



'19 外食に関する調査

- ◆ 女性が外食に求めるのは、“作れないメニュー”や“専門店の味”
- ◆ 女性の50%以上が、「衣がサクサク」な揚げ物に魅力

2019年12月20日

日清オイリオグループ株式会社

中央研究所 生活科学研究課

【目的】

日本フードサービス協会によると、外食市場規模は平成元年より横ばい傾向にあるものの、2018年度は26兆円となっており、客単価は前年比+1.5%、売上は前年比+2.3%と上昇傾向にあります。また、中食※1市場は2018年に初めて10兆円規模となり、今後もますます拡大していくと考えられます。そこで、日清オイリオグループ(株)生活科学研究課では、中食・外食に関する定点調査を開始しました。

本レポートは、「外食に関する調査」として、外食利用に対する意識、外食利用時の揚げ物に対する意識について、分析結果をまとめました。

【調査概要】

調査日 : 2019年8月2日～12日

調査手法 : web調査

調査対象 : 首都圏(1都3県)、近畿圏(2府4県)に居住する20～70代の男女

《スクリーニング調査※2》

サンプル数 : 10000サンプル

	20代	30代	40代	50代	60代	70代
男性	696	844	1086	853	823	689
女性	675	810	1040	819	856	808

《本調査(月1回以上外食をする人を対象)》

サンプル数 : 2000サンプル

	20代	30代	40代	50代	60代	70代
男性	136	171	220	184	171	132
女性	141	169	206	155	162	153

※1 中食:家庭外で商業的に調理・加工されたものを購入して持ち帰り、店舗以外の場所で食べること。

※2 回収した調査対象者の年齢構成を、人口構成比で補正する統計処理(ウエイトバック)を適用。

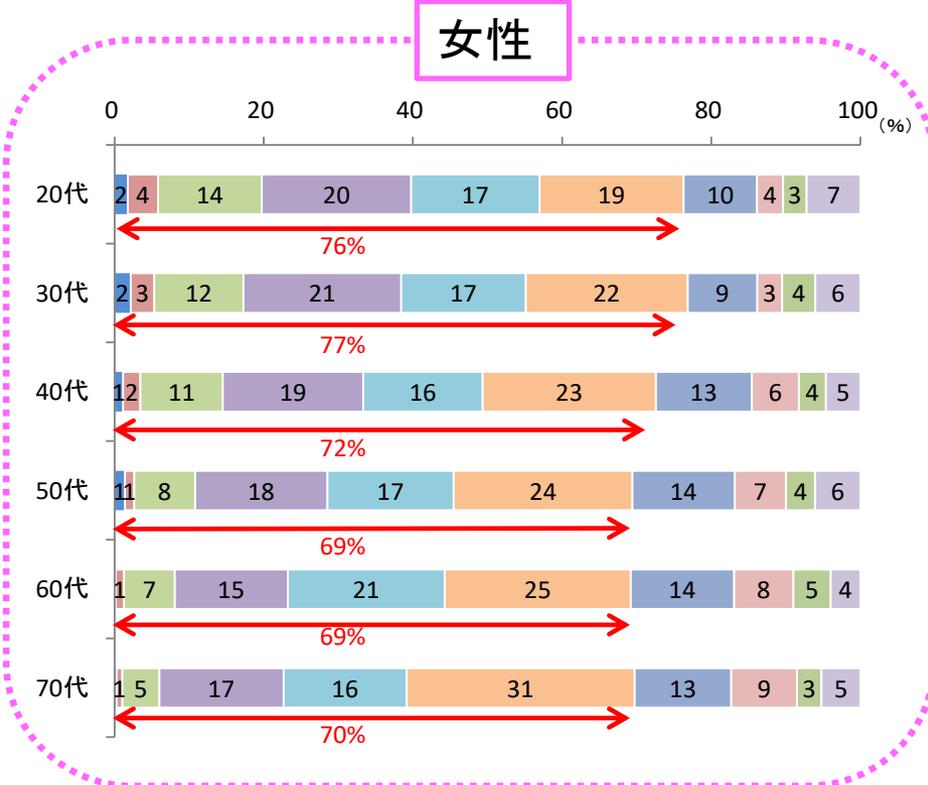
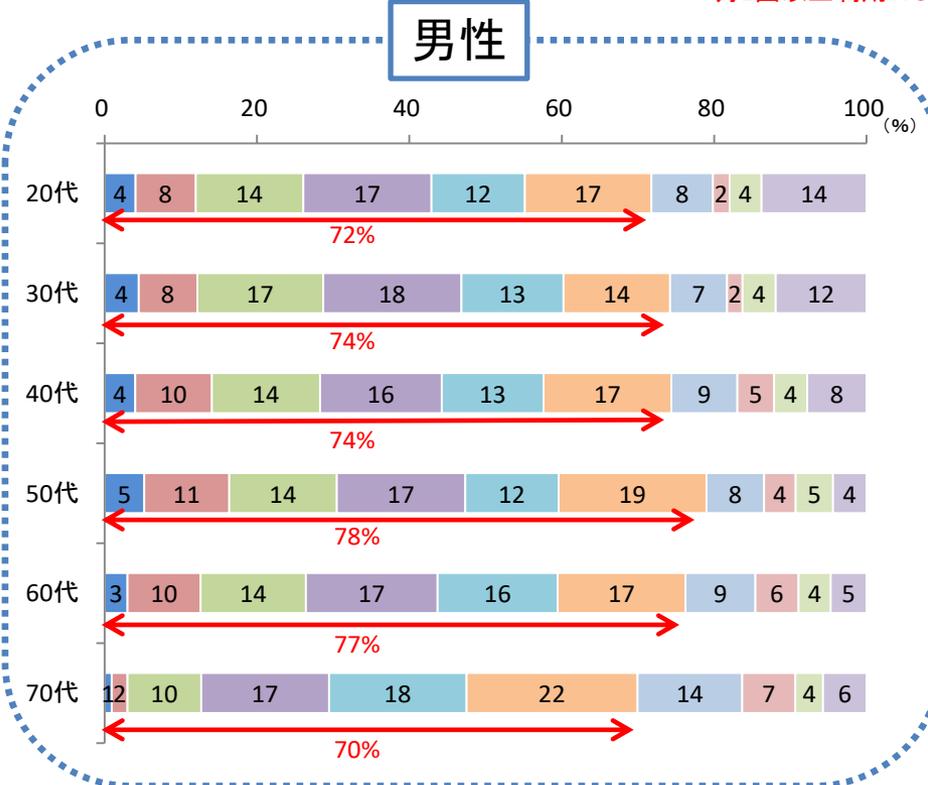
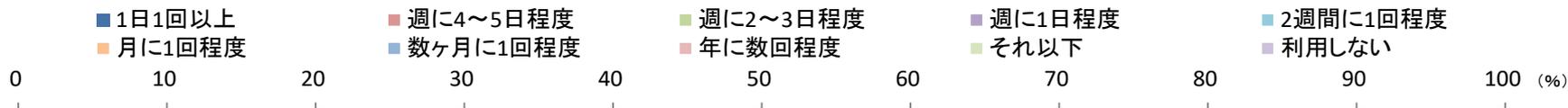
調査結果のポイント

