



報道関係者 各位

2014年4月17日

～マルハニチロ、「回転寿司に関する消費者実態調査 2014」～

～～ 利用する回転寿司の種類と利用シーン ～～

回転寿司は「格安均一価格店」派が約 8 割
ひとり回転寿司「アリ」8 割、「一人で」行くことが多い 関東男性では約 4 人に 1 人
回転寿司は「車で外出をしたとき」約 4 割

～～ 回転寿司店選びの重視点と情報源 ～～

回転寿司店選びで重視することは「美味さ」「新鮮さ」「安さ」「駐車場」は 4 人に 1 人が重視
回転寿司店選びの情報源 「紹介・クチコミ」が 3 割半でトップ、2 位「テレビ番組・広告」

～～ 回転寿司で食べる量と躊躇してしまう金額 ～～

回転寿司店ではどれくらい食べる？ 男性平均 11.1 皿、女性平均 8.6 皿
躊躇したり、勇気がいる一皿の価格 平均は昨年よりも 13 円下がり、403 円

～～ 回転寿司で食べるネタ ～～

“注文派”6 割、“流れてくるネタ派”は僅か 1 割半、女性の約 3 人に 2 人は“注文派”
回転寿司の最初と最後のネタ どちらも「サーモン」がトップ
普段多く食べているネタ “マグロ勢”を抑え「サーモン」がダントツトップ
関東では「アジ」、関西では「ハマチ、ブリ」「タイ」「サーモン」が比較的多い傾向
食べたいのに我慢することが多いネタでは 3 位に「アワビ」、1 位、2 位は？
“値上がりはゴメンだ”と思うネタ 「サーモン」が 3 割でトップ

～～ 回転寿司でお寿司を食べないという使い方 ～～

回転寿司でお寿司以外しか注文しない 20 代女性では 4 割強が肯定派
回転寿司でお寿司を一切食べなかったことがある人が、その時食べたものは？

～～ 回転寿司店でのデート ～～

回転寿司デート「アリ」20 代女性、30 代女性では 8 割近くが肯定派
ただし、パートナーとの記念日では肯定派は約 2 人に 1 人
回転寿司デートでこれだけはやって欲しくない、“ウンチク”や“業界用語”は何位？

～～ 旅行先での回転寿司利用 ～～

旅行先でのグルメめぐりで回転寿司を使う「アリ」6 割半
“美味しそうなお当地回転寿司店”がありそうな都道府県 トップ 3 は北海道・富山県・石川県

～～ 回転寿司とは？ ～～

回転寿司とはどんな存在？

マルハニチロ株式会社 (<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 伊藤 滋) は、2014年3月11日～3月17日の7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2014」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」84.1%、回転寿司利用者のうち「月に1回以上」41.3%

関東、関西に住む15歳～59歳の男女（3,853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84.1%となりました。【図1】

続いて、回転寿司を利用する方（3,242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41.3%、男女別では、男性44.8%、女性37.8%、年代別では、10代35.5%、20代37.1%、30代46.6%、40代41.6%、50代36.8%、また地域別では、関東41.6%、関西40.8%という結果となりました。【図2】

「回転寿司に関する消費者実態調査 2014」 調査結果

～～ 利用する回転寿司の種類と利用シーン ～～

◆回転寿司は「格安均一価格店」派が約8割

◆ひとり回転寿司「アリ」8割、「一人で」行くことが多い 関東男性では約4人に1人

◆回転寿司は「車で外出をしたとき」約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」48.2%と「どちらかといえば格安均一価格店が多い」29.4%の合計）が77.6%、『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」6.6%と「どちらかといえば皿によって値段が違う店が多い」15.8%の合計）は22.4%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。【図3】

次に、いつ回転寿司に行くことが多いか聞いたところ、「土日祝:17時～19時」32.3%、「土日祝:19時～21時」30.8%では3割以上となり、休日の夕食での利用者が多い様子が窺えましたが、「平日（月曜～金曜）:19時～21時」も29.5%と、平日の夜に利用する方も3割近くいることがわかりました。【図4】

また、誰と回転寿司に行くことが多いか聞いたところ、「配偶者」49.7%、「子ども」45.0%、「父母（義父母）」37.0%と家族と行くとの回答が多くなりました。

「一人で」は12.7%でしたが、別の質問で「回転寿司を一人の食事の時に使うこと」はアリかナシかを聞いたところ「アリ」80.7%、「ナシ」19.3%と8割が「アリ」としており、今後、「ひとり回転寿司」を楽しむ方は増えていくかもしれません。

「一人で」行くことが多いとした割合は、男性では18.6%と約2割となり、特に関東の男性では24.4%（関西の男性は12.8%）と約4人に1人の割合となりました。【図5】【図6】【図7】

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」51.0%が最も多く、次いで「自分が寿司を食べたいとき」50.2%、「他の家族が寿司を食べたいとき」39.2%、「車で外出をしたとき」37.1%、「ごはんを作るのが面倒なとき」35.1%が続きました。【図8】

～～ 回転寿司店選びの重視点と情報源 ～～

◆回転寿司店選びで重視することは「美味さ」「新鮮さ」「安さ」、「駐車場」は4人に1人が重視

◆回転寿司店選びの情報源 「紹介・クチコミ」が3割半でトップ、2位「テレビ番組・広告」

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」48.2%が最も多く、次いで「ネタが新鮮であること」37.0%、「値段が安いこと」35.9%、「ネタの種類が

豊富であること」29.9%、「店内に清潔感があること」27.4%、「駐車場があること」26.5%が続きました。“美味しさ・ネタの良さ”以外にも“価格”、“清潔感”、“駐車場”と回転寿司店を選ぶ際に重視することは多岐にわたるようです。【図9】

また、回転寿司店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」34.1%が最も多く、次いで「テレビ番組・広告」32.3%、「店舗のホームページ」26.3%、「クチコミ投稿グルメサイト（食ベログ等）」22.2%が続きました。【図10】

～～ 回転寿司で食べる量と躊躇してしまう金額 ～～

◆回転寿司店ではどれくらい食べる？ 男性平均 11.1 皿、女性平均 8.6 皿

◆躊躇したり、勇気がいる一皿の価格 平均は昨年よりも 13 円下がり、403 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」57.2%、「11～15 皿」28.3%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 11.1 皿と 10 皿を超え、女性では 8.6 皿でした。【図 11】

次に、回転寿司でネタを取ったり注文する際に“金銭的に躊躇したり、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」29.8%、「500 円位」22.7%が多くなり、平均は、全体では 403 円、男性で 411 円、女性で 396 円となりました。

よく利用するお店の種類別に平均をみると、格安均一価格店利用層では 375 円、皿によって値段が違う店利用層の平均は 500 円と 125 円の開きがみられました。【図 12】【図 13】

昨年の調査（2013 年 3 月実施）と平均を比較すると、昨年調査の平均（全体 416 円、男性 431 円、女性 402 円）よりも全体では 13 円下がり、特に男性の下がり幅が大きく、20 円下がる結果となりました。また、よく利用するお店の種類別でも昨年調査と比較をすると、皿によって値段が違う店利用層の平均は、昨年 510 円、今年 500 円と 10 円下がりました。低価格が売りの回転寿司ですが、利用者の価格に対する意識がシビアになっているのかもしれません。【図 14】

～～ 回転寿司で食べるネタ ～～

◆“注文派” 6 割、“流れてくるネタ派” は僅か 1 割半、女性の約 3 人に 2 人は“注文派”

◆回転寿司の最初と最後のネタ どちらも「サーモン」がトップ

◆普段多く食べているネタ “マグロ勢”を抑え「サーモン」がダントツトップ

関東では「アジ」、関西では「ハマチ、ブリ」「タイ」「サーモン」が比較的多い傾向

◆食べたいのに我慢することが多いネタでは 3 位に「アワビ」、1 位、2 位は？

◆“値上がりはゴメンだ”と思うネタ 「サーモン」が 3 割でトップ

それでは、回転寿司を利用している人は、どのようにお寿司を食べているのでしょうか。

まず、全回答者（1,000 名）に、レーンを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『流れてくるネタ派』は 16.9%（「レーンを流れてくるネタがほとんど」6.4%と「レーンを流れてくるネタの方が多い」10.5%の合計）、『注文派』は 60.1%（「注文して握ってもらうネタがほとんど」23.7%と「注文して握ってもらうネタの方が多い」36.4%の合計）となり、『注文派』が多くなりました。

男女別にみると、『注文派』は、男性では 56.2%であるのに対し女性では 64.0%と女性の方が高く、お皿の取り方は、男女で傾向が異なることが明らかになりました。【図 15】

次に、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。

«“最初に” 食べる人が多いネタ»と«“シメに（最後に）” 食べる人が多いネタ»を聞いたところ、どちらも1位は「サーモン」（“最初に” 食べる人が多いネタでは20.5%、“シメに（最後に）” 食べる人が多いネタでは12.0%）となり、特に“最初に” 食べる人が多いネタでは、2位の「マグロ（赤身）」（11.5%）を大きく引き離しトップになりました。【図16】【図17】

次に、«普段“多く” 食べているネタ»を聞いたところ、1位「サーモン」（40.6%）、2位「マグロ（赤身）」（23.1%）、3位「ハマチ、ブリ」（22.9%）、4位「マグロ（中トロ）」（18.7%）、5位「ネギトロ（軍艦巻き）」（13.8%）という結果となりました。

