

サラリーマン、OLの昼食事情に 関するマーケティングデータ

～実態 編～

朝日大学マーケティング研究所

- 調査手法 : WEBリサーチ
- 調査期間 : 2016年1月22日(月)～1月27日(水)
- 調査対象 : 首都圏在住の20歳～59歳
- 有効回答 : 423名

【内訳】

男性	20代	51名	女性	20代	54名
	30代	56名		30代	55名
	40代	54名		40代	51名
	50代	54名		50代	50名

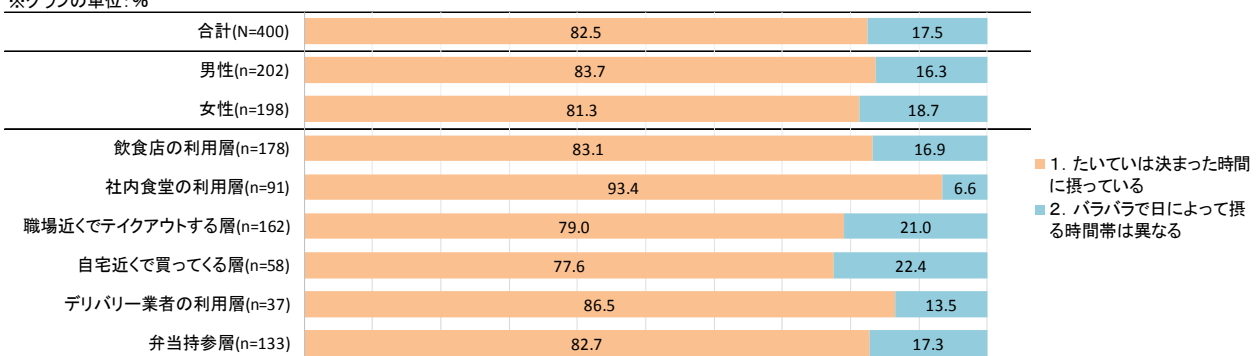
合計	215名	210名
----	------	------

2. 勤務中に摂る昼食の時間について

- 決まった時間に昼食を摂る層が8割以上(82.5%)であった。
そのなかで、昼食の形式別に「職場近く」「自宅近く」でテイクアウトする層の昼食時間が相対的に不安定であった。
- 多くが12時台に昼食を摂るなかで、自宅近くで買ってくる層は「正午より前」の割合(1.7%)が少なく、「13時以降」の割合(31.0%)が高かった。仕事がひと段落してから摂るケースが多いためか、昼食時間は相対的に遅い。
- 勤務中に摂る昼食の平均喫食時間は23.6分であり、男性(21.8分)より女性(25.4分)のほうが、約4分長い。
- 昼食の形式別にみると、「飲食店の利用層」(27.4分)が最も長く、「弁当持参層」(21.8分)が最も短かった。「弁当持参層」は、経済面だけでなく時間面でも、効率性を得ている。

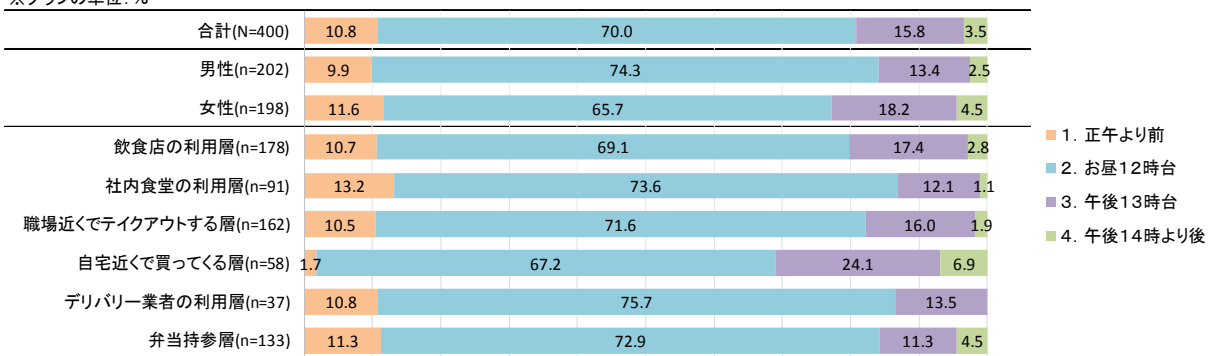
Q. 勤務中に昼食を摂る時間帯は決まっていますか。(SA) ※N=勤務中に昼食を摂る層