- ①最も外食するのは、男性が50代、女性が30代
- ②【ファミリーレストラン】を月1回以上利用する割合は、男性は女性の約2倍
- ③【回転すし店】は【ファミリーレストラン】同様、家族で楽しむ場所
- ④年代があがるほど、昼食に【ファミリーレストラン】を利用
- ⑤【定食店】での揚げ物喫食率、男性約27%、女性約28%
- ⑥女性が外食に求めるのは、“作れないメニュー”や“専門店の味”
- ⑦女性の50%以上が、「衣がサクサク」な揚げ物に魅力
- ⑧女性は外食の揚げ物にも健康意識
- ⑨外食の揚げ物メニューは「おいしい」印象

①最も外食するのは、男性が50代、女性が30代

Q1. 外食の頻度はどのくらいですか？

スクリーニング調査結果より

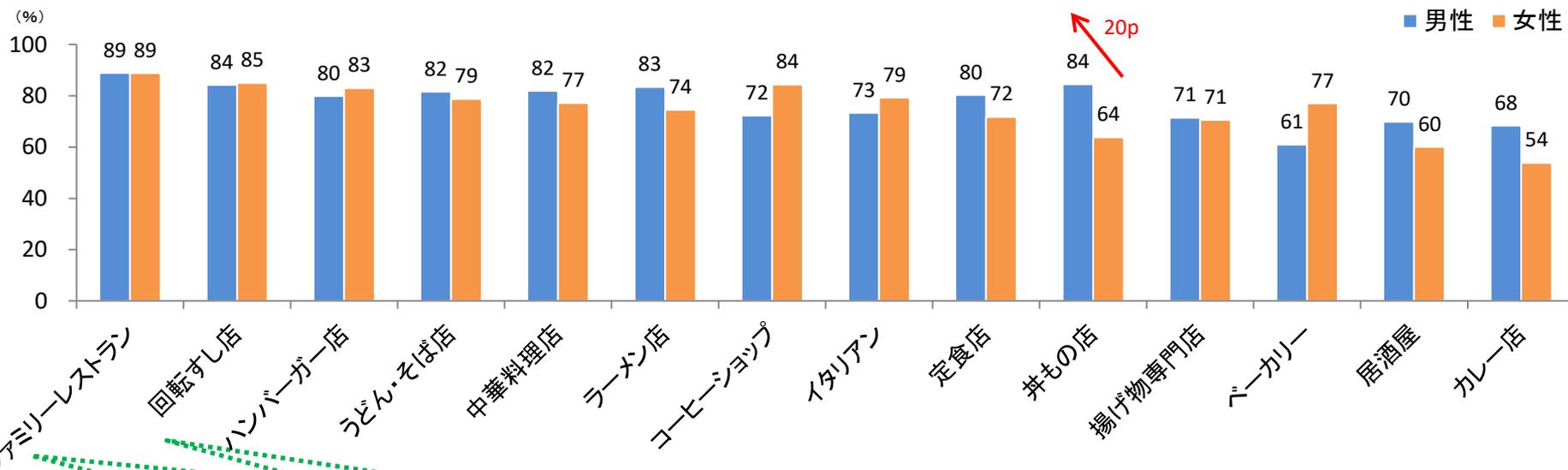


✓ 外食を月1回以上※利用する人は、男性では50代が78%、女性では30代が77%で最も高くなりました。
 ✓ 外食を「利用しない」割合は、男性20代が14%で最も高くなりました。

