



報道関係者 各位

2012年3月15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 2012」～

回転寿司は「格安均一価格店」派が7割、関西での支持が関東を上回る**一緒に回転寿司に行く人「家族」83.2%、1人回転寿司は約1割
“恋人と回転寿司”というシーン 20代女性の4人に1人が「増えている」****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 8.4皿
躊躇したり、勇気がある一皿の価格 平均 415円、男性平均 430円、女性平均 400円****回転寿司での“注文派”6割弱、“流れているネタ派”は2割強
寿司を食べる際“箸派”9割、“手でつまむ派”はわずか3.9%****回転寿司のネタ トップバッター「サーモン」
シメのネタ 男性1位「玉子」、女性1位「サーモン」
多く食べるネタ2位 関東「マグロ(赤身)」、関西「ハマチ、ブリ」
我慢のネタ2位 関東「マグロ(中トロ)」、関西「アワビ」****回転寿司店選びで重視 「タッチパネルが使える」約4人に1人
回転寿司店選びで参考 「紹介・口コミ」34.1%、「クチコミサイト」17.1%
Twitterが回転寿司店選びの情報源 20代7.6%****回転寿司デート「アリ」20代女性約8割
“変わりネタを中心に食べる”「アリ」10代、20代では7割半**

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、2012年2月15日～2月20日の6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」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）

回転寿司店を「月に1回以上」利用する割合**◆回転寿司を利用している頻度「月に1回以上」41.9%**

関東、関西に住む15歳～59歳の男女（3,380名）に、どこでお寿司を買ったり、食べたりしているか聞きましたところ、全体では「回転寿司店」は82.7%となりました。続いて、回転寿司を利用する方（2,796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）しているか聞きましたところ、回転寿司を「月に1回以上」利用する割合は、全体では41.9%、男女別では、男性46.1%、女性38.4%、年代別では、10代33.2%、20代36.5%、30代45.1%、40代43.9%、50代43.8%、また地域別では、関東41.0%、関西43.3%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 2012」 調査結果**◆回転寿司は「格安均一価格店」派が7割、関西での支持が関東を上回る****◆一緒に回転寿司に行く人「家族」83.2%、1人回転寿司は約1割****◆1年前と比べ“家族で回転寿司”が機会増加4割強****“恋人と回転寿司”というシーン 20代女性の4人に1人が「増えている」****◆家族で回転寿司は、家族の誕生日に3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（皿の値段により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きましたところ、全体では「格安均一価格店」が70.4%と7割、「皿によって値段が違う店」は29.6%と3割となり、「格安均一価格店」の方が多く利用されていることがわかりました。

地域別にみると、「格安均一価格店」は、関東では66.4%に対し、関西では74.4%となっており、やや関西の方が多く利用されているようです。

年代別にみると、50代では「皿によって値段が違う店」の割合は他の年代に比べ高く、40.3%と4割が「皿によって値段が違う店」の方を多く利用しているという結果となりました。

次に、誰と回転寿司に行くことが多いか聞きましたところ、「家族」83.2%、「親戚・親類」10.8%、「友人・知人」22.6%、「勤め先の同僚」8.3%、「恋人」9.8%となりました。また、「1人で」も9.7%と約1割という結果となり、男性では「1人で」は14.0%と1割半でした。

また、1年前と比べた回転寿司利用の頻度変化をシーン別に聞きましたところ、【家族と食べる】頻度は、全体では「とても増えている」は10.4%と1割になり、「やや増えている」と合わせた『増えている（計）』は41.8%という結果で、他のシーンに比べ『増えている（計）』の値は高くなりました。

また、【恋人と二人で食べる】頻度は、全体では『増えている（計）』は8.9%でしたが、20代女性では25.0%と4人に1人は増えているという結果となりました。

家族で回転寿司に行くことが多い（832名）に、どのようなときに家族で回転寿司を利用するか聞きましたところ、全体では「自分が寿司を食べたいとき」（61.3%）が最も高く、次いで「車で出かけたとき」（48.3%）、「子供が食べたいと言ったとき」（44.5%）、「チラシで案内が入ったとき」（31.9%）、「家族の誕生日」（29.7%）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11.1皿、女性平均8.4皿

◆躊躇したり、勇気がいる一皿の価格 平均415円、男性平均430円、女性平均400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きましたところ、全体では「6～10皿」（56.2%）、「11～15皿」（27.3%）との回答が多く、平均は9.8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、特に20代男性では13.3皿、一方、女性では8.4皿という結果となりました。

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”な一皿の価格を聞きましたところ、全体では「300円位」（28.3%）、「400円位」（19.0%）、「500円位」（26.9%）との回答が多く、平均は、全体では415円、男性430円、女性400円となりました。

年代別に平均をみると、年代が上がるにつれ平均金額も高くなり、10代361円、20代391円、30代408円、40代421円、50代456円という結果となりました。平均金額が最も高かったのは50代男性で478円でした。

また、最も多く行くお店の種類別に平均をみると、格安均一価格店の利用層では378円、皿によって値段が違う店の利用層では504円となり、よく行くお店の種類によっても違いがみられました。

◆回転寿司での“注文派”6割弱、“流れているネタ派”は2割強

◆寿司を食べる際“箸派”9割、“手でつまむ派”はわずか3.9%

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。

まず、レーンに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きましたところ、全体では『流れているネタ派』（「レーンに流れているネタがほとんど」と「レーンに流れているネタがやや多い」の合計）は22.3%と2割強、『注文派』（「注文して握ってもらうネタがほとんど」と「注文して握ってもらうネタがやや多い」の合計）は57.1%と6割弱となり、『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62.4%と6割強でしたが、関西では51.8%と5割強で関東が10.6ポイント高くなりました。

次に、回転寿司店で寿司を口に運ぶ際に、箸を使うか、手でつまむかを聞きましたところ、全体では「箸を使うことが多い」という“箸派”は89.9%と9割になり、「手でつまむことが多い」という“手でつまむ派”は3.9%にとどまりました。また、「箸も手も同じくらい使う」は6.2%でした。

◆**回転寿司のネタ トップバッター「サーモン」**

◆**シメのネタ 男性1位「玉子」、女性1位「サーモン」**

◆**多く食べるネタ2位 関東「マグロ（赤身）」、関西「ハマチ、ブリ」**

◆**我慢のネタ2位 関東「マグロ（中トロ）」、関西「アワビ」**

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きましたところ、1位は「サーモン」（20.1%）、2位は「マグロ（赤身）」（11.8%）、3位は「イカ」（8.4%）という結果となりました。

男女別にみると、女性では「サーモン」は24.6%と約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（31.3%）、30代女性（29.8%）で高く3割前後となりました。

次に、“シメに（最後に）”食べる人が多いネタを聞きましたところ、1位は“最初に”食べる人が多いネタと同じく「サーモン」（9.7%）となり、2位は「玉子」（8.2%）、3位は「マグロ（中トロ）」（6.1%）という結果となりました。

男女別にみると、男性の1位は「玉子」（9.4%）となっており、50代男性では15.4%でした。女性の1位は「サーモン」（12.4%）で、20代女性、30代女性ではそれぞれ15.2%、15.3%と1割半が「サーモン」をシメのネタとして選ぶことが多いと回答しました。

最も多く行くお店の種類別にみると、格安均一価格店の利用層では1位は「サーモン」（10.5%）でしたが、皿によって値段が違う店の利用層では1位は「玉子」（12.2%）となり、最も多く行くお店の種類により順位に違いがみられました。

また、“最初に”食べる人が多いネタを“シメ（最後）”にも食べる人が多いとの割合は、全体では14.1%でした。

また、普段“多く”食べているネタを聞きましたところ、1位「サーモン」（39.0%）、2位「ハマチ、ブリ」（23.0%）、3位「マグロ（赤身）」（20.4%）、4位「マグロ（中トロ）」（18.3%）、5位「イカ」（15.7%）という結果となりました。

年代別にみると、「サーモン」は、10代では55.6%と半数を超え、20代49.4%、30代48.3%と約5割になり、40代、50代に比べて高くなりました。また、10代では「イクラ」（25.9%）が3位となりました。

地域別にみると、関東では「マグロ（赤身）」が24.0%で関西の16.8%に比べてやや高く2位（関西では5位）となり、関西では「ハマチ、ブリ」が28.4%で関東の17.6%に比べ10.8ポイント高く2位（関東では4位）となるなど、年代や地域による違いがみられました。

さらに、“食べたいのに我慢することが特に多い”ネタを聞きましたところ、1位は「マグロ（大トロ）」（43.9%）で4割強となり、2位「アワビ」（19.6%）、3位「マグロ（中トロ）」（18.3%）、4位「ウニ」（15.5%）、5位「イクラ」（7.4%）が続きました。地域別にみると、関東では「マグロ（中トロ）」（21.2%）が2位、関西では「アワビ」（21.0%）が2位となりました。

