



報道関係者 各位

2013年3月27日

## ～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 2013」～

**回転寿司は「格安均一価格店」派が約 8 割  
回転寿司は恋人と一緒に 20代では 4人に1人****回転寿司店ではどれくらい食べる？ 男性平均 11.2皿、女性平均 8.7皿  
躊躇したり、勇気がある一皿の価格 平均 416円、男性平均 431円、女性平均 402円****回転寿司での“注文派”6割強、“流れているネタ派”は2割強  
関東関西で地域差歴然、関東では“注文派”が7割近く****回転寿司での最初のネタ「サーモン」がぶっちぎりのトップ、20代女性では3人に1人  
シメのネタ 男性1位「玉子」、女性1位「サーモン」  
我慢のネタ2位 関東「ウニ」、関西「中トロ」  
物価上昇が心配なご時勢、“値上がりはゴメンだ”と思うネタでも「サーモン」が1位****回転寿司店選びで重視することは？  
回転寿司選びの情報源「テレビ番組・広告」を押さえ、「紹介・クチコミ」がトップ  
30代の回転寿司店選びでは、ネットの活用が目立つ傾向****“美味しそうなお当地回転寿司店”がありそうな都道府県 北海道がダントツ1位****回転寿司デート「アリ」20代女性では84.0%、肯定派は男性より女性の方が多い傾向  
「ひとり回転寿司」肯定派 8割  
回転寿司デートの前に要チェック！ ご法度“これだけはやって欲しくない”ランキング****利用してみたい変わり種回転寿司は？  
意味まで知っているお寿司屋さんの業界用語「むらさき」67.7%、「なみだ」31.2%**

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：東京都江東区豊洲3-2-20 代表取締役社長 久代 敏男) は、2013年3月9日～3月12日の4日間で、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15歳～59歳の男女で、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2013」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。  
(調査協力会社：ネットエイジア株式会社)

**事前調査結果 回転寿司店を「月に1回以上」利用する割合****◆お寿司は「回転寿司で」81.0%、回転寿司利用者のうち「月に1回以上」43.2%**

関東、関西に住む15歳～59歳の男女(4,457名)に、どこでお寿司を買ったり、食べたりしているか聞いたところ、全体では「回転寿司店では」81.0%となりました。続いて、回転寿司を利用する方(3,608名)に、どれくらいの頻度で回転寿司を利用(テイクアウトは含めない)しているか聞いたところ、回転寿司を「月に1回以上」利用する割合は、全体では43.2%、男女別では、男性48.2%、女性40.3%、年代別では、10代33.6%、20代42.1%、30代47.3%、40代42.9%、50代41.9%、また地域別では、関東42.4%、関西43.9%という結果となりました。

**「回転寿司に関する消費者実態調査 2013」 調査結果****◆回転寿司は「格安均一価格店」派が約 8 割**

**◆平日の夜(19時~21時)の回転寿司利用3割**
**◆回転寿司は恋人と一緒に 20代では4人に1人**
**◆回転寿司は「車で外出したとき」4割**

関東・関西に住む15歳~59歳の男女で、月に1回以上回転寿司店を利用する男女(全回答者1,000名)に、格安均一価格店(99円均一や100円均一、150円均一などのお店)と皿によって値段が違う店(皿の色などにより異なる価格が設定されている店)のどちらを多く利用しているか聞いたところ、全体では『格安均一価格店が多い』(「格安均一価格店が多い」と「どちらかといえば格安均一価格店が多い」の合計)が77.9%、『皿によって値段が違う店が多い』(「皿によって値段が違う店が多い」と「どちらかといえば皿によって値段が違う店が多い」の合計)は22.1%となり、「格安均一価格店」の方が多く利用されている結果となりました。

年代別にみると、50代では『皿によって値段が違う店が多い』とする割合は他の年代に比べ高く、31.7%でした。

また、いつ回転寿司に行くことが多いか聞いたところ、「平日(月~金):19時~21時」30.3%、「土日祝:17時~19時」34.2%、「土日祝:19時~21時」33.3%では3割以上となり、平日の夜もよく利用されていることがわかりました。

次に、誰と回転寿司に行くことが多いか聞いたところ、「配偶者」52.4%、「子ども」45.5%、「父母(義父母)」39.5%と家族と行くとの回答が多く、「友人・知人」25.3%、「恋人」11.5%がそれに続きました。

男女別にみると、男性では「1人で」は19.0%と2割となり、また、年代別にみると20代では「友人・知人」「恋人」の割合が他の年代に比べ高く、それぞれ43.2%、25.1%となりました。

そして、どのようなときに回転寿司を利用するか聞いたところ、全体では「家族での週末の食事で」55.9%が最も多く、次いで「自分が寿司を食べたいとき」54.0%、「車で外出したとき」40.5%、「ご飯を作るのが面倒なとき」35.3%、「短時間で食事をすませたいとき」17.9%が続きました。

**◆回転寿司店ではどれくらい食べる? 男性平均11.2皿、女性平均8.7皿**
**◆躊躇したり、勇気がいる一皿の価格 平均416円、男性平均431円、女性平均402円**

全回答者(1,000名)に、回転寿司店で寿司以外のメニューも含めて何皿程度食べることが多いか聞いたところ、全体では「6~10皿」56.3%、「11~15皿」26.7%との回答が多く、平均は9.9皿でした。男女別に平均をみると、男性では11.2皿と10皿を超え、女性では8.7皿でした。

また、回転寿司でネタを取ったり注文する際に“金額的に躊躇したり、勇気が必要”な一皿の価格を聞いたところ、全体では300円位~500円位とする回答が多く(「300円位」28.0%、「400円位」21.1%、「500円位」23.2%)、平均は、全体では416円、男性で431円、女性で402円となりました。

よく利用するお店の種類別にみると、格安均一価格店利用層の平均は390円、皿によって値段が違う店利用層の平均は510円と120円の開きがみられました。

年代別に平均をみると、10代366円、20代406円、30代403円、40代423円、50代470円という結果となりました。

**◆回転寿司での“注文派”6割強、“流れているネタ派”は2割強**
**◆関東関西で地域差歴然、関東では“注文派”が7割近く**

全回答者(1,000名)に、回転寿司に行った際にどのように寿司を食べているか聞きました。レーンで流れているネタと注文して握ってもらうネタのどちらを多く食べているか聞いたところ、全体では『流れているネタ派』(「レーンで流れているネタが多い」と「レーンで流れているネタがやや多い」の合計)は21.4%、『注文派』(「注文して握ってもらうネタが多い」と「注文して握ってもらうネタがやや多い」の合計)は61.1%となり、『注文派』が多いという結果となりました。

地域別にみると、『注文派』は、関東では68.6%と7割近くになる一方、関西では53.6%となっており、関東の方が15.0ポイント高く、関東・関西での店内行動での違いが明らかになりました。

**◆回転寿司での最初のネタ 「サーモン」がぶっちぎりのトップ、20代女性では3人に1人****◆シメのネタ 男性1位「玉子」、女性1位「サーモン」****◆普段多く食べているネタの2位では、関東関西で地域差****◆我慢のネタ2位 関東「ウニ」、関西「中トロ」****◆物価上昇が心配なご時勢、“値上がりはごめん”と思うネタでも「サーモン」が1位**

全回答者（1,000名）に、回転寿司に行った際にどのようなネタを食べているか聞きました。

まず、“最初に” 食べる人が多いネタを聞いたところ、1位は「サーモン」（22.2%）、2位は「マグロ（赤身）」（12.9%）、3位は「ハマチ、ブリ」（6.3%）という結果となり、「サーモン」が2位以下を大きく引き離しました。

男女別にみると、女性では「サーモン」は24.6%と4人に1人が最初に食べる人が多いと回答し、特に20代女性（34.0%）では3人に1人がネタのトップバッターに指名する結果となりました。

次に、“シメに（最後に）” 食べる人が多いネタを聞いたところ、1位は“最初に” 食べる人が多いネタと同じく「サーモン」（10.7%）となり、2位は「玉子」（8.0%）、3位は「マグロ（中トロ）」（4.9%）でした。

男女別にみると、男性の1位は「玉子」（9.6%）となっており、50代男性では16.7%でした。女性の1位は「サーモン」（12.2%）で、特に若い世代の女性では「サーモン」をシメのネタとして選ぶ傾向が高いことが明らかになりました。

また、普段“多く” 食べているネタを聞いたところ、1位「サーモン」（43.1%）、2位「ハマチ、ブリ」（22.1%）、3位「マグロ（赤身）」（21.3%）、4位「イカ」（17.6%）、5位「マグロ（中トロ）」（17.4%）という結果となりました。

年代別にみると、「サーモン」は、20代では58.8%と半数を超え、10代（43.9%）、30代（45.9%）でも4割半ばと40代、50代に比べて高く、サーモンが、特に若い世代から支持を集めている様子が窺えました。

地域別にみると、関東、関西ともにトップは「サーモン」（関東39.4%、関西46.8%）でしたが、関東では「マグロ（赤身）」（23.0%）が、関西では「ハマチ、ブリ」（27.2%）が2位となりました。

さらに、“食べたいのに我慢することが特に多い” ネットを聞いたところ、1位は「マグロ（大トロ）」（44.4%）で4割半となり、2位「マグロ（中トロ）」（18.3%）、3位「ウニ」（15.3%）、4位「アワビ」（14.9%）、5位「イクラ」（7.6%）が続きました。

地域別にみると、2位で違いがみられ、関東では「ウニ」（17.2%）、関西では「マグロ（中トロ）」（19.6%）が2位となりました。

また、物価上昇・インフレが心配なご時勢ですが“値上がり”はごめんと思うネタ”を聞いたところ、1位は「サーモン」（30.8%）で3割強となり、2位「マグロ（中トロ）」（30.3%）、3位「マグロ（大トロ）」（25.9%）、4位「マグロ（赤身）」（22.9%）、5位「ハマチ、ブリ」（16.6%）が続きました。

男女別にみると、男性の1位は「マグロ（中トロ）」で32.0%、女性の1位は「サーモン」で34.4%でした。

“最初に” 食べる人が多いネタ、“シメに（最後に）” 食べる人が多いネタ、普段“多く” 食べているネタ、さらに“値上がりはごめん” だと思ふネタの全てで「サーモン」が1位となっており、回転寿司利用者から、「サーモン」が愛されている様子が窺えました。

**◆回転寿司店選びで重視することは？****◆回転寿司店選びの情報源 「テレビ番組・広告」を押さえ、「紹介・クチコミ」がトップ****◆30代の回転寿司店選びでは、ネットの活用が目立つ傾向**

全回答者（1,000名）に、回転寿司店を選ぶ際に重視している点を聞いたところ、全体では、「美味しいこと」50.4%が最も多く、次いで「ネタが新鮮であること」41.4%、「値段が安いこと」38.6%、「駐車場があること」29.1%、「ネタの種類が豊富であること」28.6%が続きました。“美味しさ”や“ネタの新鮮さ”、“ネタの種類豊富さ”とともに“価格”も重視されており、回転寿司利用者が求めるハードルは高いようです。