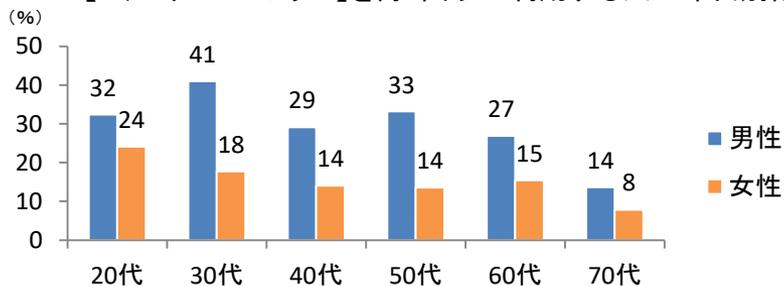
※「1日1回以上」「週に4~5回程度」「週に2~3回程度」「週に1日程度」「2週間に1回程度」「月に1回程度」の合計

②【ファミリーレストラン】を月1回以上利用する割合は、男性は女性の約2倍

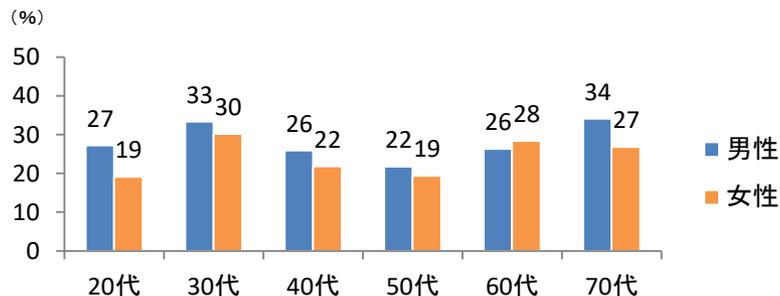
Q2. 年に1回以上外食をする場所はどこですか？（複数回答）



*【ファミリーレストラン】を月1回以上利用する人の年代別割合



*【回転すし店】を月1回以上利用する人の年代別割合



- ✓ 上位6業態については、男女で差がありませんでしたが、【丼もの店】では男性が84%となり、女性を大きく上回りました。
- ✓ 【ファミリーレストラン】を月1回以上利用する割合は、どの年代も女性より男性の方が高く、20代以外は約2倍の差がありました。また、【回転すし店】を月1回以上利用する割合は、20代の男女で8ポイントの差がありました。

③【回転すし店】は【ファミリーレストラン】同様、家族で楽しむ場所

Q3. 下記のお店で外食するのはなぜですか？また、誰と行きますか？（複数回答）

【上位3項目/利用率上位4業態】

		ファミリーレストラン (n=1776)		回転すし店 (n=1692)		ハンバーガー店 (n=1628)		うどん・そば店 (n=1603)	
		男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
理由	1位	家族と一緒に楽しめるから 23%	家族と一緒に楽しめるから 30%	家族と一緒に楽しめるから 25%	家族と一緒に楽しめるから 33%	手早く食事を済ませることができるから 28%	手早く食事を済ませることができるから 30%	手早く食事を済ませることができるから 31%	手早く食事を済ませることができるから 32%
	2位	メニューが豊富だから 22%	友人・知人と一緒に楽しめるから 22%	自分好みのメニューがあるから 22%	手早く食事を済ませることができるから 18%	自分好みのメニューがあるから 19%	家族と一緒に楽しめるから 19%	自分好みのメニューがあるから 19%	家族と一緒に楽しめるから 19%
	3位	手早く食事を済ませることができるから 19%	メニューが豊富だから 22%	手早く食事を済ませることができるから 21%	自分好みのメニューがあるから 17%	家族と一緒に楽しめるから 14%	提供されるまでの時間が早いから 16%	家族と一緒に楽しめるから 13%	提供されるまでの時間が早いから 16%
誰と	1位	自分ひとり 41%	家族 48%	家族 43%	家族 57%	自分ひとり 63%	自分ひとり 43%	自分ひとり 64%	家族 44%
	2位	家族 37%	配偶者・パートナー 35%	配偶者・パートナー 36%	配偶者・パートナー 39%	配偶者・パートナー 26%	家族 41%	配偶者・パートナー 26%	配偶者・パートナー 38%
	3位	配偶者・パートナー 34%	友人・知人 34%	自分ひとり 35%	自分ひとり 16%	家族 26%	配偶者・パートナー 31%	家族 21%	自分ひとり 28%