“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”食べているネタのそれぞれで「サーモン」が1位となっており、回転寿司において、サーモンは幅広い層から人気があり、特に若年層や女性から支持されている様子が窺える結果となりました。1年半前に実施（2010年8月実施）した同様の調査でも“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では1位「サーモン」となっており、トップバッターの座、シメの座は揺るぎないようです。

◆回転寿司店選びで重視 「タッチパネルで注文できる」約4人に1人

乳幼児と行く層では「テーブル席があること」が上位に

◆回転寿司店選びで参考 「紹介・口コミ」34.1%、「クチコミサイト」17.1%
◆Twitterが回転寿司店選びの情報源 20代7.6%
◆回転寿司に行く際、携帯電話やパソコンからの“クーポン利用”53.0%、“来店予約利用”45.3%

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きましたところ、全体では、「美味しいこと」（61.0%）が最も高く6割強、次いで「値段が安いこと」（38.2%）、「ネタの種類が豊富であること」（37.1%）、「駐車場があること」（34.1%）、「店内に清潔感があること」（31.1%）が続きました。また、“iPad”をタッチパネルとして使用しているお店もありますが、「タッチパネルで注文できること」は23.8%で約4人に1人が重視点として挙げました。

また、一緒に行く子供（下の子）が乳幼児の133名や小学生の153名では「子供向けのメニューが充実していること」は、それぞれ18.8%、15.0%と全体と比べると10ポイント前後高くなっており、「携帯電話・パソコン等での予約ができること」（14.3%、12.4%）や「テーブル席があること」（30.8%、29.4%）も全体に比べやや高く、小さい子供とよく行く人が、メニューだけでなく、席に着くまでの待ち時間や食べる席の形をより気にしている様子が窺えます。

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きましたところ、全体では「周囲の方からの紹介・口コミ」（34.1%）が最も高く、次いで「テレビ番組・広告」（26.9%）、「店舗のホームページ」（26.7%）、「飲食店クーポンサイト（ホットペッパーなど）」（19.5%）、「クチコミ投稿グルメサイト（食べログなど）」（17.1%）が続きました。また、20代ではTwitterが情報源とした割合は7.6%と、他の世代に比べ高い結果となりました。

そして、回転寿司店を選ぶ際の重視点では、「チラシやクーポンサイトのクーポンが使える」や「携帯電話・パソコン等での予約ができること」は1割前後にとどまりましたが、どれくらいの方が回転寿司に行く際に、携帯電話やパソコンを使い【クーポン発行】や【来店予約】を利用しているのでしょうか。

回転寿司に行く際に、携帯電話やパソコンを使い【クーポン発行】を利用しているか聞きましたところ、全体では『利用している（計）』（「よく利用している」、「時々利用している」、「たまに利用している」の合計）は53.0%と半数以上が利用しており、【来店予約】を利用しているか聞きましたところ、全体では『利用している（計）』は45.3%という結果となりました。

重視点として「携帯電話・パソコン等での予約ができること」を挙げる割合が全体より高かった、一緒に行く子供（下の子）が乳幼児の133名や小学生の153名では【来店予約】を利用しているのは、それぞれ61.7%、60.1%と6割を超えました。

◆回転寿司デート「アリ」 20代女性約8割

“旅行先でのグルメめぐりで使う”「アリ」5割強

◆“変わりネタを中心に食べる”「アリ」10代、20代では7割半

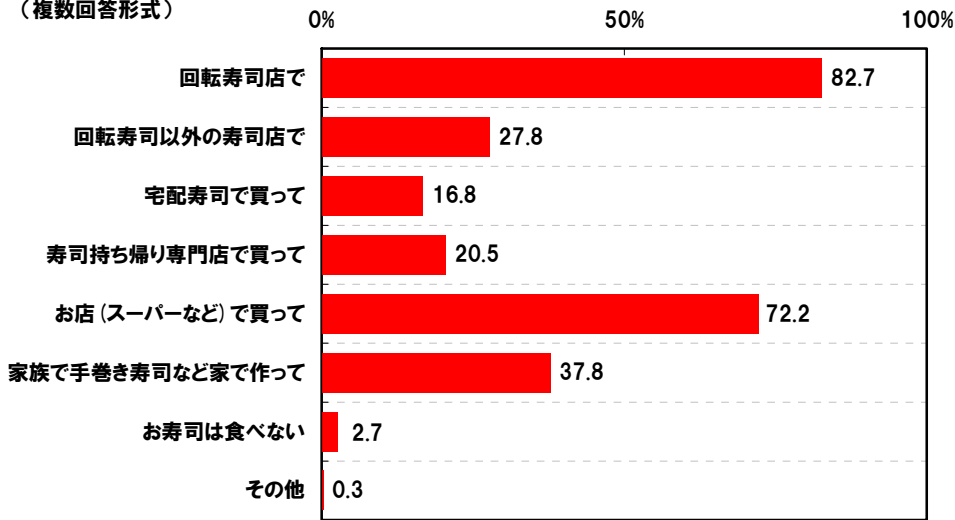
全回答者（1,000名）に、様々な回転寿司の使い方について「アリ」なのか「ナシ」なのかを聞きましたところ、【デートコースとして使う】は、全体では「アリ」61.6%、「ナシ」38.4%と6割強が「アリ」と回答しました。

男女別にみると、肯定派は女性のほうが高く、女性では69.6%と7割が肯定派となり、特に20代女性、30代女性では、それぞれ78.6%、76.3%と8割近く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。

また、【旅行先でのグルメめぐりで使う】は、全体では「アリ」52.5%、「ナシ」47.5%とこちらも肯定派が過半数となりました。最も多く行くお店の種類別にみると、皿によって値段が違う店の利用層では「アリ」は59.8%と約6割が肯定派となり、「アリ」という割合は、格安均一価格店の利用層（「アリ」49.4%）より10.4ポイント高いという結果となりました。

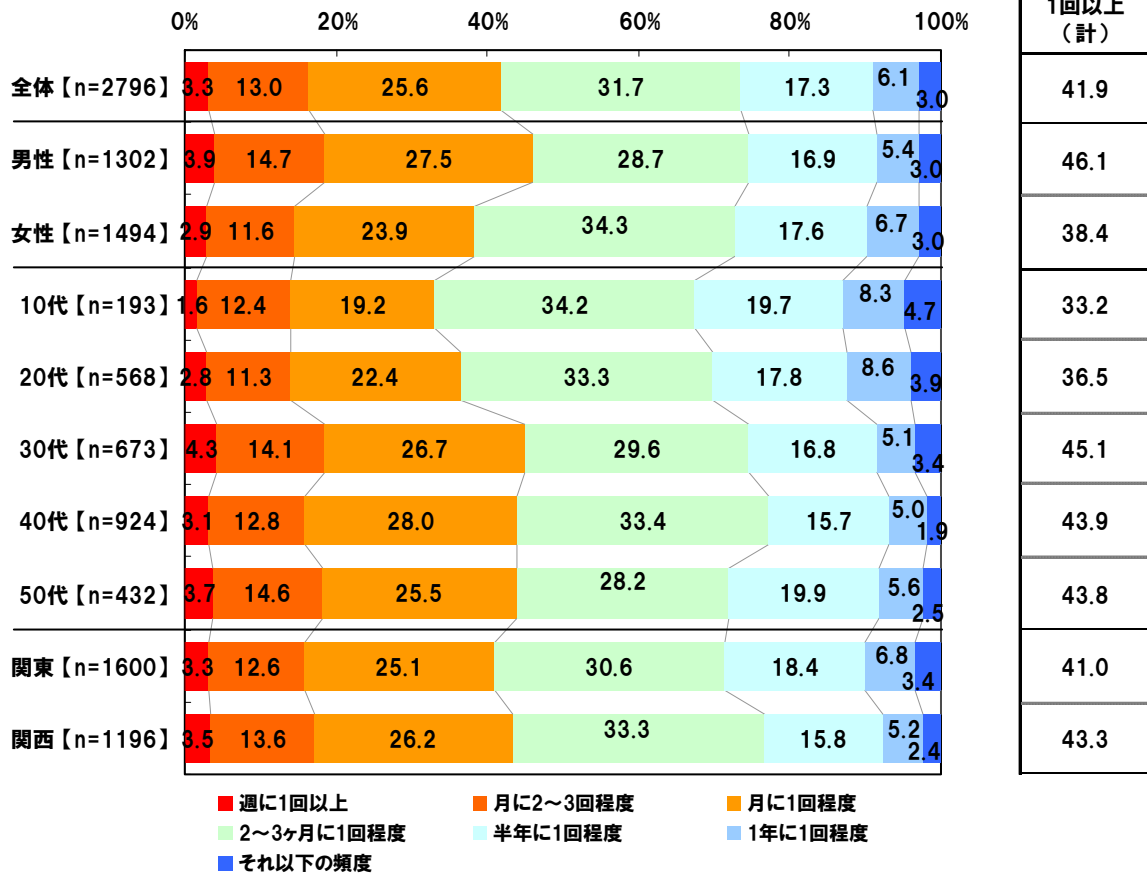
最近では豚肉やハンバーグ、生ハム、アボカド、天ぷらなどの変わりネタを回転寿司でよく見かけますが、【変わりネタを中心に食べる】は、全体では「アリ」67.0%、「ナシ」33.0%と7割弱は肯定的に捉えており、特に、10代、20代では「アリ」は75.9%、76.5%と肯定派が7割半となり、変わりネタが浸透している様子が窺える結果となりました。

