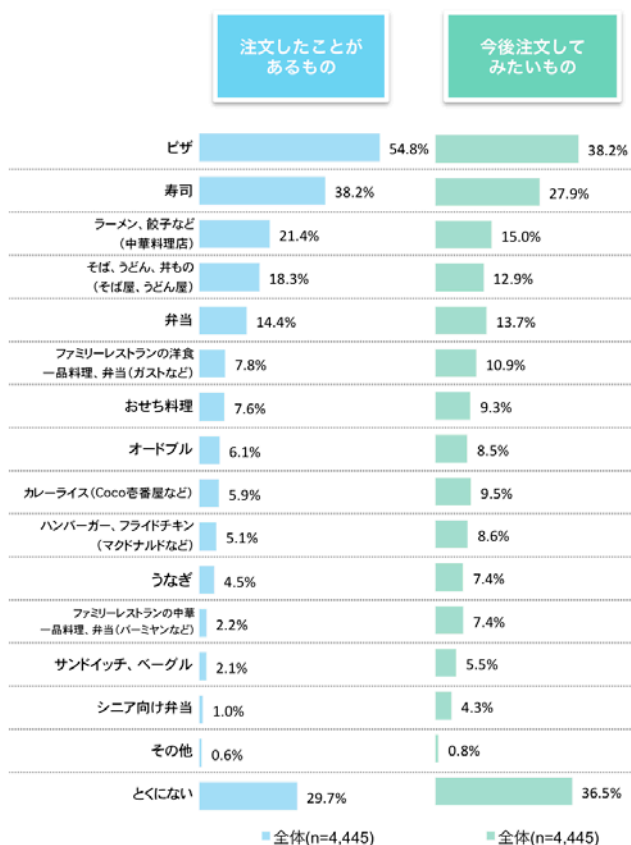


表5 「デリバリー(出前)で注文したことがあるもの、
今後注文してみたいものを教えてください」についての回答

さらに、デリバリー(出前)について、どんなものを利用したことがあるかと、今後利用してみたいものを聞いてみました。

「注文したことがあるもの」の1位は「ピザ」54.8%、2位「寿司」38.2%、3位「ラーメン、餃子など」21.4%という結果になりました。この3項目の順位は「今後注文してみたいもの」でも変わらず、不動の人気と言えそうです。

一方、6位に入った「ファミリーレストランの洋食」は、「注文したことがあるもの」では7.8%ですが、「今後注文してみたいもの」では10.9%に上昇。以下、「おせち料理」「オードブル」「カレーライス」などの項目でも同様に、「今後注文してみたい」の数値が「注文したことがある」を上回りました。「興味はあるが、まだ利用したことはない」「今後は注文してみたい」といった心理がのぞいて見えますね。かつて“出前”と言えばラーメンや丼ものが定番というイメージがありました。最近、ファミリーレストラン・専門店のメニューからファストフードまで、多様化しています。今後、利用の幅が広がっていく可能性がありそうです。

■ 女性の要求は厳しい！ 「価格」とともに「味」「見た目」「栄養バランス」も

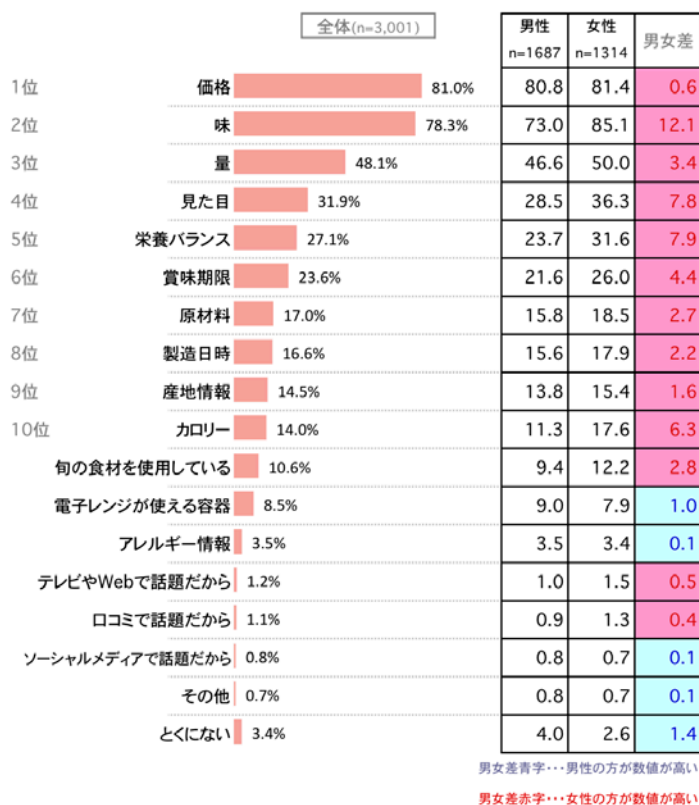


表6 「商品を選ぶ際、気にしていることはありますか」
についての回答

今回は、持ち帰りやテイクアウトを利用する際に重視することは何かを調べました。

1位が「価格」81.0%、2位が「味」78.3%となり、いずれも約8割の人が選択。しかし男女別に見ると、男性は「価格」80.8%、「味」73.0%と、「味」より「価格」を重視。一方、女性は1位「味」85.1%、2位「価格」81.4%で、「価格」より「味」を重視していました。「味」については、女性の数値が男性を12.1%も上回り、女性にとって、「価格」はもちろん、「味」が大事なことがわかります。さらに、以下の大半の項目で女性の数値が男性を上回りました。女性が厳しい目で持ち帰り・テイクアウト商品を吟味し、選んでいることがうかがえます。中でも「見た目」「栄養バランス」「カロリー」の項目では、男女差が6%以上ありました。女性が求めているのは、おいしくて値段も手頃、見た目がきれいで栄養バランスがよく、ローカロリーなもの…食に対する要求の高さがわかりますね。