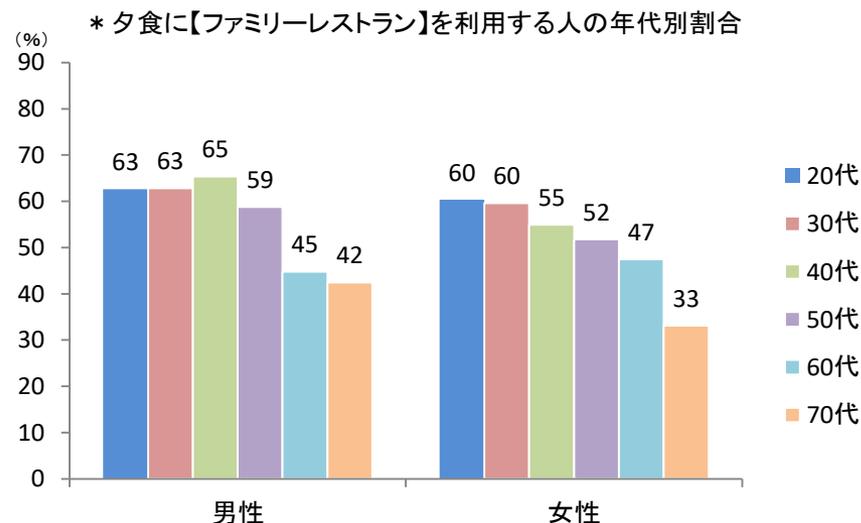
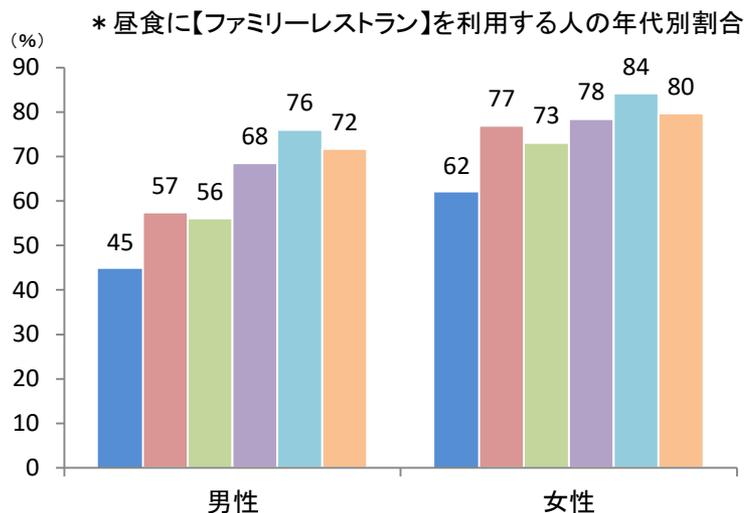
- ✓ “理由”は、どの業態も「家族と一緒に楽しめるから」「手早く食事を済ませることができるから」が上位に挙がりました。また、女性は【ファミリーレストラン】で唯一「知人・友人と一緒に楽しめるから」が上位に挙がりました。
- ✓ “誰と”では、どの業態でも40%以上の女性が「家族」を選択しており、男性より高い割合となりました。

④年代があがるほど、昼食に【ファミリーレストラン】を利用

Q4. 下記のお店で外食するのはいつですか？（複数回答）

【上位3項目/利用率上位4業態】

	ファミリーレストラン (n=1776)		回転すし店 (n=1692)		ハンバーガー店 (n=1628)		うどん・そば店 (n=1603)	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
1位	昼食 62%	昼食 75%	夕食 67%	夕食 64%	昼食 72%	昼食 84%	昼食 78%	昼食 78%
2位	夕食 57%	夕食 51%	昼食 50%	昼食 59%	夕食 26%	夕食 20%	夕食 33%	夕食 30%
3位	夜食 7%	夜食 5%	夜食 6%	夜食 5%	朝食 11%	間食・おやつ 15%	夜食 3%	夜食 3%



- ✓【回転すし店】以外は、「昼食」で利用する割合が最も高くなり、【回転すし店】は「夕食」が最も高くなりました。
- ✓【ファミリーレストラン】を利用するタイミングについて、「昼食」は年代があがるにつれて高くなる傾向にあり、一方で、「夕食」は年代があがるにつれて低くなる傾向にありました。