◆【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)

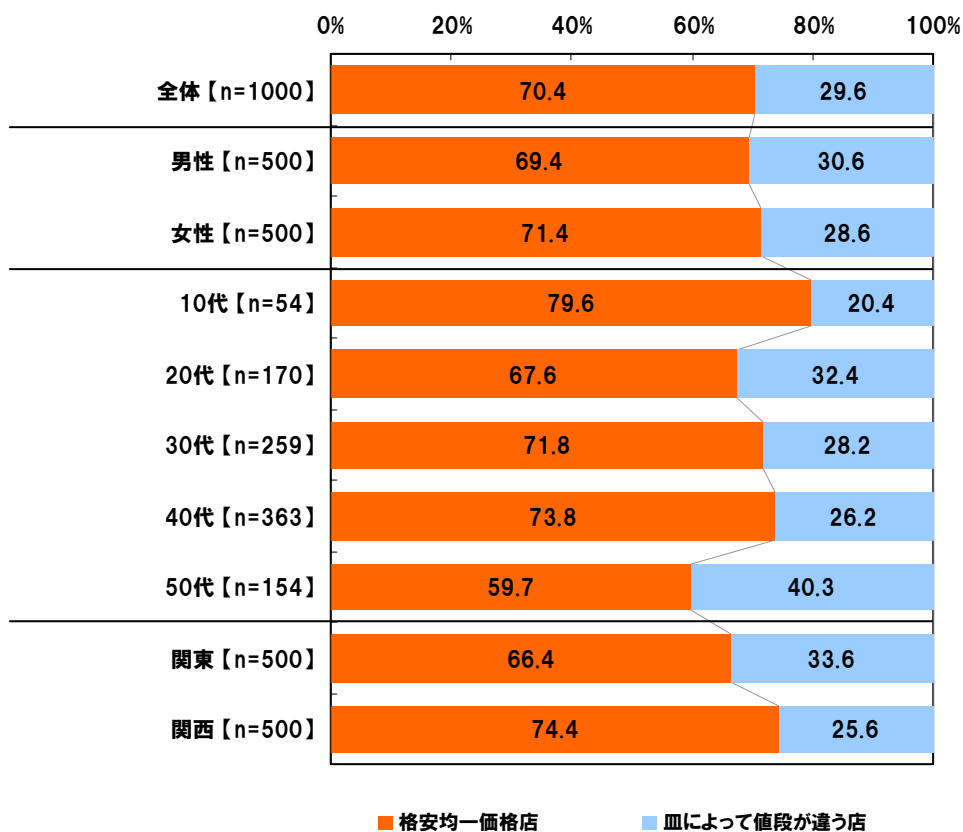


■全体[n=3380]

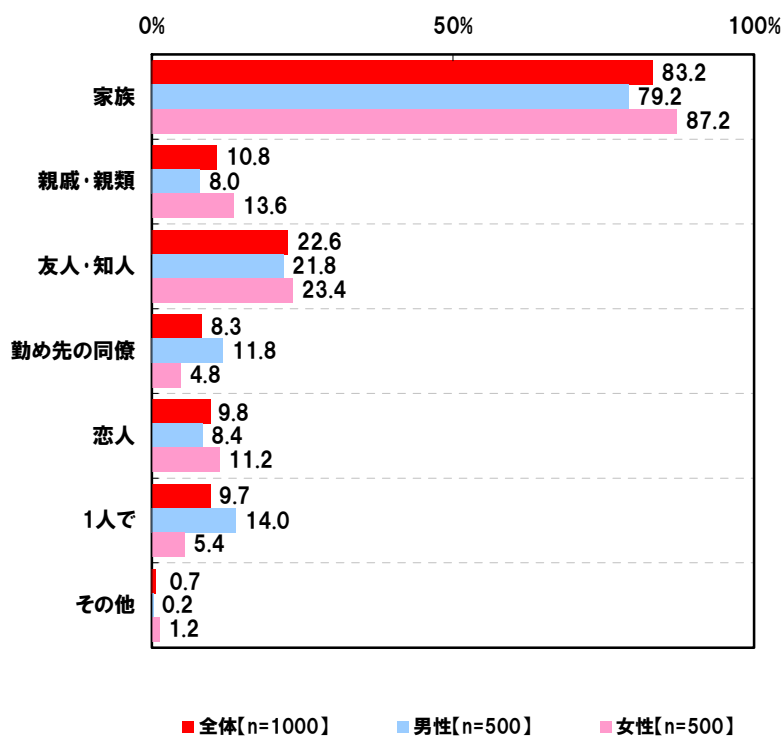
◆【事前調査結果】どれくらいの頻度で回転寿司を利用しているか
(テイクアウトは含めない)
(単一回答形式)



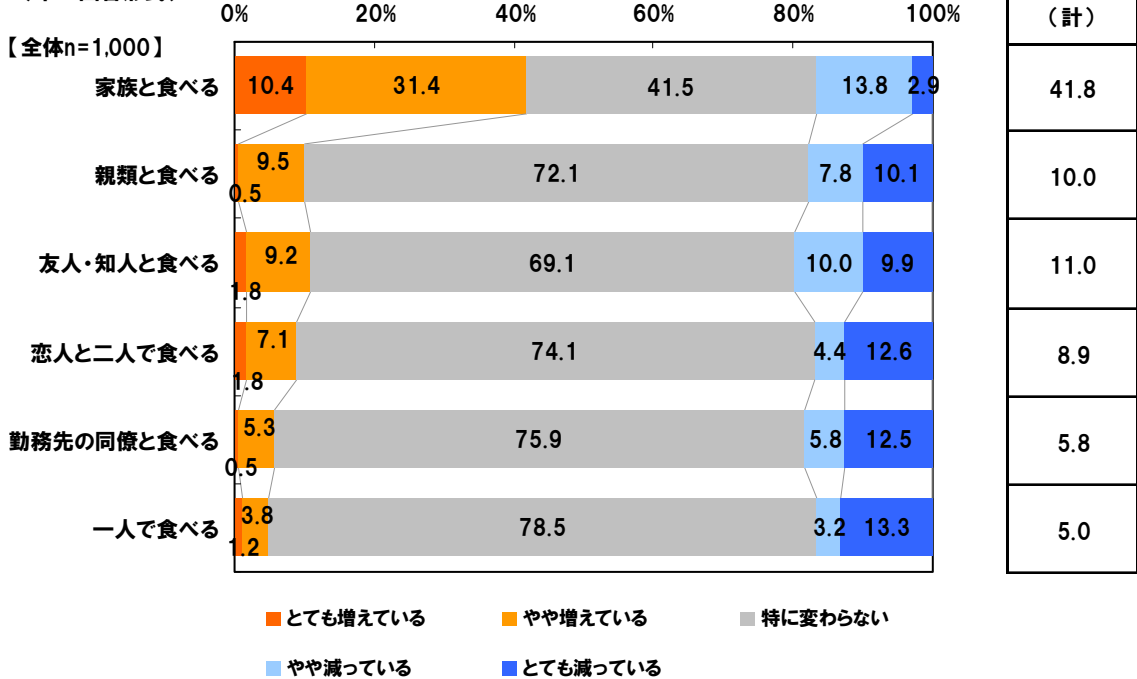
◆格安均一価格店と皿によって値段が違う店では、どちらを多く利用しているか
(単一回答形式)



