



'22 外食に関する調査 <第3回>

～ ココロも満たされる外食 ～

- ◆ 70代は記念日やイベントに皆で、若年層は自分へのご褒美にも
- ◆ 外食店で注文する揚げ物メニューの印象は「おいしい」が最多

2022年9月22日

日清オイリオグループ株式会社

技術本部 中央研究所 生活科学研究課

外食産業は、コロナ禍によって大きな影響を受けました。（一社）日本フードサービス協会によると、2019年に26兆円まで拡大した市場規模が縮小し、2021年の全体売上高は2019年比83.2%となりました。そのようななか、テイクアウト・デリバリーやおひとり様対応など新たな取り組みが広がり、生活者にとって外食店の料理を楽しむ手段が増えています。

日清オイリオグループ（株）生活科学研究課では、中食・外食に関する調査を継続的に実施しています。

本レポートでは、「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。

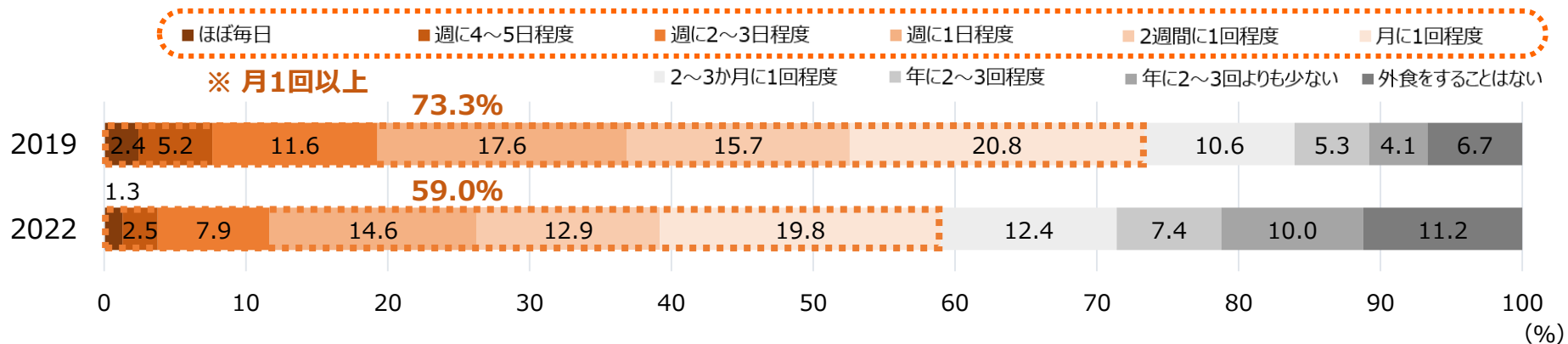
実査期間	調査1：2022年6月 9日（木）～14日（火） 調査2：2022年6月16日（木）～21日（火）															
調査手法	定量調査（インターネット調査にて実施）															
調査地域	首都圏（一都三県；埼玉県／千葉県／東京都／神奈川県）、 近畿圏（二府四県；滋賀県／京都府／大阪府／兵庫県／奈良県／和歌山県）															
調査対象	20～70代の男女															
調査1 サンプル数・割付	n=10000 (性別・年代・地域の人口構成比に応じた割付にて回収、対象外・不良データを除いてウエイトバック処理を実施)															
		合計	男性					女性					男性計	女性計		
			20代	30代	40代	50代	60代	70代	20代	30代	40代	50代	60代	70代		
	一都三県	6,450	467	535	687	626	468	474	454	504	645	577	465	548	3,257	3,193
	二府四県	3,550	238	259	349	321	269	293	237	260	354	330	289	351	1,729	1,821
	合計	10,000	705	794	1,036	947	737	767	691	764	998	907	754	899	4,986	5,014
	ウエイトバック処理の影響により小数点以下の数字が存在するため、表示上の数値と集計値が一致しない場合があります。															
調査2 サンプル数・割付	n=2000、 外食※ を月1回以上利用する人 ※ 飲食店で食事をする（イートイン）。テイクアウト・デリバリーを除く。 (調査1で外食を月1回以上利用すると回答した人の構成比率に基づいて回収)															
		合計	男性					女性					男性計	女性計		
			20代	30代	40代	50代	60代	70代	20代	30代	40代	50代	60代	70代		
	一都三県	1,332	105	118	143	129	101	93	111	117	132	105	89	89	689	643
	二府四県	668	45	53	67	69	55	53	50	50	65	56	48	57	342	326
	合計	2,000	150	171	210	198	156	146	161	167	197	161	137	146	1,031	969