※グラフの単位: %



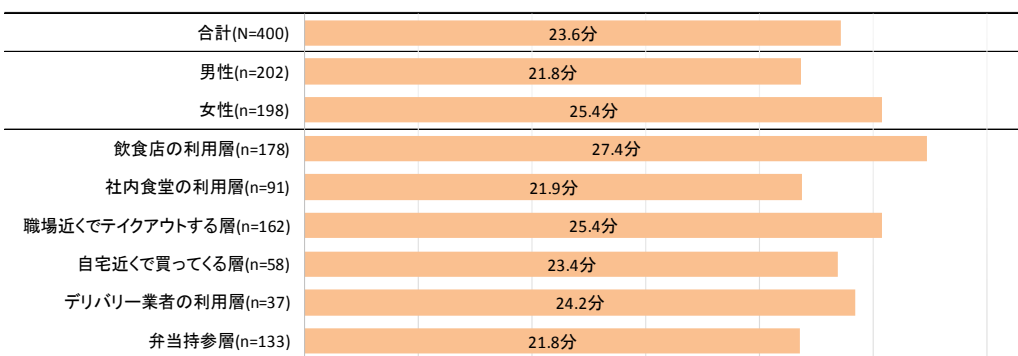
Q. 勤務中に昼食を摂る際、何時ころから食べ始めますか。最もあてはまる時間を選んでください。(SA) ※N=勤務中に昼食を摂る層

※グラフの単位: %



Q. 勤務中に昼食を摂る際、平均的にどれくらいの時間をかけますか。(SA) ※N=勤務中に昼食を摂る層

平均喫食時間(分)



※平均喫食時間は以下の換算値で加重平均値を計算

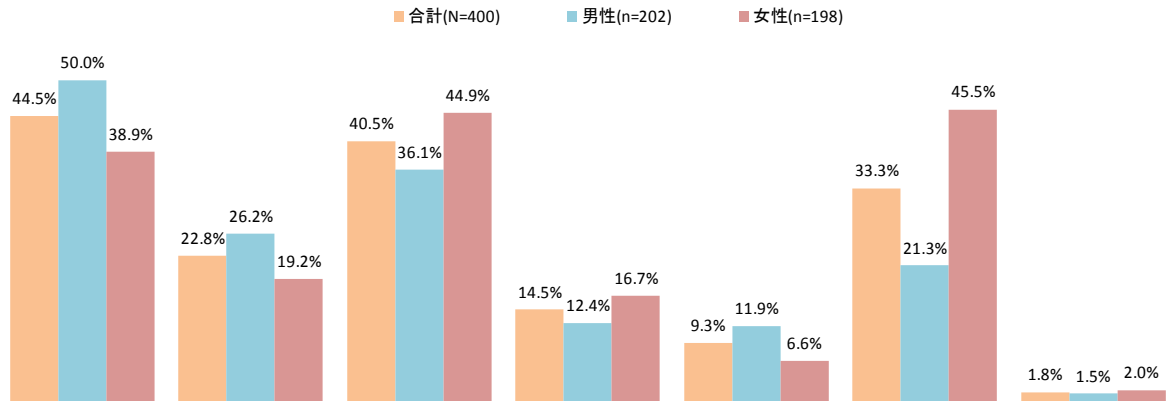
10分未満=5、10分~15分未満=12.5、15分~20分未満=17.5、20分~30分未満=25、30分~40分未満=35、40分~50分未満=45、50分~60分未満=55、60分以上=70