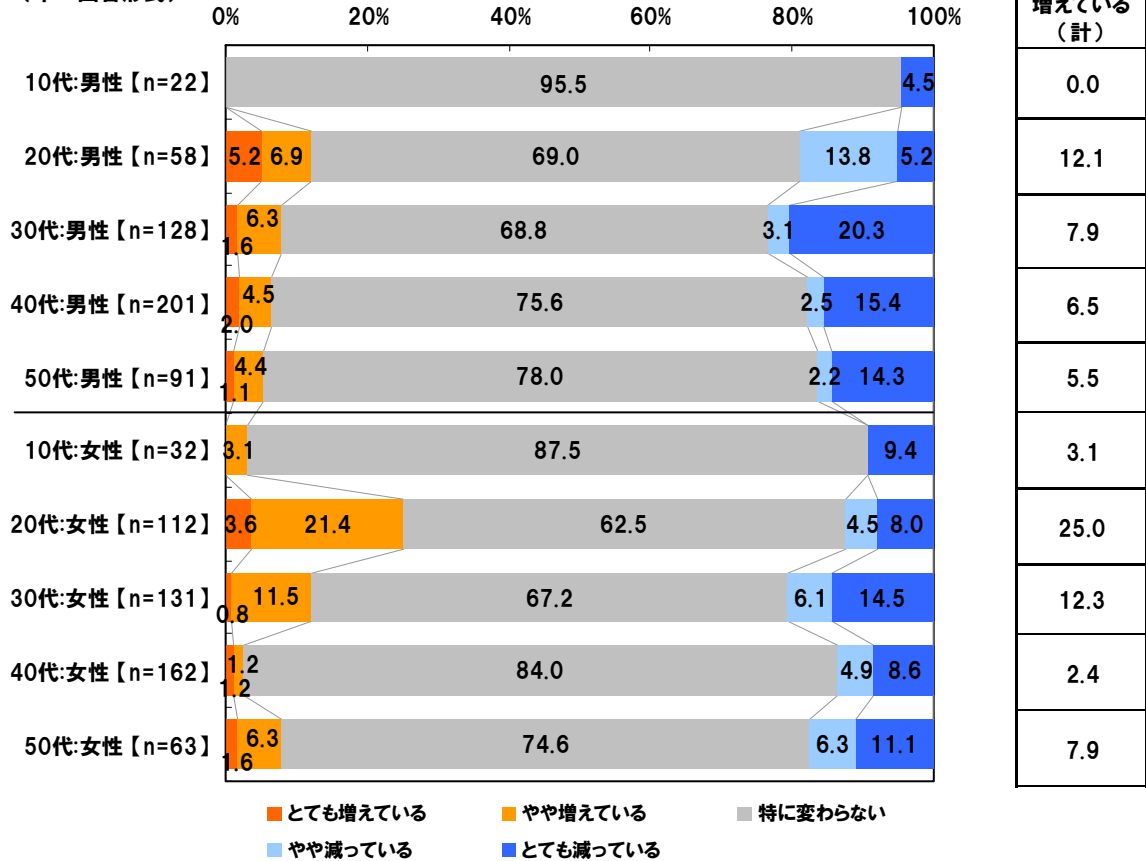
◆誰と回転寿司に行くことが多いか
(複数回答形式)



◆1年前と比べた回転寿司利用の頻度変化
(単一回答形式)

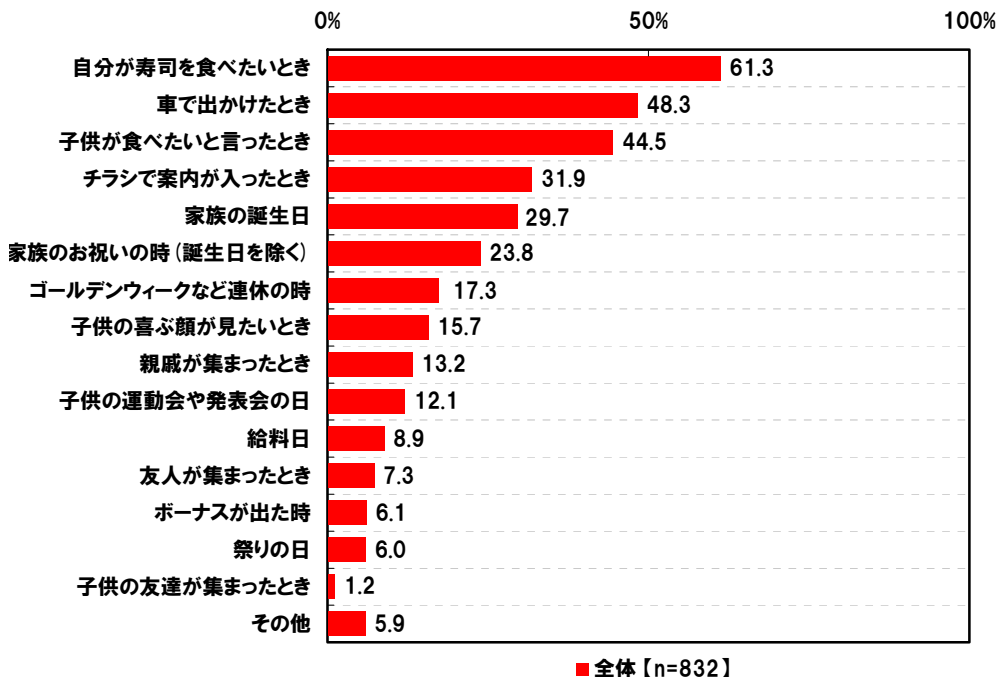


◆1年前と比べた回転寿司利用の頻度変化【恋人と二人で食べる頻度】
(単一回答形式)

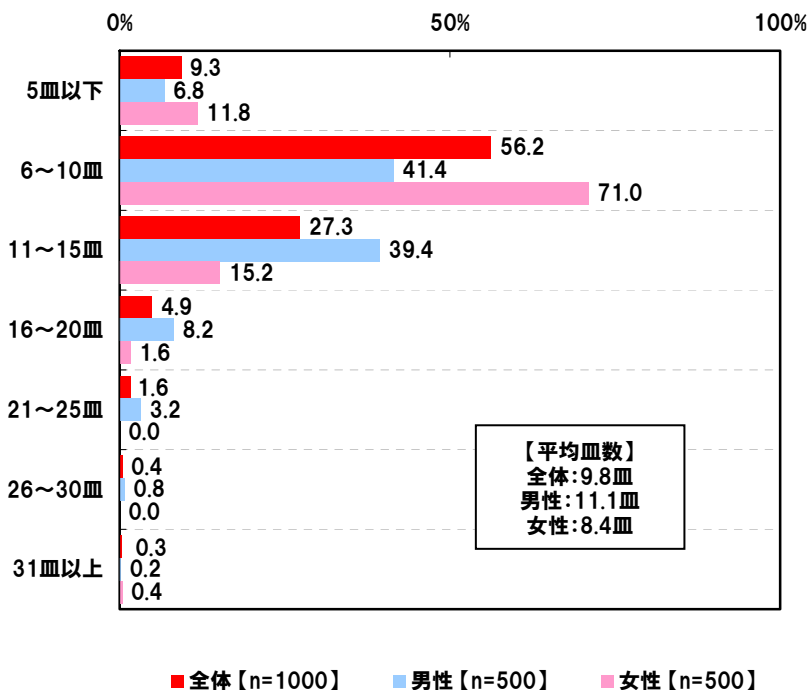


◆どのようなときに“家族で”回転寿司を利用するか
(複数回答形式)