- ① 外食の頻度 「減った」が4割、コロナ禍の影響大きく
- ② 外食の理由 リフレッシュや人と一緒に楽しむため
- ③ 外食の理由（性年代別） 70代は記念日やイベントを皆で祝いたい、若年層は自分へのご褒美にも
- ④ 外食店の料理で気にすること チェーン店・個人経営店いずれも家庭で作れないメニューや味
- ⑤ 揚げ物メニューの注文 様々な料理ジャンルの外食店で
- ⑥ 揚げ物メニューの印象 「おいしい」が最多、「揚げ立て感」「カロリーが高い」が上位に
- ⑦ 揚げ物メニューに書かれていたら魅力を感じる項目 「衣がサクサク」のほか、「コレステロール」「カロリー」などの栄養成分関連
- ⑧ フライ油の種類や質 外食店の料理ジャンルによらず「気になる」が約半数
- ⑨ フライ油に使われていたら嬉しい油 「オリーブオイル」が最多、健康イメージのある油が上位に

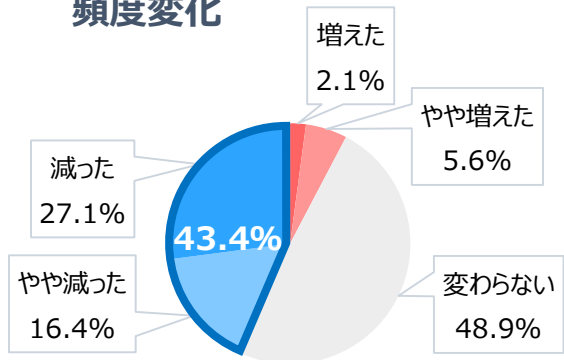
「減った」が4割、コロナ禍の影響大きく

- 外食を「月1回以上」※利用する人が59.0%と、14.3ポイント減少しました。
- 3年前（2019年、コロナ禍以前）と比べて外食頻度が「減った」「やや減った」人は計43.4%となりました。減った理由は、「コロナ禍」に関する2項目がそれぞれ6割に達し、3位以下を大きく引き離しました。