エリア別にみると、「アジ」（関東9.6%、関西3.4%）は関東のほうが関西に比べ高く、「サーモン」（関東36.0%、関西45.2%）、「ハマチ、ブリ」（関東20.0%、関西25.8%）、「タイ」（関東2.0%、関西10.6%）は関西のほうが関東より高くなりました。光り物は関東、白身魚や中間魚は関西といったように、地域によってよく食べられているネタの傾向が異なっている様子が窺えました。【図18】【図19】

また、«“食べたいのに我慢することが特に多い”ネタ»を聞いたところ、1位「マグロ（大トロ）」（39.0%）、2位「マグロ（中トロ）」（18.2%）、3位「アワビ」（17.8%）、4位「ウニ」（16.5%）、5位「イクラ」（8.9%）と高級ネタが上位を占めました。【図20】

そして、«“「値上がり」はゴメンだ” と思うネタ»を聞いたところ、1位「サーモン」（29.7%）、2位「マグロ（中トロ）」（25.5%）、3位「マグロ（赤身）」（23.0%）、4位「マグロ（大トロ）」（20.4%）、5位「ハマチ、ブリ」（16.3%）が続きました。普段よく食べるネタや我慢することが多いネタの値上げはやめて欲しい、との思いが窺えました。【図21】

～～ 回転寿司でお寿司を食べないという使い方 ～～

◆回転寿司でお寿司以外しか注文しない 20代女性では4割強が肯定派

◆回転寿司でお寿司を一切食べなかったことがある人が、その時食べたものは？

最近では、お寿司以外に、麺類や揚げ物、コーヒーやデザートにも力を入れている回転寿司店がありますが、回転寿司店でお寿司を食べないという使われ方はされているのでしょうか。

まず、全回答者（1,000名）に、«お寿司は一切食べずに、お寿司以外しか注文しないこと»はアリかナシか聞いたところ、「アリ」28.8%、「ナシ」71.2%となりました。

性年代別にみると、20代女性では「アリ」が42.0%と他の性年代層よりも高くなりました。【図22】

次に、そのような回転寿司の利用方法をアリとした288名に、実際にそのような使い方をしたことがあるか、ある場合は、何を注文したか聞いたところ、上位は「うどん」27.4%、「ラーメン」20.1%、「スイーツ」18.4%、「茶碗蒸し」18.1%となり、『お寿司を一切食べなかったことがある』割合は47.6%でした。お寿司を食べないという使い方をアリとした人でも、実際にそのような使い方をしたことがあるのは半数に満たない結果となりました。【図23】

～～ 回転寿司店でのデート ～～

◆回転寿司デート「アリ」 20代女性、30代女性では8割近くが肯定派

ただし、パートナーとの記念日では肯定派は約2人に1人

◆回転寿司デートでこれだけはやって欲しくない、“ウンチク”や“業界用語”は何位？

デートでの食事で回転寿司を利用することについては、どのように捉えられているのでしょうか。

全回答者（1,000名）に、《デートコースとして使うこと》はアリかナシか聞いたところ、全体では「アリ」67.1%、「ナシ」32.9%と7割弱が「アリ」と回答しました。

男女別にみると、肯定派の割合は女性のほうが高く、女性では肯定派が73.6%と7割を超え、特に20代女性（79.0%）、30代女性（78.8%）では8割近くがデートコースとして回転寿司を使うことに肯定的であるという結果になりました。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。【図24】

また、《パートナー（恋人や配偶者）との記念日に使うこと》は「アリ」53.6%、「ナシ」46.4%となりました。【図25】

デートの食事に回転寿司を使うことに対して、全体では7割弱が「アリ」と答えましたが、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”ことは何でしょうか。

1位は「一度取ったお皿を戻す」（70.3%）となり、2位「香の強い香水をつけて入店する」（63.1%）、3位「ネタだけ食べてご飯（シャリ）を残す」（54.3%）、4位「反対側のレーンのお皿を取る」（51.0%）、5位「隣の客とお皿の枚数を競う」（33.9%）となりました。また、“ウンチク”や“業界用語”もやって欲しくないランキングでは上位10位以内に入り、「お寿司についてのウンチクを話す」（24.7%）は8位、「お寿司屋さん特有の業界用語を使う」（21.9%）は9位になりました。ルール・マナーに関することが上位となりましたが、一緒にいるパートナーに恥ずかしい思いをさせないように、これらのランキングを参考にし、回転寿司デートを楽しんではいかがでしょうか。【図26】

～～ 旅行先での回転寿司利用 ～～

◆旅行先でのグルメめぐりで回転寿司を使う 「アリ」6割半

◆“美味しそうなご当地回転寿司店”がありそうな都道府県 トップ3は北海道・富山県・石川県

地魚を仕入れ、新鮮なネタを提供している回転寿司もありますが、旅先での食事に回転寿司を利用するのも1つの使い方ではないでしょうか。

全回答者（1,000名）に、《旅行先でのグルメめぐりで使うこと》はアリかナシか聞いたところ、「アリ」66.0%、「ナシ」34.0%と肯定派が6割半となりました。魚介類の有名産地を訪れた際には、地魚を仕入れている回転寿司を利用し、その土地の味覚を楽しむのもよいかもしれません。【図27】

また、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、ダントツの1位は「北海道」（80.2%）で、2位は「富山県」（18.8%）、3位は「石川県」（15.5%）となり、北海道と北陸が1位から3位までを独占する結果となりました。【図28】

～～ 回転寿司とは？ ～～

◆回転寿司とはどんな存在？

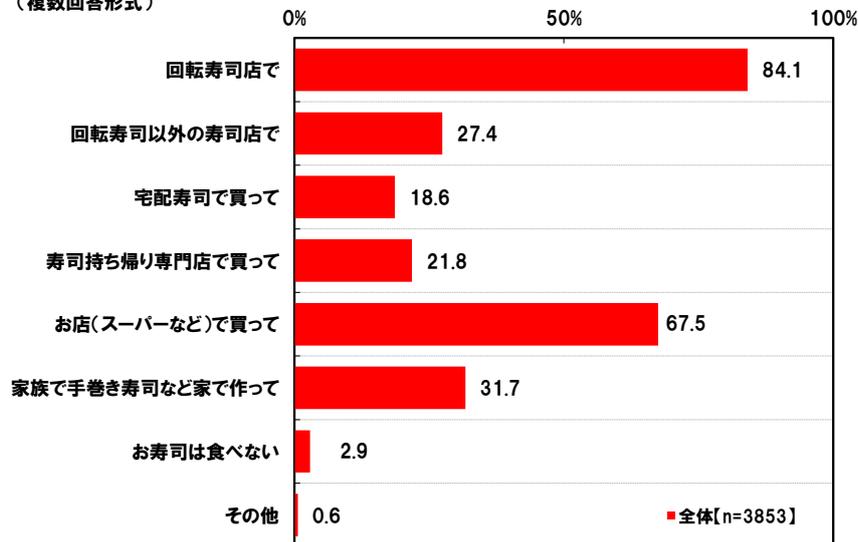
最後に、全回答者（1,000名）に、回転寿司とはどのような存在か聞いたところ、「気軽に食べにいけるお店」29.3%が最も多く、「家族で食べにいけるお店」22.5%、「安く食べられるお店」11.9%、「楽しく食事ができるお店」11.1%、「サッと食べられるお店」10.9%が続きました。“安く食べられる”というよりも“気軽にいける”や“家族でいける”お店と感じている人が多いことがわかりました。

年代別にみると、10代では「家族で食べにいけるお店」が最も高く30.0%、20代と50代では「気軽に食べにいけるお店」が最も高く、20代では33.0%、50代では37.5%でした。【図29】

「回転寿司に関する消費者実態調査 2014」 グラフ集

【図 1】

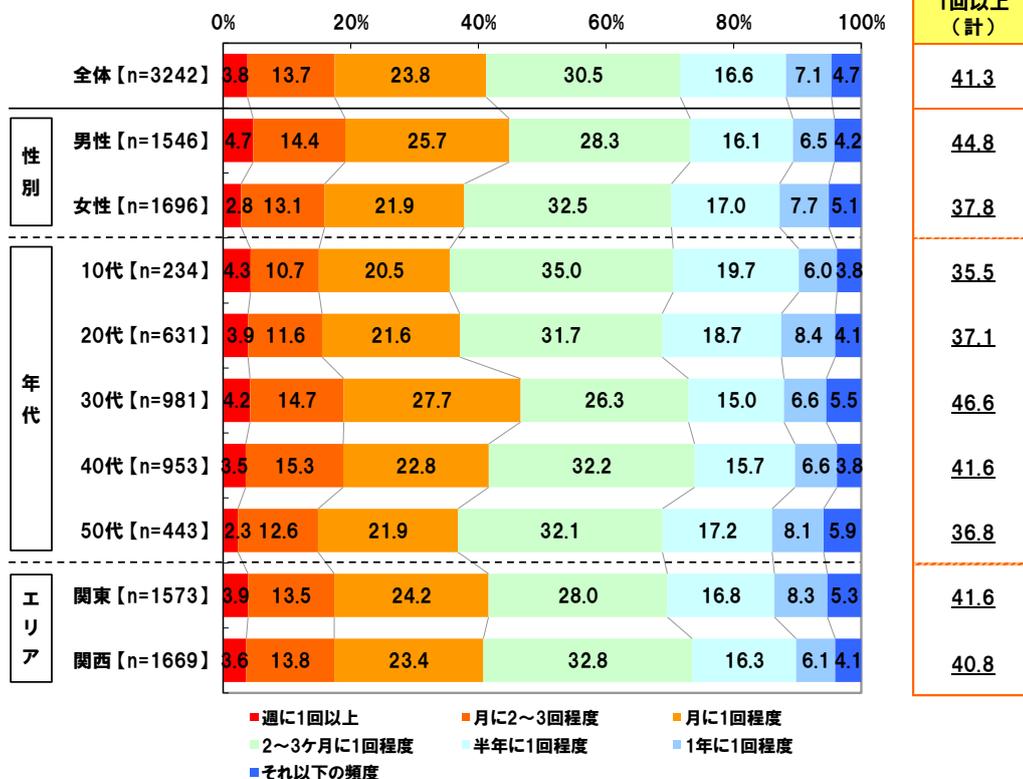
◆【事前調査結果】どこでお寿司を買ったり、食べたりしているか
(複数回答形式)