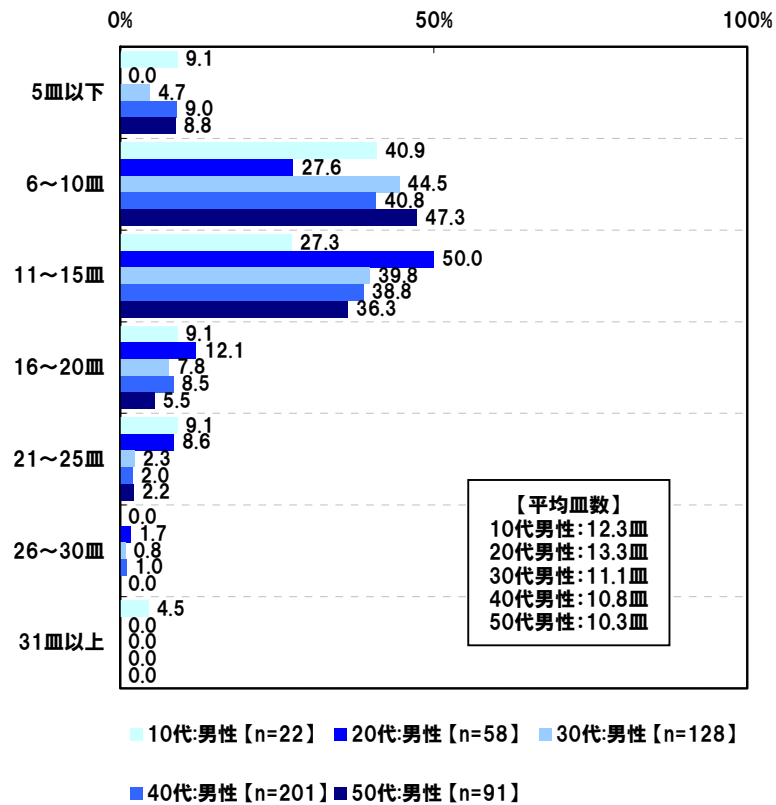
対象者: 家族で回転寿司に行くことが多い人



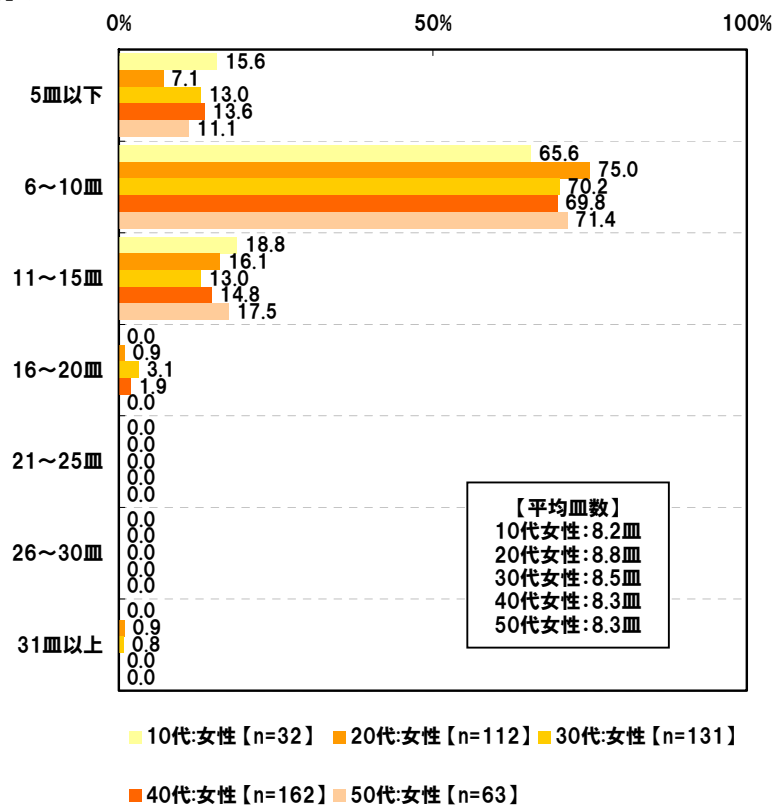
◆回転寿司店で寿司以外のメニューも含めて何皿程度を食べることが多いか
(単一回答形式)



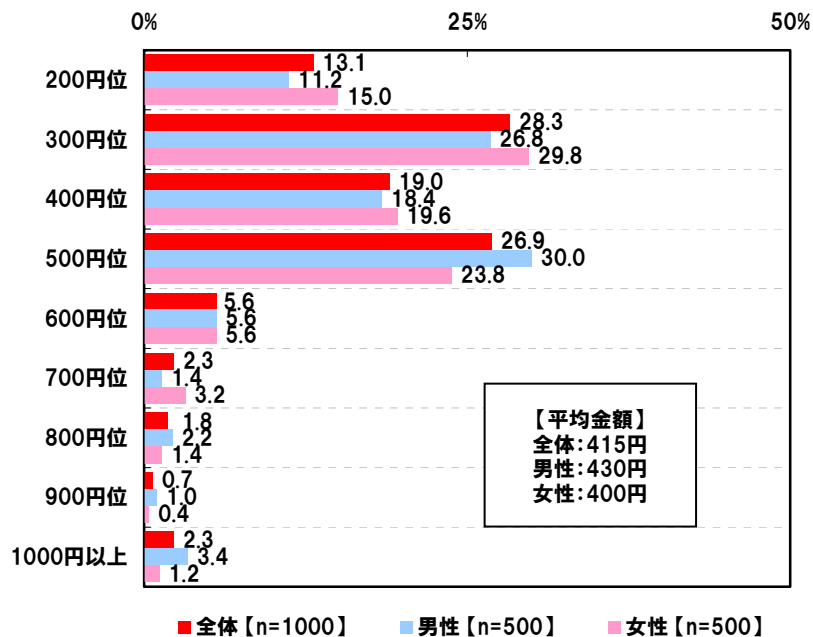
◆回転寿司店で寿司以外のメニューも含めて何皿程度を食べることが多いか
(単一回答形式)_男性年代別



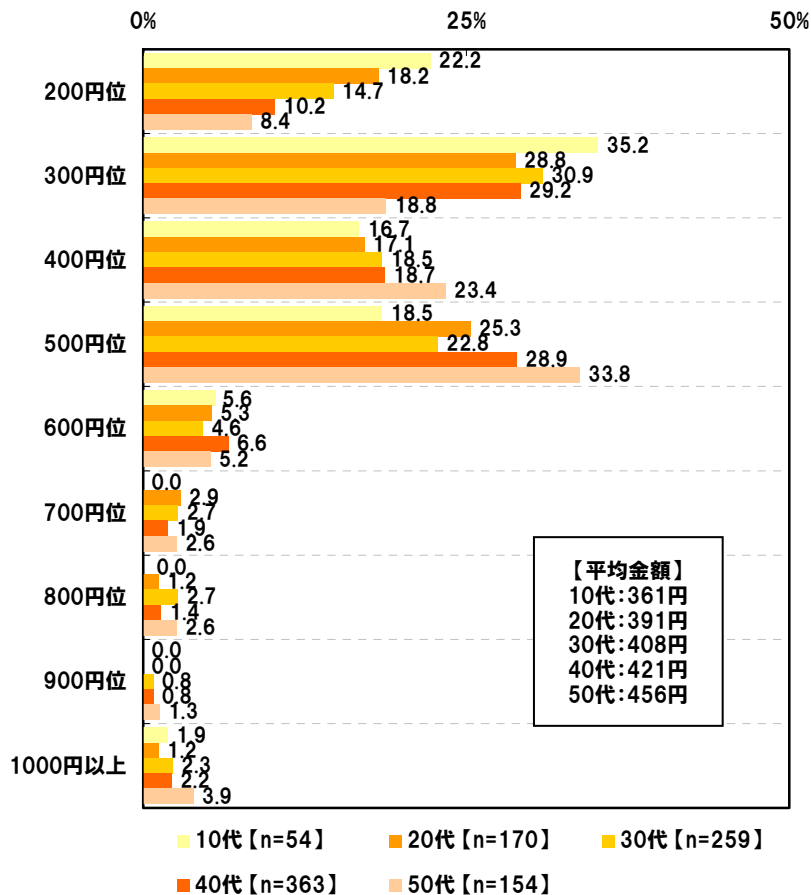
◆回転寿司店で寿司以外のメニューも含めて何皿程度を食べることが多いか
(単一回答形式)_女性年代別



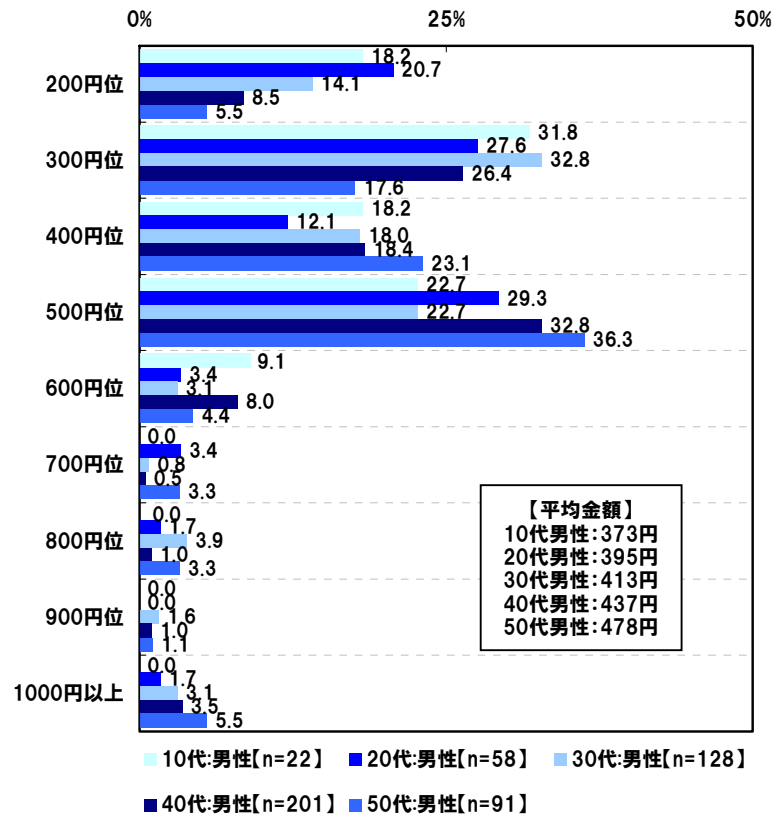
◆“金額的に躊躇したり、勇気が必要”な一皿の価格
(単一回答形式)