頻度

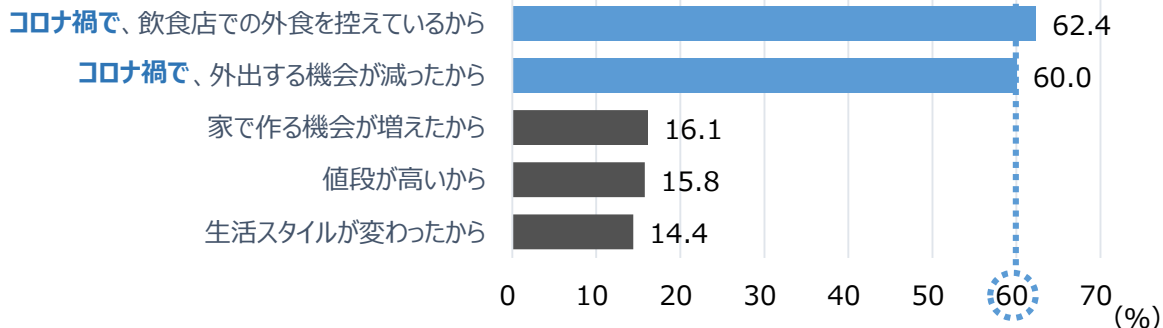


頻度変化



減った理由

<全18項目中上位5項目を抜粋>



・あなたは普段、どのくらいの頻度で外食しますか（調査1：n=10000、SA）

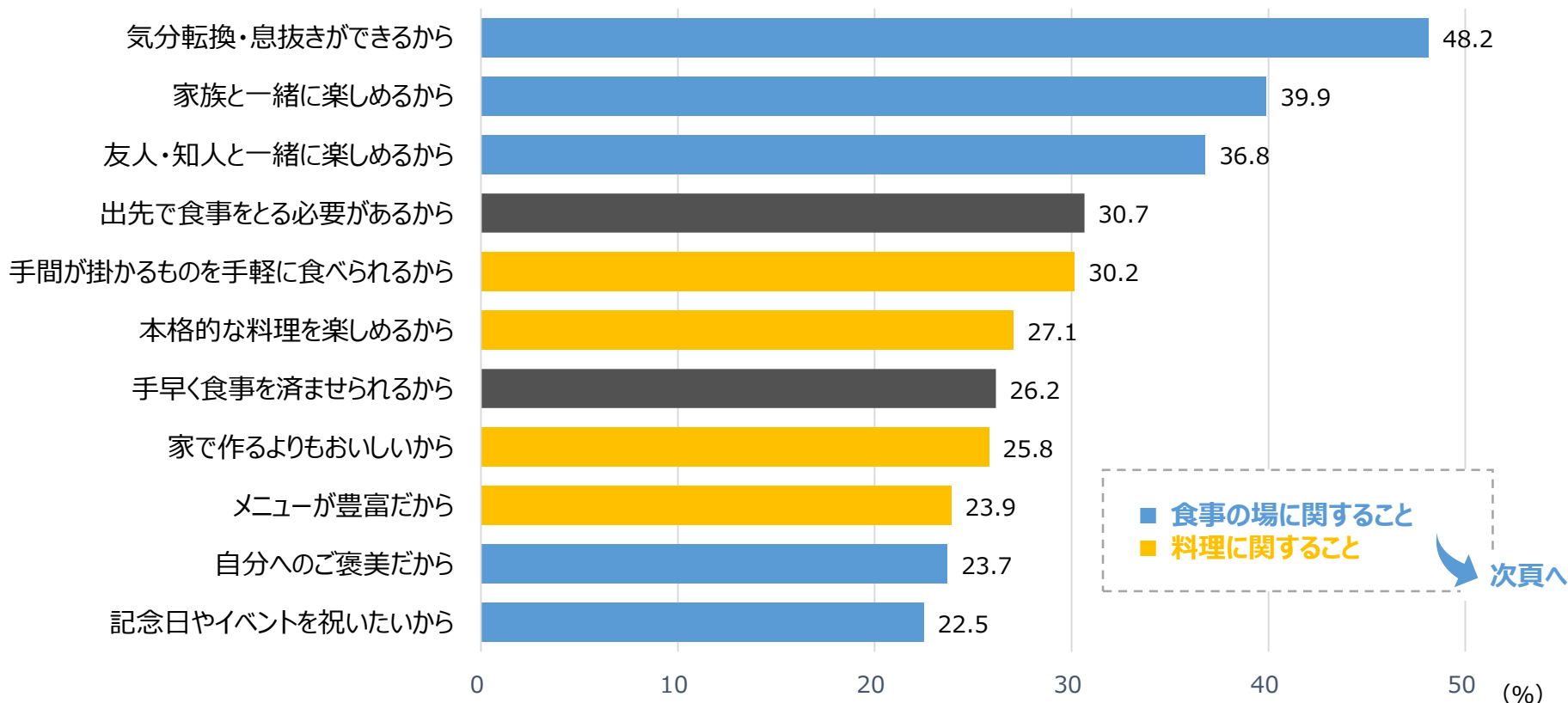
・3年前（2019年、コロナ禍以前）と比べて、あなたが外食する頻度に変化はありましたか（調査1：n=10000、SA）

・3年前（2019年、コロナ禍以前）と比べて、外食をする頻度が減ったのはなぜですか（調査1：外食頻度が「減った」「やや減った」人；n=4343、MA）

リフレッシュや人と一緒に楽しむため

- 「気分転換・息抜きができるから」が48.2%と最も多く、次いで「家族と一緒に楽しめるから」「友人・知人と一緒に楽しめるから」が挙がりました。