⑤【定食店】での揚げ物喫食率、男性約27%、女性約28%

Q5. 外食の際、何を食べますか？（複数回答）

【利用率上位10業態】

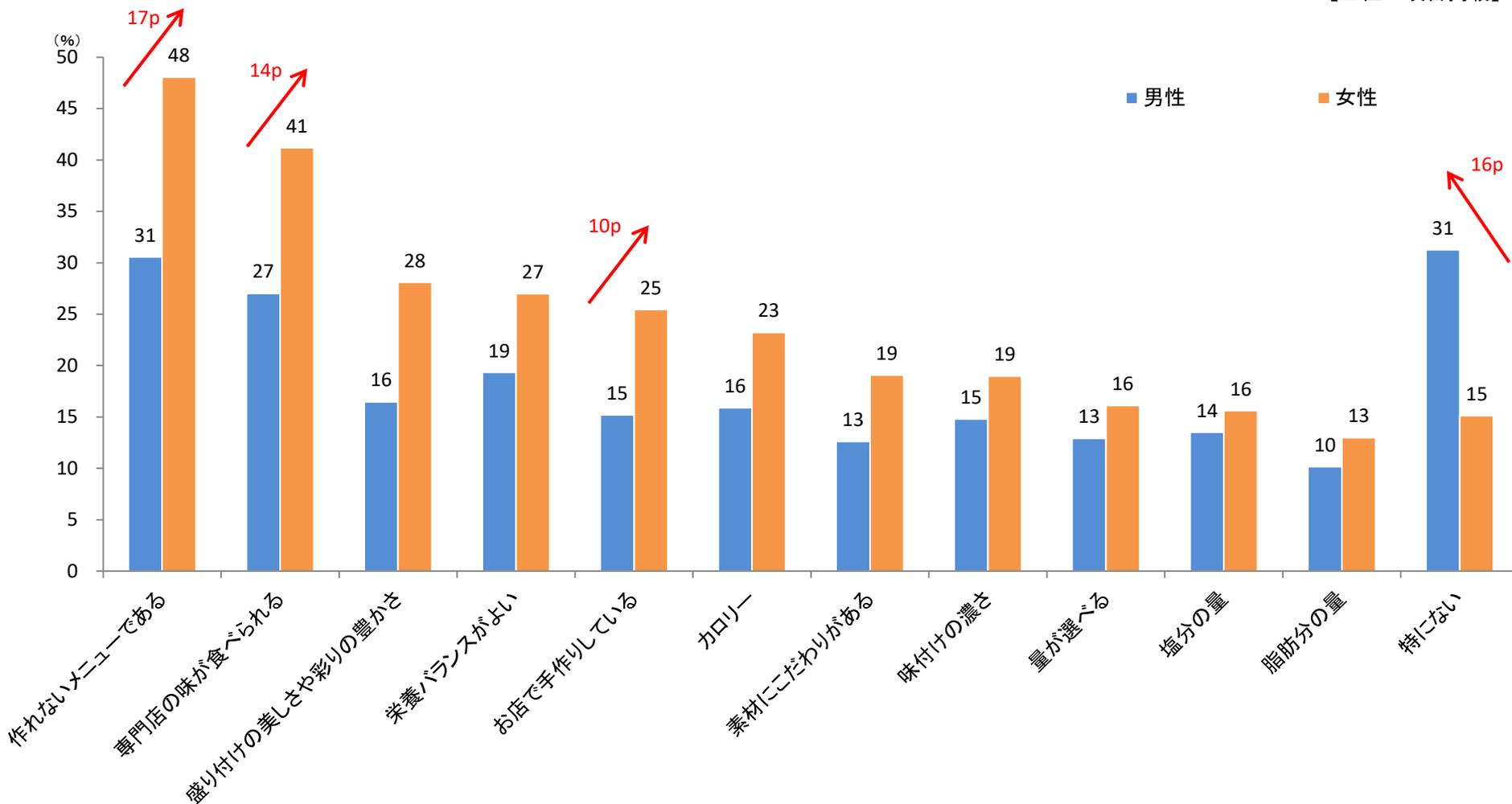
	ファミリーレストラン (n=1776)		回転すし店 (n=1692)		ハンバーガー店 (n=1628)		うどん・そば店 (n=1603)		中華料理店 (n=1591)	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
1位	肉系焼き物 60.8%	肉系焼き物 62.2%	米飯類 64.3%	米飯類 71.1%	調理パン類 40.7%	調理パン類 54.6%	和食系麺類 68.6%	和食系麺類 74.1%	中華系麺類 52.2%	中華系麺類 60.8%
2位	サラダ類 23.8%	洋食系麺類 37.5%	アルコール飲料 12.1%	デザート系 12.6%	肉系焼き物 29.8%	肉系焼き物 21.8%	揚げ物 16.7%	揚げ物 19.2%	蒸し物 30.1%	蒸し物 34.0%
3位	洋食系麺類 21.2%	サラダ類 29.7%	和食系麺類 8.1%	揚げ物 9.2%	デザート系 12.0%	デザート系 19.4%	米飯類 8.5%	米飯類 7.0%	米飯類 22.4%	米飯類 21.7%
	ラーメン店 (n=1580)		コーヒーショップ (n=1565)		イタリアン (n=1524)		定食店 (n=1521)		丼ものの店 (n=1485)	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
1位	中華系麺類 71.0%	中華系麺類 77.9%	デザート系 36.3%	デザート系 47.7%	洋食系麺類 51.4%	洋食系麺類 61.6%	肉系焼き物 42.1%	魚系焼き物 42.7%	丼物類 64.1%	丼物類 64.9%
2位	米飯類 13.6%	蒸し物 11.7%	調理パン類 32.9%	調理パン類 43.0%	肉系焼き物 24.4%	サラダ類 30.9%	魚系焼き物 41.6%	肉系焼き物 40.0%	揚げ物 12.3%	揚げ物 14.1%
3位	蒸し物 10.8%	米飯類9.5%	菓子パン類 16.8%	菓子パン類 23.0%	サラダ類 21.5%	肉系焼き物 23.0%	揚げ物 26.8%	揚げ物 28.3%	肉系焼き物 11.8%	肉系焼き物 7.5%

- ✓【回転すし店】では、男性は「アルコール飲料」が12%、女性は「デザート」が13%と上位に挙がるのが特徴的でした。
- ✓「揚げ物」は【うどん・そば店】【定食店】【丼ものの店】で上位に挙がりました。

⑥女性が外食に求めるのは、“作れないメニュー”や“専門店の味”