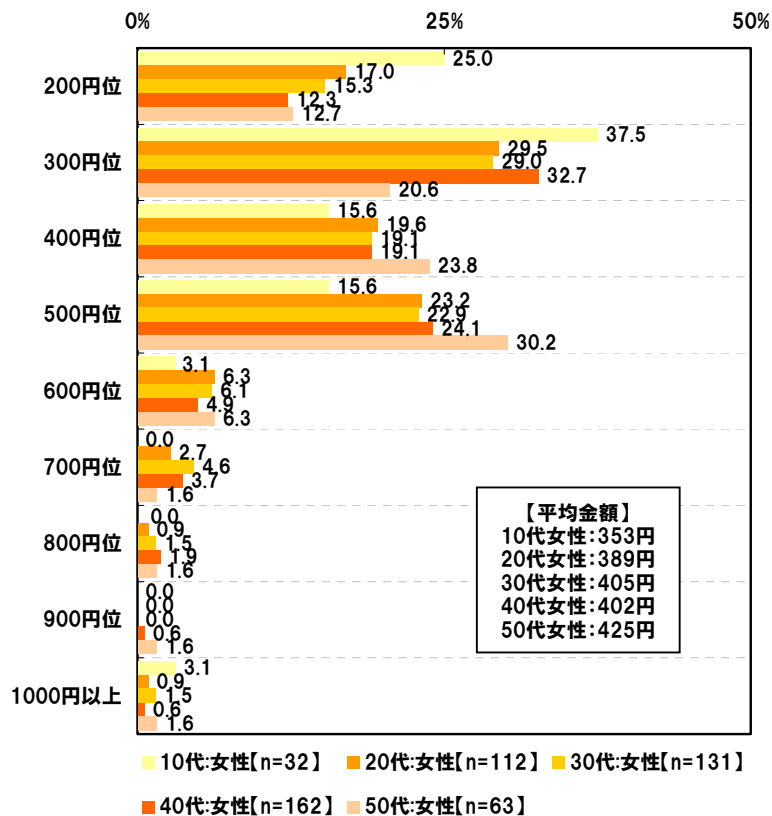
◆“金額的に躊躇したり、勇気が必要”な一皿の価格
(単一回答形式)_年代別



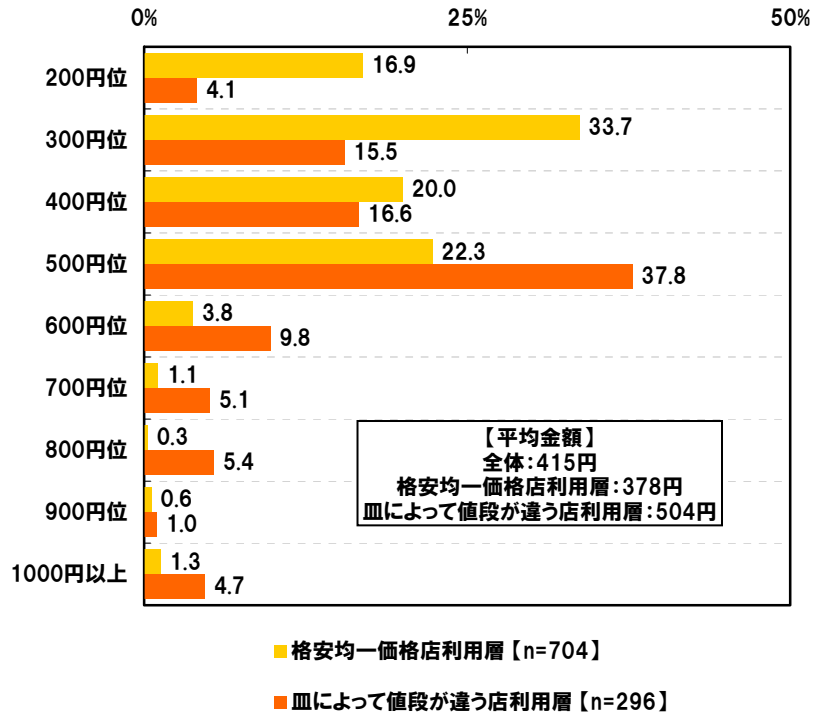
◆“金額的に躊躇したり、勇気が必要”な一皿の価格
(単一回答形式)男性年代別



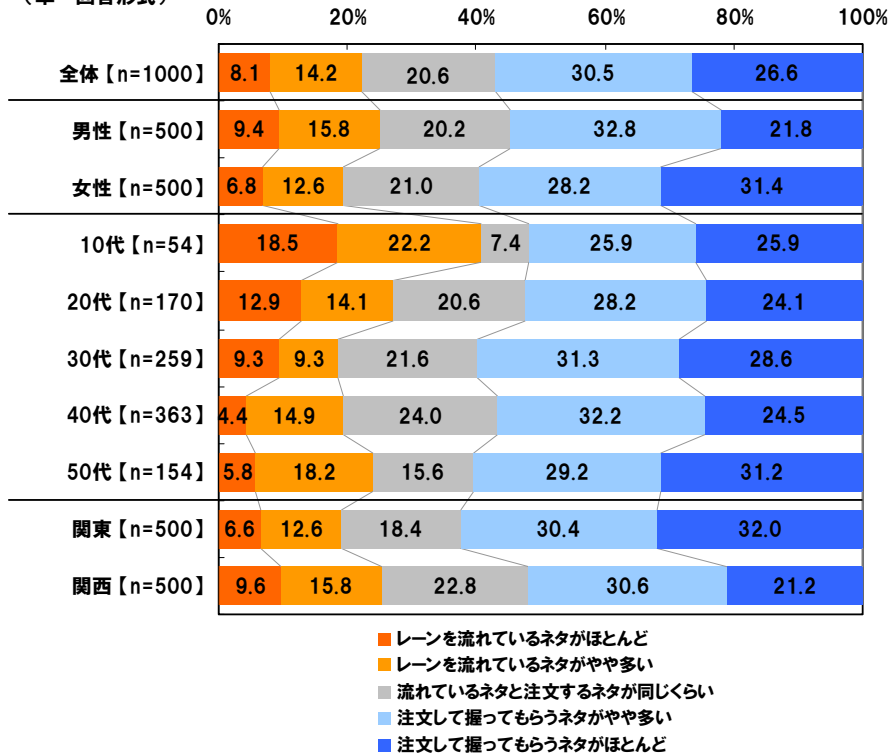
◆“金額的に躊躇したり、勇気が必要”な一皿の価格
(単一回答形式)女性年代別



◆“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) 全体・よく利用するお店の種類別

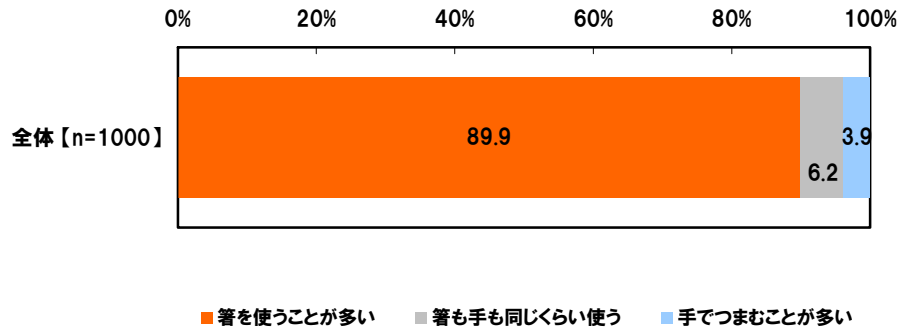


◆レーンを流れてくるネタと注文して握ってもらうネタのどちらを多く食べるか
(単一回答形式)



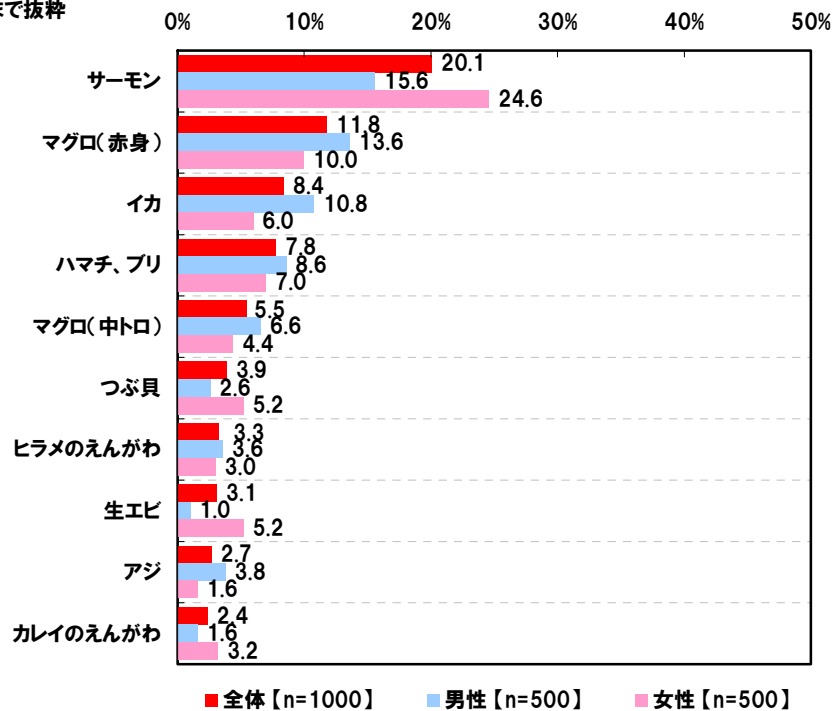
流れているネタ派	注文派
22.3	57.1
25.2	54.6
19.4	59.6
40.7	51.8
27.0	52.3
18.6	59.9
19.3	56.7
24.0	60.4
19.2	62.4
25.4	51.8

