



MARUHA
NICHIRO

News Letter

株式会社マルハニチロホールディングス

広報 IR 部

〒100-0004 東京都千代田区大手町 1-1-2 Tel 03-3216-0821 Fax 03-3216-0342

2010 年 08 月 31 日

報道関係者 各位

～マルハニチロホールディングス、「回転寿司に関する消費者実態調査」～

一緒に回転寿司に行く人「家族」83.5%、一人回転寿司は1割強

回転寿司のネタ 先頭打者は「サーモン」

最後に食べる締めネタ 男性「玉子」 女性「サーモン」

回転寿司での「注文派」5割半ば、「回っているもの派」関西男性23.6%、関東女性8.8%

回転寿司での許容待ち時間 平均22.3分

「ケータイサイトからの予約」利用経験率は西高東低 関東27.0%、関西44.8%

「ケータイクーポン」利用経験率 34.5%

回転寿司を「デートの食事で利用したい」女性4割

株式会社マルハニチロホールディングス (<http://www.maruha-nichiro.co.jp/>) (所在地：東京都千代田区大手町1-1-2 代表取締役社長 久代 敏男) は、2010年8月5日～8月10日の6日間で市場調査を実施し、関東（東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県・栃木県・茨城県・群馬県）・関西（大阪府・京都府・兵庫県・奈良県・和歌山県・滋賀県）に住む10代～50代の男女で、月に1回以上回転寿司店を利用する方（回転寿司店利用者）に対し、「回転寿司に関する消費者実態調査」をインターネットリサーチ（モバイルリサーチ）で実施し、1,000名の有効回答サンプルを集計しました。

回転寿司店を「月1回以上」利用する割合

◆回転寿司店利用「月1回以上」34.5%

回転寿司を「月1回以上」利用する割合は、事前調査で確認したところ、全体では34.5%、性別においては、男性36.1%、女性33.0%、年代別では、10代34.6%、20代30.1%、30代36.9%、40代35.9%、50代31.3%、また地域別では、関東32.3%、関西37.3%という結果となりました。

「回転寿司に関する意識調査」 調査結果

◆一緒に回転寿司に行く人「家族」83.5%、一人回転寿司も1割強

◆回転寿司店を選ぶ際の重視点 1位「値段が安い」 2位「ネタの種類が豊富」「ネタが新鮮」 女性では、「デザートメニューが充実している」2割弱

全回答者（1,000名）に、回転寿司に誰と一緒にいくかを聞きましたところ、「家族」83.5%が最も多く、次いで「友人・知人」33.1%、「会社の同僚や先輩・後輩」16.1%が続きました。また「一人で」も12.1%と一人回転寿司の経験は1割強という結果となりました。

家族で回転寿司を利用する835名に、どのような時に家族で回転寿司を利用するか聞きましたところ、「自分が寿司を食べたいとき」63.7%が最も多く、「車で出かけたとき」44.1%、「子供が食べたいと言ったとき」41.6%、「チラシで案内が入ったとき」26.3%、「家族の誕生日」20.1%という結果となりました。

全回答者（1,000名）に、回転寿司店を選ぶ際に重視する点を聞きましたところ、「値段が安い」69.7%が最も多く、「ネタの種類が豊富」62.2%、「ネタが新鮮」62.0%、「駐車場がある」56.0%、「店内に清潔感がある」50.1%が続きました。男女別に見て差が見られたのは「ネタが新鮮」で

男性 56.6%、女性 67.4%と 10.8 ポイント差、「デザートメニューが充実している」男性 9.0%、女性 18.0%と 9.0 ポイント差とそれぞれ女性が高く、「ネタが大きい」では男性 29.0%、女性 23.4%と 5.6 ポイント差で男性が高いという結果となりました。

◆回転寿司のネタ 先頭打者は「サーモン」

◆最後に食べる締めネタ 男性 1 位「玉子」12.0% 女性 1 位「サーモン」11.2%

全回答者（1,000 名）に、回転寿司に行った時に、最初に最もよく食べるネタを聞きましたところ、「サーモン」20.1%が最も多く、次いで「マグロ（赤身）」12.5%、「マグロ（中トロ）」8.2%という結果となりました。年代別に見て特徴が見られたのは「サーモン」で、若い年代ほど高くなっており 10 代 36.1%、20 代 27.9%、30 代 20.4%、40 代 16.9%、50 代 11.2%となりました。また、地域別で特徴が見られたのは「ハマチ、ブリ」で関東 3.6%に対し関西 10.4%と、関西が 6.8 ポイント高いという結果となりました。

同じく全回答者（1,000 名）に、回転寿司に行った時に、最後に最もよく食べるネタを聞きましたところ、「玉子」9.1%、「サーモン」8.8%、「ネギトロ（軍艦巻き）」6.6%という結果となりました。男女別に見て差が見られたのは「玉子」「サーモン」で、「玉子」では男性 12.0%、女性 6.2%と男性の方が 5.8 ポイント高く、「サーモン」では男性 6.4%、女性 11.2%と女性の方が 4.8 ポイント高くなりました。

◆ネタに対する期待度が最も高いのは「マグロ」

◆女性では「サーモン」「エビ」も期待度 高

全回答者（1,000 名）に、回転寿司で食べる時のネタのおいしさや鮮度に対する期待度を聞きましたところ、『期待する計』（「非常に期待する」「ある程度期待する」の合計）が最も多かったのは「マグロ」で 85.4%、次いで「サーモン」81.6%、「エビ」75.4%、「タイ」75.1%、「ヒラメ」69.5%という結果となりました。

男女別に見て差が見られたのは「サーモン」男性 76.0%、女性 87.2%と 11.2 ポイント差、「エビ」男性 69.8%、女性 81.0%と 11.2 ポイント差、「タイ」男性 71.2%、女性 79.0%と 7.8 ポイント差でそれぞれ女性が高く、「サバ」では男性 62.2%、女性 55.6%と 6.6 ポイント差で男性が高くなりました。

◆回転寿司で食べたことのあるマグロの部位 「ほほ肉」では関東 19.4%、関西 9.0%で大差

◆回転寿司店利用者のエビの認知率 「アカエビ」5 割弱 「バナメイエビ」3 割

全回答者（1,000 名）に回転寿司で食べたことのあるマグロの部位を聞きましたところ、「中トロ」90.0%、「赤身」88.8%、「大トロ」64.4%、「かま」「かまトロ」16.1%、「ほほ肉」14.2%となりました。地域別に見ると、どの部位も東高西低となっていますが、特に差が見られたのは「ほほ肉」で関東 19.4%、関西 9.0%と 10.4 ポイント差、「かま」関東 19.6%、関西 12.6%と 7.0 ポイント差、「かまトロ」関東 19.4%、関西 12.8%と 6.6 ポイント差となっていました。

同じく全回答者（1,000 名）に、知っているエビを聞きましたところ、「アマエビ」98.1%、「クルマエビ」96.3%、「イセエビ」92.9%、「ブラックタイガー」92.8%、「ボタンエビ」90.9%と以上までが 9 割超となっており、「アカエビ」47.8%、「バナメイエビ」29.7%という結果となりました。

続いて、回転寿司でよく食べるエビについて聞きましたところ、「アマエビ」71.3%が最も多く、知っているエビと同様に 1 位となりました。次いで多かったのは「ボタンエビ」34.5%、「クルマエビ」30.0%、「ブラックタイガー」10.7%という結果となりました。また「どのエビを食べているかわからない」は 15.1%となりました。

◆回転寿司での「注文派」5 割半ば 「回っているもの派」1 割半ば

◆「回っているもの派」関西男性 23.6%、関東女性 8.8%

◆回転寿司にあると嬉しいサービス 1位「タッチパネル式の注文」7割弱

全回答者（1,000名）に、回転寿司に行った時に、食べたいものを注文するか、それとも回っているものを食べるかを聞きましたところ、『注文派』は55.3%（「注文したものだけ食べる」12.2%、「注文したものの方が多い」43.1%の合計）、『回っているもの派』は15.2%（「回っているものだけ食べる」0.1%、「回っているもののほうが多い」15.1%の合計）、「どちらも同じくらい」は29.5%となり、『注文派』が多いことがわかりました。地域別に見ると、『注文派』は関東60.8%、関西49.8%と関東の方が11.0ポイント高い結果となりました。『回っているもの派』の割合が高いのは関西の男性で23.6%、低いのは関東の女性で9.2%という結果となりました。

全回答者（1,000名）に、回転寿司にあると嬉しいサービスを聞きましたところ、「タッチパネル式の注文」68.7%が最も多く、「食べたお皿による抽選機能」60.6%、「注文したお寿司を運ぶ特急レーン・専用レーン」44.5%という結果となりました。

◆回転寿司での許容待ち時間 平均22.3分

◆「ケータイサイトからの予約」サービス 認知率63.8%

◆「ケータイサイトからの予約」利用経験率は西高東低 関東27.0%、関西44.8%

◆「ケータイクーポン」利用経験率 34.5%

全回答者（1,000名）に、回転寿司店での待ち時間（入店してから席に案内されるまでの時間）として、許容できる時間を聞きましたところ、「5分以内」6.6%、「6-10分」15.3%、「11-15分」21.7%、「16-20分」19.3%、「21-30分」28.4%、「31-60分」8.0%、「61分以上」0.7%となり、平均時間は22.3分となりました。