- 料理に関する「手間が掛かるものを手軽に食べられるから」「本格的な料理を楽しめるから」なども上位に挙がりました。

<全20項目中上位11項目を抜粋>



70代は記念日やイベントを皆で祝いたい、若年層は自分へのご褒美にも

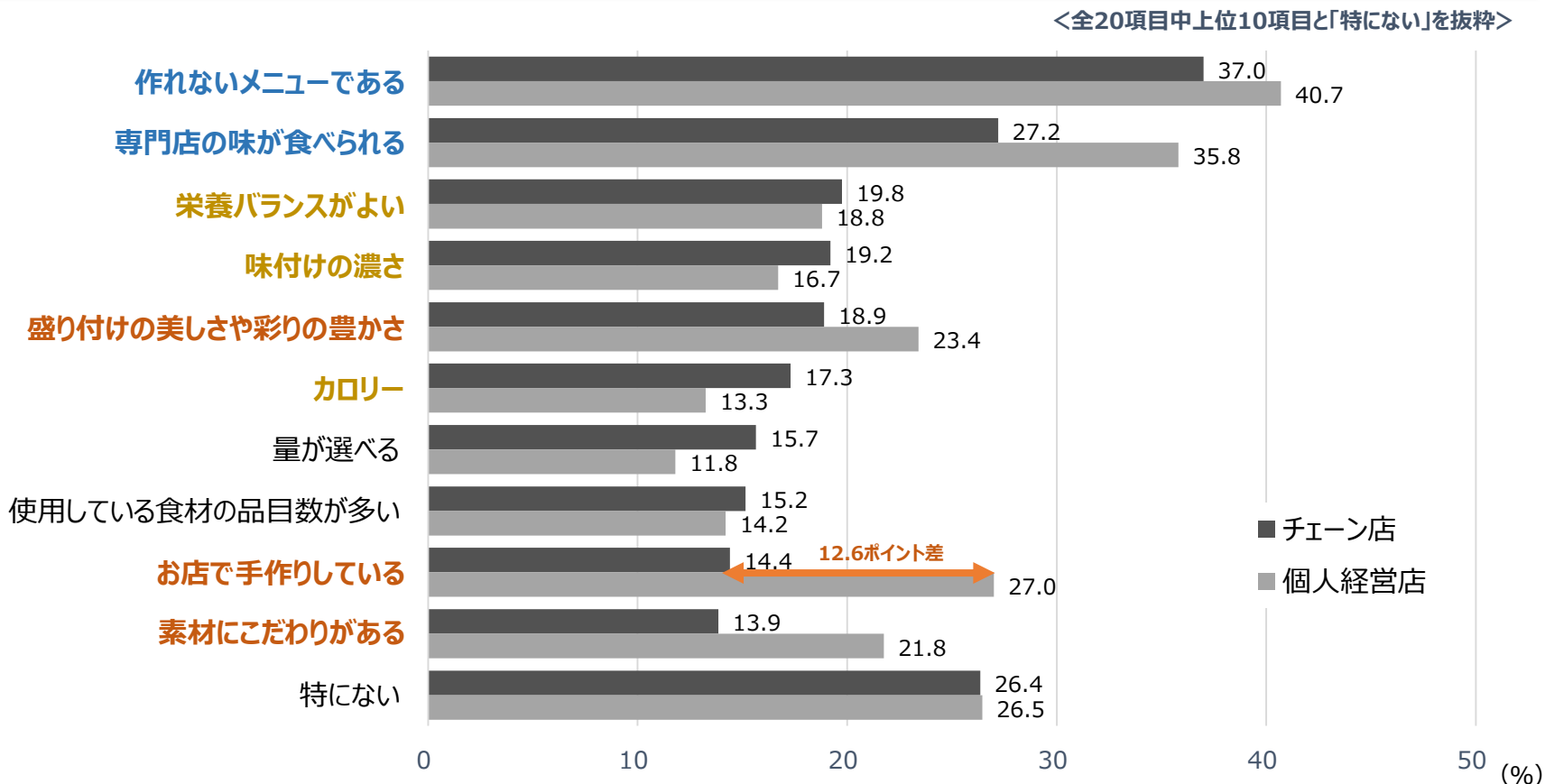
- 性年代別にみると、70代は男女ともに「家族と一緒に楽しめるから」「友人・知人と一緒に楽しめるから」が多く、「記念日やイベントを祝いたいから」も3割を上回りました。
- 「気分転換・息抜きができるから」は、女性の割合が比較的高く、40代、60～70代では6割に達しました。
- 「自分へのご褒美だから」は、若年層ほど多い傾向が見られました。