Q6. 外食メニューで気にしていることは何ですか？（複数回答）

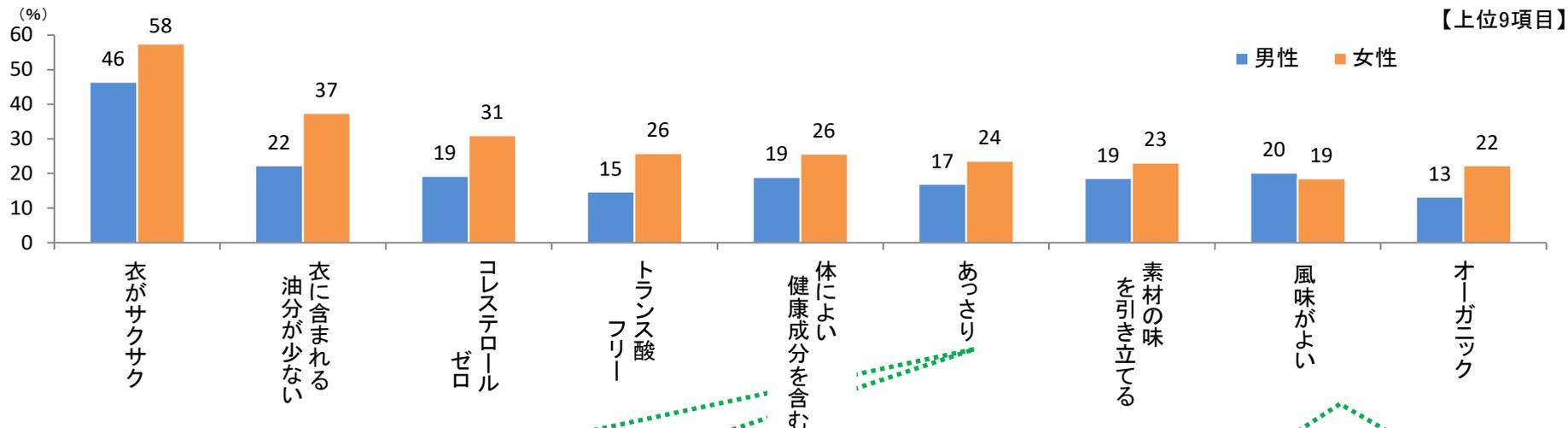
【上位12項目掲載】



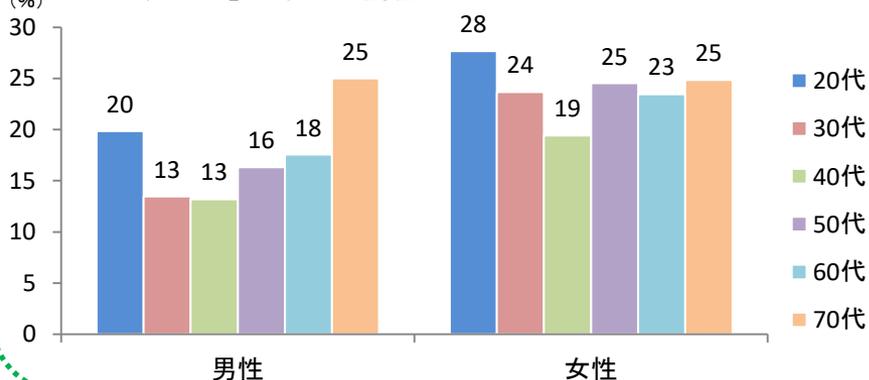
- ✓ 「特にない」は男性31%で最も高くなるものの、その他の項目は女性の方が高くなりました。
- ✓ 女性は「作れないメニューである」が最も高くなり、男女差は17ポイントとなりました。また、「専門店の味が食べられる」「お店で手作りしている」でも男女差が顕著となりました。

⑦女性の50%以上が、「衣がサクサク」な揚げ物に魅力

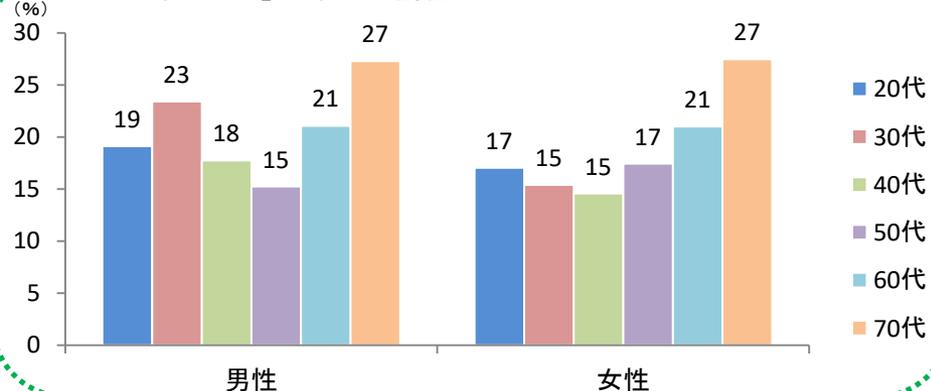
Q7. 揚げ物メニューに書かれていたら魅力だと感じる言葉は何ですか？(複数回答)



*「あっさり」の年代別割合



*「風味がよい」の年代別割合



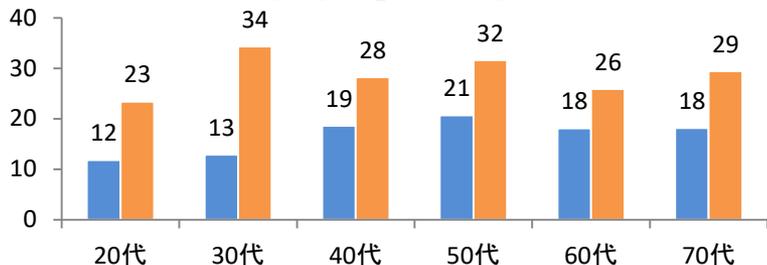
- ✓ 男女ともに「衣がサクサク」が最も高くなり、特に女性は58%と半数以上となりました。
- ✓ 「あっさり」の年代別割合は、男性では70代が25%と最も高くなりました。また、「風味がよい」の年代別割合は、30代で男女差が大きく、男性は女性より8ポイント高くなりました。