また、回転寿司を選ぶ際に参考にすることが多い情報源を聞いたところ、全体では「周囲の方からの紹介・クチコミ」30.0%が最も多く、次いで「テレビ番組・広告」26.1%、「店舗のホームページ」21.1%、「クチコミ投稿グルメサイト（食べログなど）」18.3%、「飲食店クーポンサイト（ホットペッパーなど）」16.7%、が続きました。

年代別でみると、30代では「店舗のホームページ」24.7%、「クチコミ投稿グルメサイト（食べログなど）」23.4%、「飲食店クーポンサイト」19.1%とネット媒体を情報源とした割合が、他の世代に比べ高い結果となりました。

#### ◆“美味しそうなご当地回転寿司店”がありそうな都道府県 北海道がダントツ1位

全回答者（1,000名）に、“美味しそうなご当地回転寿司店”がありそうな都道府県を聞いたところ、全体では、1位は「北海道」（79.3%）で、2位「富山県」（19.4%）、3位「石川県」（18.1%）、4位「静岡県」（15.6%）、5位「青森県」、「東京都」（14.8%）と、魚介類の有名産地や有名な市場を抱える都道府県が上位になりました。

「北海道」と答えたのは特に20代女性（87.0%）、30代女性（85.6%）で高く、また「富山県」「石川県」と答えたのは40代男性で高く、それぞれ34.4%、30.6%となりました。

#### ◆回転寿司デート「アリ」 20代女性では84.0%、肯定派は男性より女性の方が多い傾向

##### ◆「ひとり回転寿司」肯定派 8割

##### ◆回転寿司デートの前に要チェック！ ご法度“これだけはやって欲しくない”ランキング

全回答者（1,000名）に、様々な回転寿司の使い方について「アリ」なのか「ナシ」なのかを聞いたところ、【デートコースとして使う】は、全体では「アリ」68.0%、「ナシ」32.0%と7割弱が「アリ」と回答しました。男女別にみると、肯定派は女性のほうが高く、女性では71.8%と7割強が肯定派となり、特に20代女性では84.0%と大半はデートコースとして回転寿司を使うことに肯定的という結果となりました。男性が思っている以上に女性は回転寿司デートに肯定的なようです。

また、【一人の食事の時に使う】は「アリ」80.5%、「ナシ」19.5%と8割が「アリ」と答えました。年代別で見ると「アリ」と答えたのは50代で高く、88.3%と9割弱になりました。

次に、【旅行先でのグルメめぐりで使う】は、全体では「アリ」60.9%、「ナシ」39.1%とこちらも肯定派が過半数となりました。魚介類の有名産地を訪れた際には、地元のネタを仕入れている回転寿司を利用し、旅を楽しむのもよいかもしれません。

そして、誕生日や記念日での利用についてみると、【自分の誕生日に使う】は「アリ」63.9%、「ナシ」36.1%と6割強が「アリ」と答えましたが、【パートナー（恋人や配偶者）との記念日に使う】は「アリ」51.9%、「ナシ」48.1%と肯定派と否定派が拮抗する結果となりました。

デートコースとして回転寿司を使うことに対して、7割弱が「アリ」と答えましたが、実際の回転寿司デートで“パートナーにこれだけはやって欲しくない”と思うものは何でしょうか。

1位は「一度取ったお皿を戻す」（74.6%）、次いで2位「香りの強い香水をつけて入店する」（66.1%）、3位「ネタだけ食べてご飯（シャリ）を残す」（63.4%）、4位「反対側のレーンのお皿を取る」（57.0%）、5位「隣の客とお皿の枚数を競う」（36.9%）となりました。

男女別にみると、「値段の高いお皿を取らせてくれない」は女性では43.2%と男性の22.0%よりも21.2ポイント高く、「自分ではお皿を取らずに取らせる」、「お寿司屋さん特有の業界用語を使う」、「取るお皿を迷ってなかなか取らない」は女性が男性より10ポイント以上高い結果になりました。回転寿司デートの前に、特に男性がチェックしておく参考になりそうな、ご法度“これだけはやって欲しくない”ランキングが明らかになりました。

#### ◆利用してみたい変わり種回転寿司は？

最近では変わり種の回転寿司店がいろいろありますが、全回答者（1,000名）に、そのような

お店を利用したことがあるか聞きました。

注文したものが届くレーンだけで、お寿司が店内で一切回っていない【高速レーンだけでお寿司が回っていない回転寿司】では、「利用したことがある」は11.3%でした。「利用したことはないが、利用してみたい」は34.4%となりました。

次に、エンタメ要素を取り入れたお店について聞きました。マグロの解体ショー以外にも色々なエンタメ要素を取り入れている回転寿司店がありますが、「利用したことがある」割合は、【当たり券がついたお皿が回っている回転寿司】では12.0%、【レーンに水が流れ、船や桶に乗って寿司が流れている回転寿司】では11.3%、【子ども向けに縁日のようなコーナーがある回転寿司】では9.0%と、それぞれ1割前後にとどまりました。

しかし、「利用したことはないが、利用してみたい」との回答をみると、【当たり券がついたお皿が回っている回転寿司】は74.7%と7割半、【レーンに水が流れ、船や桶に乗って寿司が流れている回転寿司】は58.2%と約6割、【子ども向けに縁日のようなコーナーがある回転寿司】は48.2%と約5割になりました。

エンタメ要素を取り入れたお店を利用したことがある人はまだ多くないものの、利用してみたいと思われる様子が窺える結果となりました。家族の週末の食事によく利用される回転寿司店には、味だけではなく、エンタメ要素も期待されているのではないのでしょうか。

また、【回転寿司兼レストランなど、別の飲食業態も兼ねている回転寿司】は「利用したことがある」は17.0%で、「利用したことはないが、利用してみたい」は47.9%となりました。

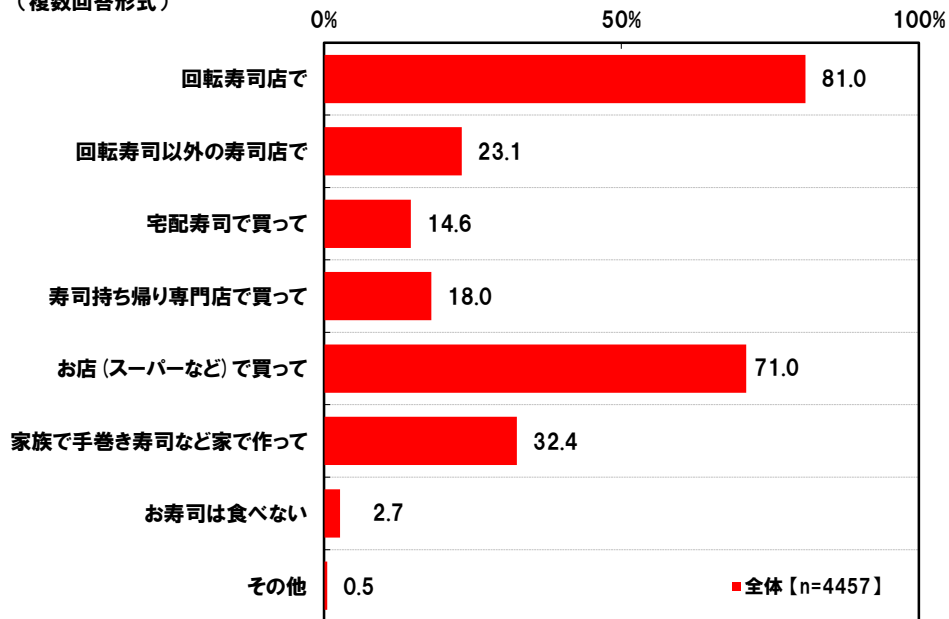
そして、回転寿司店を選ぶ際の重視点の2位に「ネタが新鮮であること」とネタの新鮮さが求められていることがわかりましたが、【生簀にいる魚などを提供している回転寿司】は「利用したことがある」は29.8%で、「利用したことはないが、利用してみたい」は56.7%でした。

#### ◆意味まで知っているお寿司屋さんの業界用語 「むらさき」67.7%、「なみだ」31.2%

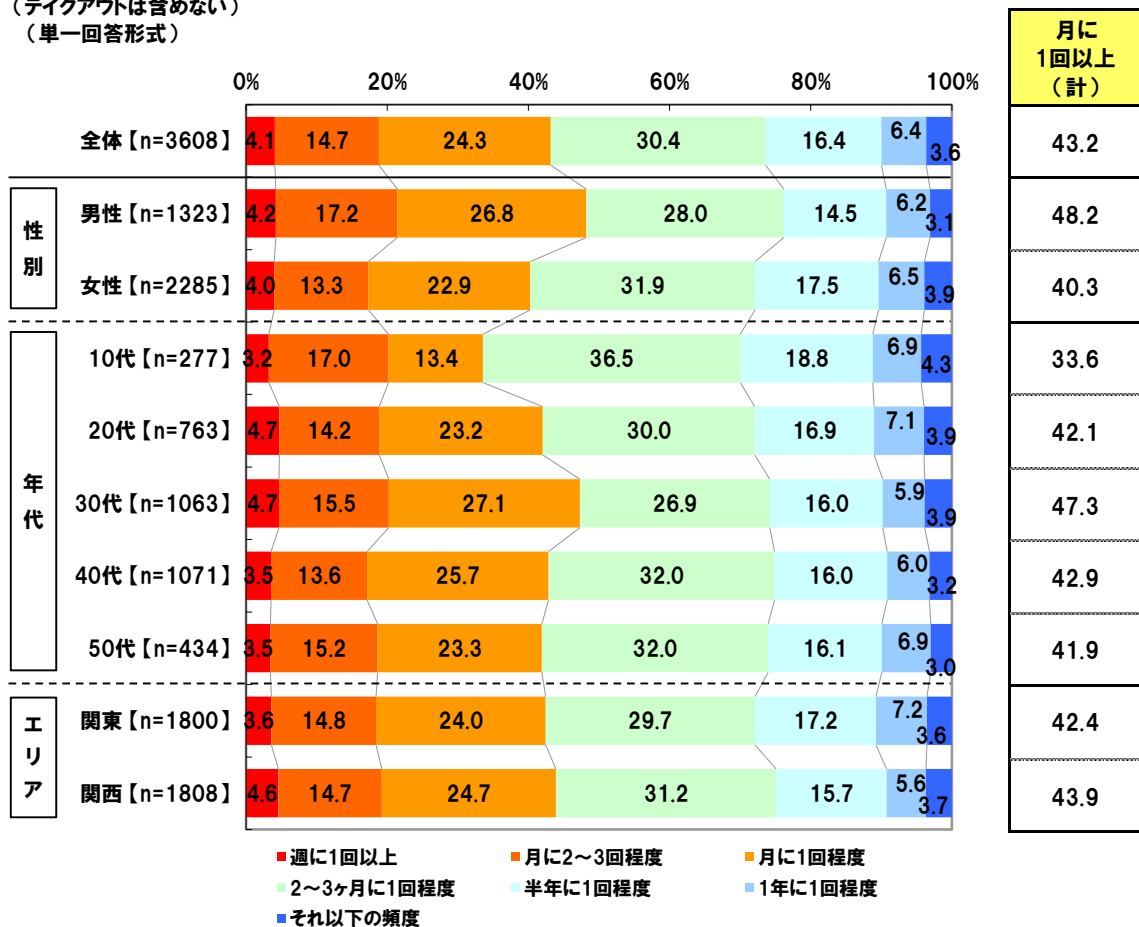
最後に、お寿司屋さんには特有の業界用語がありますが、全回答者(1,000名)に、【むらさき】、【あがり】、【なみだ】、【ぎょく】、【おあいそ】、【てっぽう】の意味を知っているかを聞いてみました。