一方、「テレビやWebで話題だから」「ソーシャルメディアで話題だから」などの項目は1%前後と低く、10位以下にとどまりました。何をしてもネットやマスメディアの情報が欠かせない時代。しかし中食については、そうした評判はあまり重視されていないようです。外食と違って、気軽に自分で試してみやすいのかもしれませんが。

■ スーパーでは“半額シール”を狙い、デパ地下の中食で“プチぜいたく”

《 中食にまつわるエピソードやお気に入りの一品 》

【 “半額” “値引き”など、閉店前のタイムセールを狙い目…スーパー】

- スーパーの遅い時間は値引きされているので、半額になるまで待ってから購入する。(女性・50代)
- 半額シールが貼ってあると買いたくなる。(男性・50代)
- スーパーのコロケは自分で作るより手軽で食べやすい。(女性・30代)
- 揚げ物が苦手なので、どうしてもスーパーの惣菜コーナーで購入してしまう。(女性・30代)

【おいしさと進化に驚き…コンビニ】

- コンビニのお弁当やパスタ類がおいしい。企業努力しているなあと感心。(女性・50代)
- コンビニのめん類の進化がすごい。値段を考えれば、外に食べにいかなくても十分と思わせる。(男性・50代)
- 主人と2人だけなので、遊んできた休日の夕食はコンビニのおでんが最高。自分では出せないだしの味や、バラエティー豊かな具がとてもおいしい！ 2人でお酒も進みます。(女性・60代)

【 “自分では作れない”彩りのよさやリッチ感が魅力…デパ地下】

- デパートのサラダは自分ではできない味付けや食材が使われているので、つい買ってしまふ。(女性・40代)
- デパ地下のお惣菜は給料で余裕ができた時に購入。プチぜいたく気分になれます。(女性・40代)
- デパ地下で購入したものを自分が作ったものと一緒に出して、自分が作ったように見せかけることがある。大勢集まる時のオードブルに重宝。(女性・40代)

【 “〇〇限定”のうたい文句につられて…】

- 「京野菜」「信州〇〇」など具体的かつ限定された産地キーワードに魅かれます。(男性・60代)
- デリバリーで「〇円以上で送料無料」などと書いてあると、その金額までつい頼んでしまいます。(女性・30代)
- 「季節限定」とか「一日何食限定」とか、とにかく“限定”という言葉に弱い。(女性・60代)

【こんな時に重宝しています】

- 多品目サラダ（30品目など）は自分で材料をそろえるのが難しいので、買ってしまいます。(女性・50代)
- 仕事で遅くなると、メインは作っても副菜に手をかける時間がないということもある。夕食ができるまでの時間つなぎ&保険として買った「鶏竜田」がすごく好評で、定番おかず認定。(女性・40代)
- 見た目のよさと、家では出せない味にテーブルが華やぐ。家族が喜ぶので1品あると助かります。(女性・30代)

最後に、中食について、お気に入りの一品や利用シーンなどを自由回答で教えてもらいました。

目立ったのが、「スーパー」「コンビニ」「デパ地下」というキーワード。「スーパー」では、「半額になるまで待ってから購入」など、閉店前のタイムセール時に買うというコメントが多数。「コンビニ」については、その最近のおいしさや種類の充実ぶりに感嘆の声。「デパ地下」の中食には、自分では作れない、華やかさやリッチ感に魅力を感じている人が多いようです。

寄せられたエピソードからは、自分で作るには手間や時間がかかりそうなもの、コストパフォーマンスがよくお得感のあるものを、うまく食生活に取り入れている様子がうかがえました。種類も豊富に、よりおいしく進化している中食を、食卓に彩りや変化を添えるものとして、上手に活用していきたいものです。

株式会社プラネットとは

メーカー、卸売業、小売業がサプライチェーンとして連携し、生活者へのサービス向上を目指して進化を続ける日本の消費財流通を、情報インフラ運営で支えている上場企業(証券コード2391)です。URL: <http://www.planet-van.co.jp>

From プラネットとは

株式会社プラネットが発信しているニュースレターです。日用品に関する、旬なトピックスや意外な利用シーンなどをご紹介します。

本件に関するお問い合わせ先

(感想や取り上げてもらいたいテーマなどもお寄せください)

株式会社プラネット 経営本部 経営企画部(小中、角田)

Tel : 03-6432-0482 / E-mail : keiei@planet-van.co.jp