3. 勤務中に摂る昼食の形式について

- 性別を問わず、「飲食店の利用」(44.5%)、「職場近くの店でのテイクアウト」(40.5%)が多かった。「飲食店の利用」は、男性では30代~40代、女性では40代、で割合が5割以上と特に高かった。
- 女性は「弁当持参」(45.5%)も多い。男性の「弁当持参」(21.3%)に比べて、2倍以上の割合であった。一方、男性は「社内食堂の利用」が相対的に多かった。
- 女性は年代によって、昼食形式に特徴がみられた。
 - ・20代~30代・・・「職場近くの店でのテイクアウト」「弁当持参」→ 飲食店ではない場所で摂る傾向
 - ・40代・・・「飲食店の利用」「職場近くの店でのテイクアウト」→ 外の店舗を利用する傾向
 - ・50代・・・「飲食店の利用」「弁当持参」→ 店派と弁当派に分かれる傾向

Q. 勤務中に昼食を摂る際、どの形式が多いですか。(MA) ※N=勤務中に昼食を摂る層

※グラフの単位: %



	1. 飲食店を利用する	2. 社内食堂を利用する	3. 職場近くのお店で、弁当や総菜、インスタント食品などをテイクアウトする	4. 自宅近くのお店で、弁当や総菜、インスタント食品などをあらかじめ買って持参する	5. 弁当や総菜のデリバリーや宅配業者を利用する	6. 自宅で作った弁当や総菜を持参する	7. その他
合計(N=400)	44.5%	22.8%	40.5%	14.5%	9.3%	33.3%	1.8%
男性(n=202)	50.0%	26.2%	36.1%	12.4%	11.9%	21.3%	1.5%
女性(n=198)	38.9%	19.2%	44.9%	16.7%	6.6%	45.5%	2.0%
男20代(n=47)	44.7%	29.8%	34.0%	12.8%	8.5%	17.0%	2.1%
男30代(n=54)	59.3%	22.2%	38.9%	13.0%	22.2%	24.1%	0.0%
男40代(n=49)	61.2%	22.4%	34.7%	14.3%	6.1%	18.4%	0.0%
男50代(n=52)	34.6%	30.8%	36.5%	9.6%	9.6%	25.0%	3.8%
女20代(n=50)	24.0%	28.0%	44.0%	10.0%	4.0%	46.0%	4.0%
女30代(n=53)	35.8%	13.2%	43.4%	22.6%	3.8%	37.7%	1.9%
女40代(n=48)	52.1%	20.8%	52.1%	18.8%	8.3%	39.6%	0.0%
女50代(n=47)	44.7%	14.9%	40.4%	14.9%	10.6%	59.6%	2.1%

※赤字は各属性における割合のTOP2

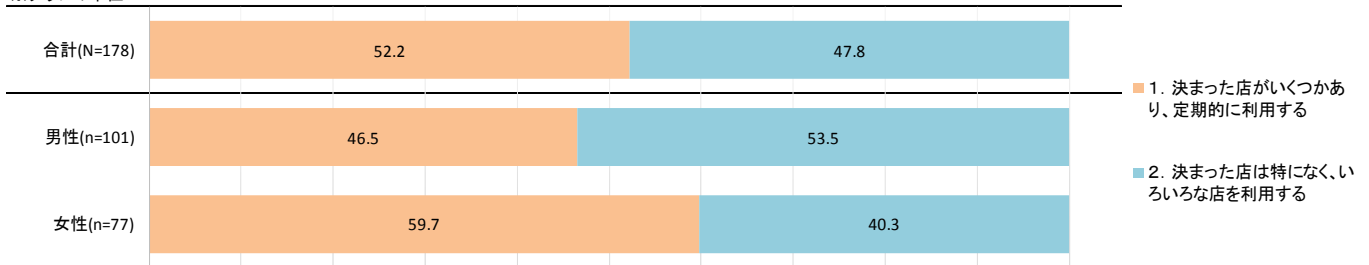
※「その他」の具体的な内容・・・ 教員なので学校で給食(男24歳) / 職場の売店で弁当を買う(男50歳) / 給食(女21歳) / 提供される(女34歳) / まかない(女50歳)