【図 2】

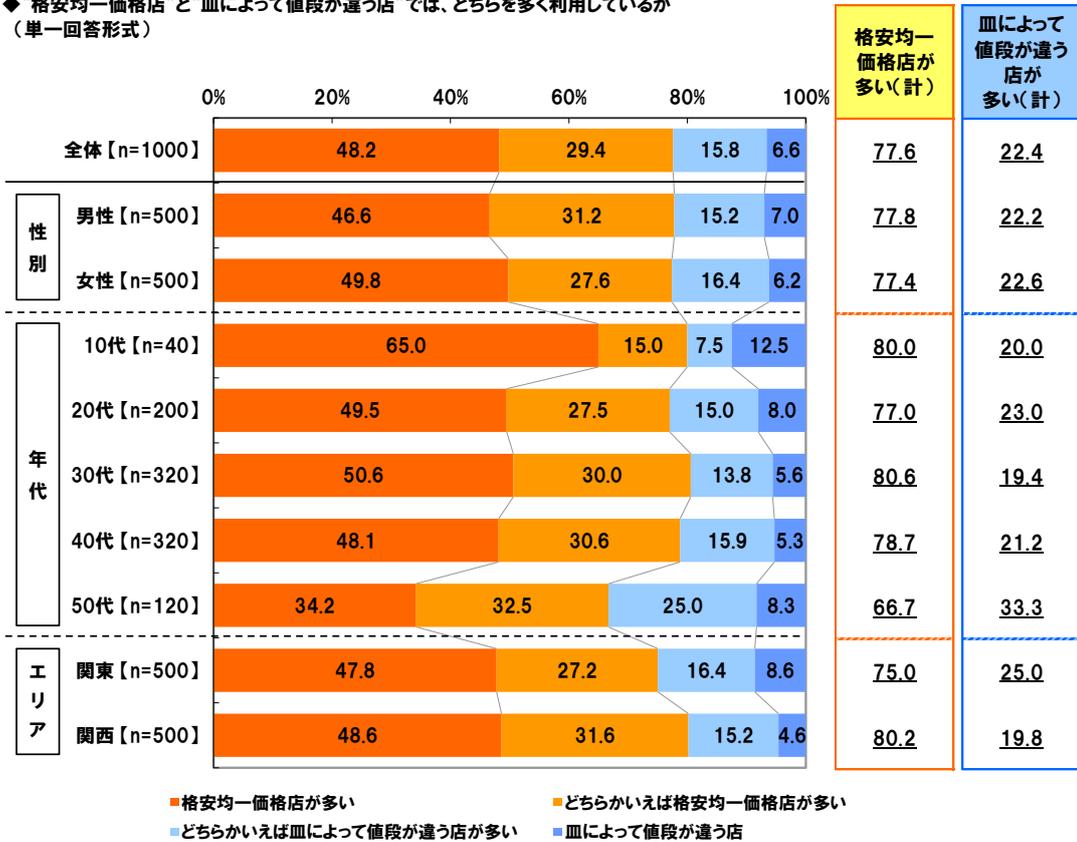
◆【事前調査結果】どれくらいの頻度で回転寿司を利用しているか(テイクアウトは含めない)
(単一回答形式)

対象:回転寿司を利用する人



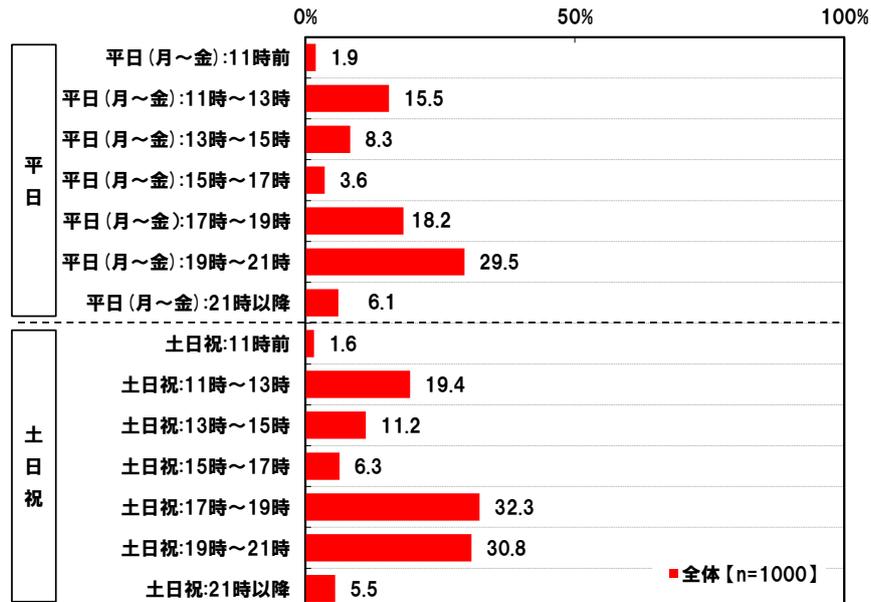
【図3】

◆“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)

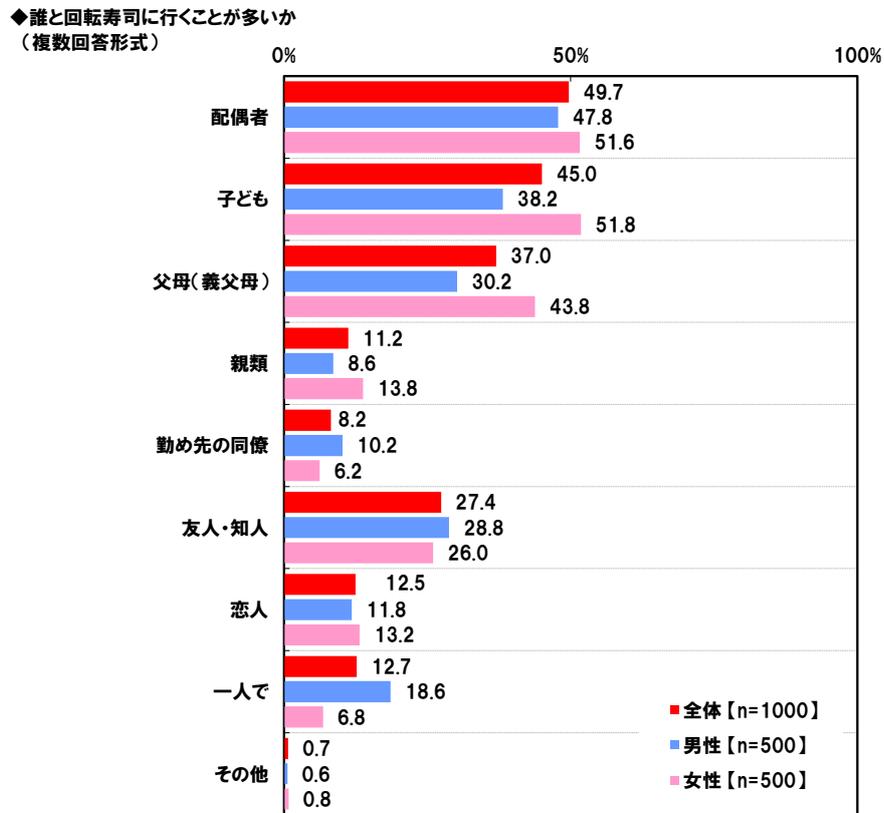


【図4】

◆いつ回転寿司に行くことが多いか
(複数回答形式)