「意味を知っている」割合が調査項目中で最も高くなったのは、お勘定を意味する【おあいそ】で94.6%、次に高かったのは、お茶を意味する【あがり】で90.5%となり、この2つは9割以上が意味まで知っているとなりました。そして、お醤油を意味する【むらさき】が67.7%、玉子焼きを意味する【ぎょく】が56.1%、わさびを意味する【なみだ】が31.2%で、「意味を知っている」割合が最も低くなったのは、細巻き(海苔巻き)を意味する【てっぽう】で22.8%でした。【なみだ】や【てっぽう】は、あまり知られていないようです。

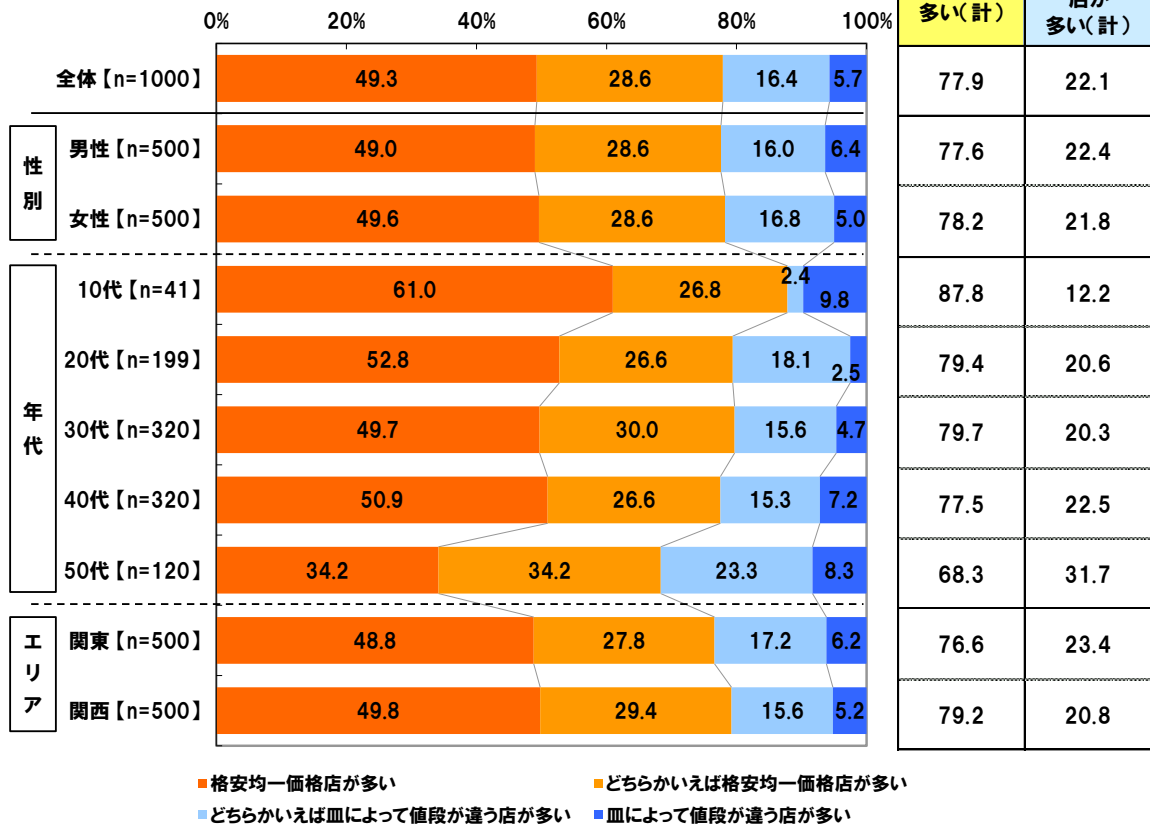
◆【事前調査結果】どこで寿司を買ったり、食べたりしているか  
(複数回答形式)



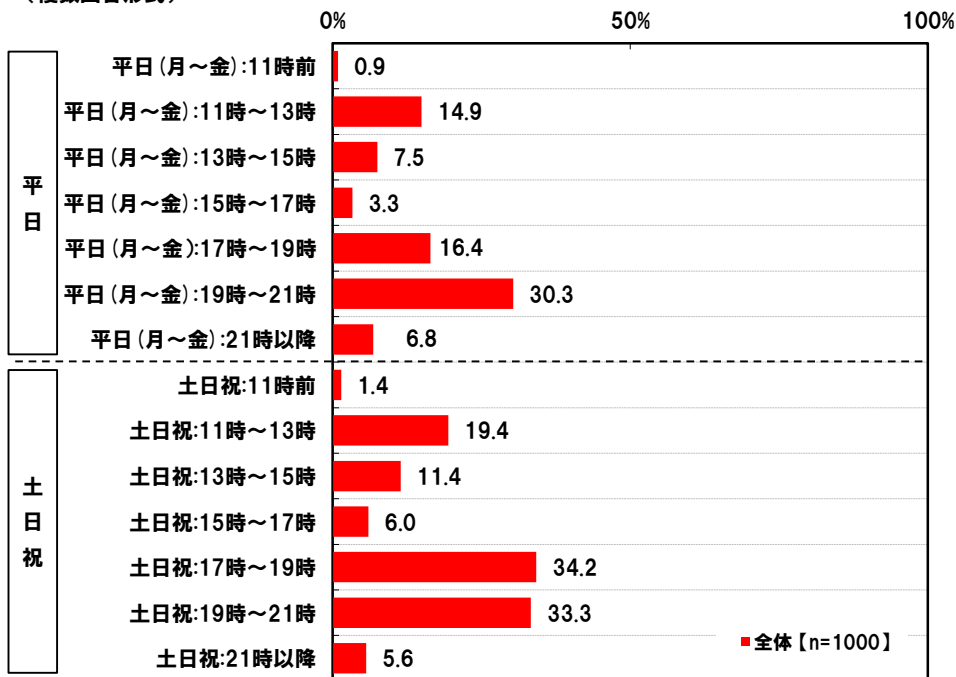
◆【事前調査結果】どれくらいの頻度で回転寿司を利用しているか  
(テイクアウトは含めない)  
(単一回答形式)



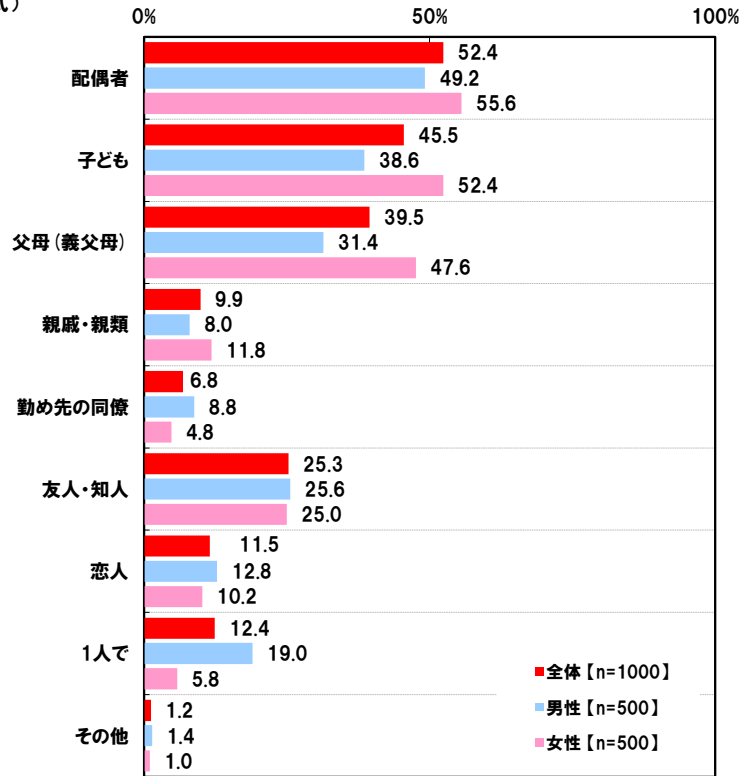
◆“格安均一価格店”と“皿によって値段が違う店”では、どちらを多く利用しているか  
(単一回答形式)



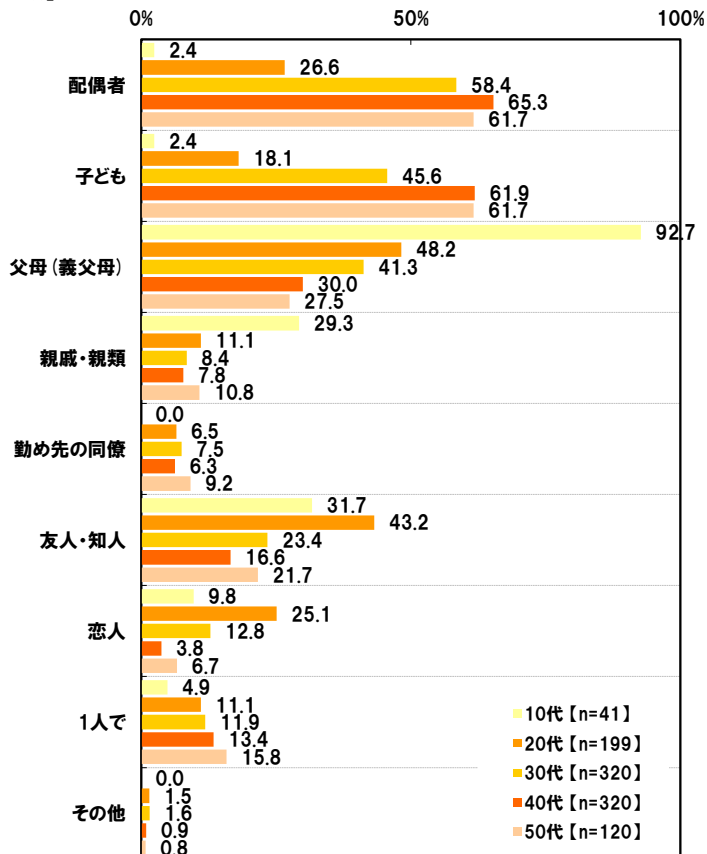
◆いつ回転寿司店を利用することが多いか  
(複数回答形式)