4. 勤務中に昼食を摂る際の状況について

- 勤務中に摂る昼食の際に、飲食店を利用する層のほぼ半数(47.8%)が、「決まった店は特になく、いろいろな店を利用する」とした。
- 性別によって飲食店の選び方は異なり、男性は「いろいろな店を利用する」が多く、女性は「いくつかの店を定期的に利用する」が多かった。昼食時のリピーター顧客になりやすいのは、女性である。
- 昼食の際に摂る有料の飲食物では、「コーヒー・紅茶」(64.8%)が最も多く、甘いものでは、「デザート(ケーキやフルーツなど)」(36.0%)よりも「コンビニなどの店で買う菓子や乳製品など」(46.0%)のほうが割合は高かった。

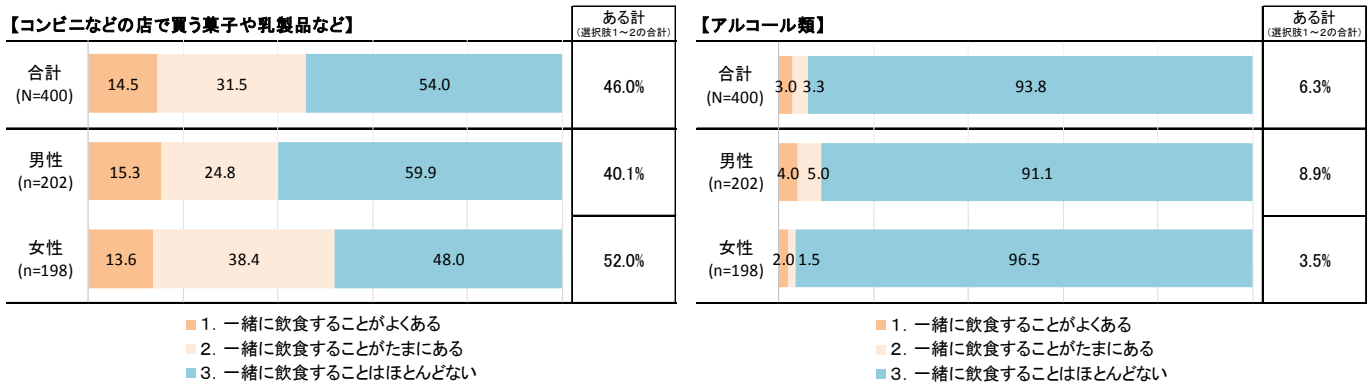
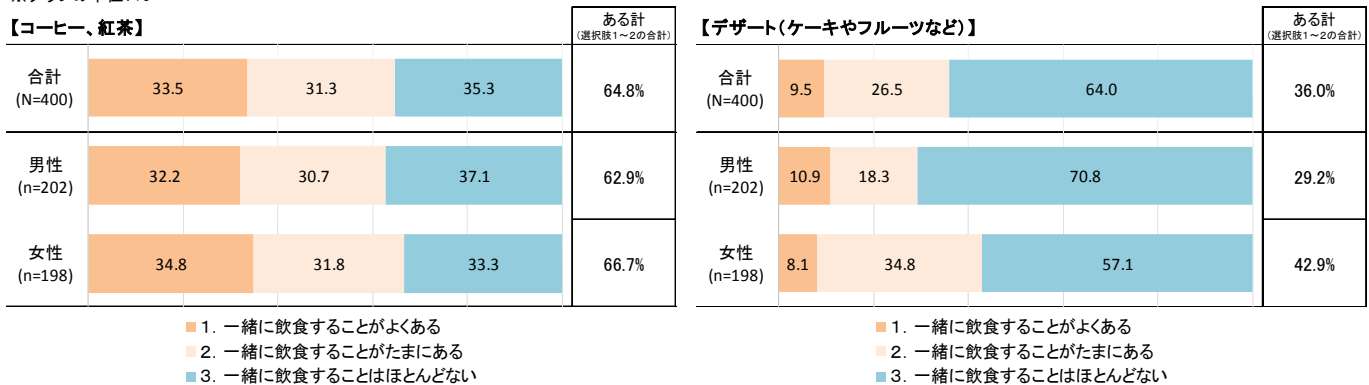
Q. 勤務中に昼食を摂る際、利用する飲食店は決まっていますか。(SA) ※N=勤務中の昼食を飲食店で摂る層