(%)		気分転換・息抜きができるから	家族と一緒に楽しめるから	友人・知人と一緒に楽しめるから	自分へのご褒美だから	記念日やイベントを祝いたいから
男性	20代	32.0	22.0	30.0	29.3	18.0
	30代	32.7	29.2	24.0	30.4	12.3
	40代	39.0	31.9	19.5	22.9	16.7
	50代	46.0	33.3	29.8	16.2	18.7
	60代	48.7	41.7	32.1	10.3	17.3
	70代	37.0	54.1	50.0	6.8	31.5
女性	20代	42.2	30.4	44.1	30.4	24.8
	30代	56.9	42.5	35.9	32.9	26.3
	40代	61.9	51.3	38.1	32.5	21.3
	50代	55.3	44.7	42.2	26.7	27.3
	60代	65.7	43.8	47.4	24.8	27.0
	70代	63.0	58.2	60.3	18.5	34.2

■ 平均+10ポイント ■ 平均-10ポイント

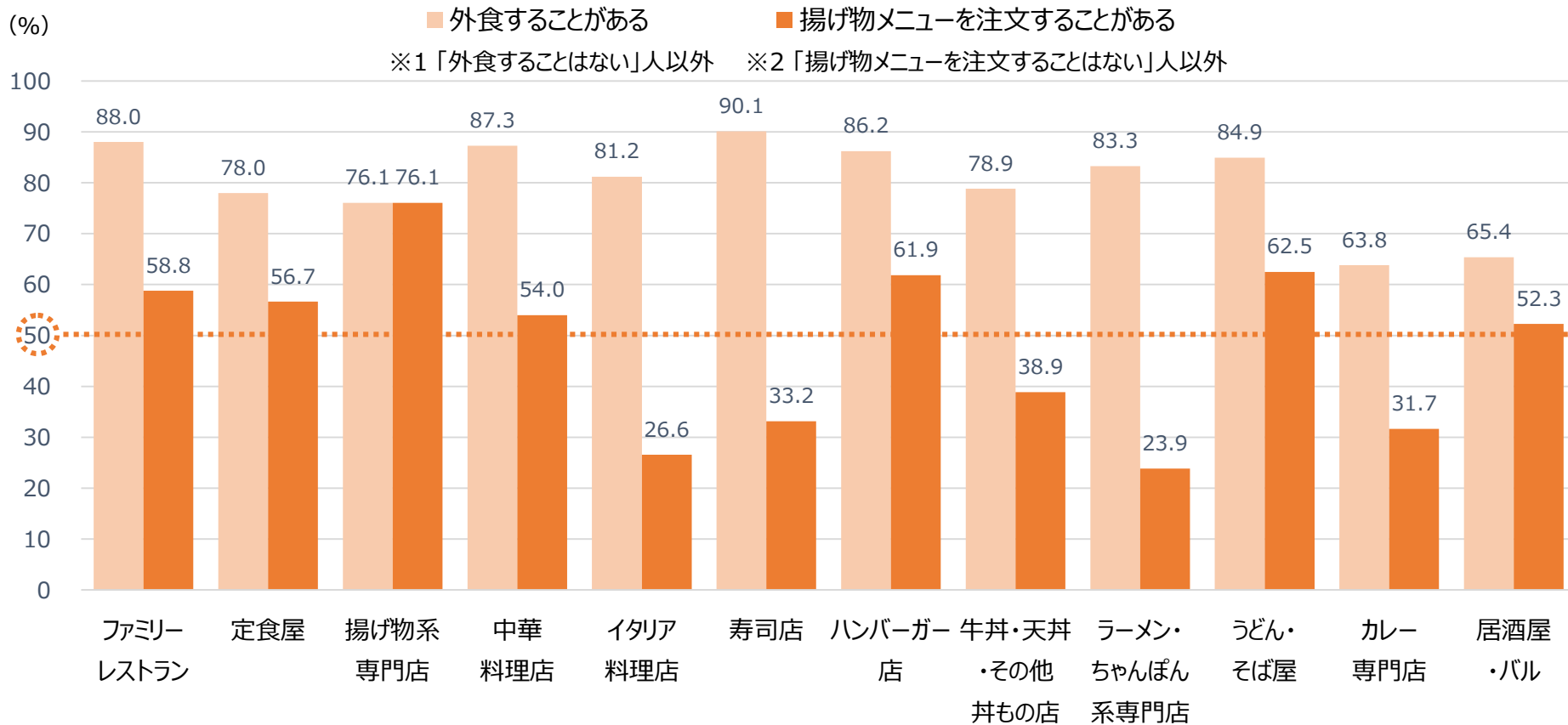
チェーン店・個人経営店いずれも家庭で作れないメニューや味

- チェーン店・個人経営店いずれも「作れないメニューである」が最も多く、次いで「専門店の味が食べられる」が挙がりました。一方で4人に1人が「特にない」と回答しました。
- 個人経営店では「お店で手作りしている」が27.0%と、チェーン店との差が12.6ポイントで最大となったほか、「素材にこだわりがある」「盛り付けの美しさや彩りの豊かさ」も比較的多く、2割を上回りました。
- チェーン店では「栄養バランスがよい」「味付けの濃さ」「カロリー」が比較的多く、2割近く挙がりました。



様々な料理ジャンルの外食店で

- 普段、以下のジャンルの外食店で「外食することがある」※1人が、それぞれ6割を上回りました。
- 揚げ物メニューは、「揚げ物系専門店」以外でも「うどん・そば屋」「ハンバーガー店」「ファミリーレストラン」などで「注文することがある」※2と半数以上が回答しました。



・あなたは普段、以下のお店ではどのくらいの頻度で外食しますか（調査2：n=2000、それぞれSA）

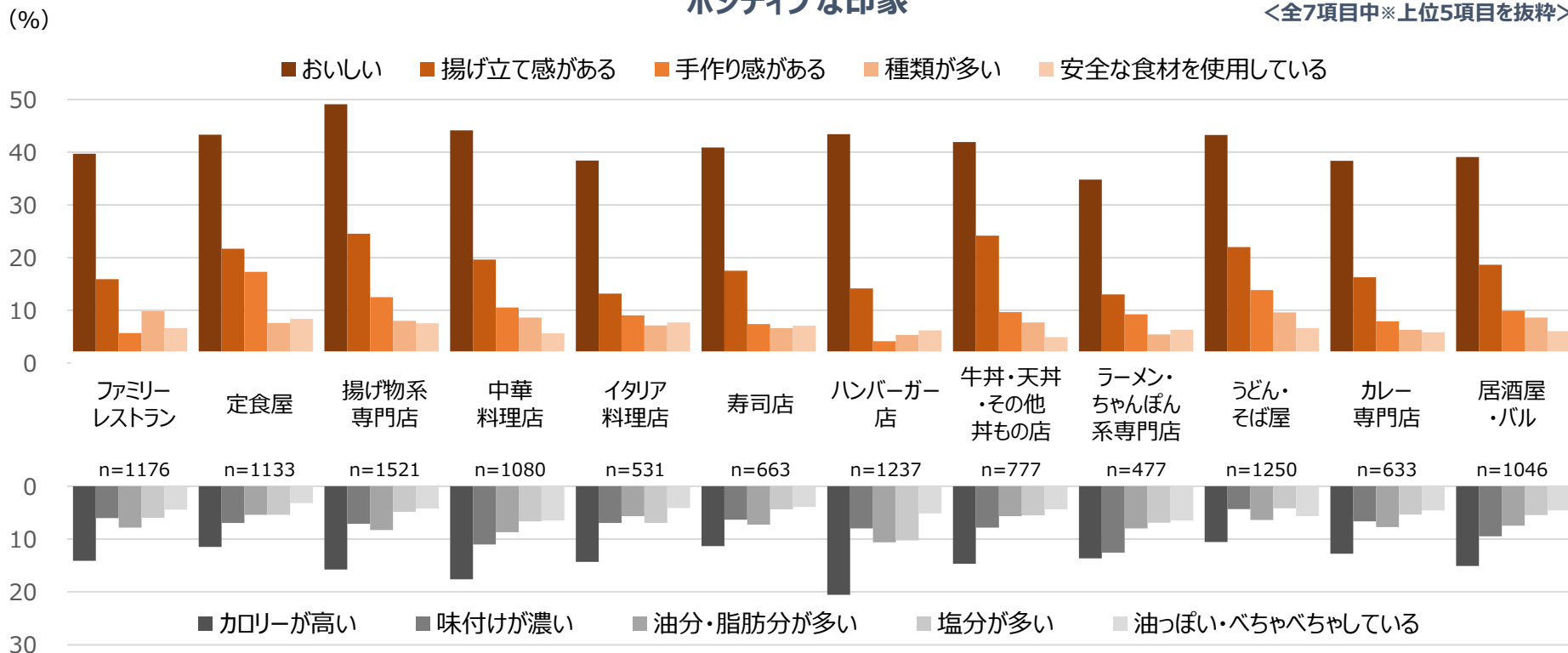
・あなたは以下のお店で外食をする際に、【揚げ物メニュー】を注文することはありますか（調査2：n=2000、MA）