◆誰と回転寿司に行くことが多いか  
(複数回答形式)

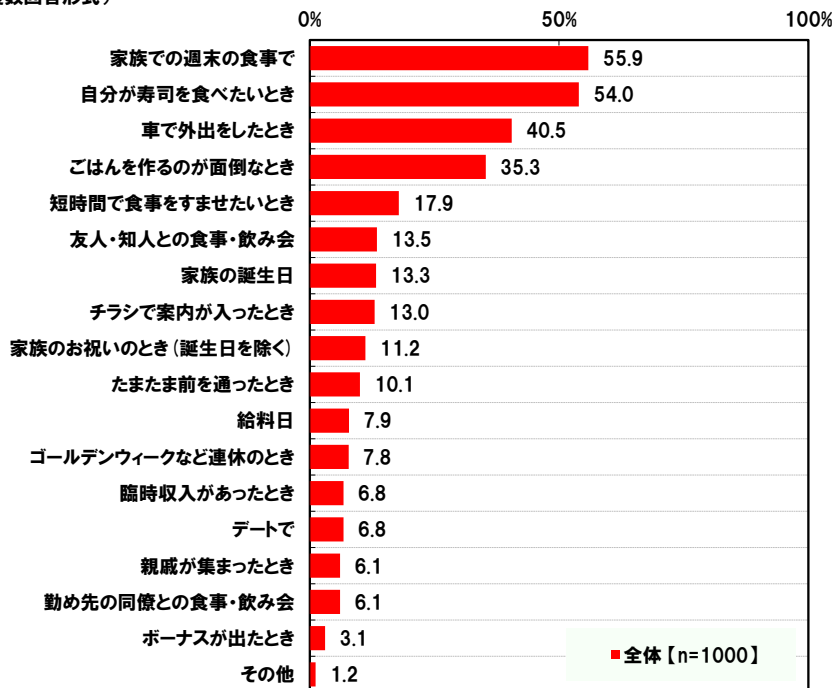


◆誰と回転寿司に行くことが多いか  
(複数回答形式)年代別

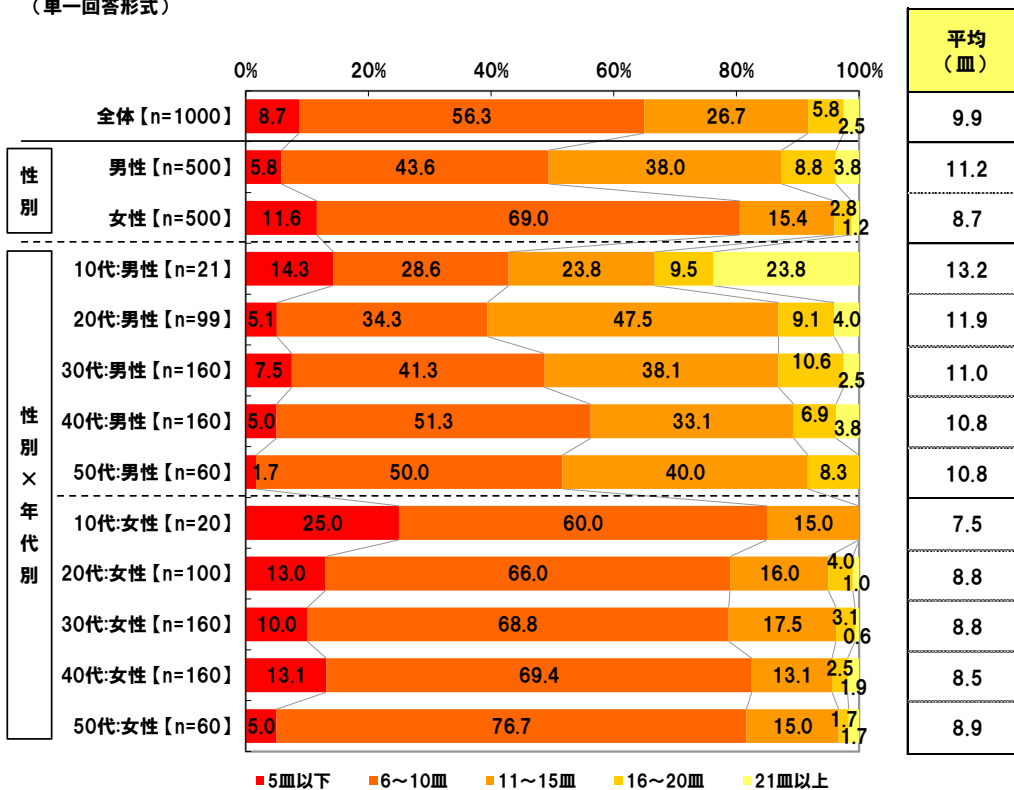




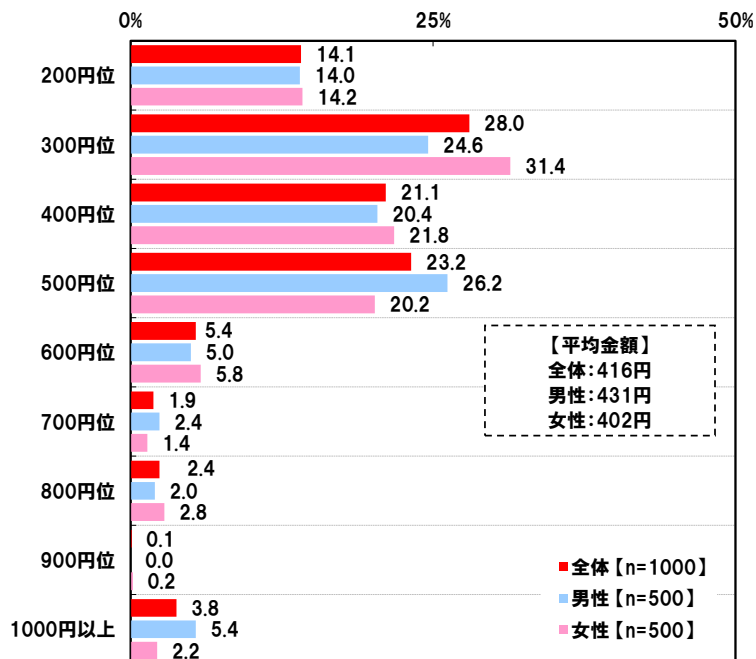
◆どのようときに回転寿司を利用するか  
(複数回答形式)



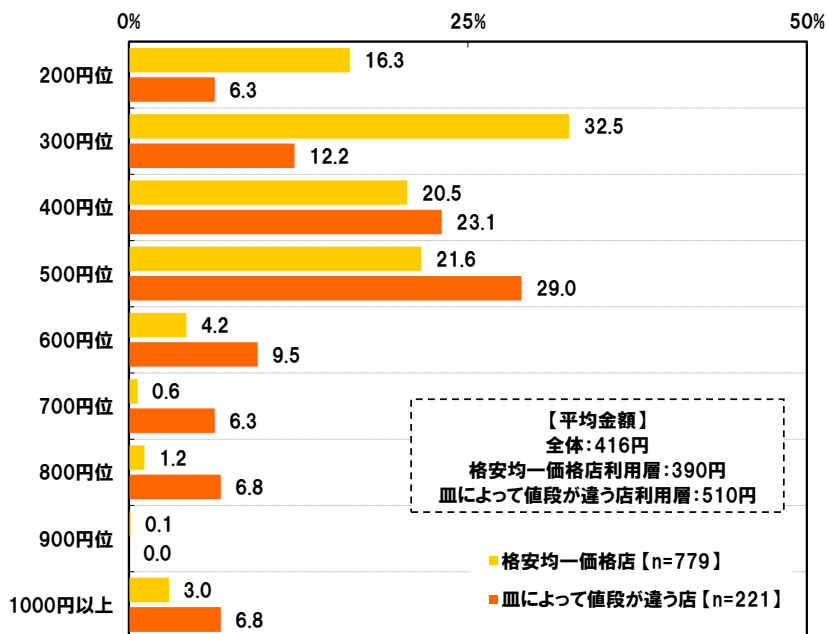
◆寿司以外のメニューも含めて何皿程度を食べることが多いか  
(単一回答形式)



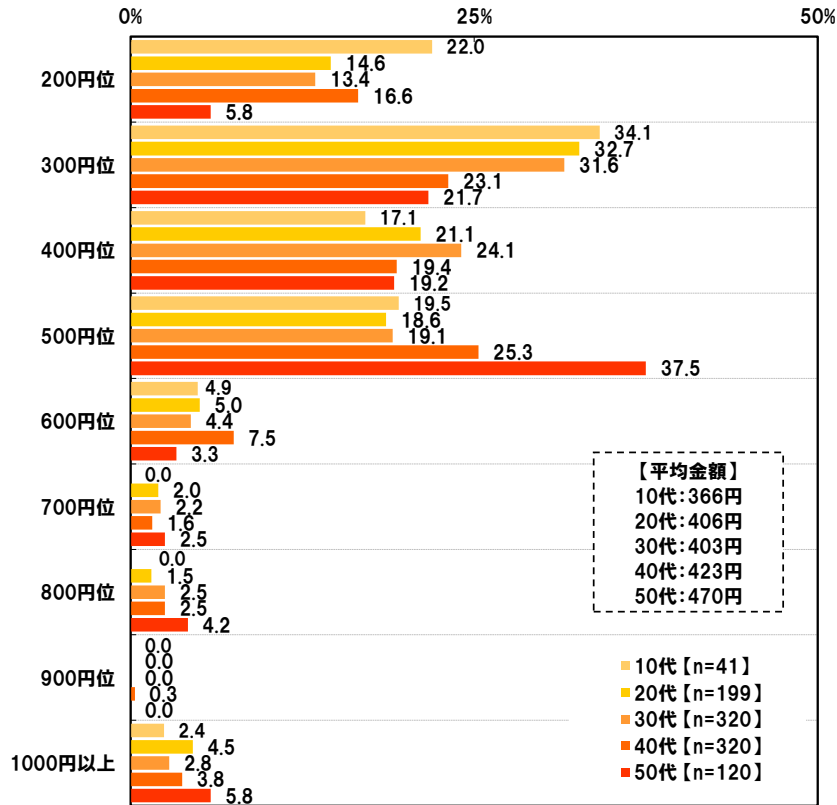
◆“金銭的に躊躇したり、勇気が必要”なのは一皿何円くらいの金額からか  
(単一回答形式)