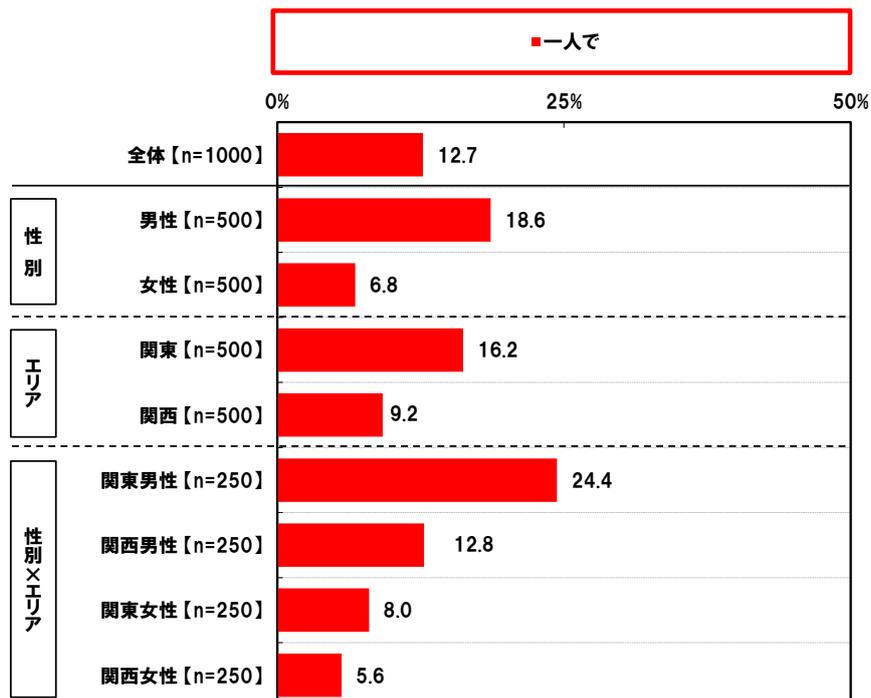


【図 5】



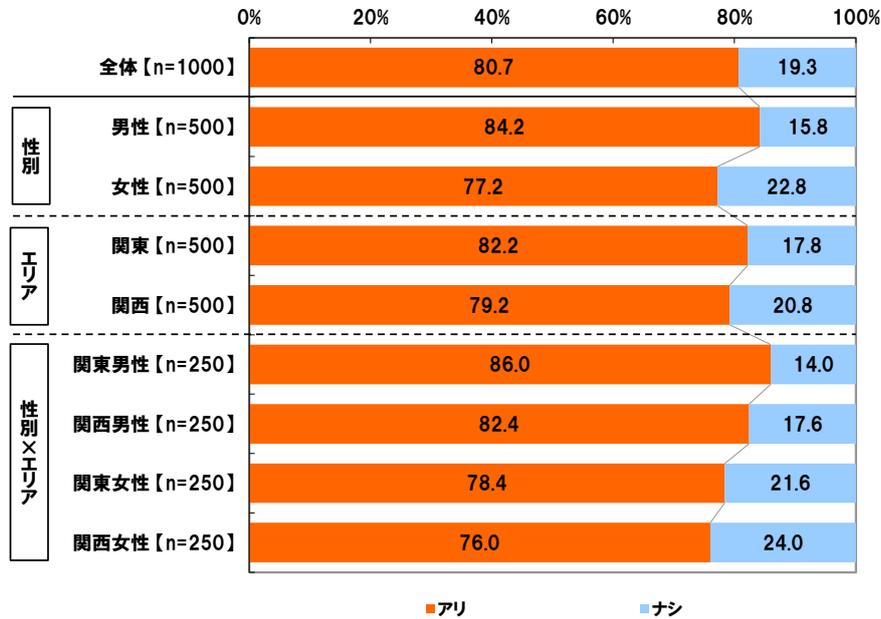
【図 6】

◆誰と回転寿司に行くことが多いか
(複数回答形式の結果より抜粋)



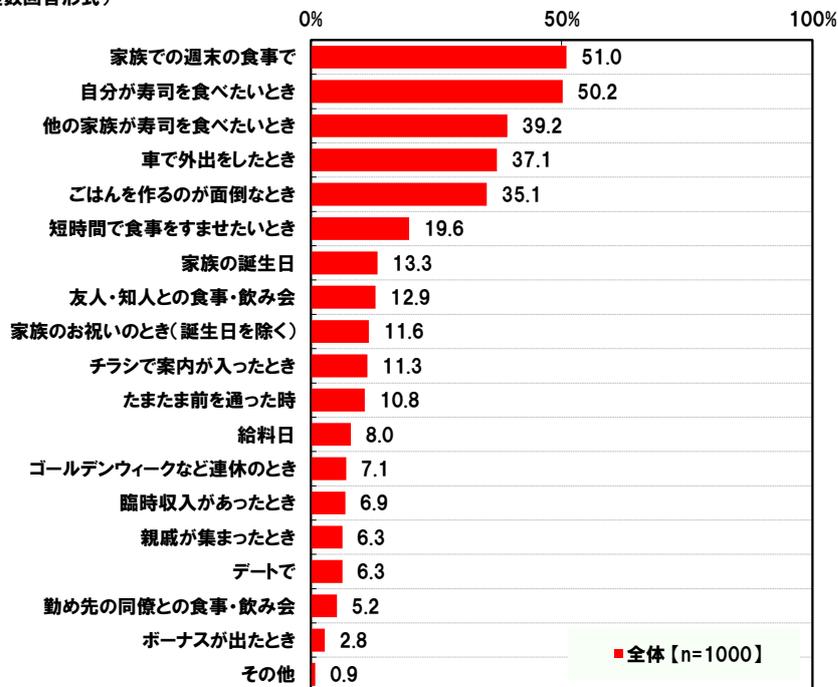
【図 7】

◆◀◀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)



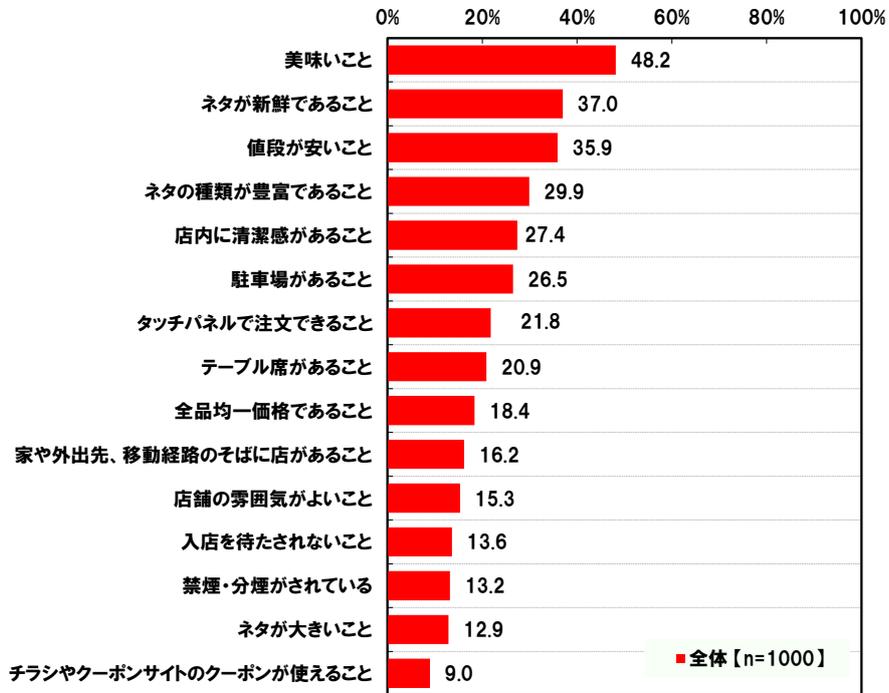
【図 8】

◆どのようなときに回転寿司を利用するか
(複数回答形式)