「おいしい」が最多、「揚げ立て感」「カロリーが高い」が上位に

- 揚げ物メニューに対するポジティブな印象は、すべてのジャンルの外食店で「おいしい」が最も多く、「揚げ立て感がある」「手作り感がある」などが上位に挙がりました。
- ネガティブな印象は、すべてのジャンルの外食店で「カロリーが高い」が多く挙がりました。

ポジティブな印象

<全7項目中※上位5項目を抜粋>

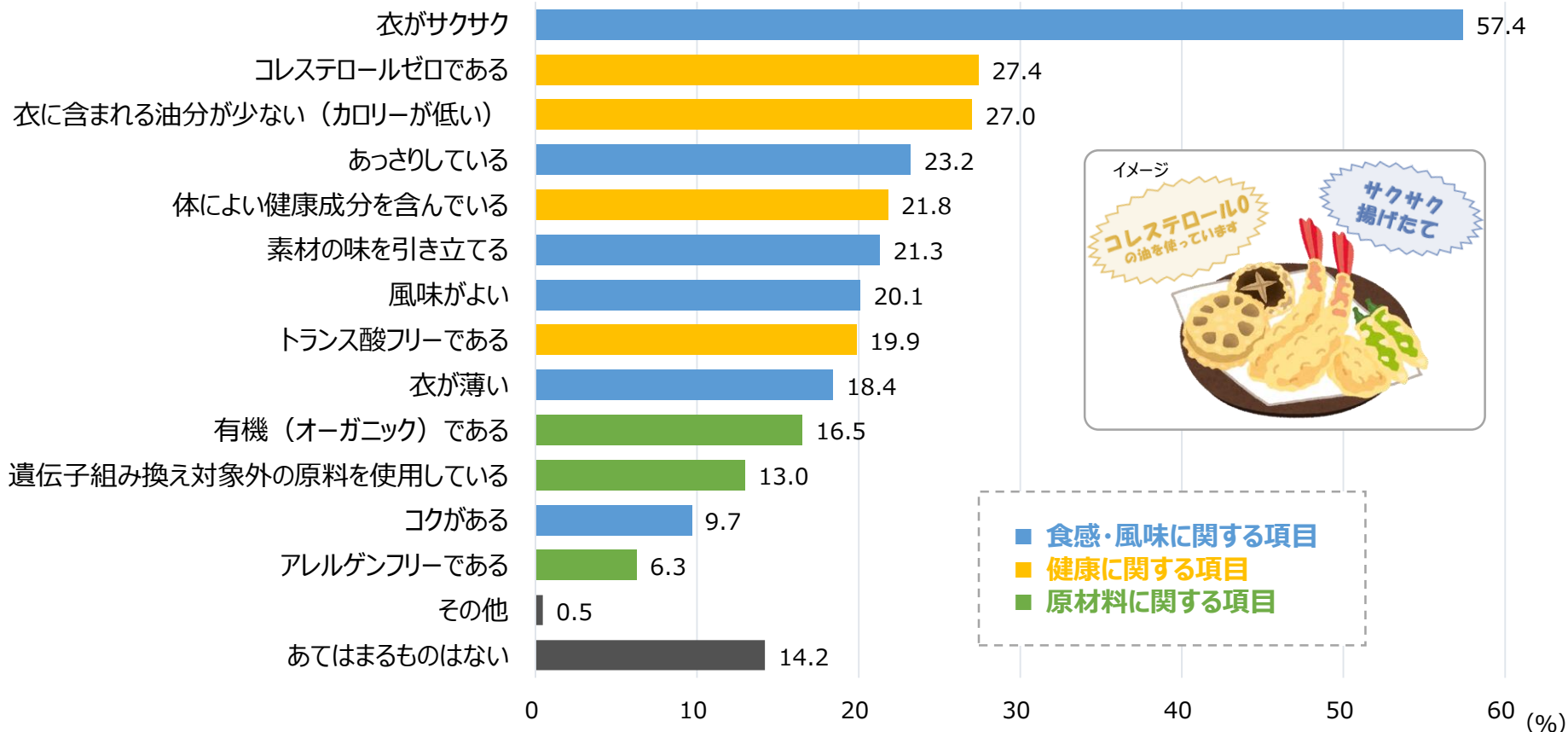


ネガティブな印象

(全11項目中※上位5項目を抜粋)