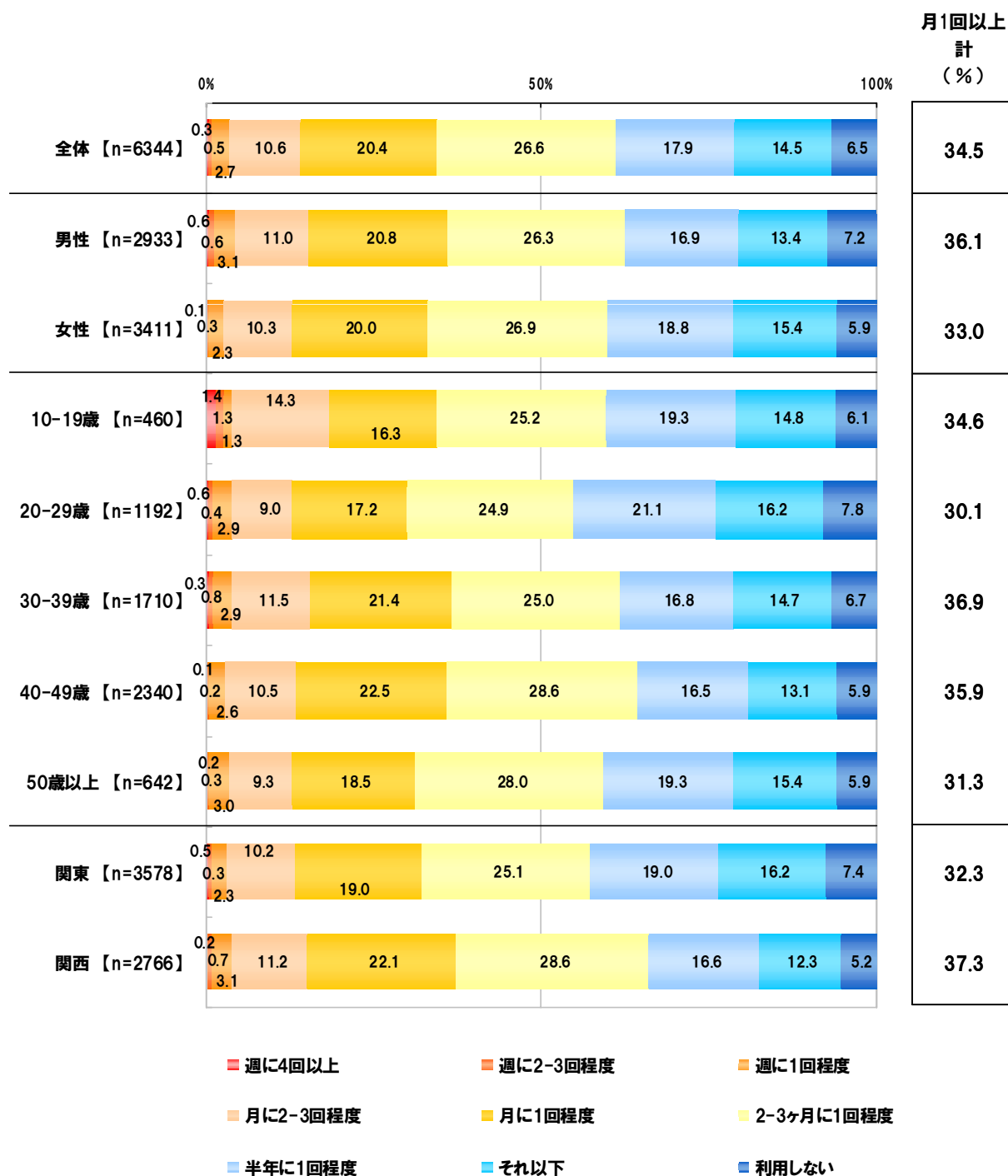
同じく全回答者（1,000名）に、回転寿司店のケータイを利用したサービスについて利用したことがあるか聞きましたところ、「ケータイサイトからの予約」では、『認知率』は63.8%（「毎回利用している」10.2%、「毎回ではないが、利用したことがある」25.7%、「サービスは知っていたが、利用したことはない」27.9%の合計）、『利用経験率』は35.9%（「毎回利用している」と「毎回ではないが、利用したことがある」の合計）となりました。『認知率』『利用経験率』を地域別に見ると、西高東低となっており『認知率』では関東51.4%、関西76.2%と24.8ポイント差、『利用経験率』では関東27.0%、関西44.8%と17.8ポイント差がありました。また、「ケータイクーポン」の『利用経験率』は34.5%となりました。「ケータイクーポン」も関東に比べ関西がやや高く、関東32.4%、関西36.6%という結果となりました。

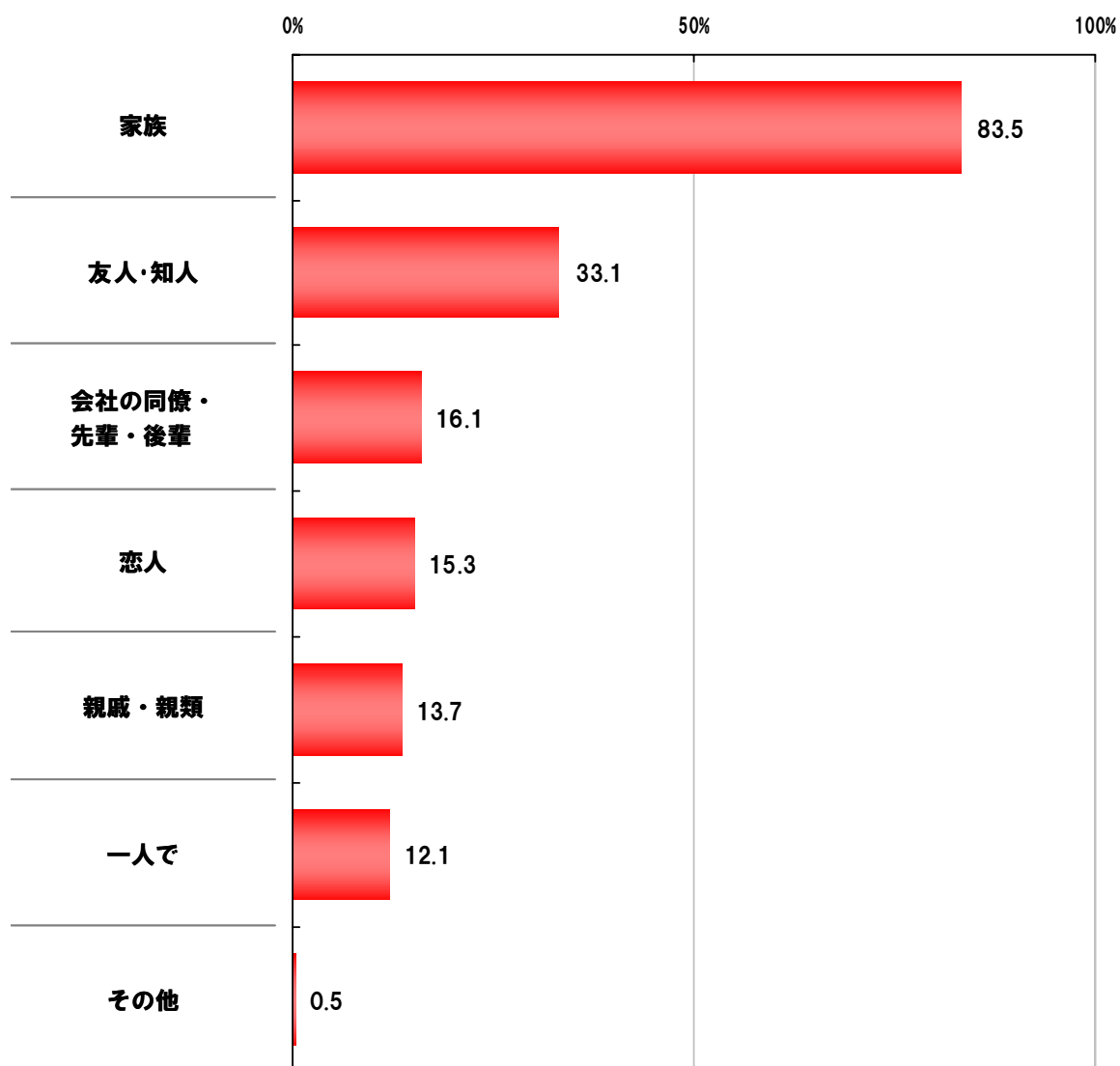
◆回転寿司を「デートの食事で利用したい」女性4割

◆回転寿司は「楽しい食事になる」9割弱

全回答（1,000名）に、回転寿司利用について、「デートの食事で利用したい」「楽しい食事になる」が、どの程度あてはまるか聞きましたところ、「デートの食事で利用したい」では、『あてはまる計』36.3%（「あてはまる」13.5%、「ややあてはまる」22.8%の合計）となりました。男女別に見ると、『あてはまる計』は男性32.4%、女性40.2%と男性よりも女性の方がデートでの利用意向がある結果となりました。

「楽しい食事になる」では『あてはまる計』88.4%（「あてはまる」49.7%、「ややあてはまる」38.7%の合計）と9割弱が「楽しい食事になる」という結果となりました。