⑧女性は外食の揚げ物にも健康意識

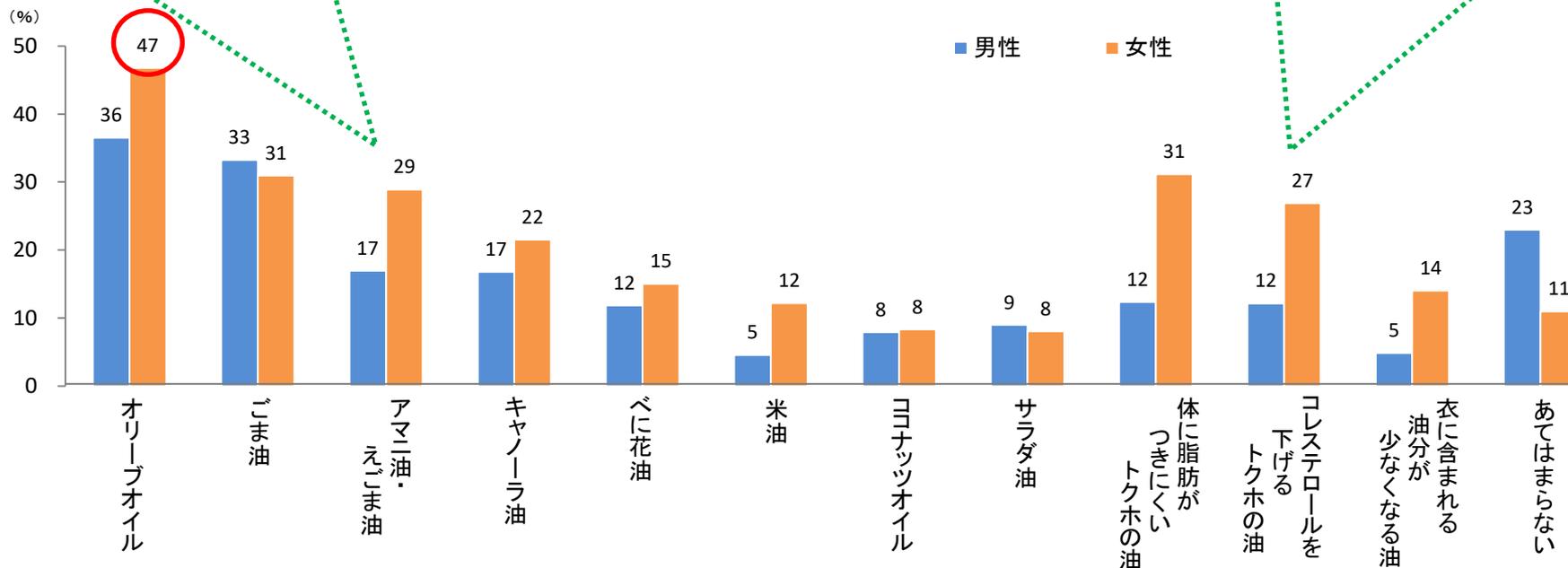
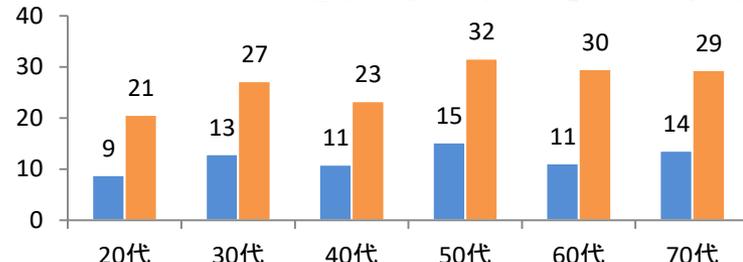
Q8. 揚げ油に使われていたらいいなと思う油は何ですか？（複数回答）

【上位12項目】

*「アマニ油・えごま油」の年代別割合



*「コレステロールを下げるトクホの油」の年代別割合

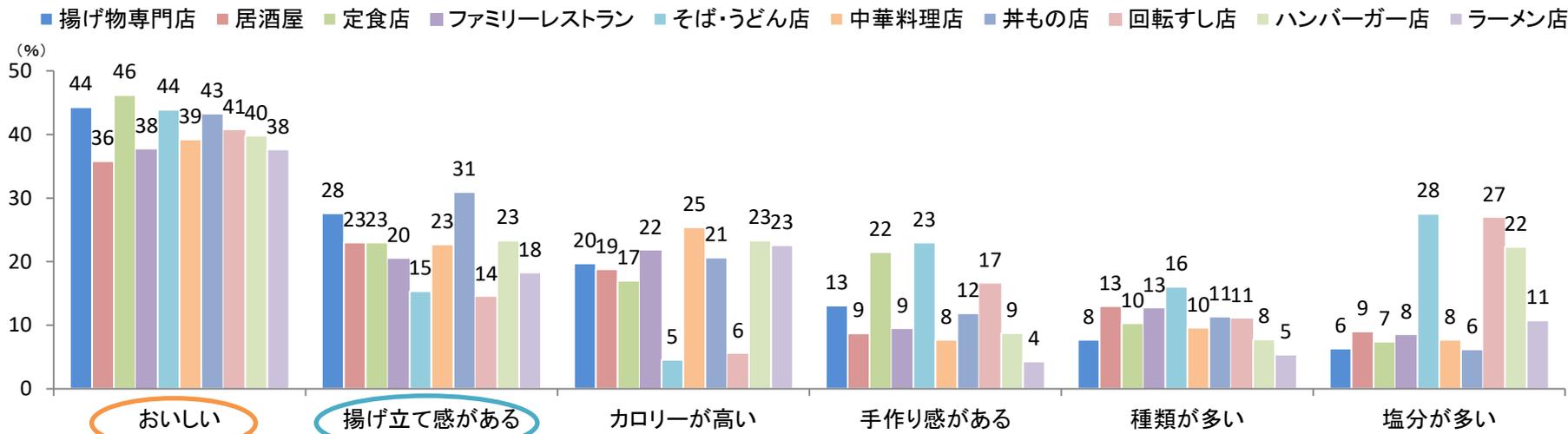


- ✓どの項目においても、女性の方が高くなる傾向にあり、特に「オリーブオイル」「アマニ油・えごま油」「体に脂肪がつきにくいトクホの油」「コレステロールを下げるトクホの油」では、顕著な差となりました。
- ✓「オリーブオイル」は男女ともに最も高くなり、特に女性は47%と約半数となりました。
- ✓「コレステロールを下げるトクホの油」は、どの年代も女性は男性の2倍以上となりました。