「衣がサクサク」のほか、「コレステロール」「カロリー」などの栄養成分関連

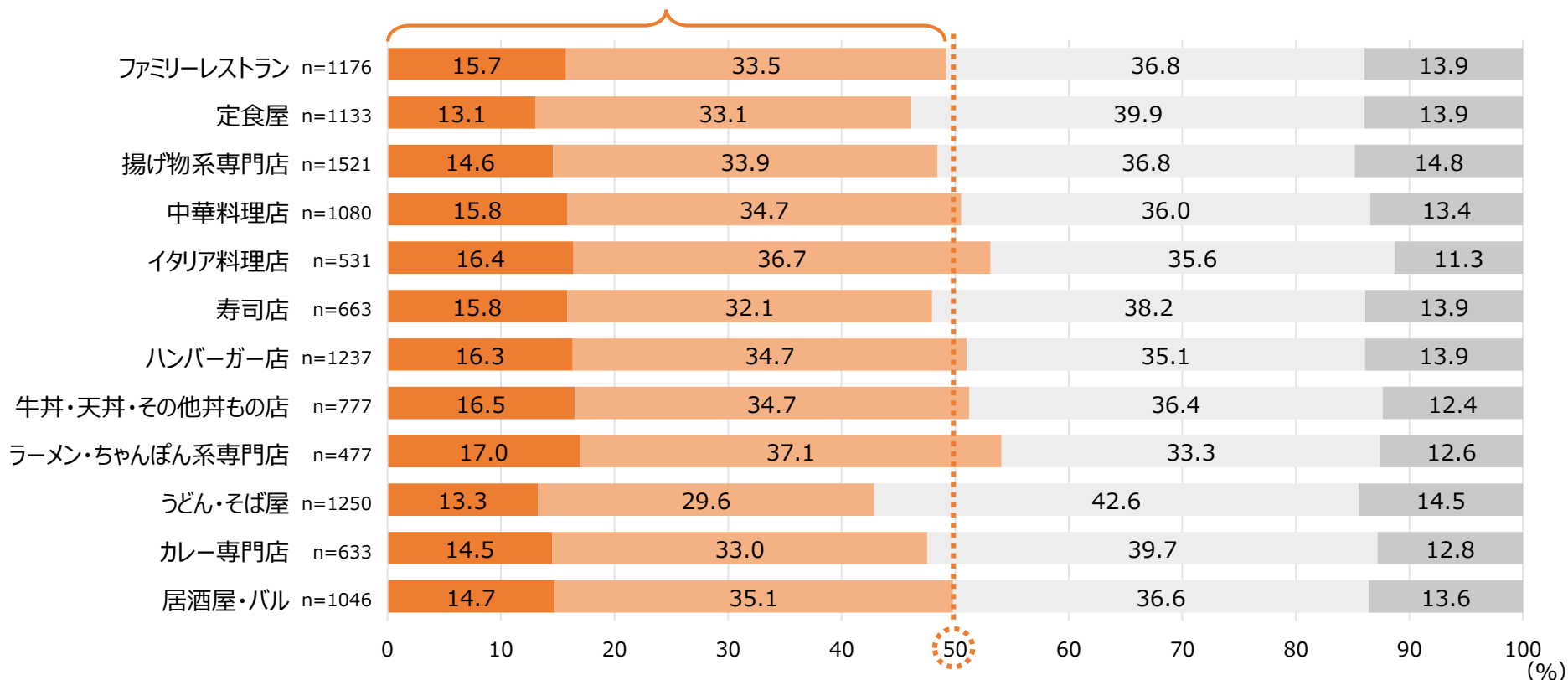
- 「衣がサクサク」が57.4%と圧倒的に多くなり、次いで「コレステロールゼロ」が27.4%、「衣に含まれる油分が少ない（カロリーが低い）」が27.0%挙がりました。