◆回転寿司店で寿司を口に運ぶ際に、箸を使うか、手でつまむか
(単一回答形式)



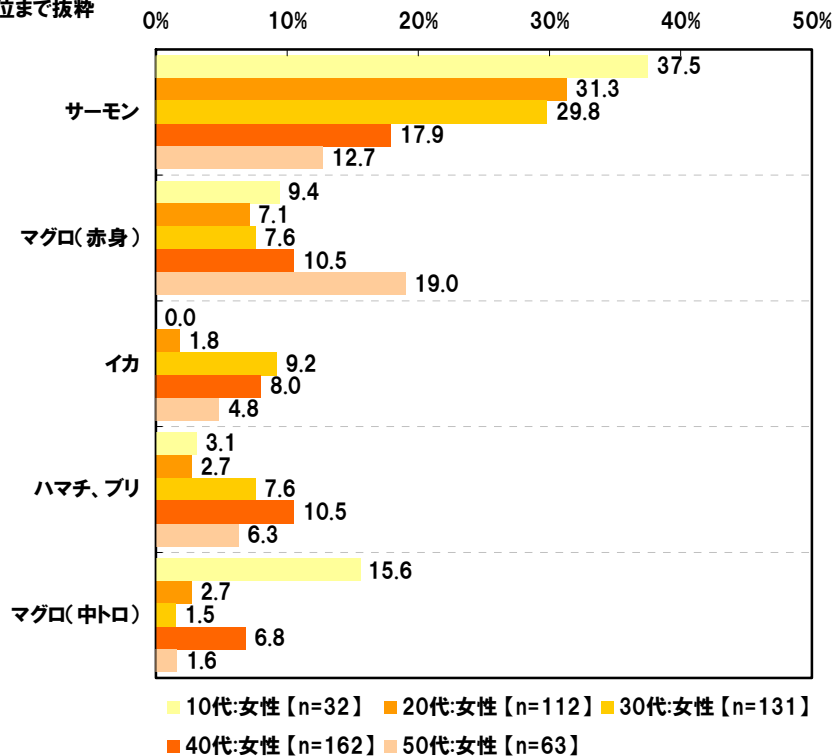
◆“最初に”食べることが多いネタ
(単一回答形式)

※上位10位まで抜粋



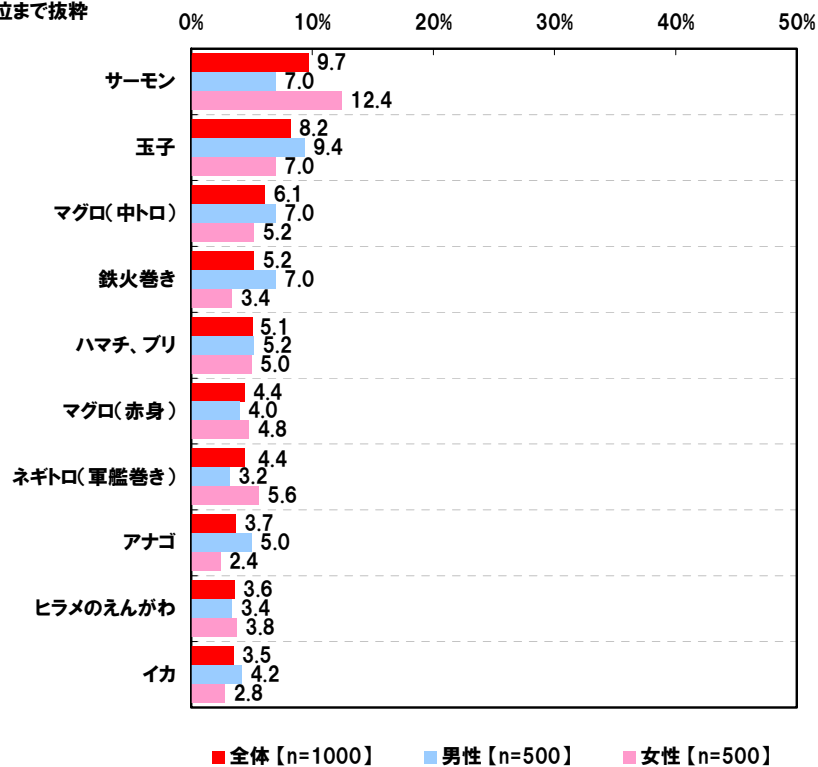
◆“最初に”食べることが多いネタ
(単一回答形式)

※全体上位5位まで抜粋

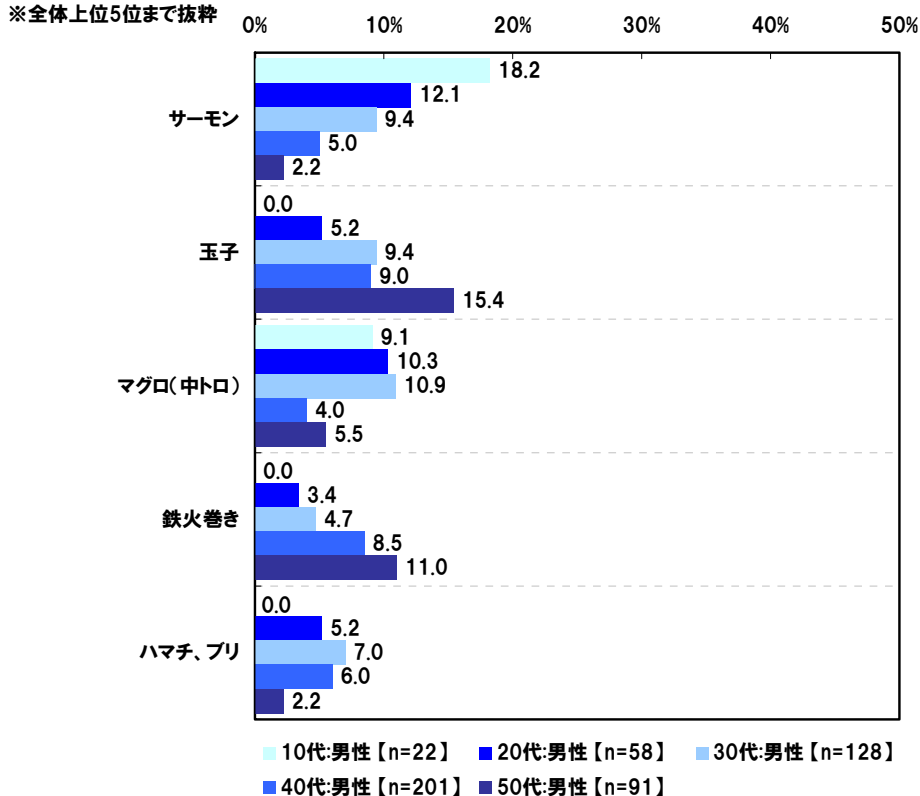


◆“シメに(最後に)”食べることが多いネタ
(単一回答形式)