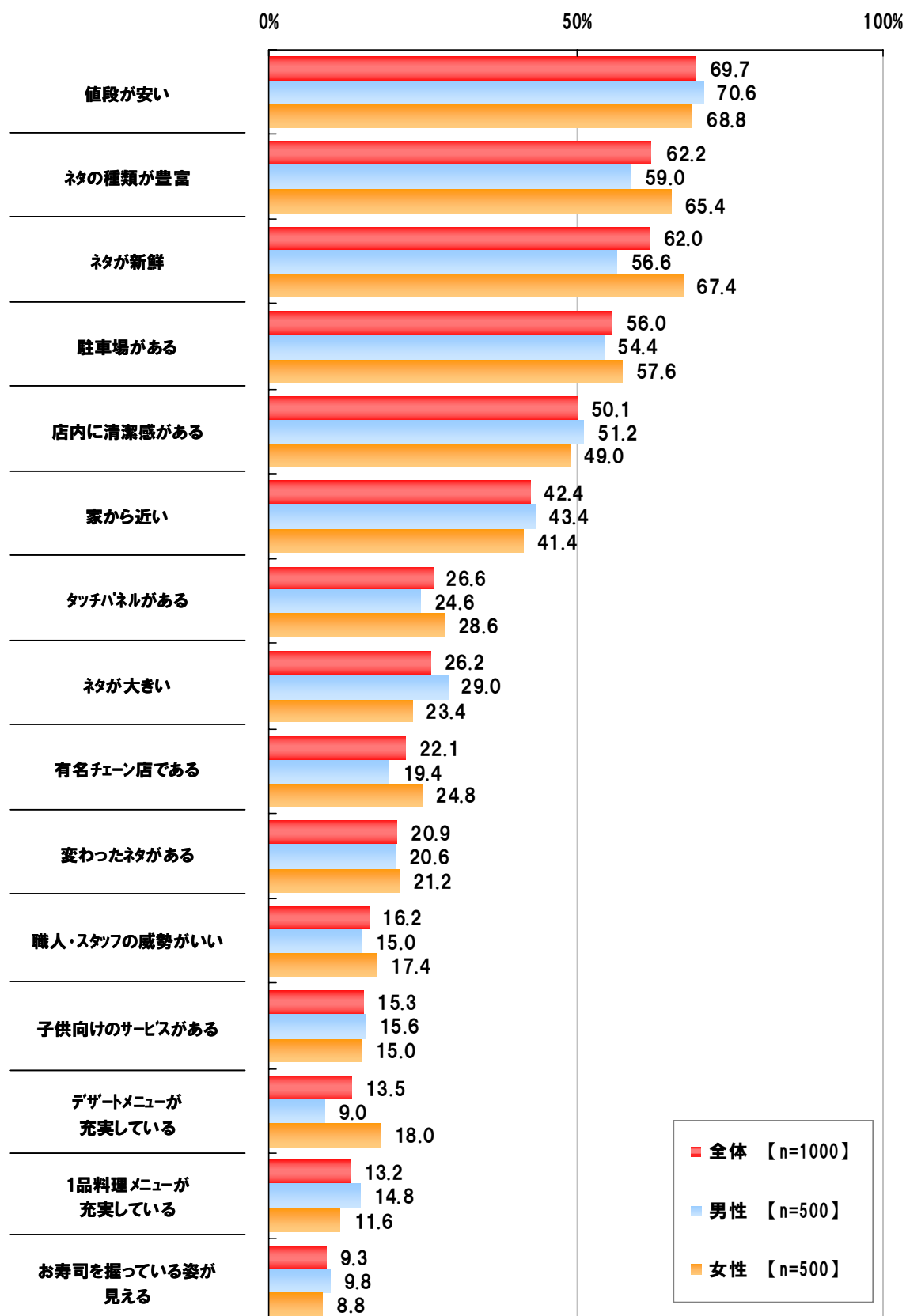
◆回転寿司店の利用頻度（単一回答形式）


◆回転寿司と一緒にいく人（複数回答形式）


◆家族で回転寿司を利用するとき

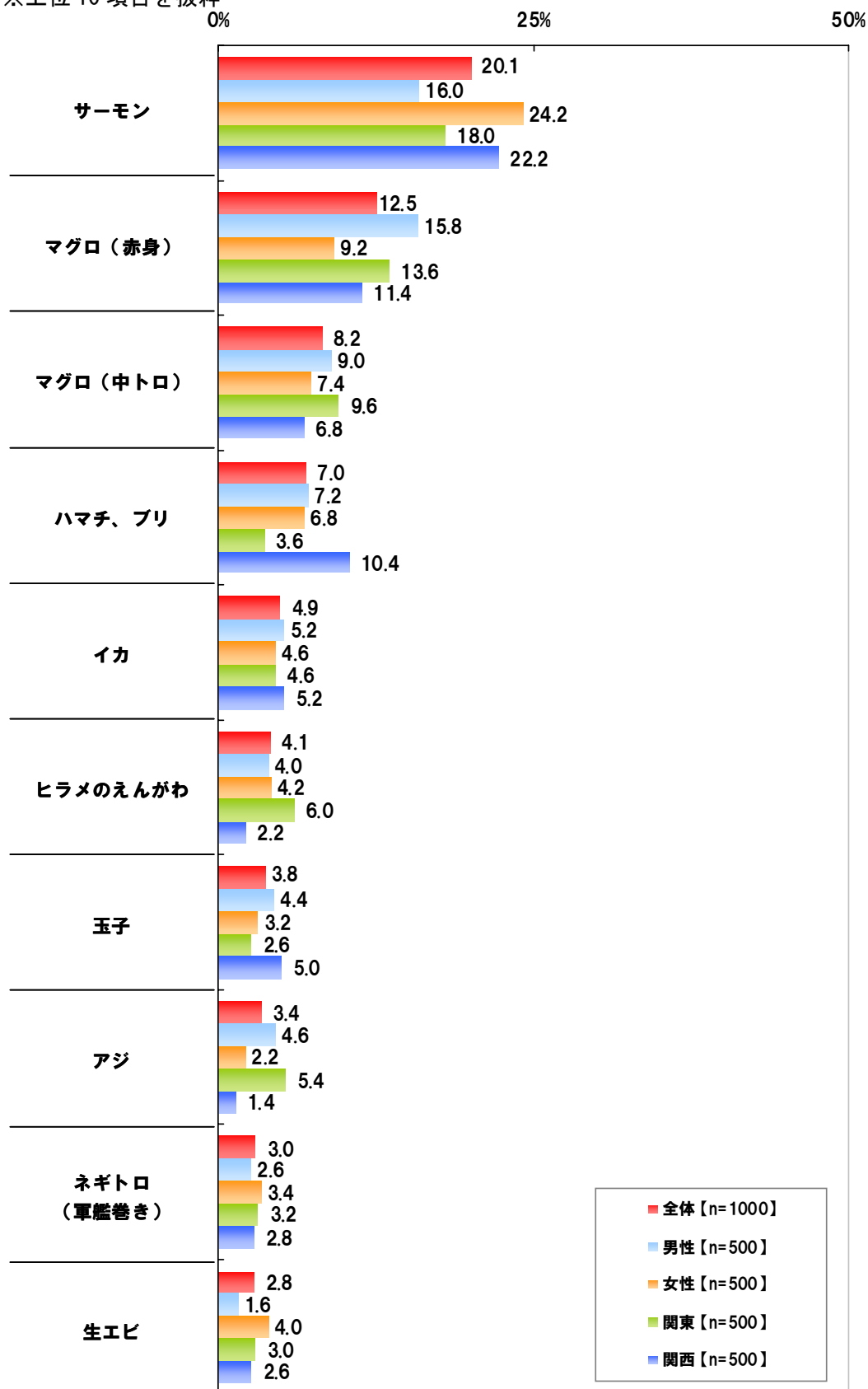
※対象者：家族で回転寿司を利用する人



◆回転寿司店を選ぶ際に重視する点（複数回答形式）