※グラフの単位: %



Q. 以下の有料の飲食物について、勤務中に昼食を摂る際に、その前後または最中にどのくらいの頻度で一緒に飲食しますか。(各SA) ※N=勤務中に昼食を摂る層

※グラフの単位: %



※四捨五入のため、グラフ上の値との合計値が僅かに一致しない場合あり

● 約2割が、仕事や節約のために勤務中に昼食を摂らないことがあるとした

勤務中の昼食を毎日摂るとしたのは80.5%であり、残りの約2割は「摂らないこともある」とした。その主な理由は「仕事が忙しく、食事の時間が取れない」であり、仕事の流れを切りたくないために、昼食を抜いてしまうケースは少なくない。また、男性を中心に「昼食代を削るなど、お金を節約したい」との理由も多かった。「ダイエット、食事制限など、お金を節約したい」は、上記に次ぐ、3番目の理由であった。

昼食を摂らないことは、食生活のサイクルを乱し、体調管理や健康維持に影響を及ぼしかねないが、それでも仕事や節約を優先して、昼食を犠牲にするサラリーマン、OLが一定数はいる。

勤務中に昼食を摂らないことがある層は、飲食店の利用層、職場または自宅の近くの店からのテイクアウト層で相対的に多く見られ、逆に、社内食堂の利用層、弁当持参層では少なかった。このように昼食を社外の店に頼る層に、摂らない層が多く見られることから、買いに出る手間、店がランチを扱う時間、などの制約も、結果的に昼食が摂れなくなってしまうひとつの理由として、考えられる。

● 女性は年代によって、昼食の形式が分かれる

昼食の形式として、「飲食店の利用」「職場近くの店でのテイクアウト」の割合が全体的に高かった。男性は年代を問わず、この2つの形式をよく活用しており、これに「社内食堂の利用」も加わる。

一方、女性では「弁当持参」の割合が男性の2倍以上であり、有力な形式のひとつである。ただし、3つの形式の活用の割合は年代によって明確に分かれる。

20代～30代では、「テイクアウト」「弁当持参」の割合が高く、「飲食店」はあまり利用していない。店ではない場所で昼食を摂る傾向が強い。40代では、「飲食店」「テイクアウト」がよく利用されている。女性のなかでは、店に頼る傾向が最も強い。50代では、「飲食店」「弁当持参」の割合が高かった。

おしゃべりを楽しみたい、栄養を補給したい、節約したいなど、勤務中の昼食に対する価値観は様々である。男性に比べて女性は年代によってそれが分かれやすいためか、昼食の形式に違いが見られた。女性については、メニューはもちろん、年代ごとの価値観にあった適切な昼食環境を提供していくことも大切な視点である。

● 男性はいろいろな店を利用、女性は特定の店を利用

全体的には、勤務中に摂る昼食の際に、飲食店を利用する層のほぼ半数が「決まった店は特になく、いろいろなお店を利用する」とした。その割合は性別によって異なり、女性(40.3%)より男性(53.5%)のほうが高かった。営業の出先など、いろいろな場所で昼食を摂らざるを得ないこともあるが、男性は女性に比べて店選びが浮動的である。特定の店に対する固執が少ない。

一方、女性は約6割が「決まった店がいくつかあり、定期的に利用する」としており、いくつかの気に入った店を習慣的に使う傾向が強い。上記で述べたように、メニューだけでなく、環境も重要な選択基準であるが、価値観にマッチすれば女性は定期的に足を運んでくれる。

昼食時にリピーターとして獲得しやすいのは女性である。

トピックスリサーチ

サラリーマン、OLの昼食事情に関するマーケティングデータ
～実態 編～

発行日 2016年 2月 1日

発行・調査分析 朝日大学 マーケティング研究所

〒501-0296

岐阜県瑞穂市穂積1851

TEL : 058-326-1173

お問い合わせ marketing@alice.asahi-u.ac.jp