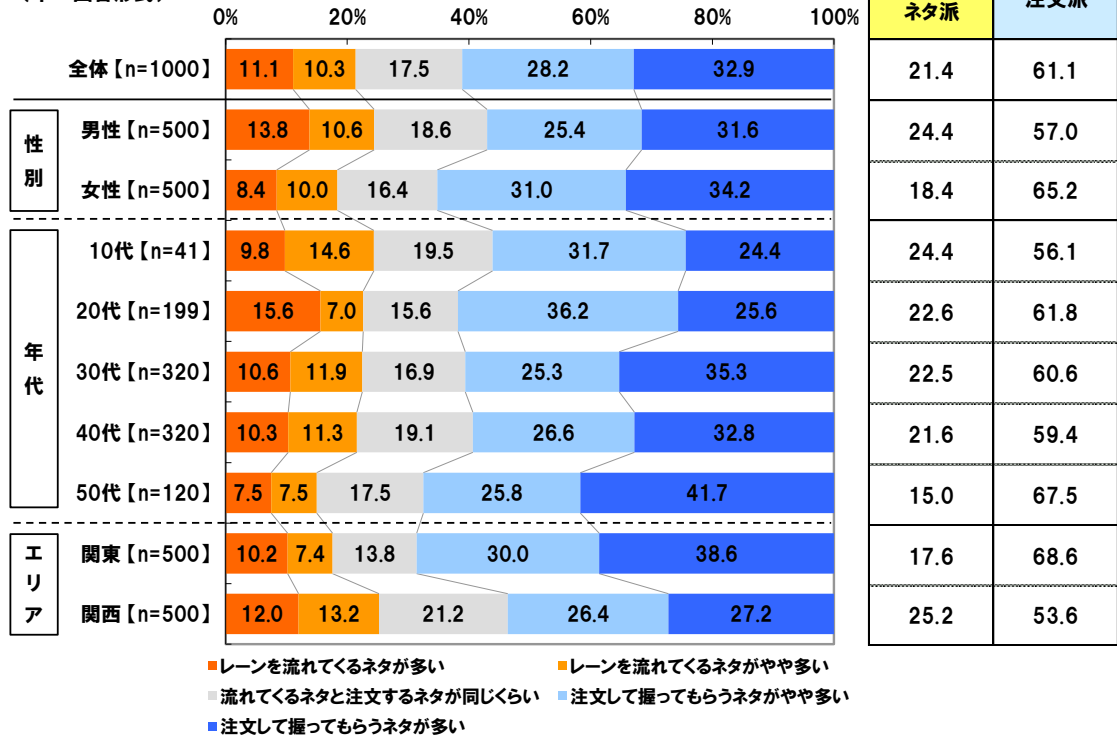
◆“金銭的に躊躇したり、勇気が必要”なのは一皿何円くらいの金額からか  
(単一回答形式)よく利用するお店の種類別



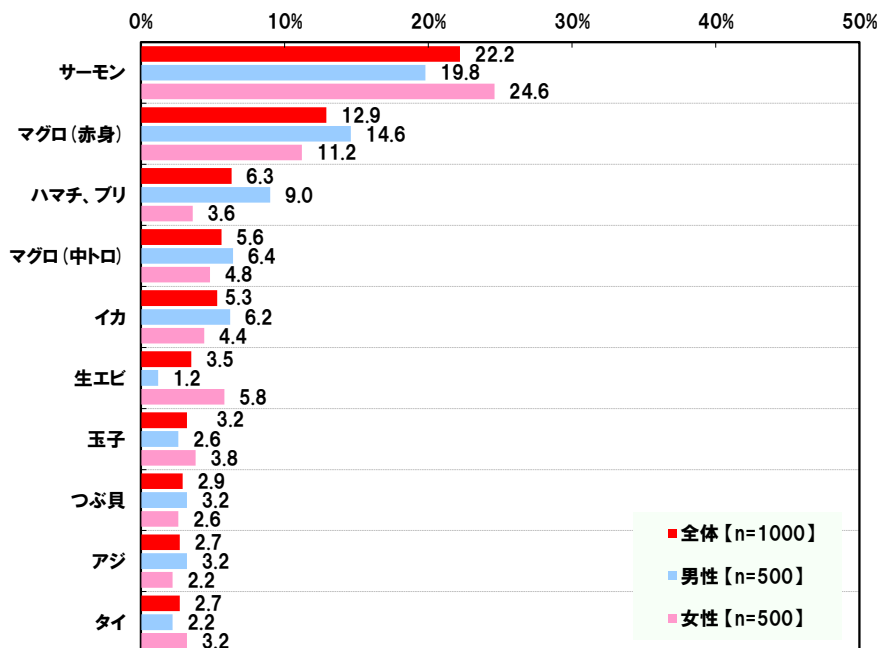
◆“金額的に躊躇したり、勇気が必要”なのは一皿何円くらいの金額からか  
(単一回答形式)年代別



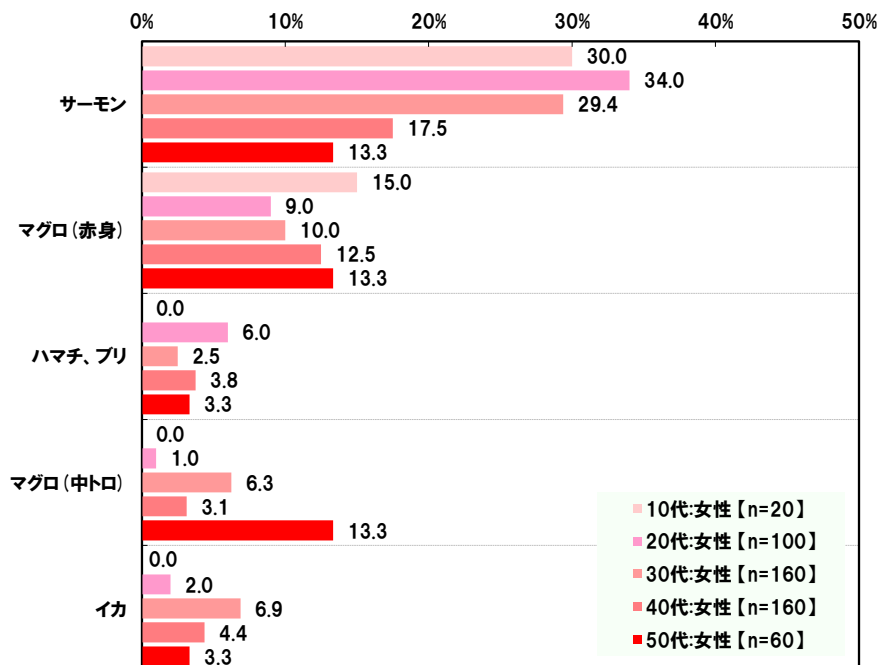
◆“レーンを流れてくるネタ”と“注文して握ってもらうネタ”のどちらを多く食べるか  
(単一回答形式)



◆“最初に”食べる人が多いネタ  
(単一回答形式)  
※上位10位まで抜粋

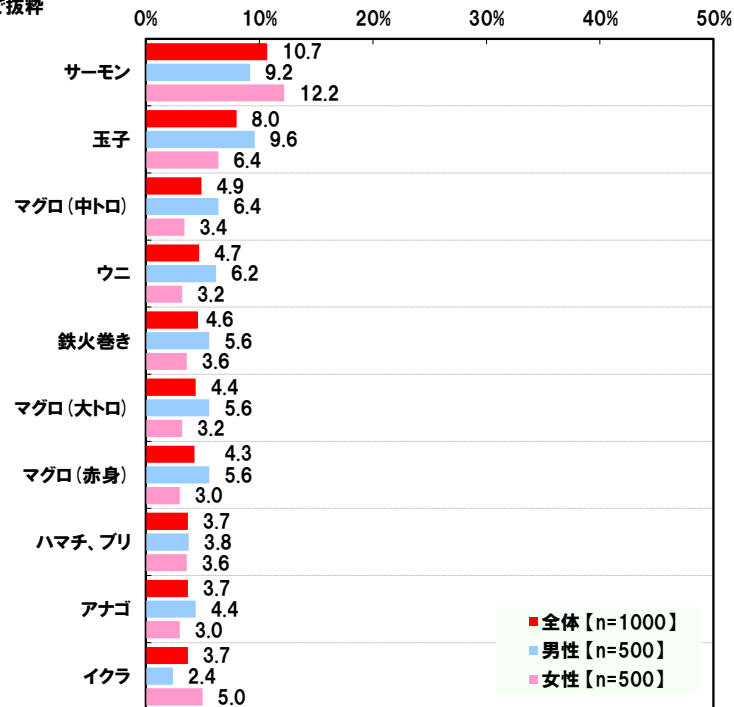


◆“最初に”食べる人が多いネタ  
(単一回答形式)  
※全体上位5位まで抜粋



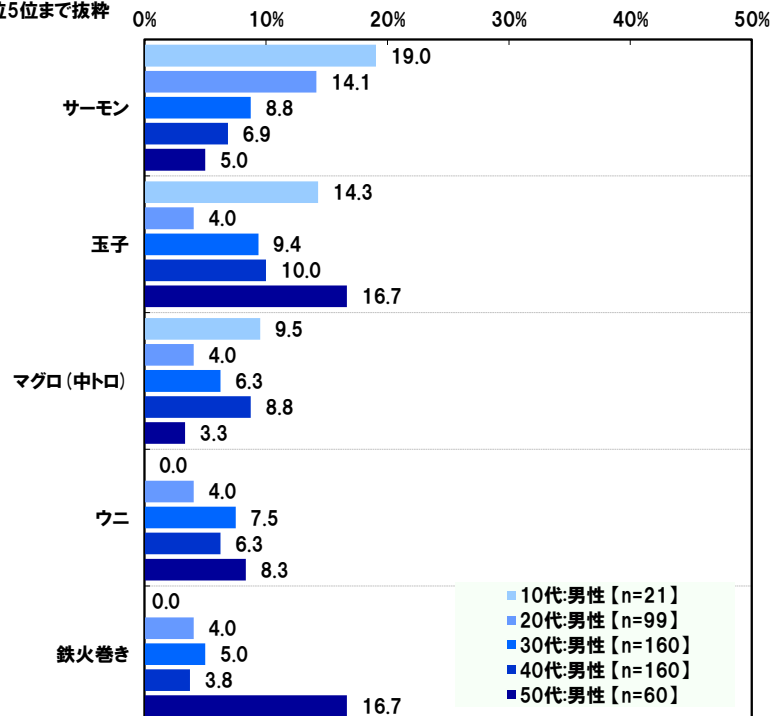
◆“シメに(最後に)”食べるが多いネタ  
(単一回答形式)