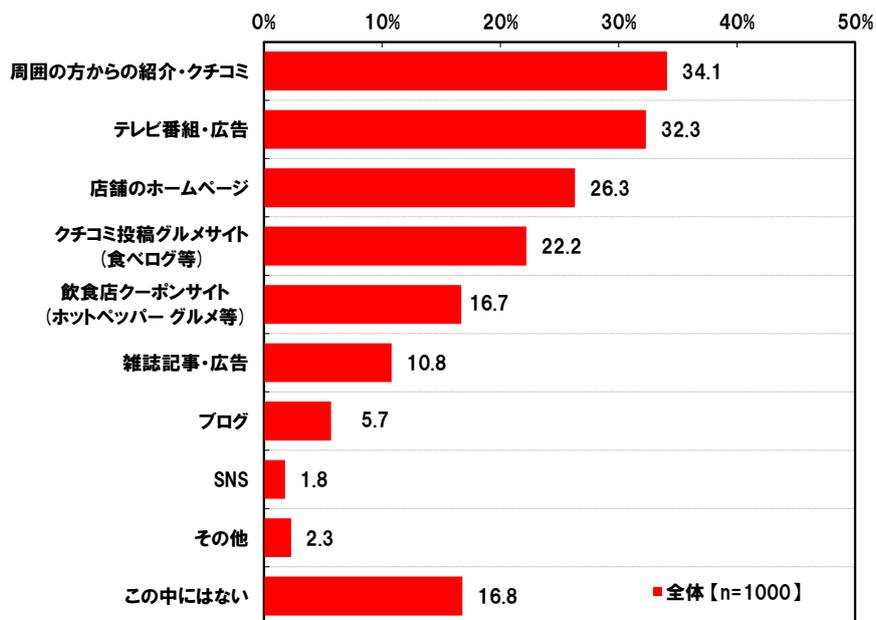
【図 9】

◆回転寿司店を選ぶ際に重視している点
(制限複数回答形式 5つまで)
※上位15位まで抜粋



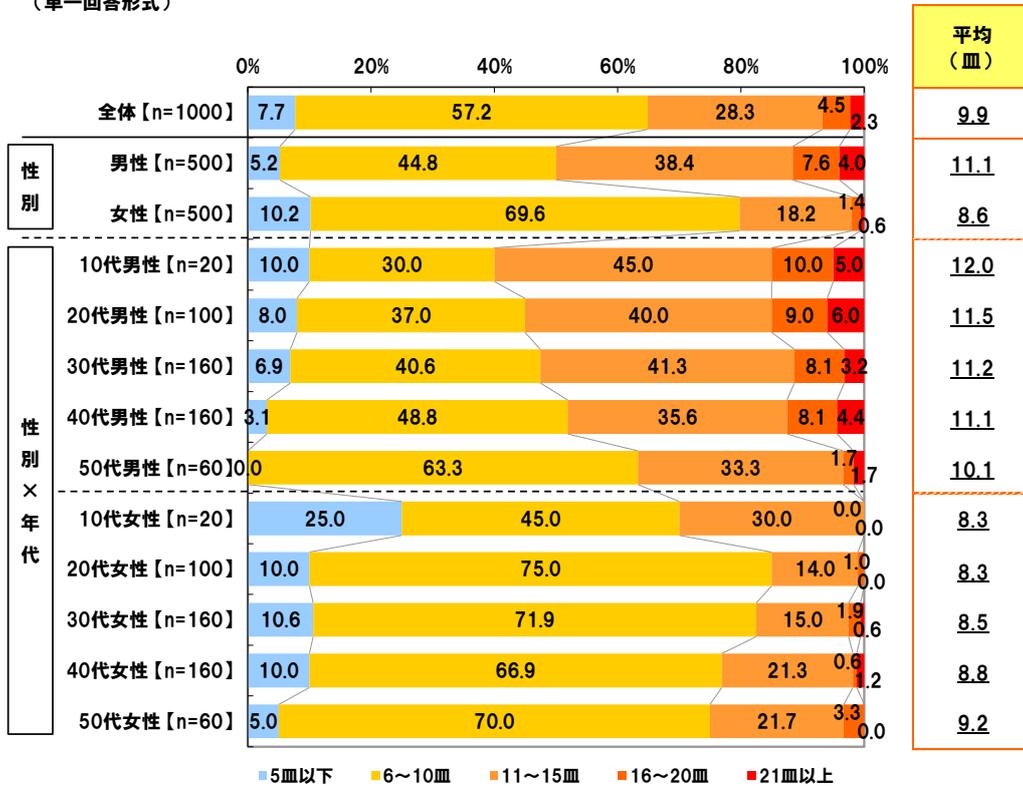
【図 10】

◆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)



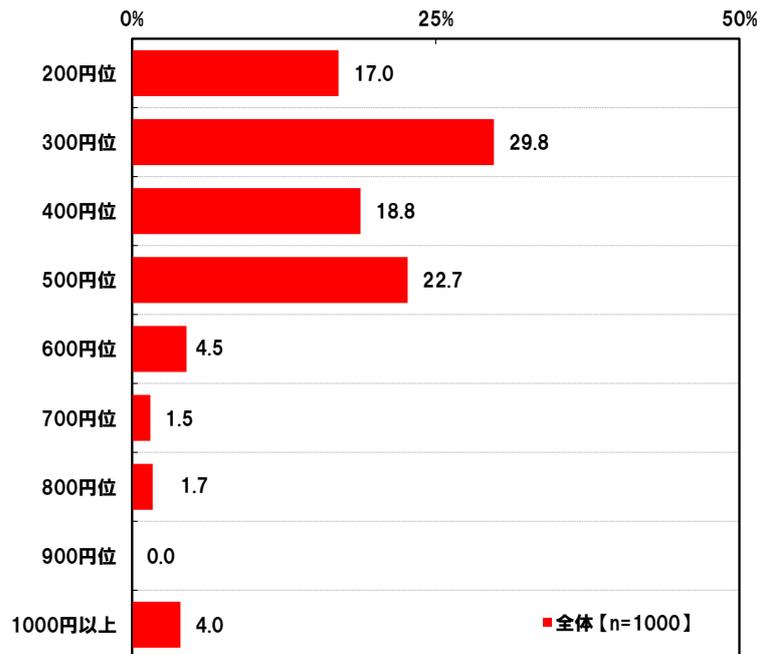
【図 11】

◆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)



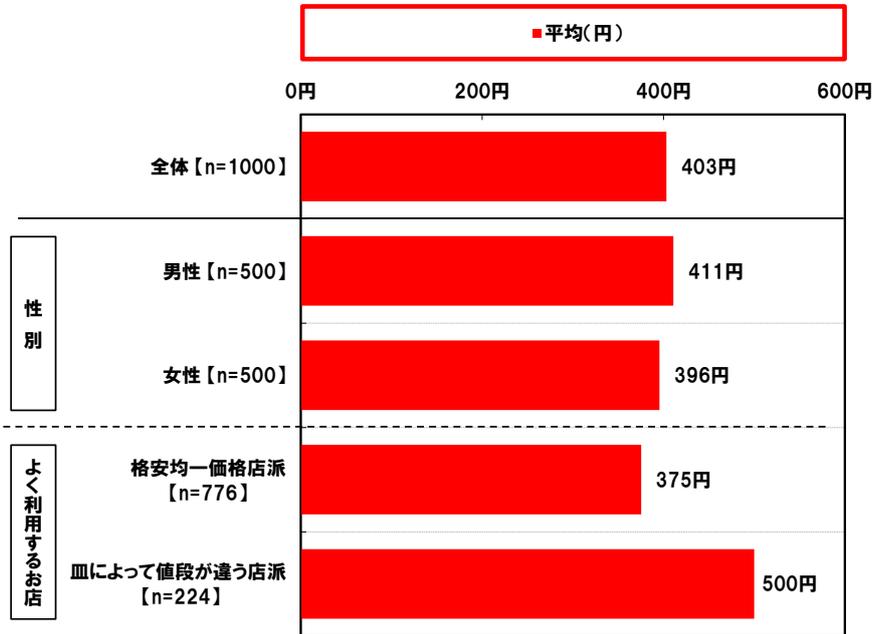
【図 12】

◆“金額的に躊躇したり、勇気が必要”な一皿の価格
(単一回答形式)