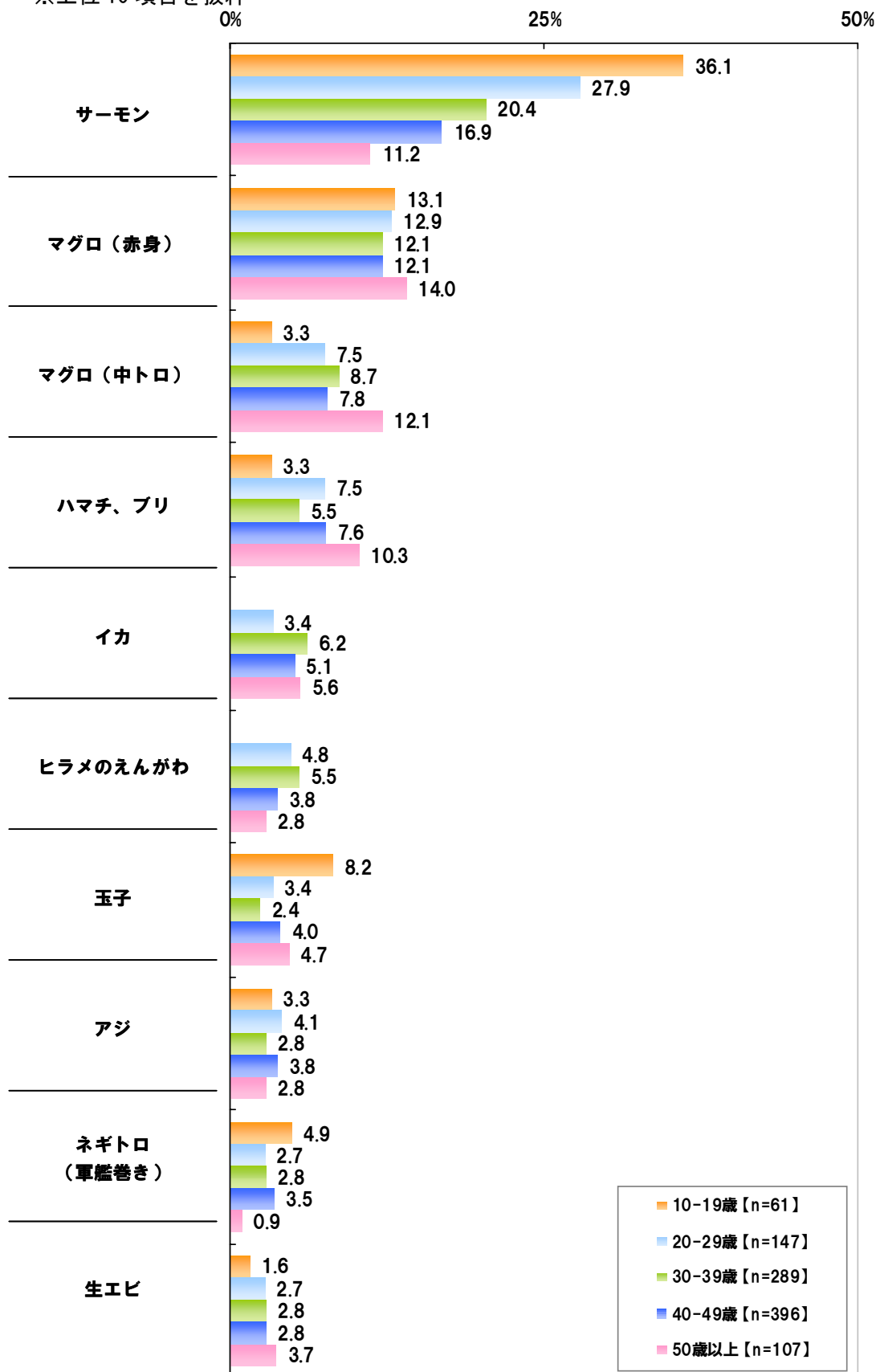
◆回転寿司店に行った時に、最初に最もよく食べるネタ（単一回答形式）

※上位 10 項目を抜粋



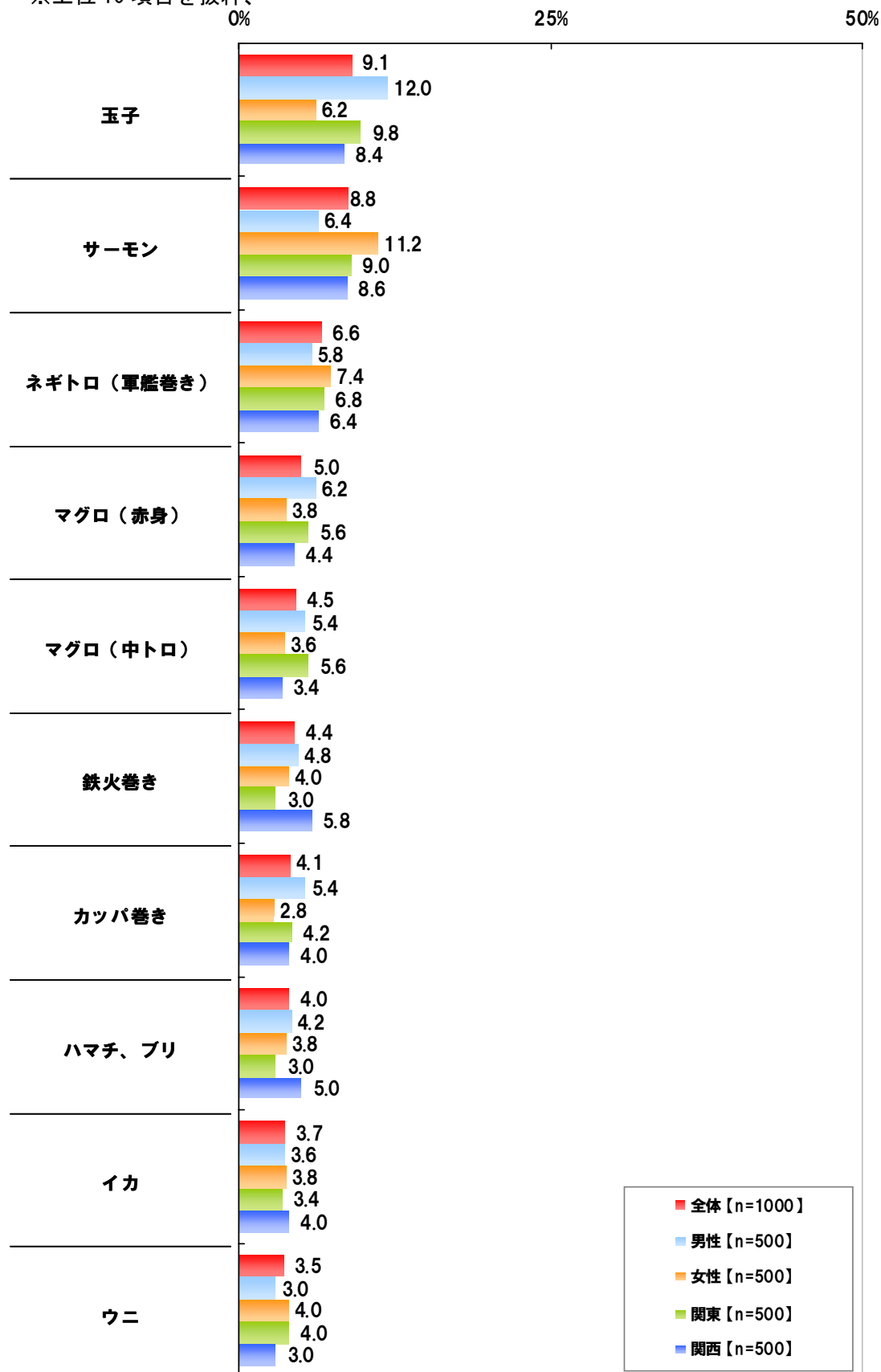
◆回転寿司店に行った時に、最初に最もよく食べるネタ（単一回答形式）：年代別

※上位 10 項目を抜粋



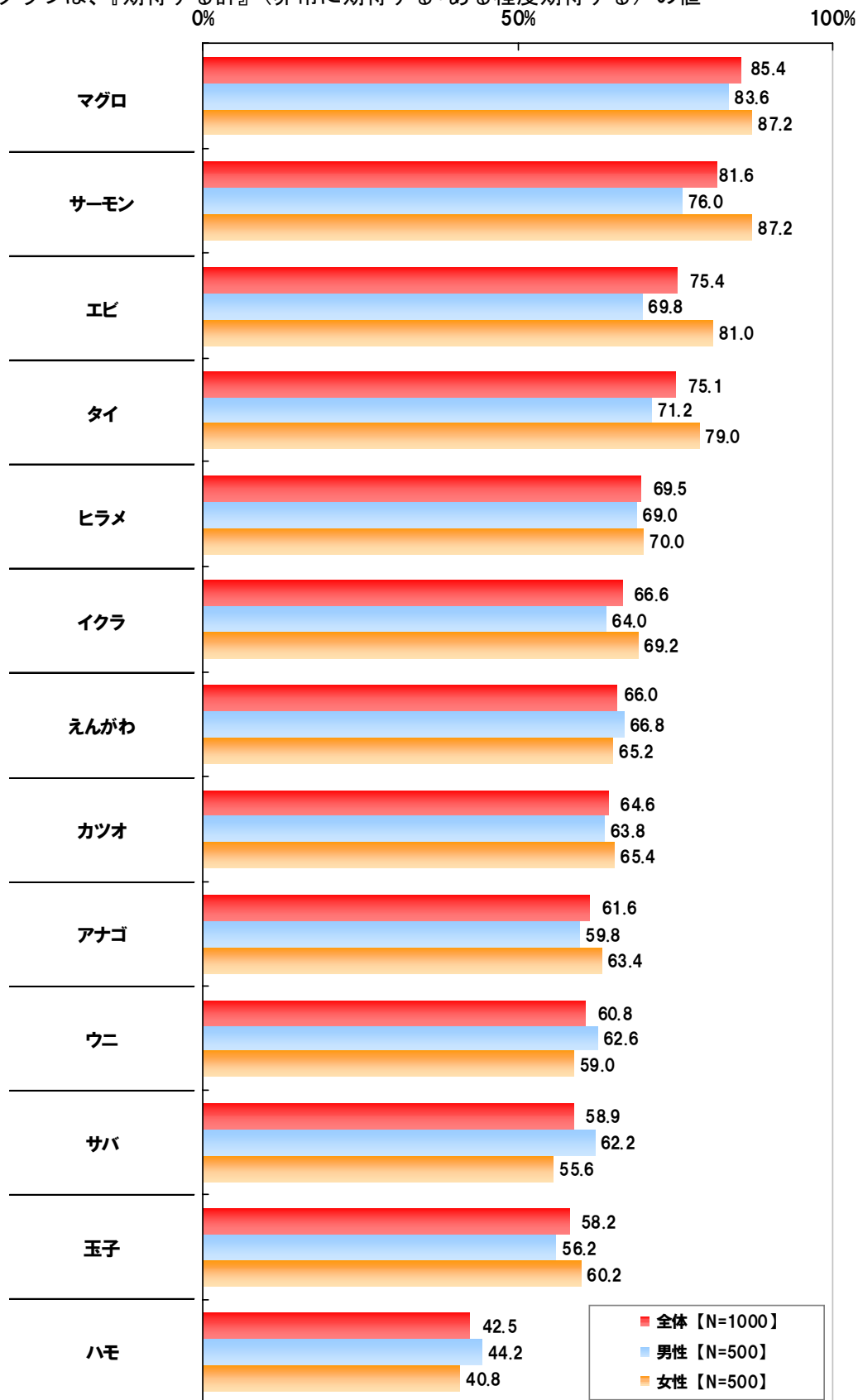