※上位10位まで抜粋



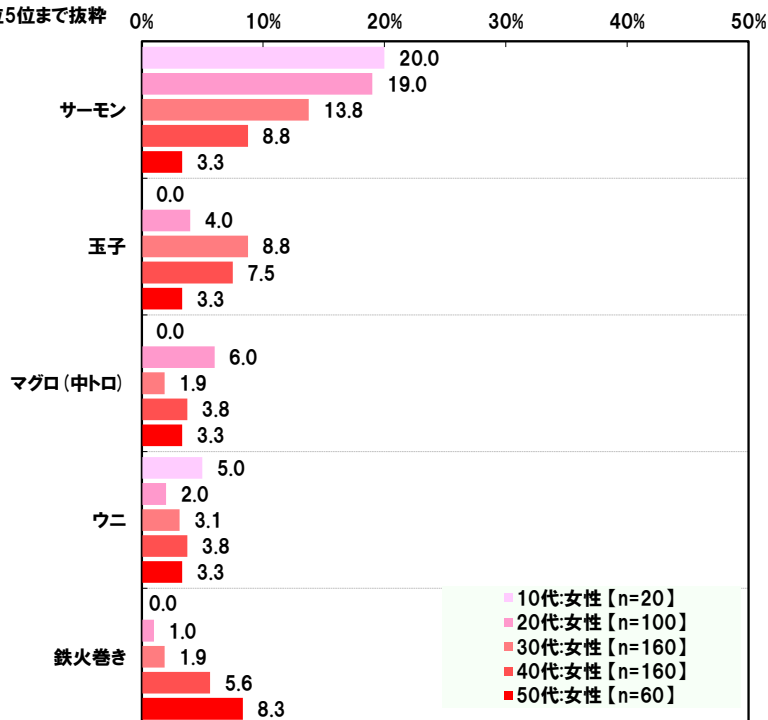
◆“シメに(最後に)”食べるが多いネタ  
(単一回答形式)男性年代別

※全体上位5位まで抜粋



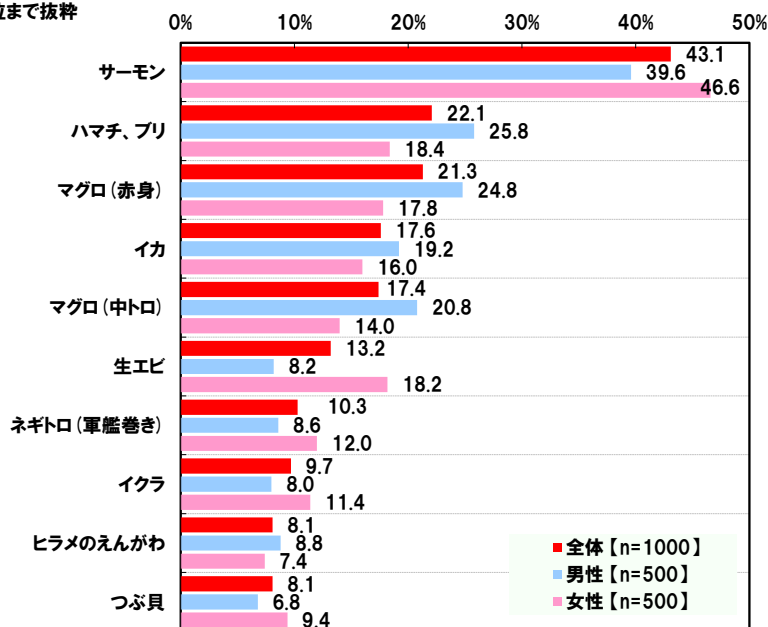
◆“シメに(最後に)”食べるが多いネタ  
(単一回答形式)女性年代別

※全体上位5位まで抜粋

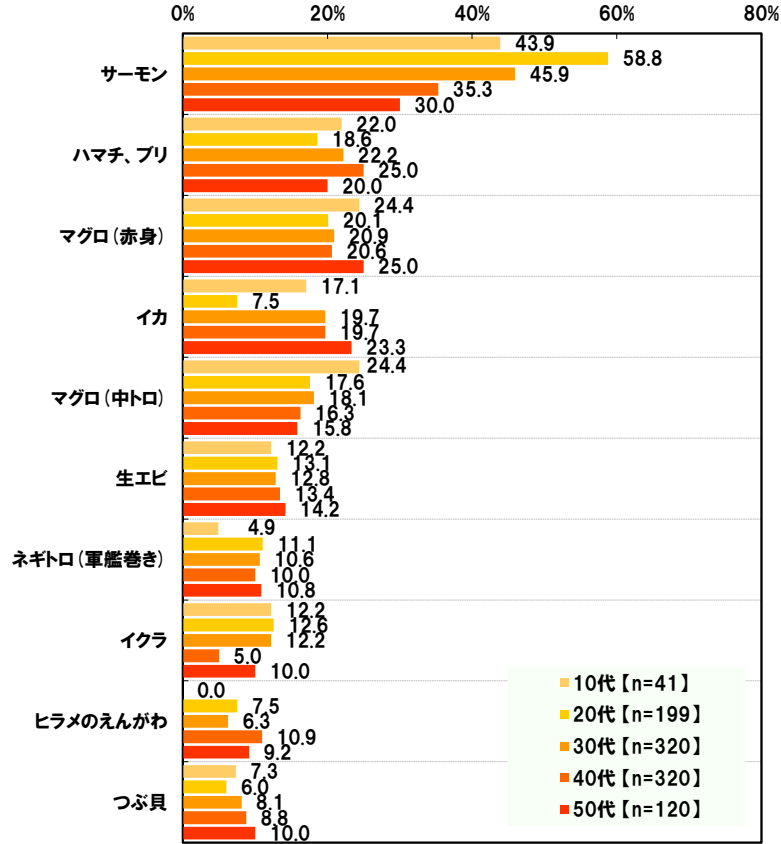


◆普段“多く食べている”ネタ  
(制限複数回答形式3つまで)

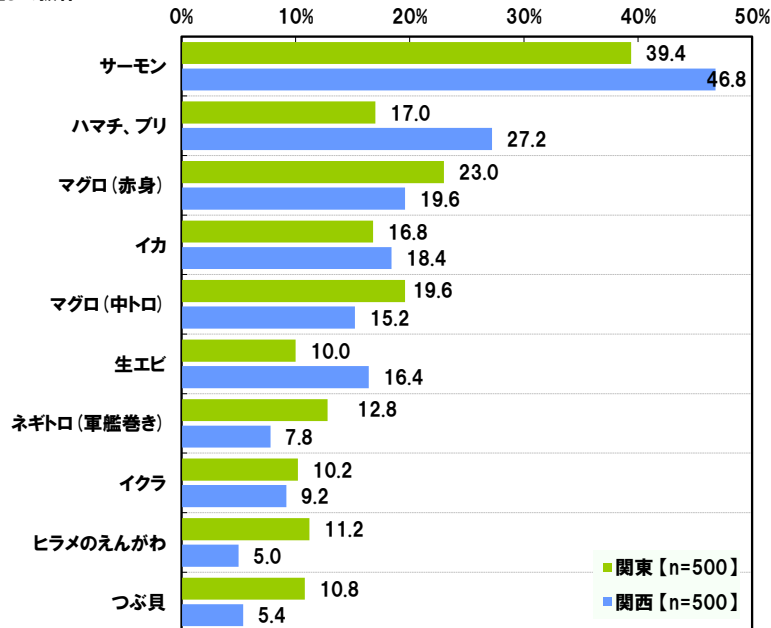
※上位10位まで抜粋



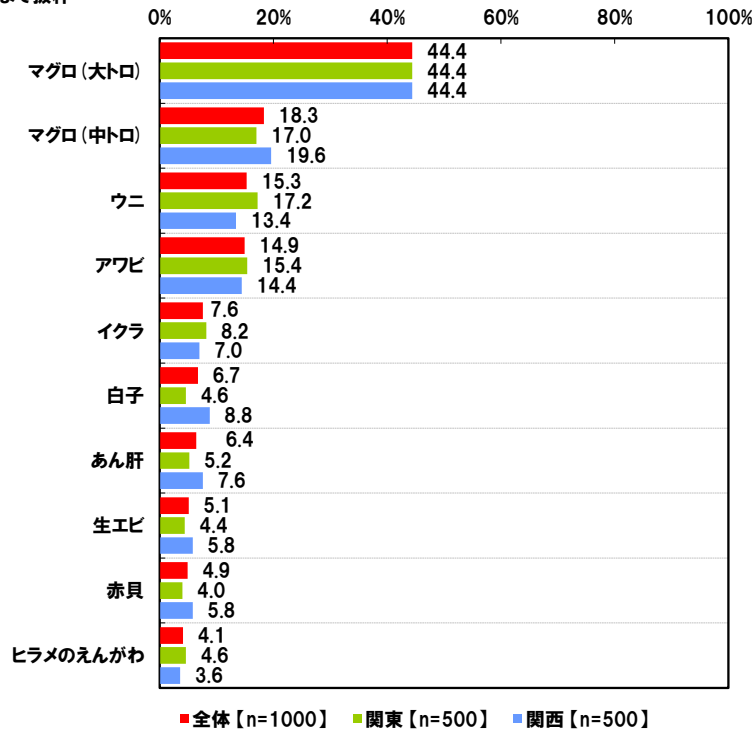
◆普段“多く食べている”ネタ  
(制限複数回答形式3つまで)\_年代別  
※全体上位10位まで抜粋



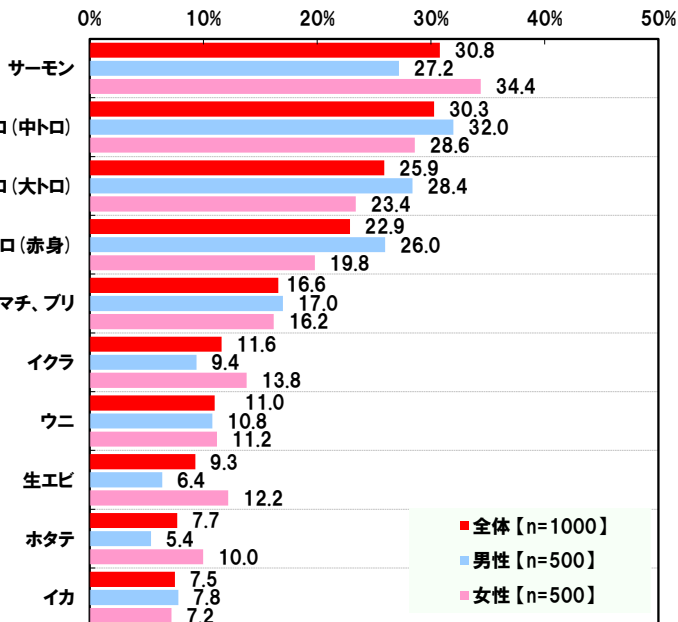
◆普段“多く食べている”ネタ  
(制限複数回答形式3つまで)\_エリア別  
※上位10位まで抜粋