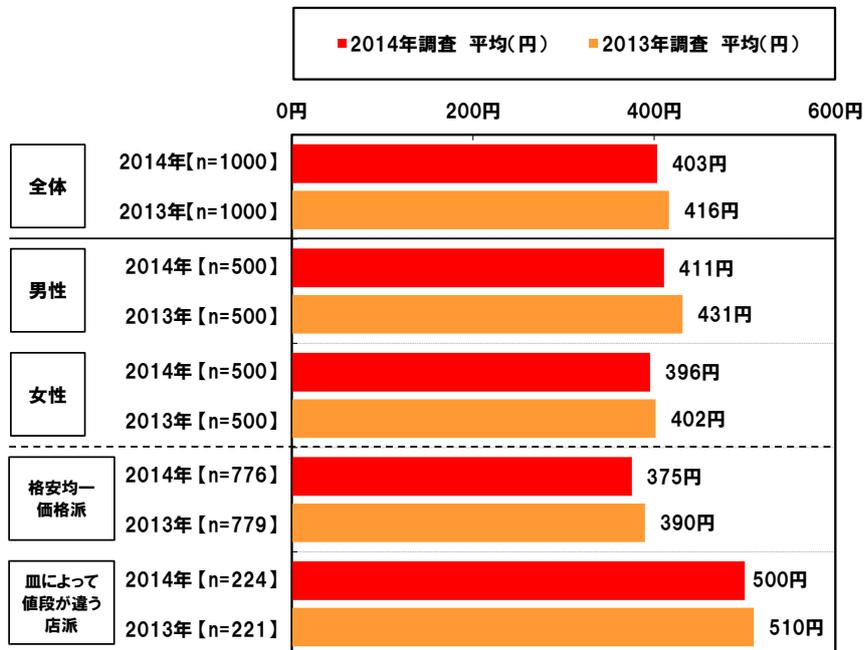
【図 13】

◆“金額的に躊躇したり、勇気が必要”な一皿の価格の平均

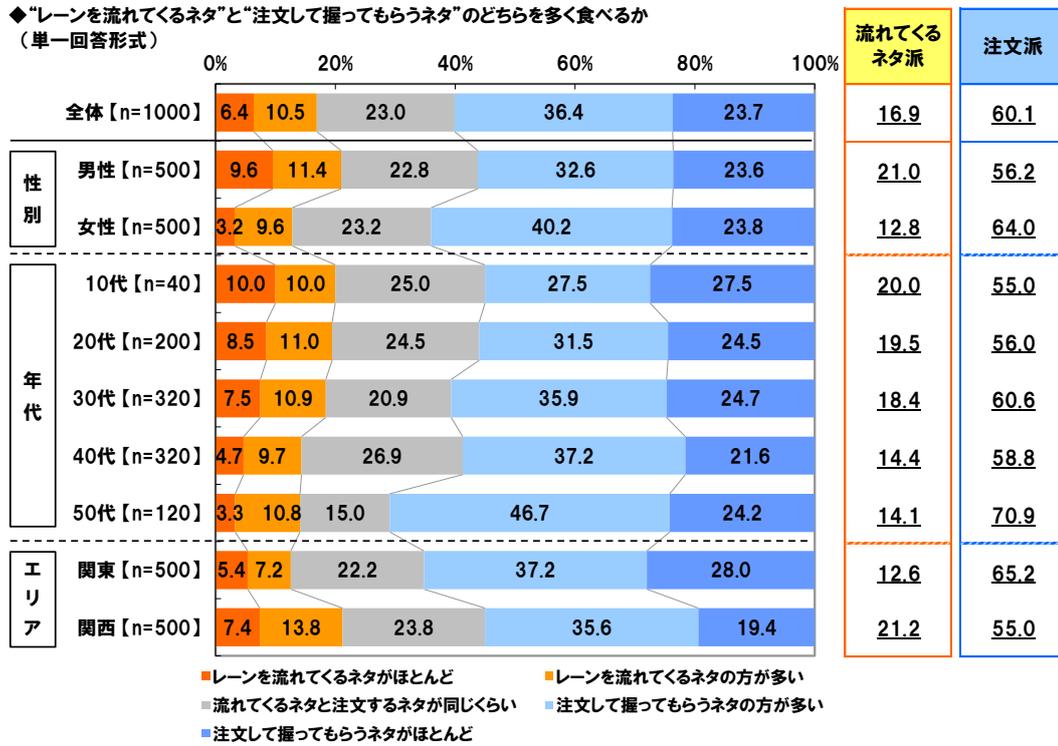


【図 14】

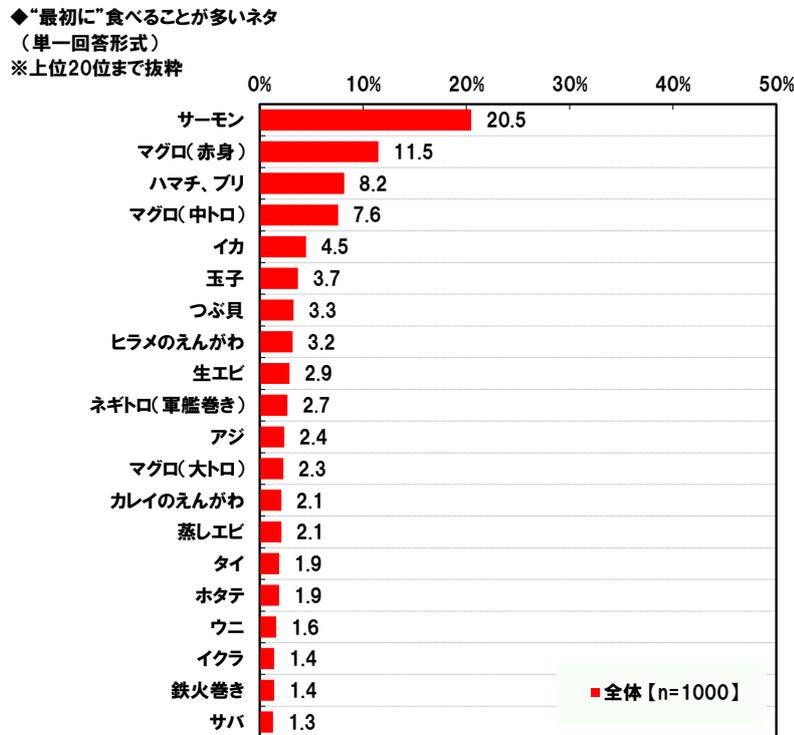
◆“金額的に躊躇したり、勇気が必要”な一皿の価格の平均



【図 15】



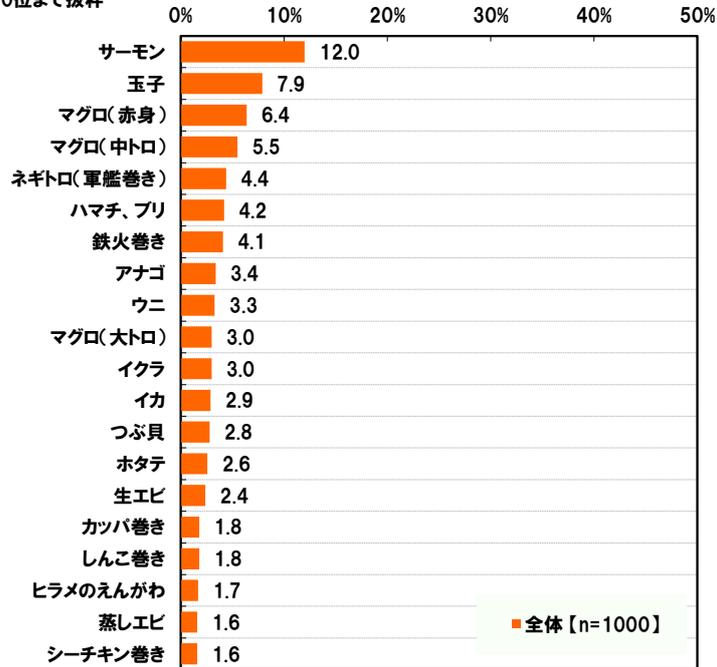
【図 16】



【図 17】

◆“シメに(最後に)”食べる人が多いネタ
(単一回答形式)

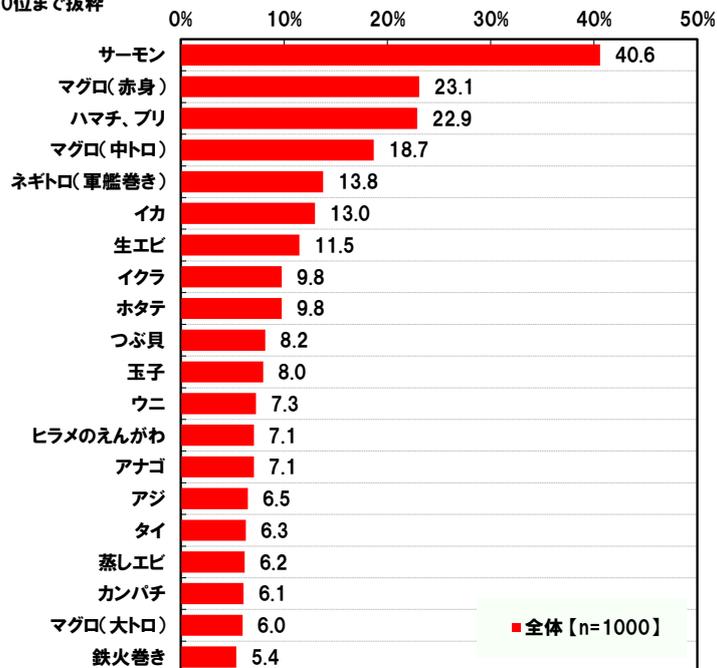
※上位20位まで抜粋



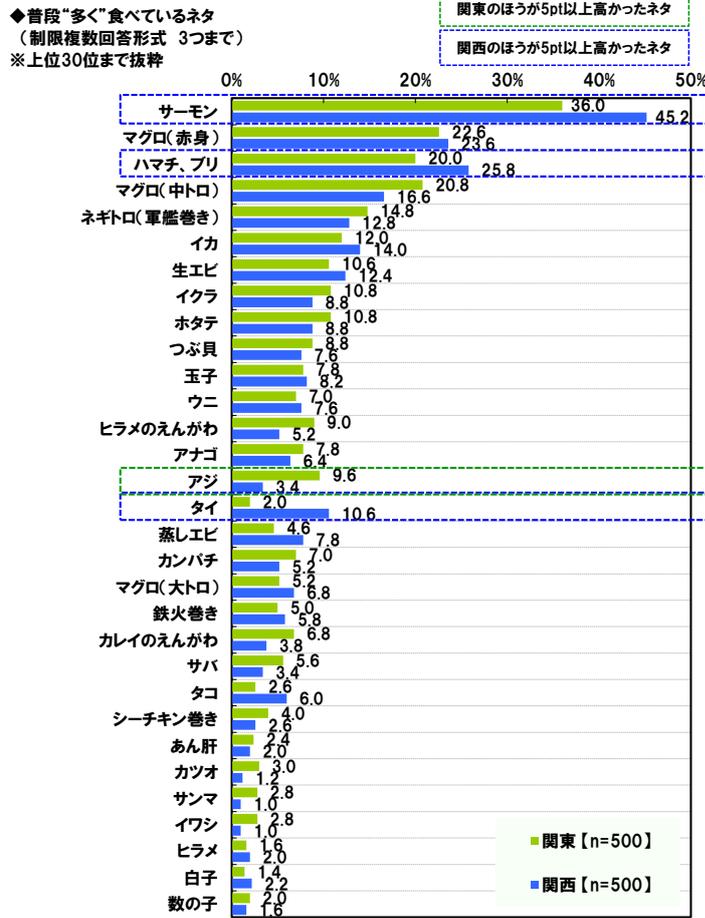
【図 18】

◆普段“多く”食べているネタ
(制限複数回答形式 3つまで)