◆回転寿司店に行った時に、最後に最もよく食べるネタ（単一回答形式）

※上位 10 項目を抜粋、

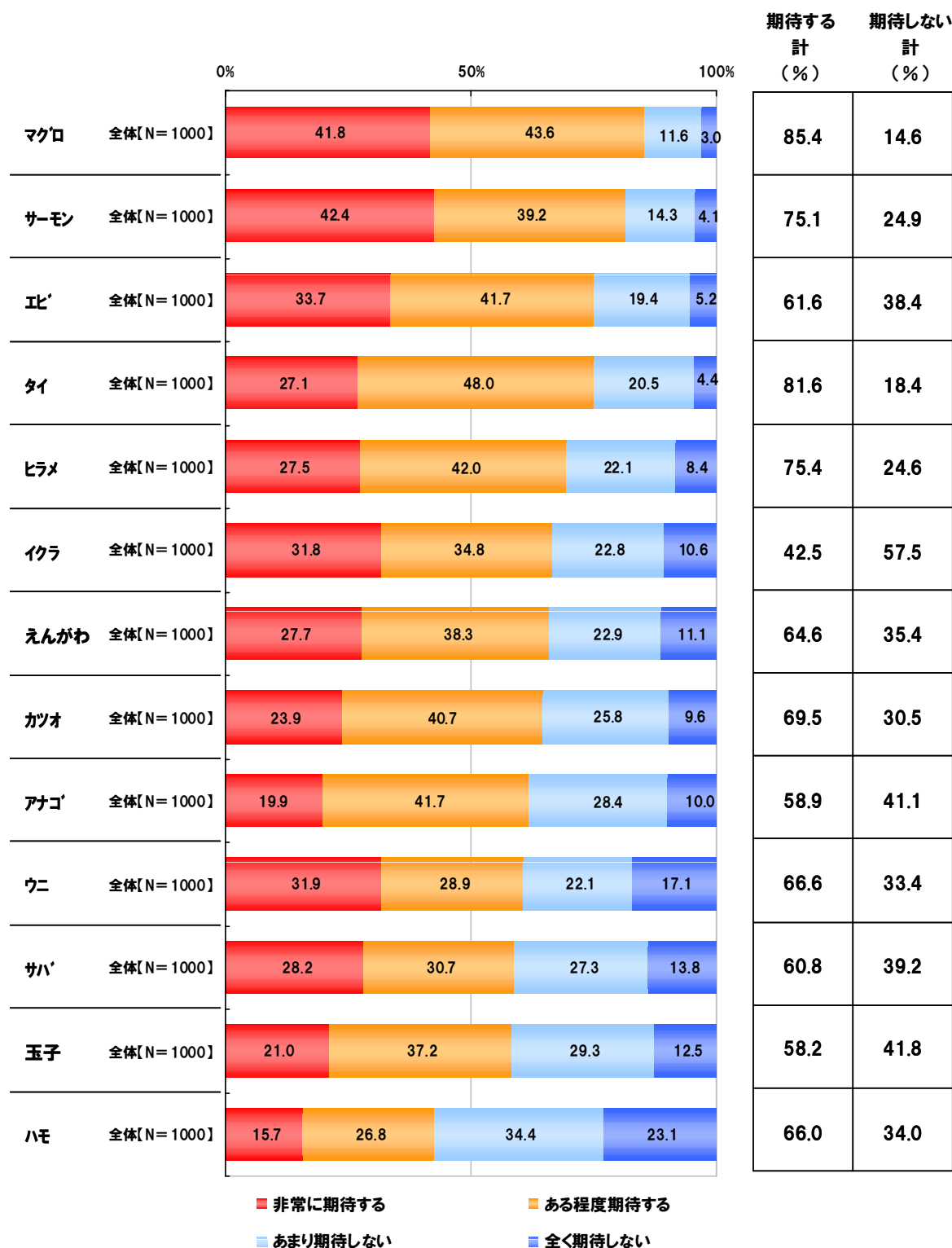


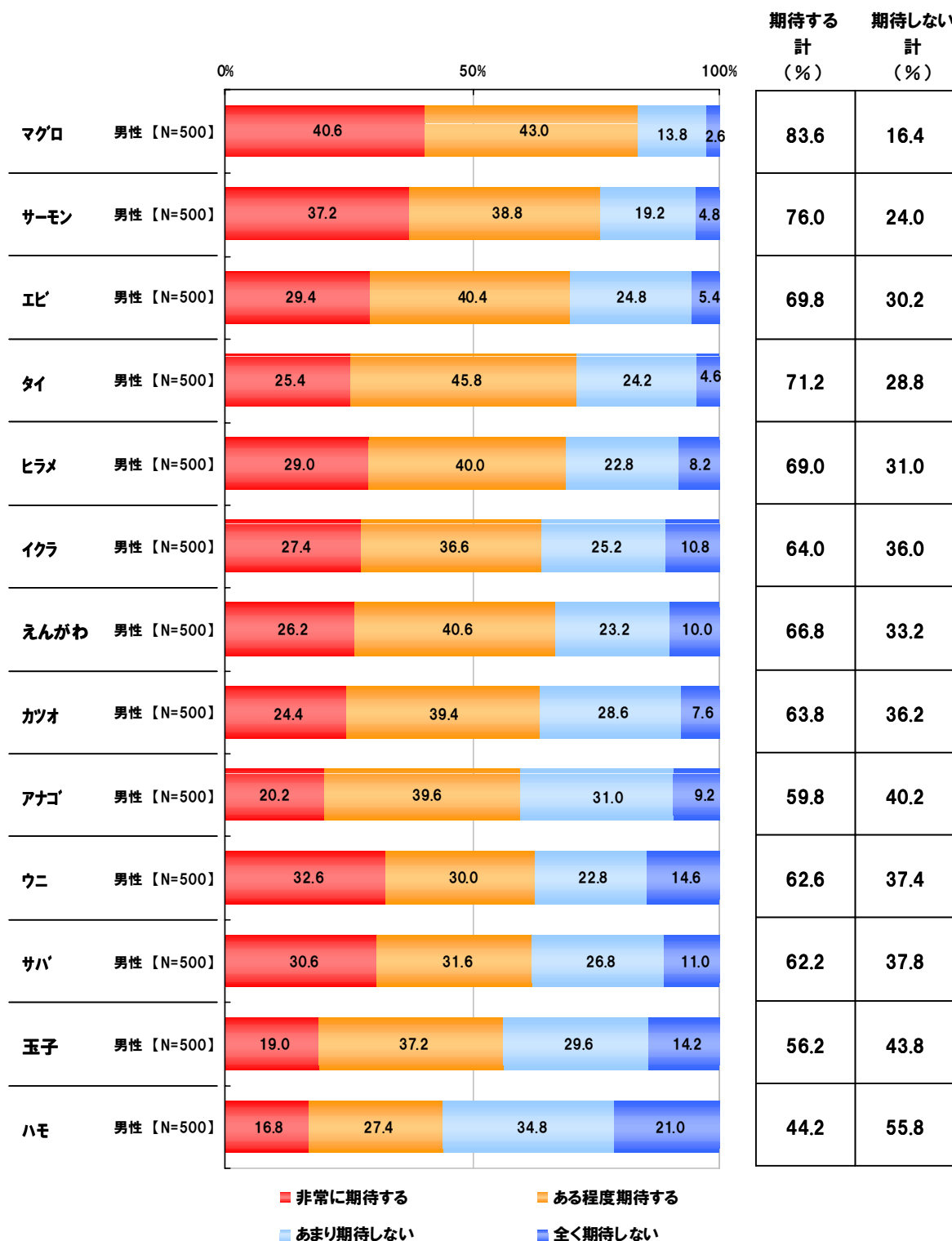
◆回転寿司で食べる時のネタのおいしさや鮮度に対する期待度（単一回答形式）

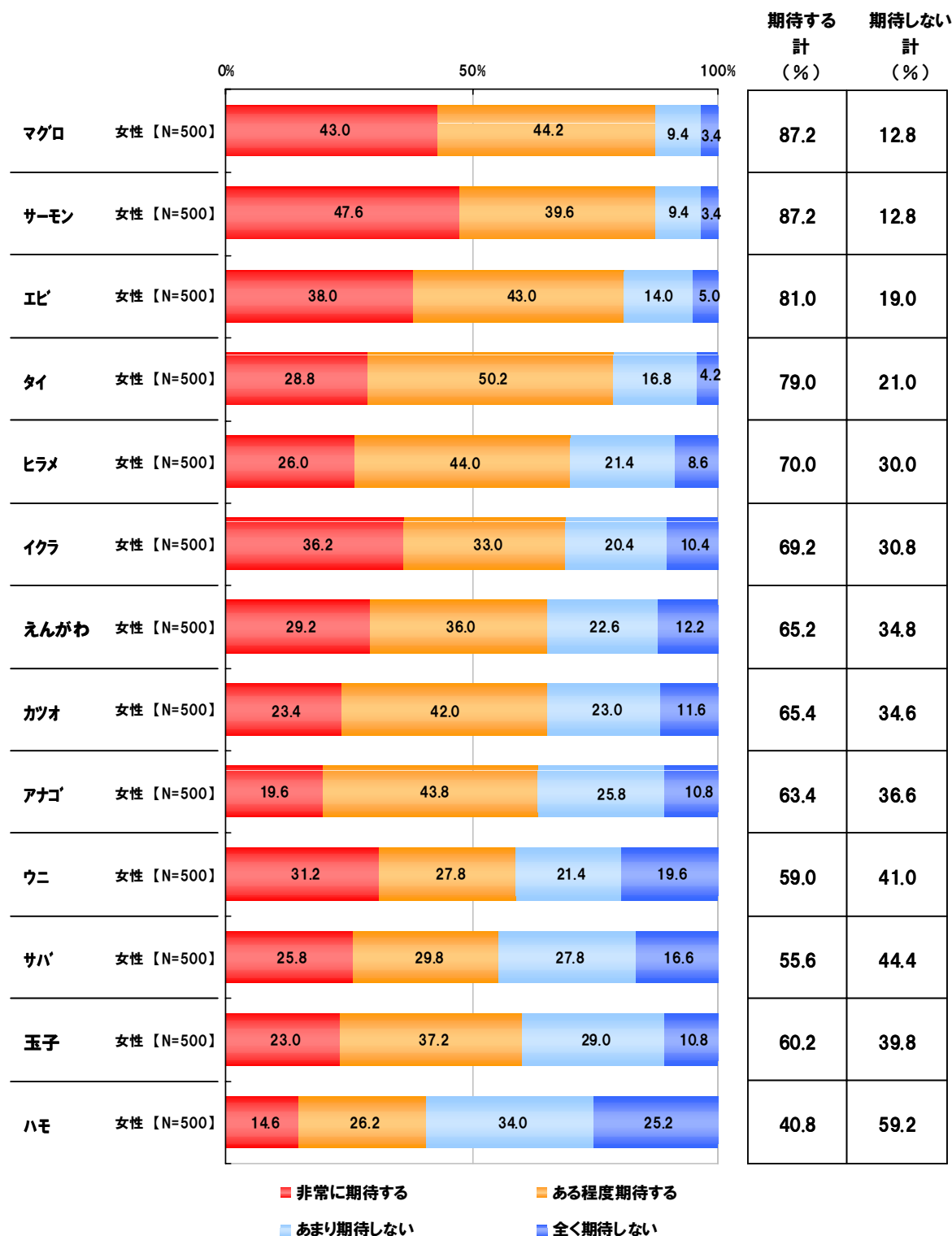