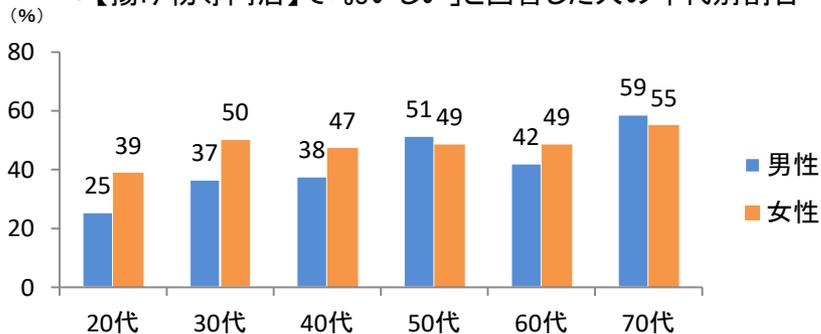
⑨ 外食の揚げ物メニューは「おいしい」印象

Q9. 下記の業態で食べる「揚げ物メニュー」はどのような印象ですか？（複数回答）

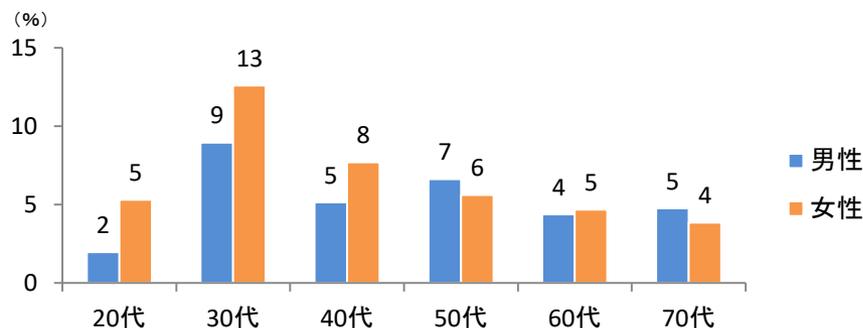
【上位6項目/揚げ物の喫食率が上位10業態】



*【揚げ物専門店】で「おいしい」と回答した人の年代別割合



*【揚げ物専門店】で「揚げ立て感がある」と回答した人の年代別割合



- ✓どの業態でも「おいしい」が最も高くなりました。
- ✓【そば・うどん店】と【回転すし店】は、「カロリーは高い」がそれぞれ5%、6%と他業態と比べて顕著に低くなりました。一方、「塩分が多い」はそれぞれ28%、27%と高い傾向にありました。
- ✓【揚げ物専門店】に「揚げ立て感がある」と回答した割合は、女性30代が13%と最も高くなりました。

今回の調査結果から

利用者の多い【ファミリーレストラン】【回転すし店】【ハンバーガー店】【そば・うどん店】を利用する理由として、男女ともに「家族と一緒に楽しめるから」「手早く食事を済ませることができるから」が上位に挙がりました。当社レポートNo.41「食卓に関する調査」では、『「家族揃って食事をする」ことが大切だと思っている人は90%超える』という結果がでており、どこで食事をしようとも家族との時間を大切にしたいと考える人が多いことがわかりました。一方で、『手早く食事を済ませたい』という需要も高く、食事を作る時間がなかったり、食事以外に時間を割きたかったりすることが予想されます。また【ファミリーレストラン】について、“誰と”に注目すると、女性は「家族」「友人・知人」「配偶者・パートナー」が上位3項目に挙がり、食事以外にも会話を楽しむ場所として利用していることがわかりました。

女性は、外食の揚げ物で使ってほしい油として、「オリーブオイル」「アマニ油・えごま油」「体に脂肪がつきにくいトクホの油」「コレステロールを下げるトクホの油」といった健康オイルを選ぶ割合が男性より顕著に高くなり、油に対する関心の高さや健康に生きる為の手段を外食に求める傾向が伺えました。また、女性で月1回以上外食をする人は、年代がさがるにつれて高くなっていることに加え、20代・30代では同年代の男性よりも高い傾向にあることから、今後、女性の外食利用が増えると考えられます。「おいしい」というのはもはや当たり前になっている今、品数や素材にこだわったメニューや、栄養バランスが考えられたメニューなど健康や食事の質に配慮したメニューの開発が、女性の外食意欲をさらに増大させ、外食産業が伸長するキーになると考えられます。

《お問合せ先》

日清オイリオグループ株式会社 中央研究所 生活科学研究課 <https://www.nisshin-oillio.com>

〒235-8558 神奈川県横浜市磯子区新森町1番地 TEL.045-757-5461

※ホームページでは、バックナンバーをご覧いただけます。

※本レポートの文章、データ、イラストを許可なく複写、複製、転写することを禁じます。