◆“食べたいのに我慢することが特に多い”ネタ  
(制限複数回答形式3つまで)  
※上位10位まで抜粋

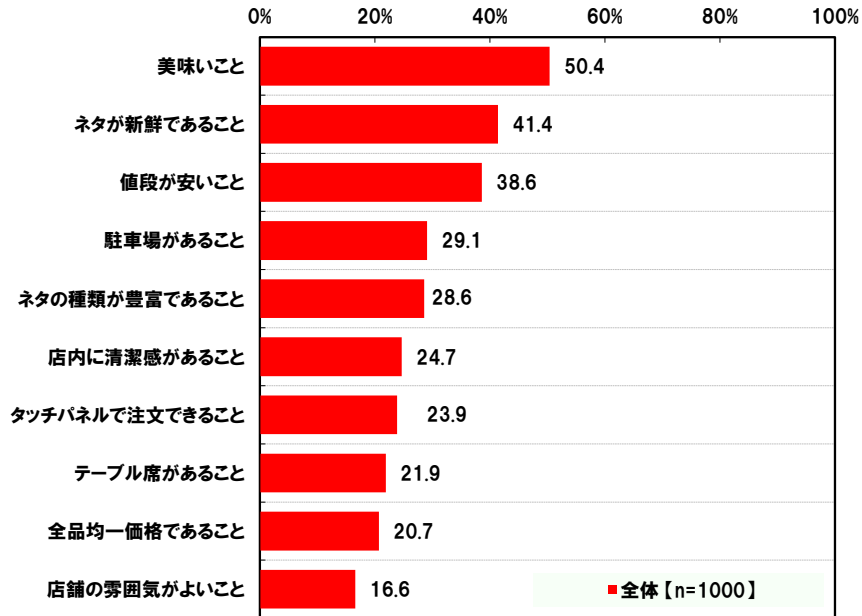


◆“値上がりはゴメンだと思ふ”ネタ  
(制限複数回答形式3つまで)  
※上位10位まで抜粋

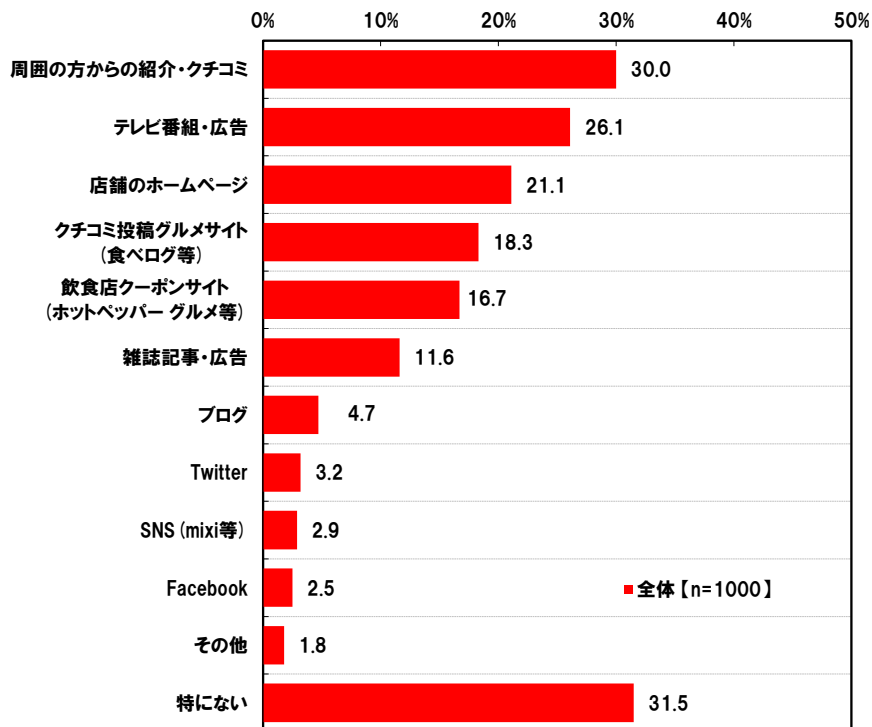




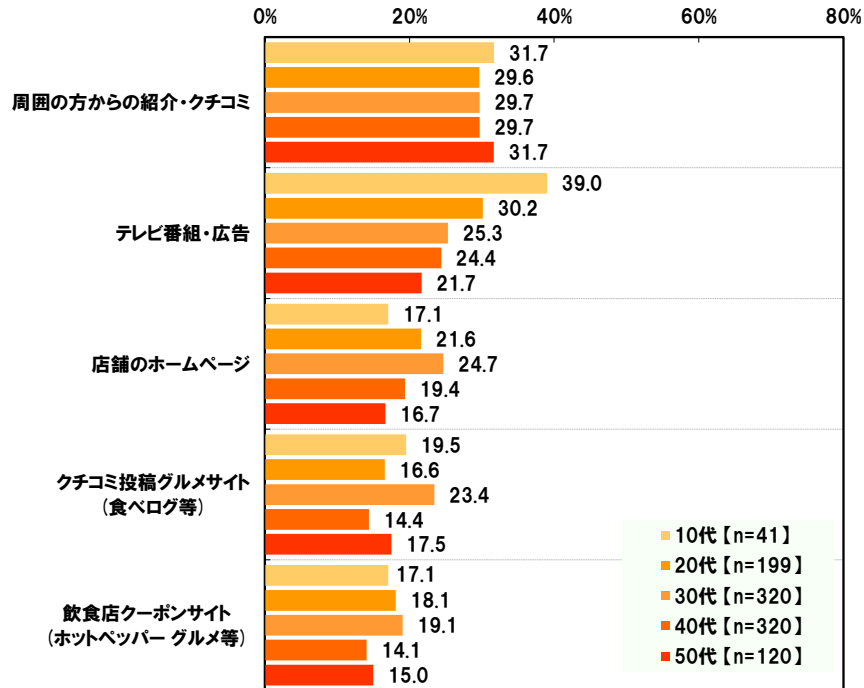
◆回転寿司店を選ぶ際に重視する点  
(制限複数回答形式5つまで)  
※上位10位まで抜粋



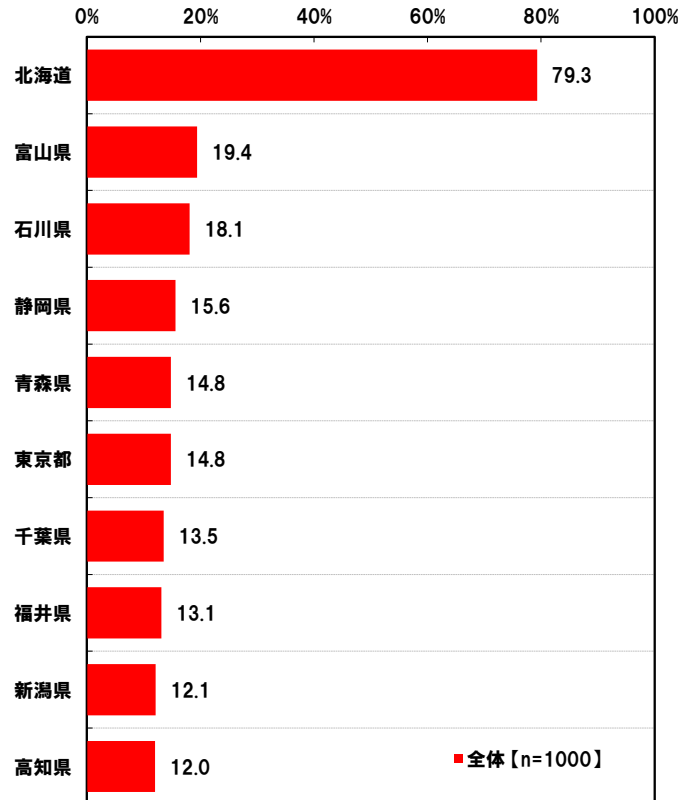
◆回転寿司店を選ぶ際に参考にすることが多い情報源  
(複数回答形式)



◆回転寿司店を選ぶ際に参考にすることが多い情報源  
(複数回答形式)・年代別  
※上位5位まで抜粋

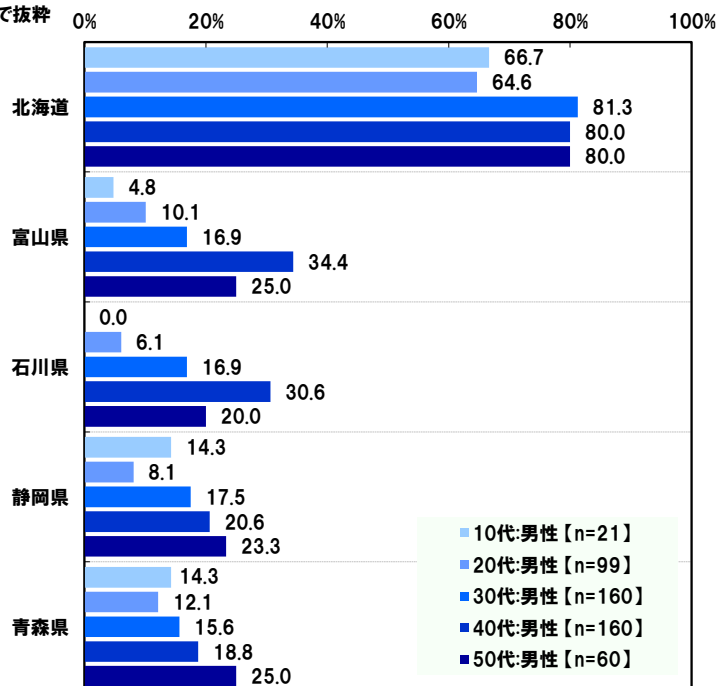


◆“美味しそうなお当地回転寿司”がありそうな都道府県  
(単一回答形式)  
※上位10位まで抜粋



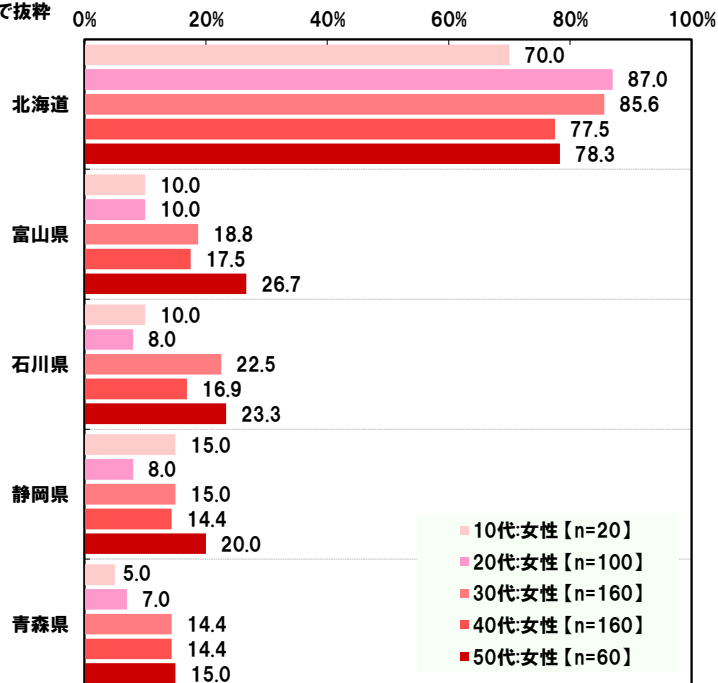
◆“美味しそうなお当地回転寿司”がありそうな都道府県  
(単一回答形式)男性年代別