※グラフは、『期待する計』（非常に期待する+ある程度期待する）の値



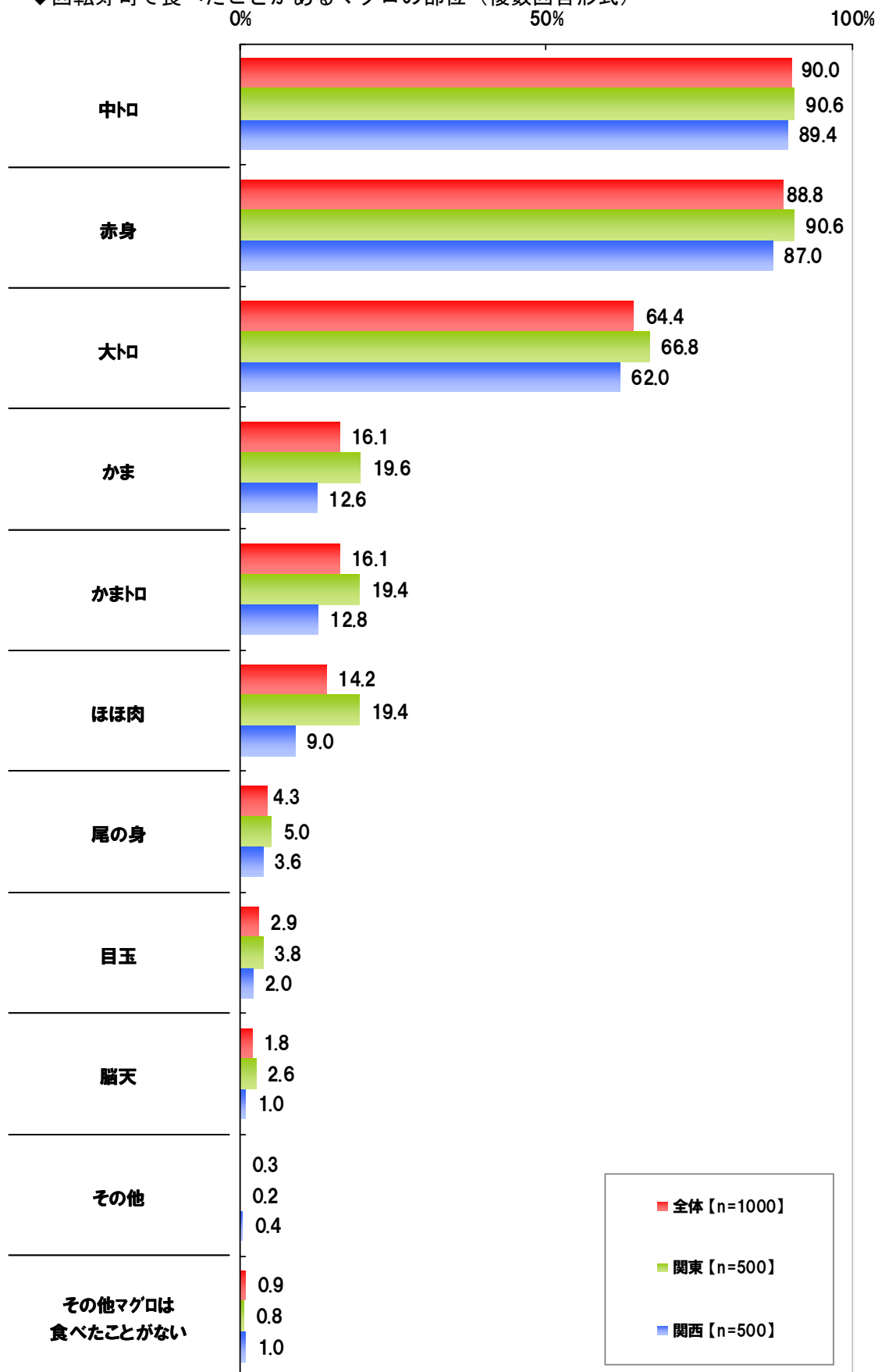
◆回転寿司で食べる時のネタのおいしさや鮮度に対する期待度（単一回答形式）：全体

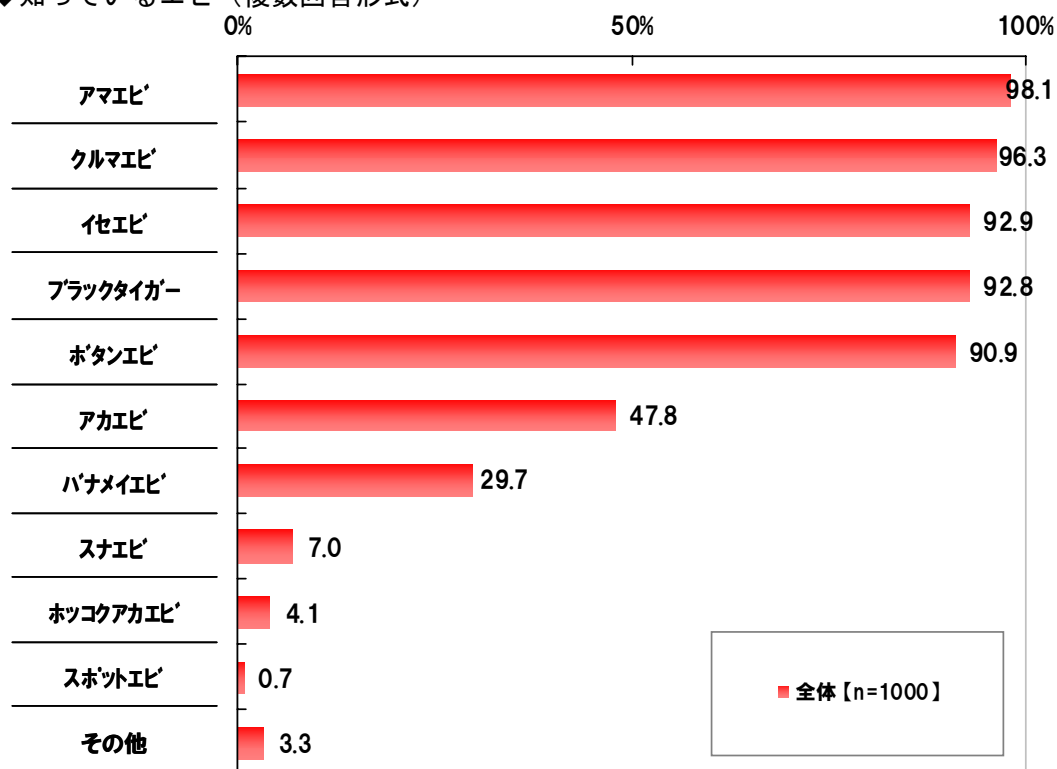
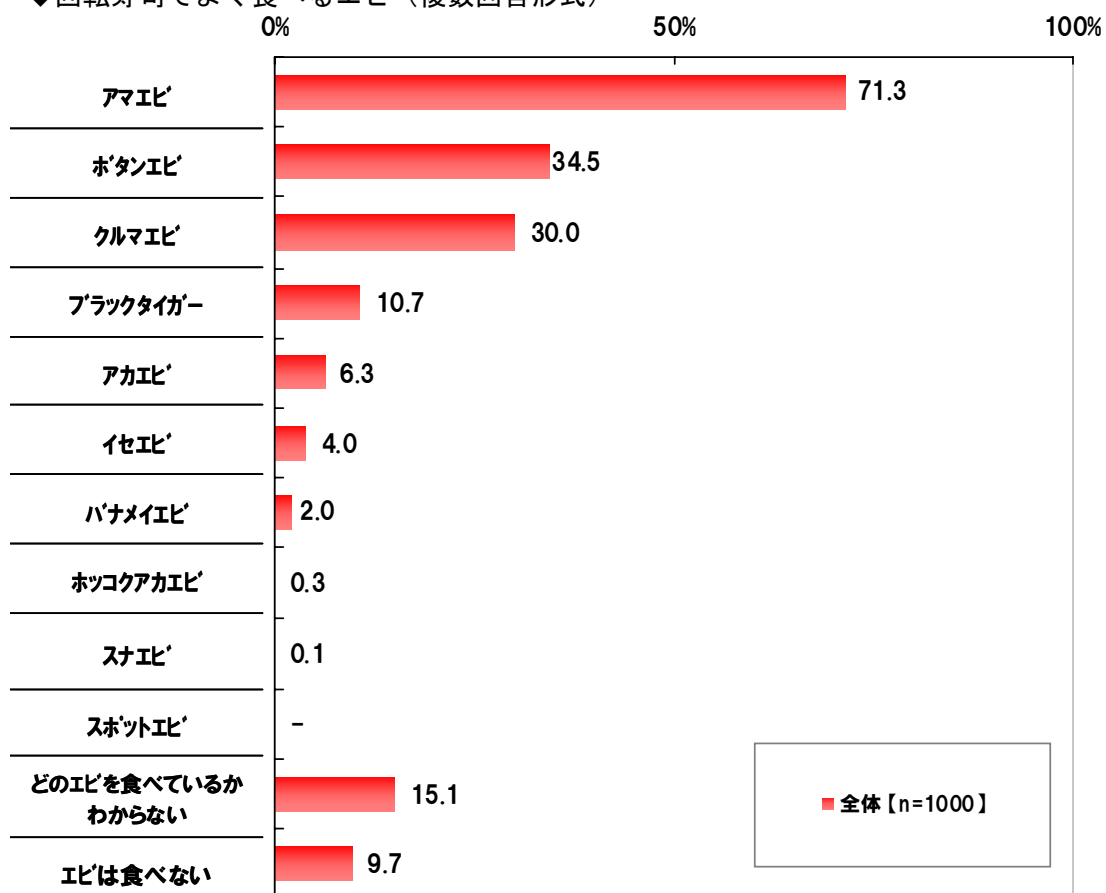