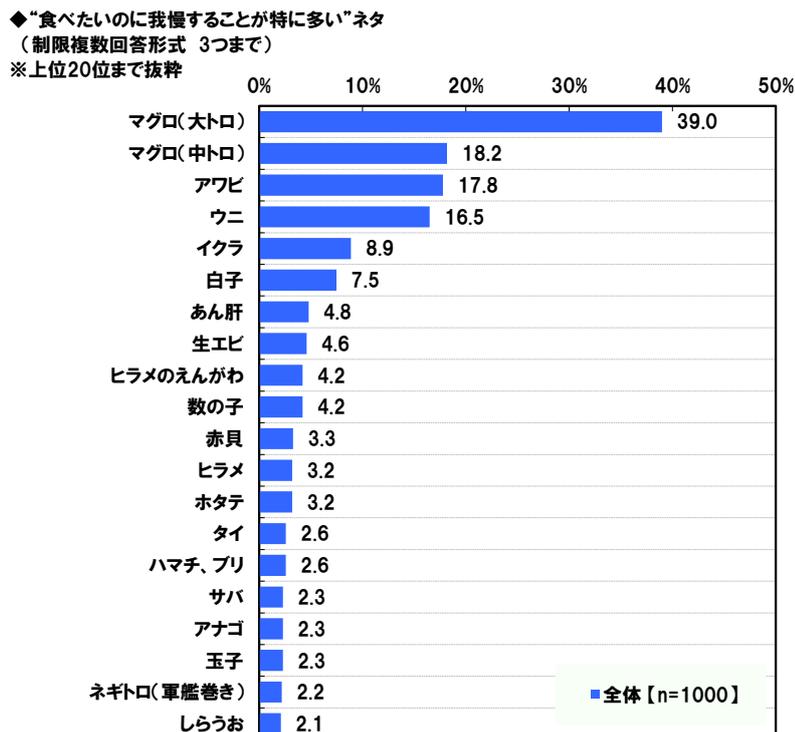
※上位20位まで抜粋



【図 19】

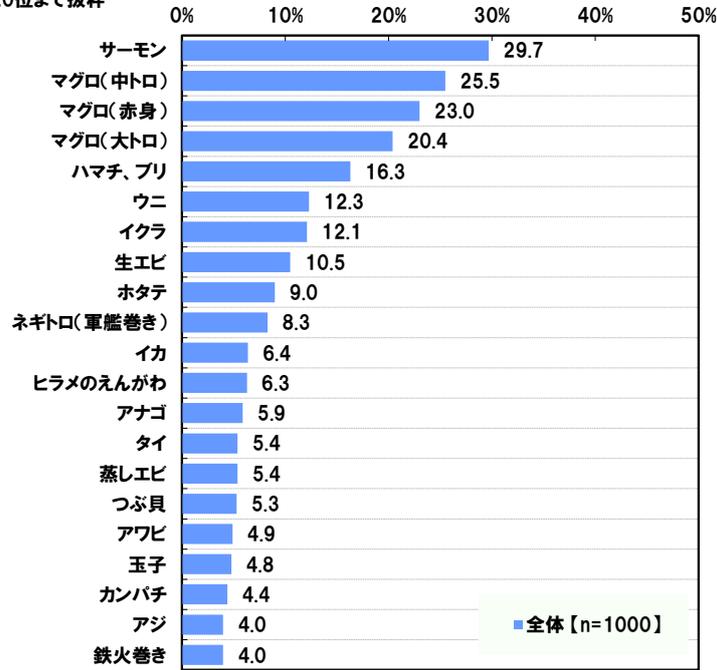


【図 20】



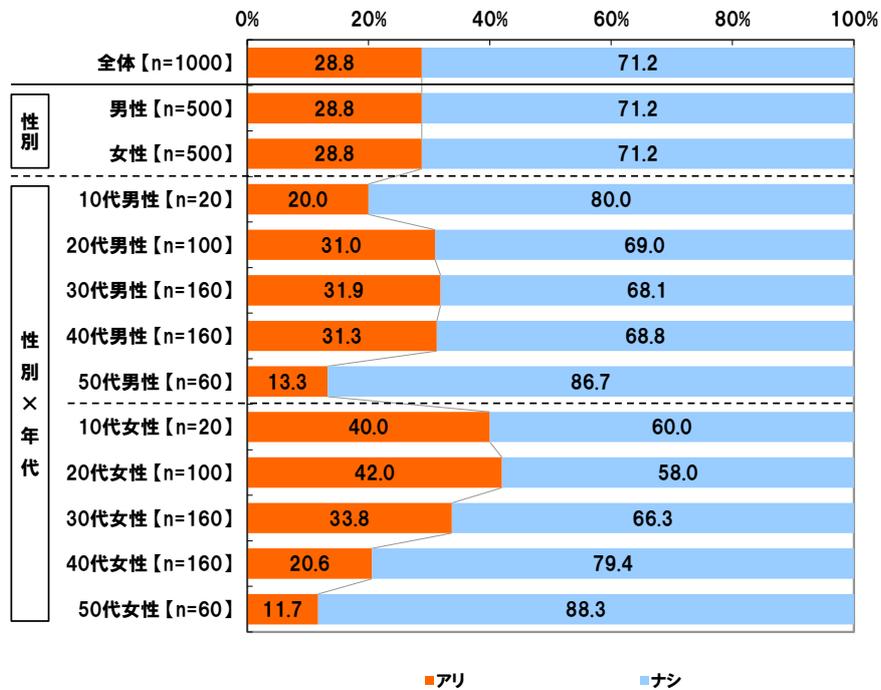
【図 21】

◆「「値上がり」はゴメンだ」と思うネタ
(制限複数回答形式 3つまで)
※上位20位まで抜粋



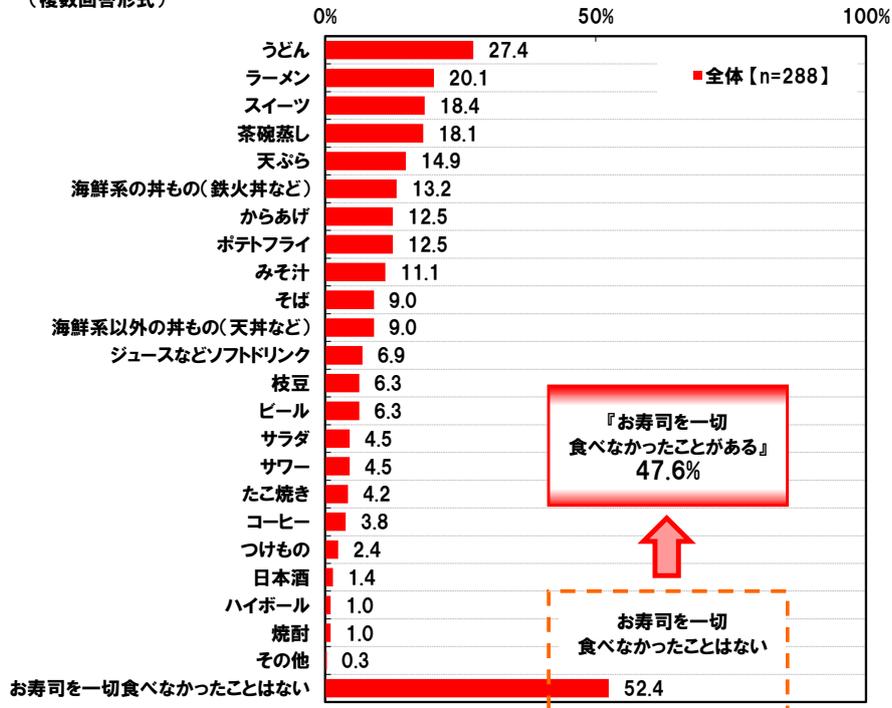
【図 22】

◆「お寿司は一切食べずに、お寿司以外しか注文しないこと」はアリかナシか
(単一回答形式)



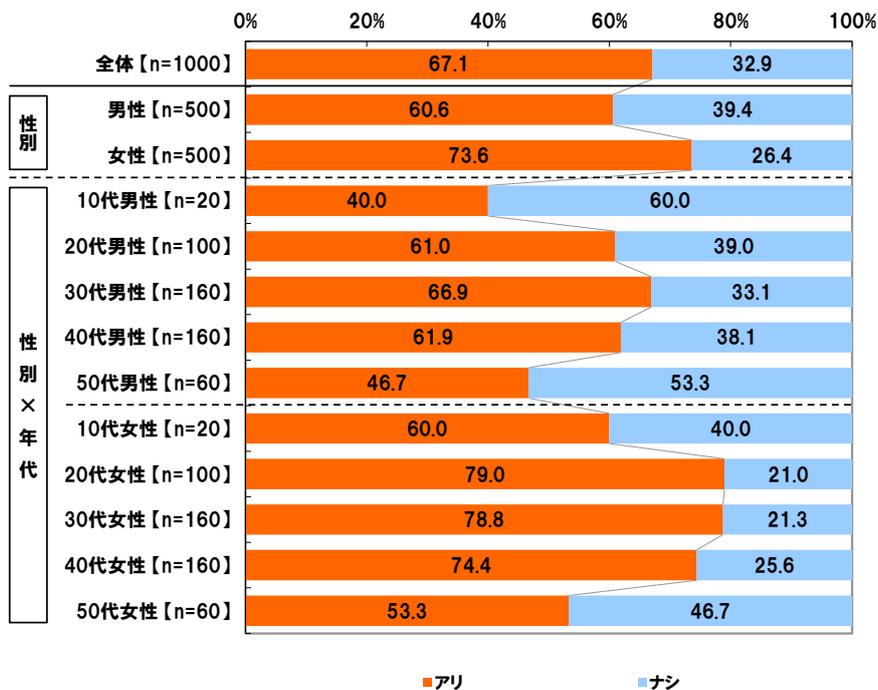
【図 23】

◆お寿司を一切食べない使い方をしたことがあるか、また、その時何を注文したか
※対象：お寿司以外しか注文しないという利用方法をアリとした方
(複数回答形式)



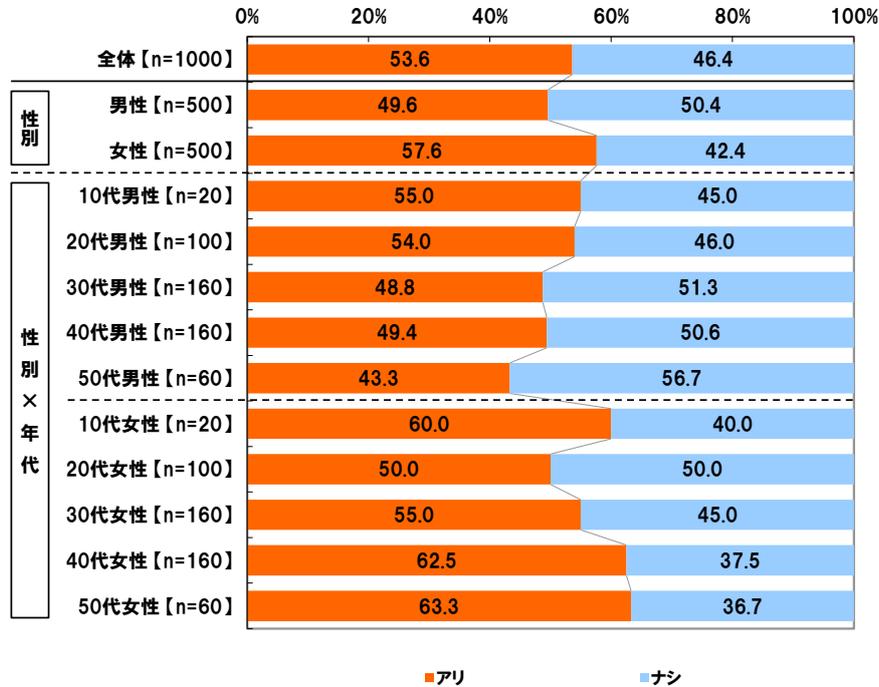
【図 24】

◆◀回転寿司をデートコースとして使うこと▶はアリカナシか
(単一回答形式)