※全体上位5位まで抜粋

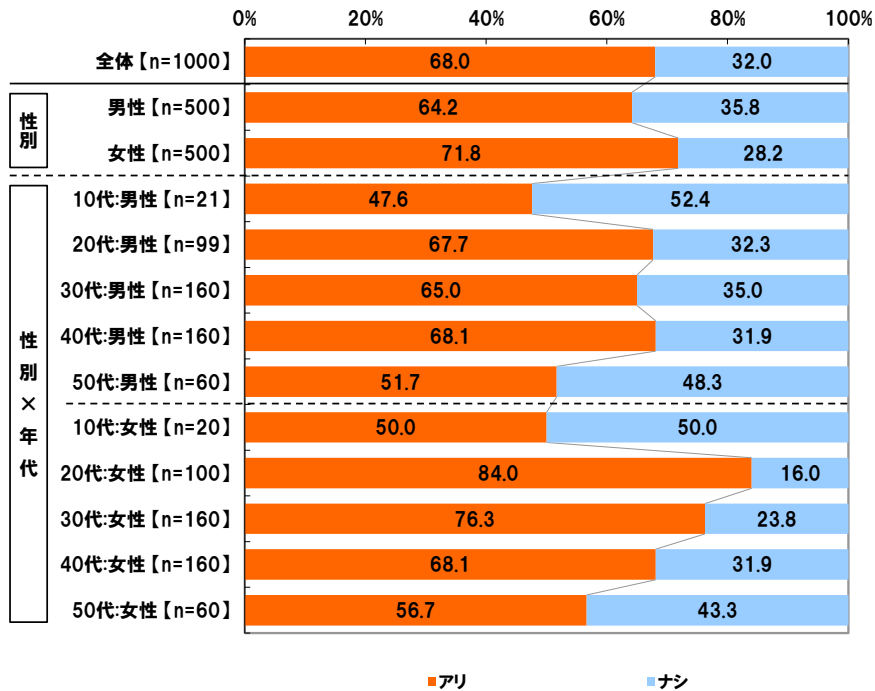


◆“美味しそうなお当地回転寿司”がありそうな都道府県  
(単一回答形式)男性年代別

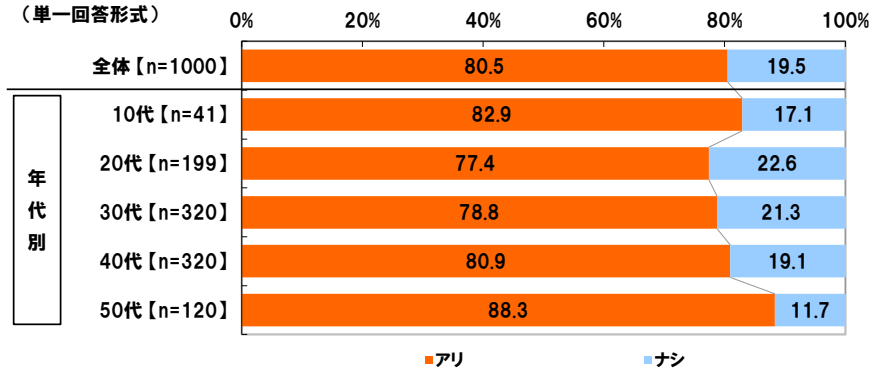
※全体上位5位まで抜粋



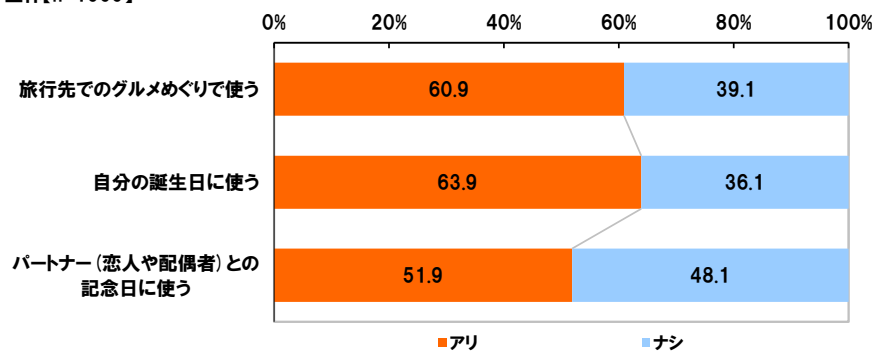
◆回転寿司を[デートコースとして使う]ことはアリかナシか  
(単一回答形式)



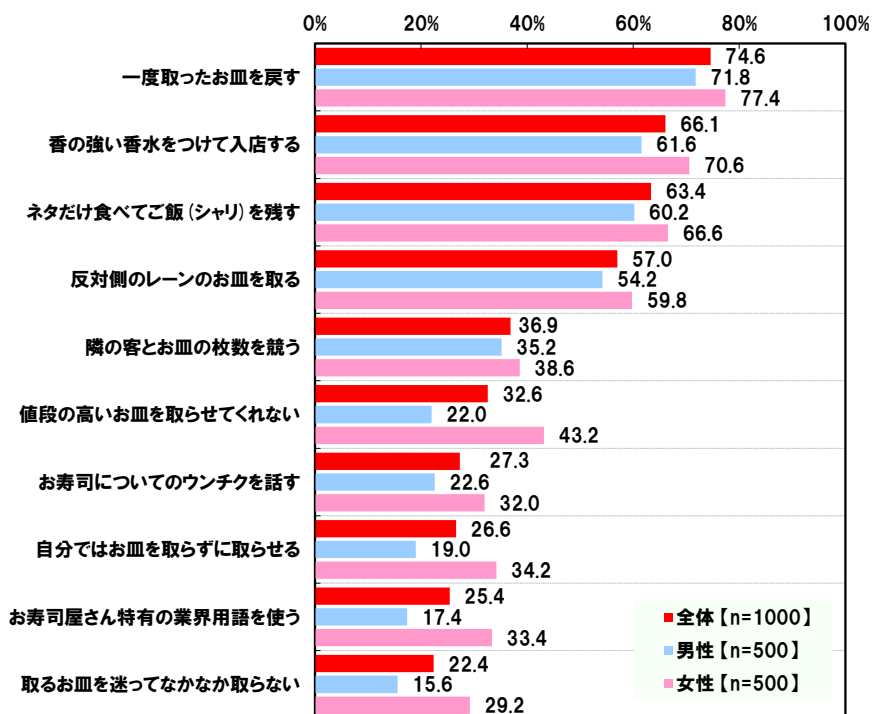
◆回転寿司を[一人の食事の時に使う]ことはアリかナシか  
(単一回答形式)



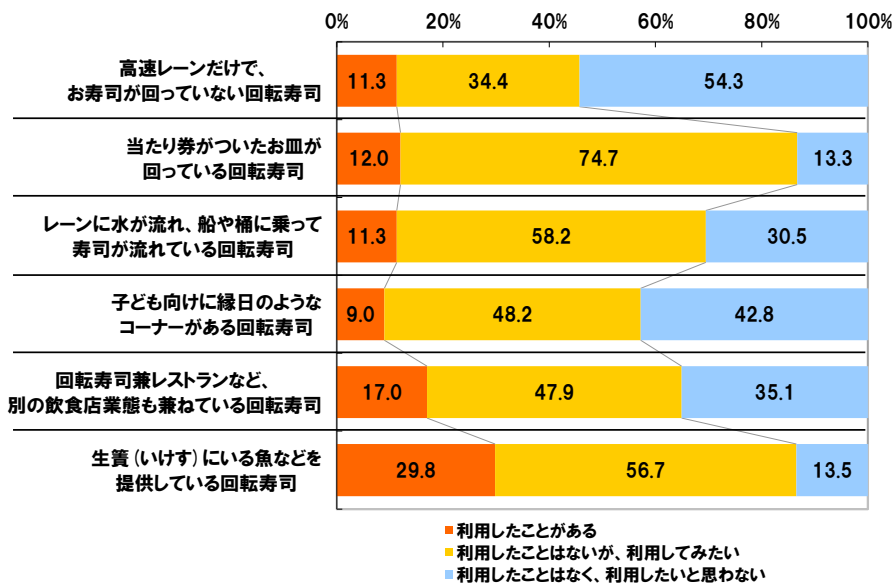
◆回転寿司の使い方としてアリかナシか(単一回答形式)  
全体[n=1000]



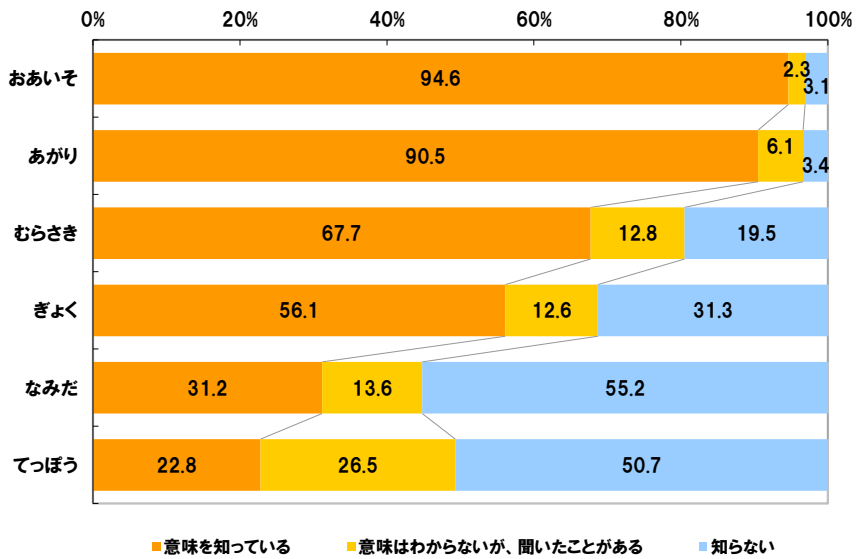
◆回転寿司デートで“パートナーにこれだけはやって欲しくない”こと  
※上位10位まで抜粋



◆利用したことがあるか(単一回答形式)  
全体 [n=1000]



◆お寿司屋さん特有の業界用語を知っているか(単一回答形式)  
全体 [n=1000]



(調査概要)

- ◆調査タイトル：回転寿司に関する消費者実態調査2013
- ◆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  
関東、関西に住む15歳～59歳の男女で、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・関東女性（各250名）、関西男性・関西女性（各250名）
- ◆調査期間：2013年3月9日～3月12日の4日間
- ◆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：全国
- ◆有効回答数：1,000サンプル  
(有効回答からエリア×性別で均等になるよう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 : 03-6833-0826  
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 : 東京都江東区豊洲3-2-20 豊洲フロントビル  
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。