◆回転寿司で食べる時のネタのおいしさや鮮度に対する期待度（単一回答形式）：男性


◆回転寿司で食べる時のネタのおいしさや鮮度に対する期待度（単一回答形式）：女性


◆回転寿司で食べたことがあるマグロの部位（複数回答形式）

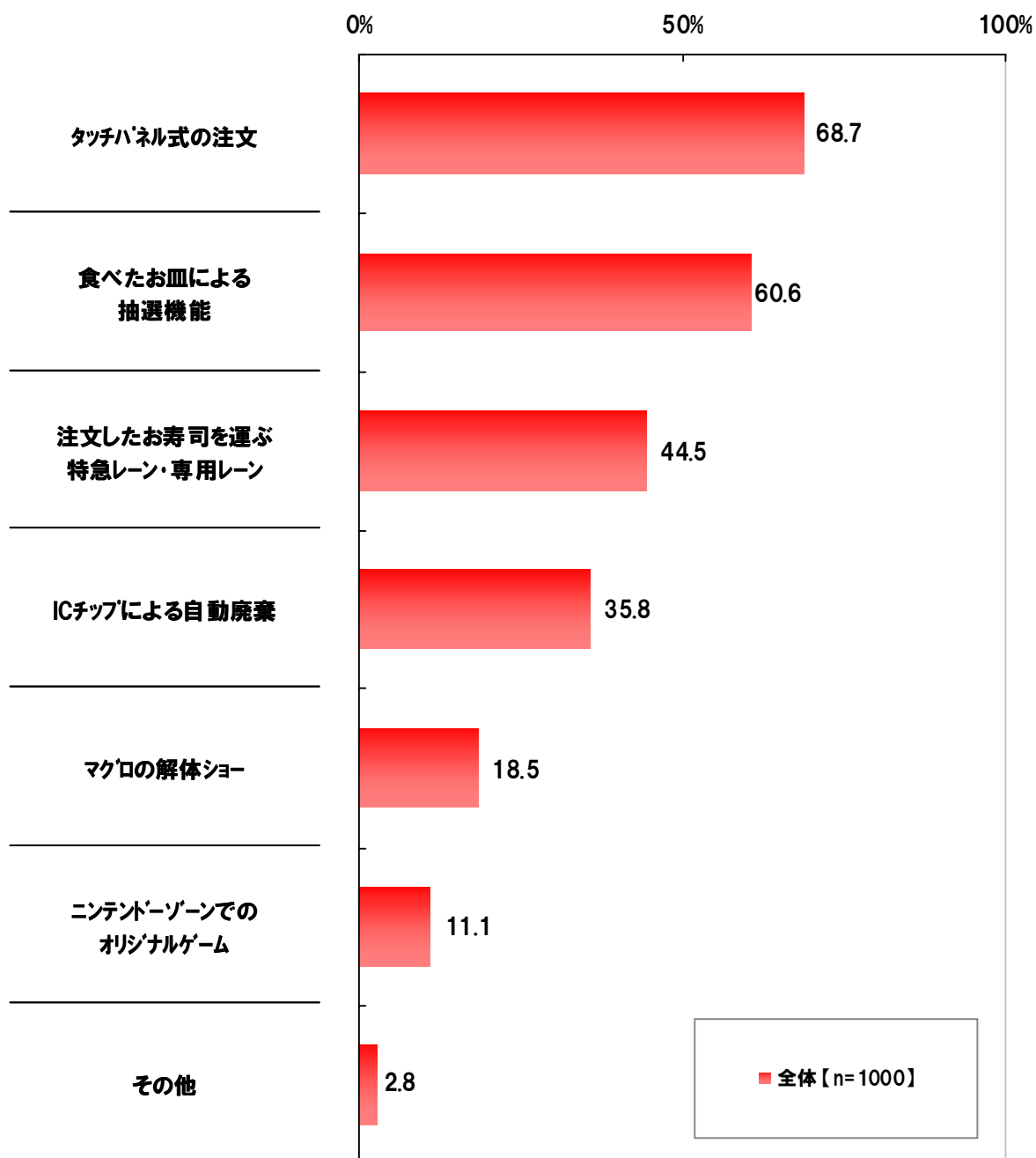


◆知っているエビ（複数回答形式）

◆回転寿司でよく食べるエビ（複数回答形式）


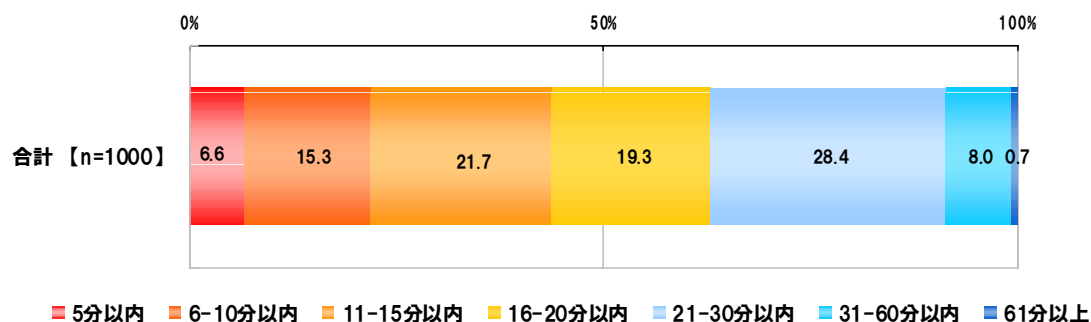
◆回転寿司では、食べたいものを注文するか、回っているものを食べるか（単一回答形式）