外食店の料理ジャンルによらず「気になる」が約半数

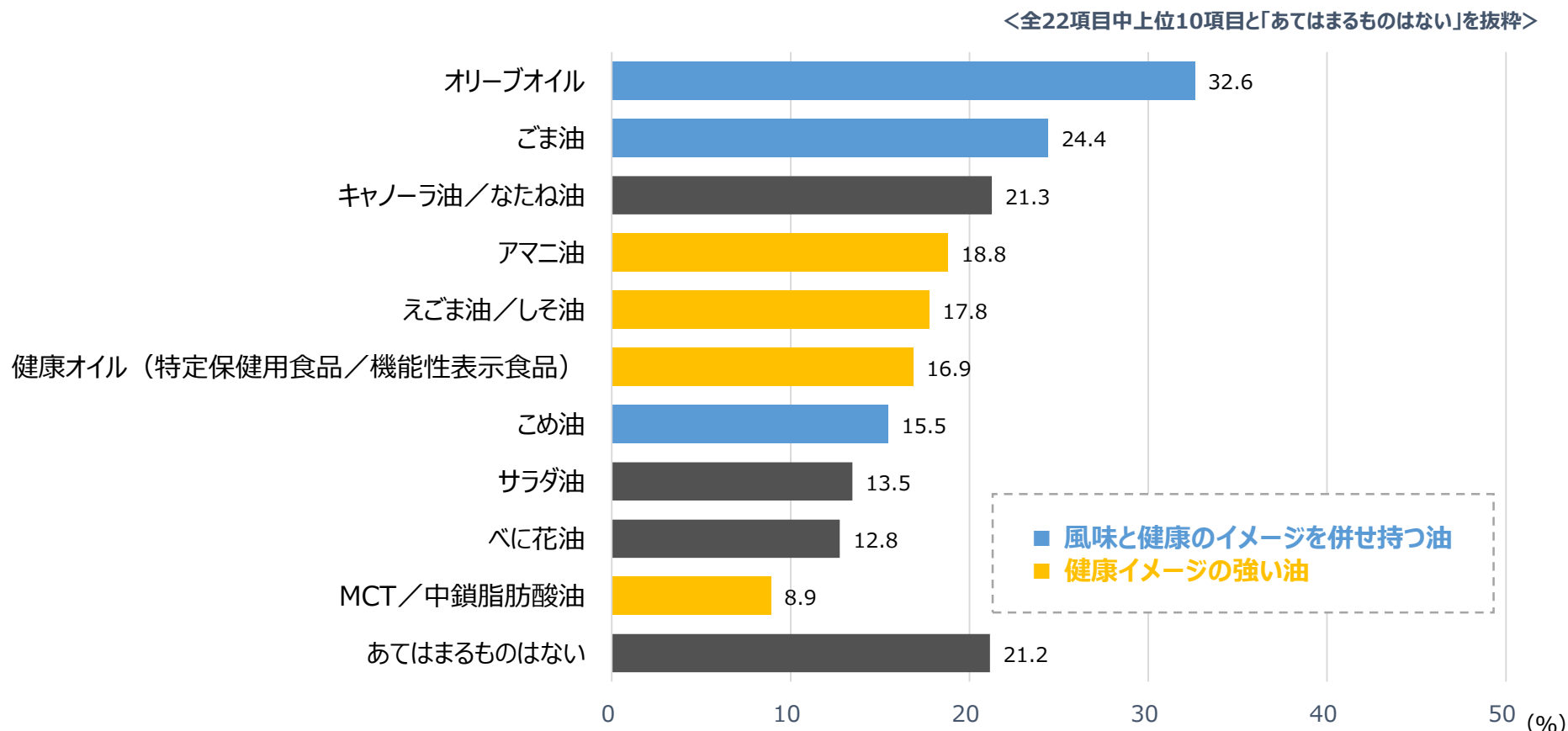
- 揚げ物メニューに使用される油の種類や質が「気になる」※人は、すべてのジャンルの外食店で約半数にのぼりました。

※ 気になる ■ とても気になる ■ やや気になる ■ あまり気にならない ■ 全く気にならない



「オリーブオイル」が最多、健康イメージのある油が上位に

- 「オリーブオイル」が32.6%と最も多く、次いで「ごま油」が24.4%でした。
- 「アマニ油」「えごま油／しそ油」「健康オイル（特定保健用食品／機能性表示食品）」も上位に挙がりました。
- 一方で5人に1人が「あてはまるものはない」と回答しました。



今回の調査結果から、生活者はコロナ禍で外食をまだ控えつつも、リフレッシュや人と一緒に楽しむといった精神的な満足感を得る目的で利用していることがわかりました。また、家庭では作れない料理や味を外食に求めており、特に、個人経営店に対しては「素材」から「盛り付け」まで「手作り」によるプロセスへのこだわり、チェーン店に対しては「栄養バランス」や「味の濃さ」といった物理的な充足への期待がうかがえました。

揚げ物については、外食店の料理ジャンルによらず「おいしい」印象を持っており、サクサクした食感に加えて、「コレステロール」や「カロリー」など健康に関する訴求に魅力を感じていることがわかりました。約半数がフライ油の種類・成分を気にしており、“風味と健康のイメージを併せ持つ油”のニーズが高いこともうかがえました。

今後、生活者にとっての外食は“ココロもカラダも整える”場として、人の手だからこそ出せるおいしさ、安定的・健康的なおいしさがますます重視されると考えられます。

食用油のおいしさや健康機能は、生活者に浸透してきています。外食産業における“自然に健康になれる持続可能な食環境づくり”の一助となりましたら幸いです。

《お問合せ先》

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

〒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ください。

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