【図 25】

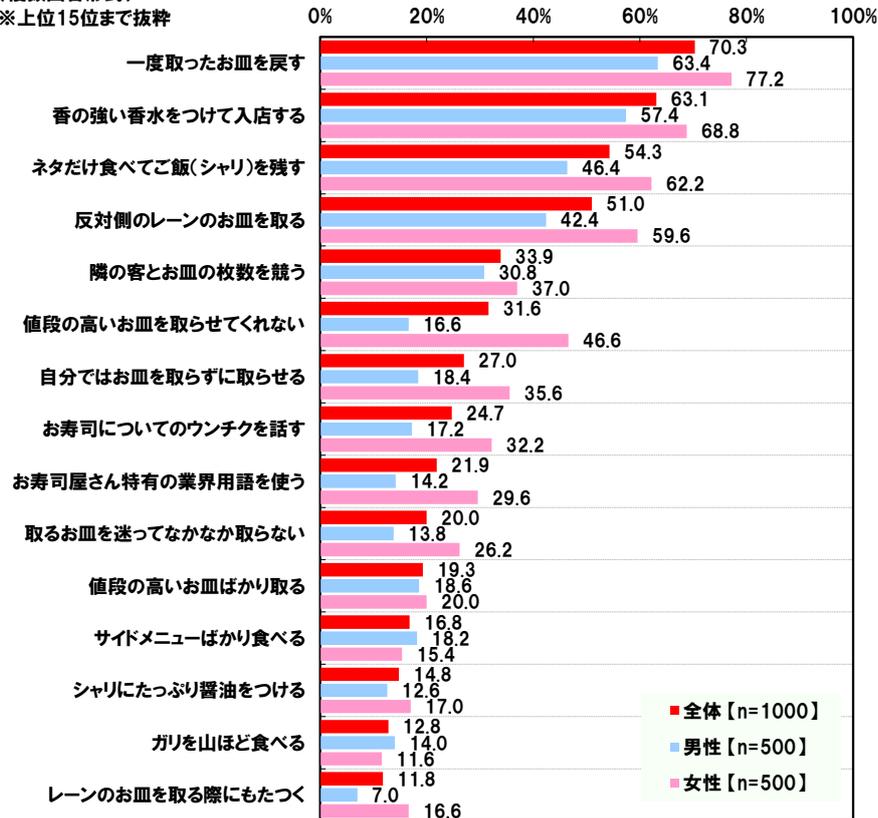
◆◀パートナー(恋人や配偶者)との記念日に使うこと▶はアリカナシカ
(単一回答形式)



【図 26】

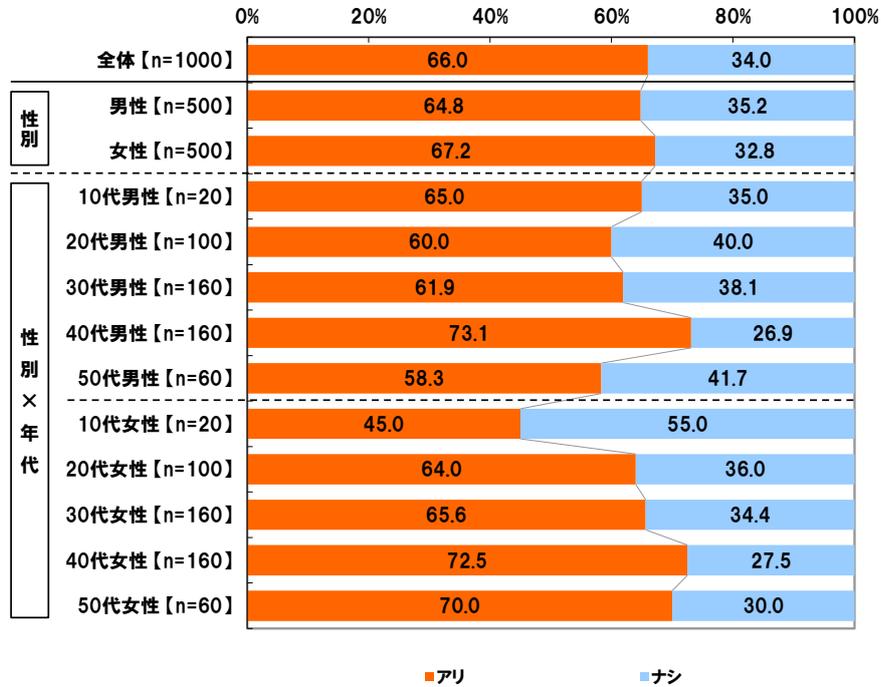
◆回転寿司デートで”パートナーにこれだけはやって欲しくない”こと
(複数回答形式)

※上位15位まで抜粋



【図 27】

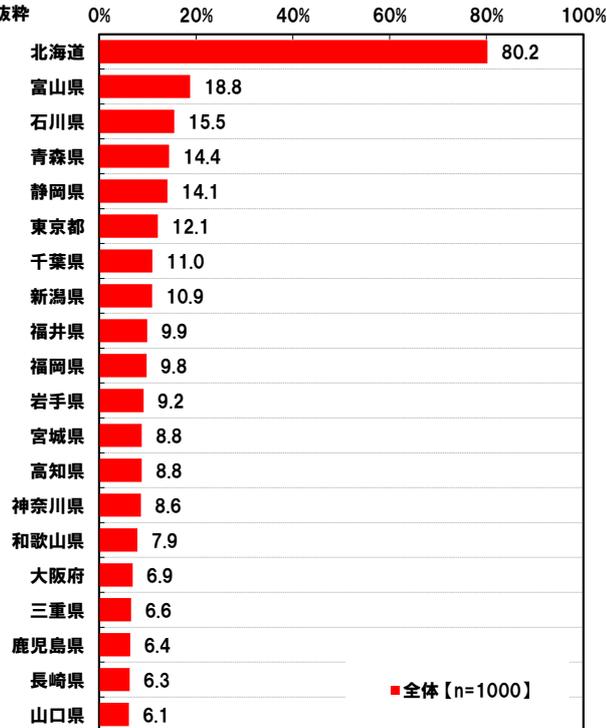
◆「旅行先でのグルメめぐりで使うこと」はアリかナシか
(単一回答形式)



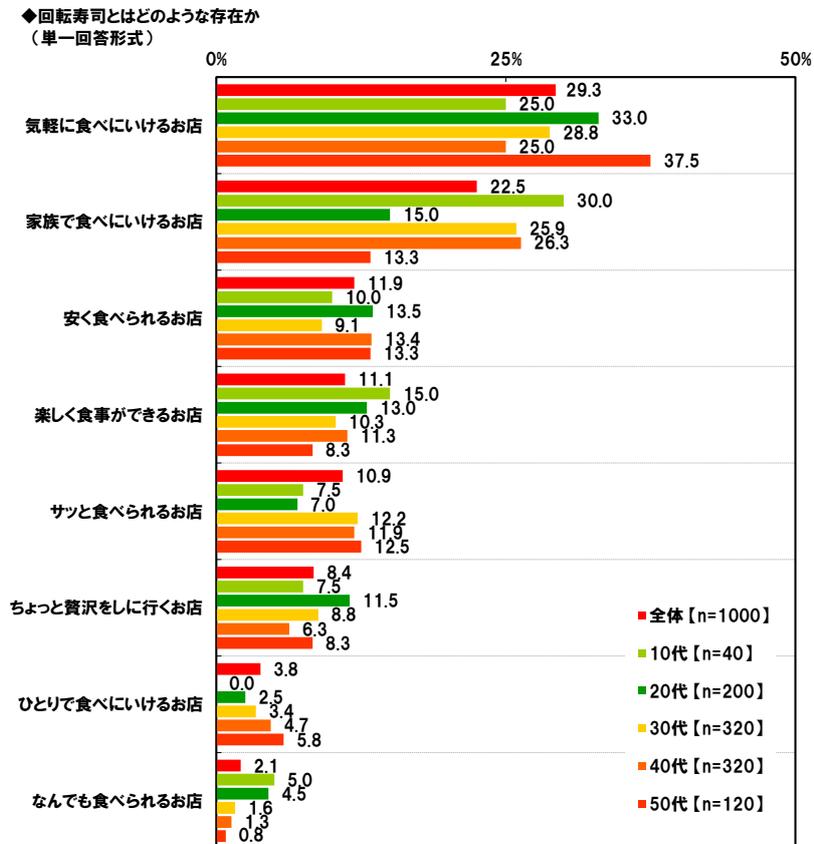
【図 28】

◆「美味しそうなお当地回転寿司店」がありそうな都道府県
(複数回答形式)

※上位20位まで抜粋



【図 29】



《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2014
- ◆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
(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：2014年3月11日～3月17日の7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■■

マルハニチロ株式会社
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 伊藤 滋
設立 : 1943年3月31日
(2014年4月にマルハニチロ株式会社に社名変更)
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：漁業、養殖、水産物の輸出入・加工・販売、
冷凍食品・レトルト食品・缶詰・練り製品・化成品・飲料の製造・加工・販売、
食肉・飼料原料の輸入、食肉製造・加工・販売

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