◆回転寿司にあると嬉しいサービス（複数回答形式）

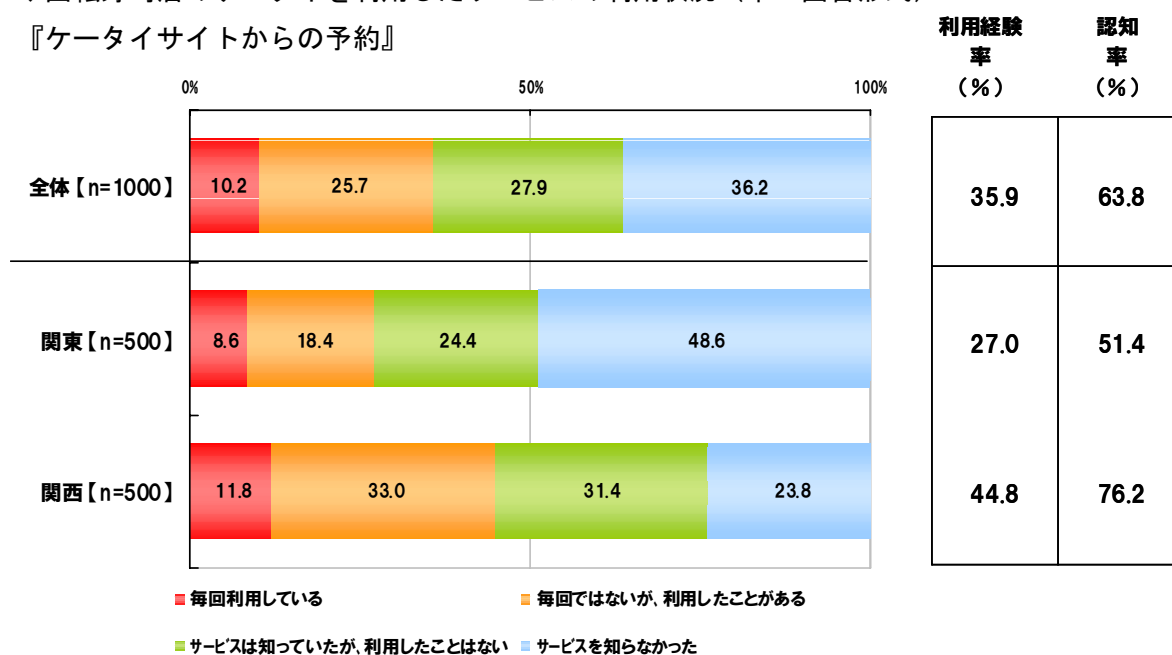


◆回転寿司店での待ち時間（入店してから席に案内されるまでの時間）として許容できる時間

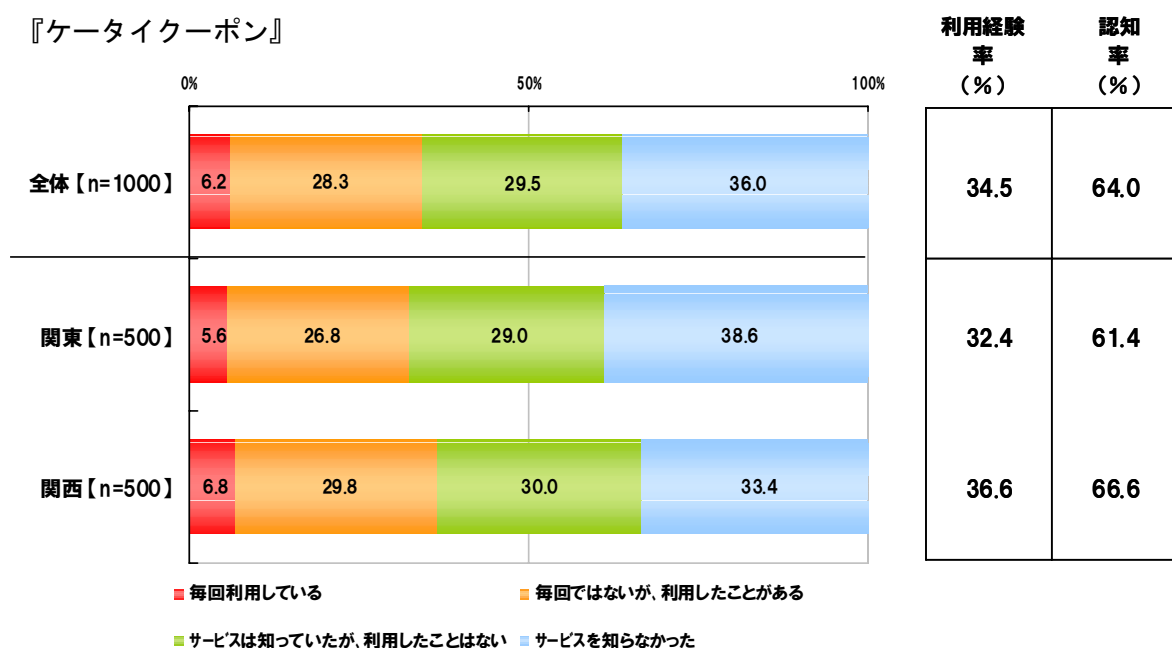


◆回転寿司店のケータイを利用したサービスの利用状況（単一回答形式）

『ケータイサイトからの予約』

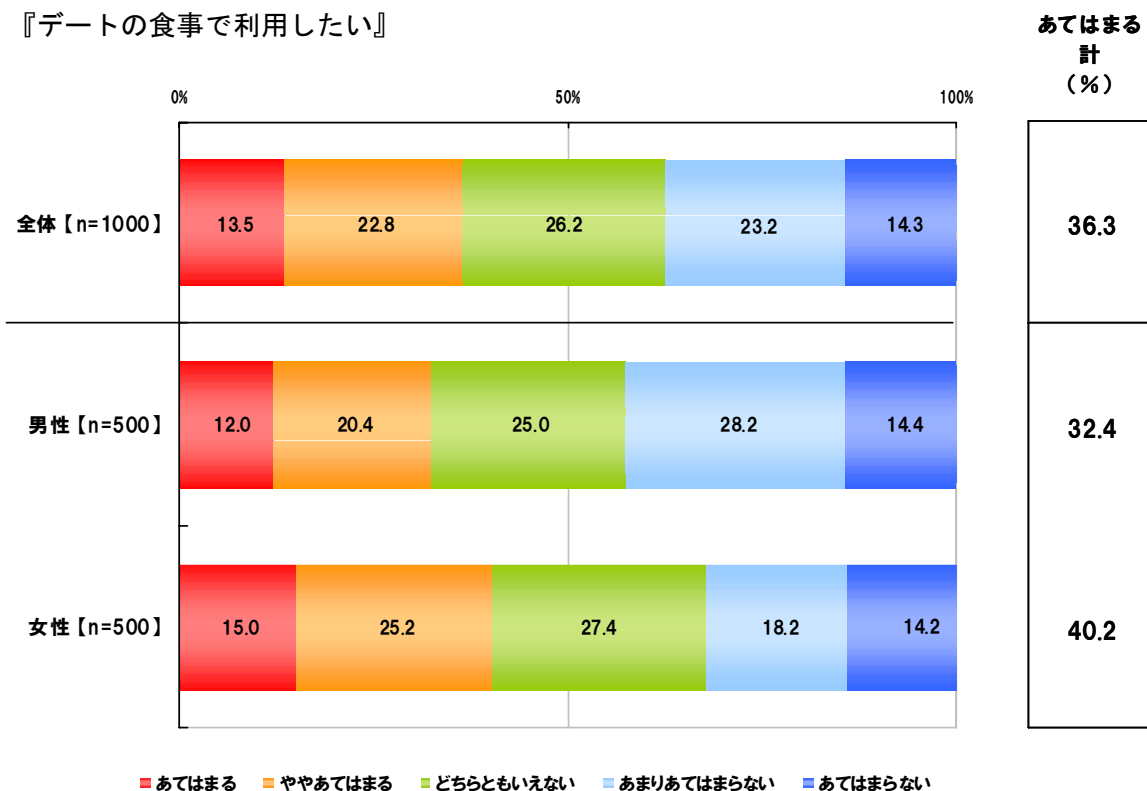


『ケータイクーポン』

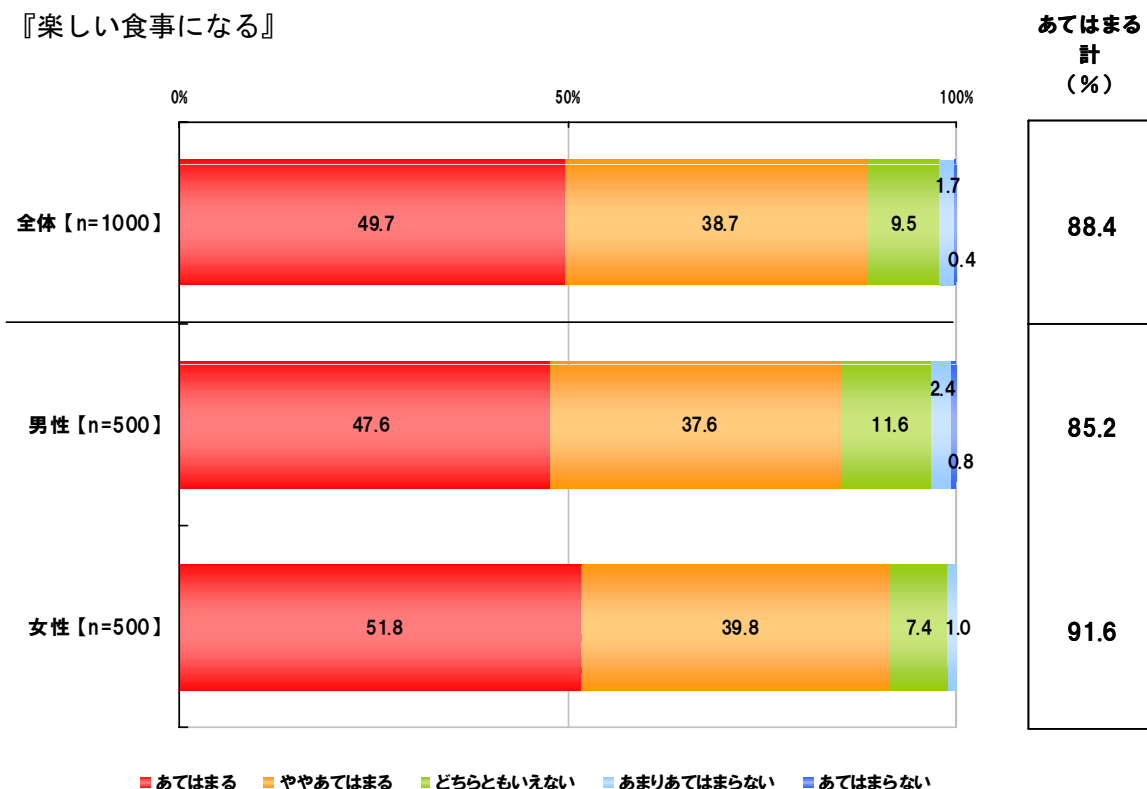


◆回転寿司利用についての意識（単一回答）

『デートの食事で利用したい』



『楽しい食事になる』



(調査概要)

- ◆調査タイトル：回転寿司利用に関する意識調査
- ◆調査対象：ネットエイジアリサーチのインターネットモニター会員を母集団とする
10代～50代の男女で、月に1回以上回転寿司を利用する方
- ◆調査対象者の内訳：関東男性（250名） 関東女性（250名）
： 関西男性（250名） 関西女性（250名）
： 10代（61名） 20代（147名） 30代（289名） 40代（396名） 50代（107名）
- ◆調査期間：2010年08月05日～08月10日
- ◆調査方法：インターネット調査（モバイルリサーチ）
- ◆調査地域：関東（東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県・栃木県・茨城県・群馬県）
： 関西（大阪府・京都府・兵庫県・奈良県・和歌山県・滋賀県）
- ◆有効回答数：1,000サンプル（有効回答母数から1,000サンプルを抽出）
- ◆実施機関：ネットエイジア株式会社
〈調査協力会社：ネットエイジア株式会社（担当：吉田）〉

■■報道関係の皆様へ■■

本ニュースレターの内容の転載にあたりましては、
「マルハニチロホールディングス調べ」と付記のうえ
ご使用くださいますよう、お願い申し上げます。

■■本調査に関するお問合せ窓口■■

株式会社マルハニチロホールディングス
TEL : 03-3216-0821
Eメール : koho@maruha-nichiro.co.jp
受付時間 : 9時00分～18時00分（月～金）

■■会社概要■■

代表者名 : 代表取締役社長 久代 敏男
設立 : 2004年4月
(2007年10月に、株式会社マルハグループ本社から
株式会社マルハニチロホールディングスに社名変更)
所在地 : 東京都千代田区大手町 1-1-2
業務内容 : 水産事業、食品事業、畜産事業、保管・物流事業

会社および商品の詳細は <http://www.maruha-nichiro.co.jp/> をご覧ください。