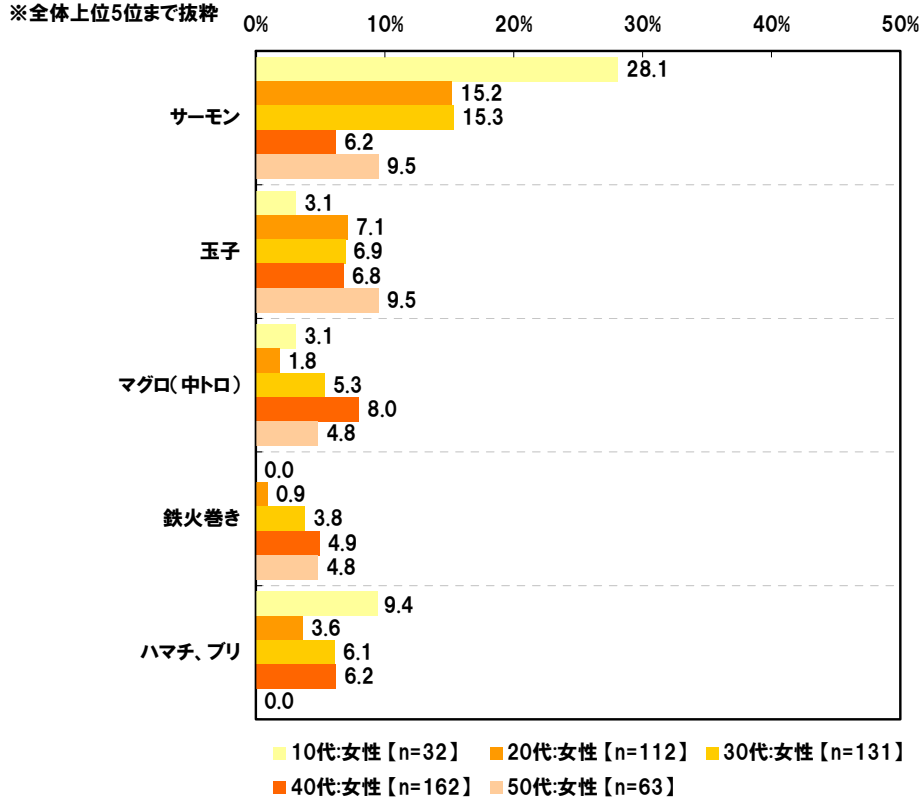
※上位10位まで抜粋



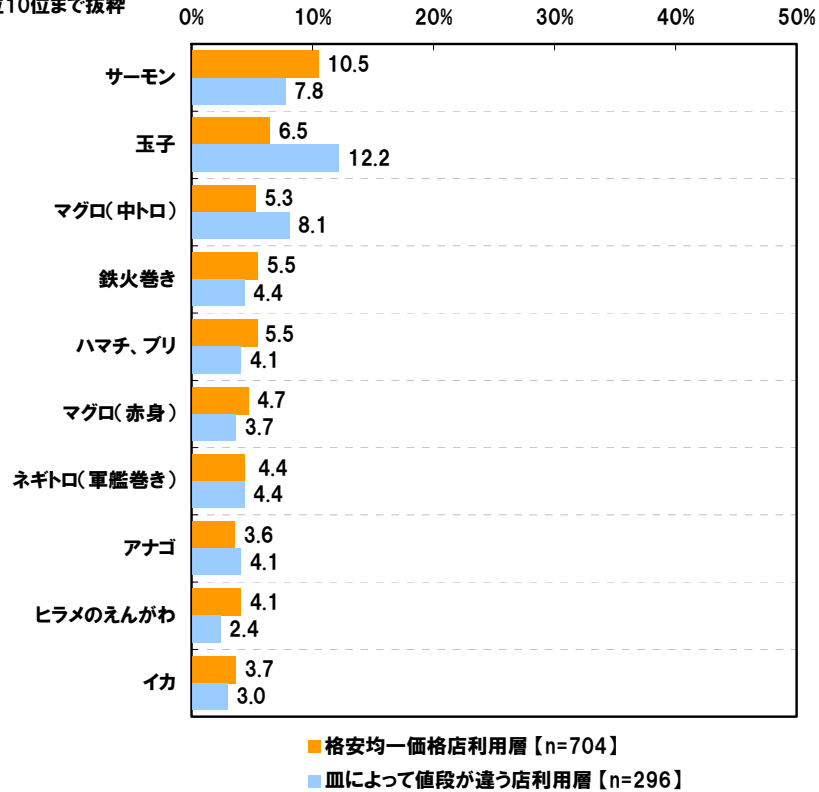
◆“シメに(最後に)”食べることが多いネタ
(単一回答形式)男性年代別
※全体上位5位まで抜粋



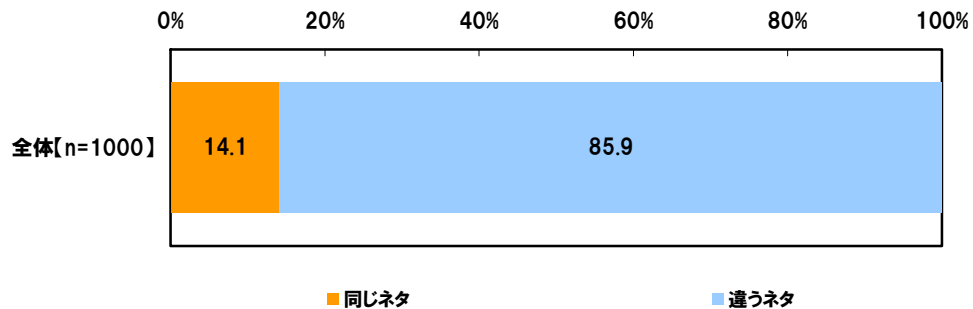
◆“シメに(最後に)”食べることが多いネタ
(単一回答形式)女性年代別
※全体上位5位まで抜粋



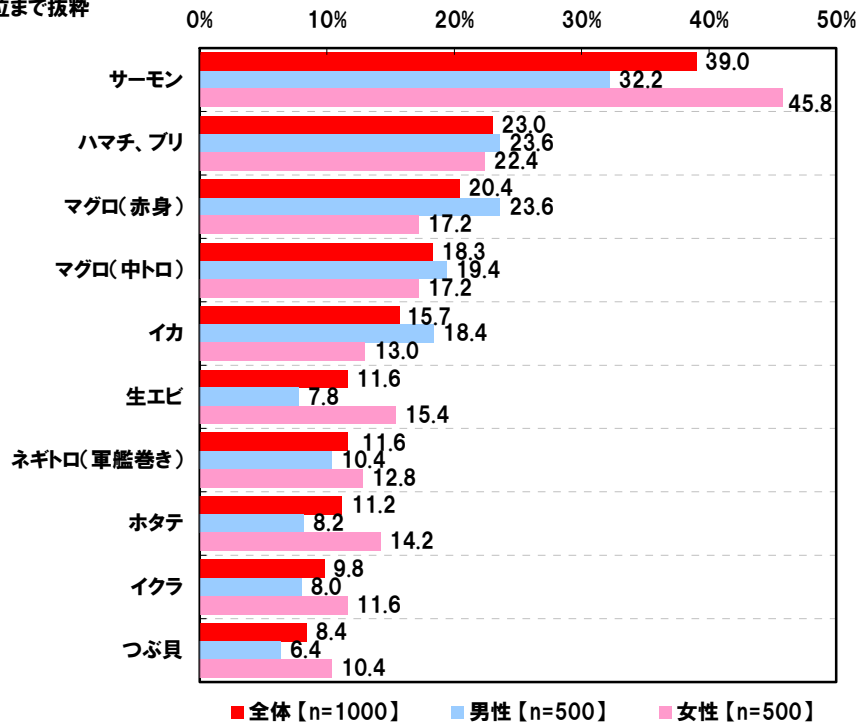
◆“シメに(最後に)”食べることが多いネタ
(単一回答形式)最も多く利用するお店の種類別
※全体上位10位まで抜粋



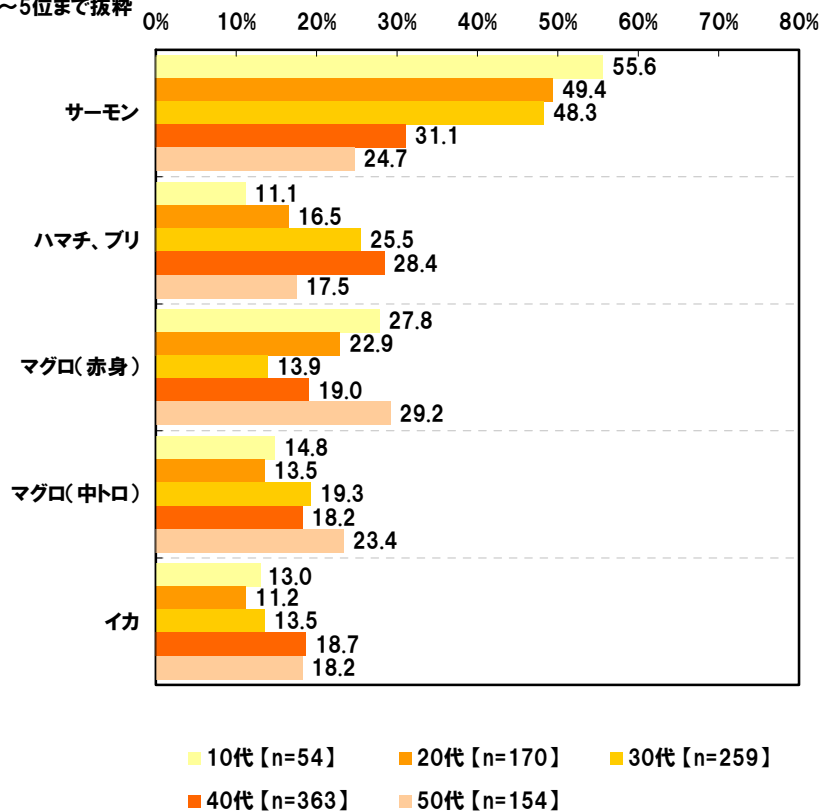
◆最初に食べるが多いネタとシメに(最後に)食べるが多いネタは
同じネタが違うネタか



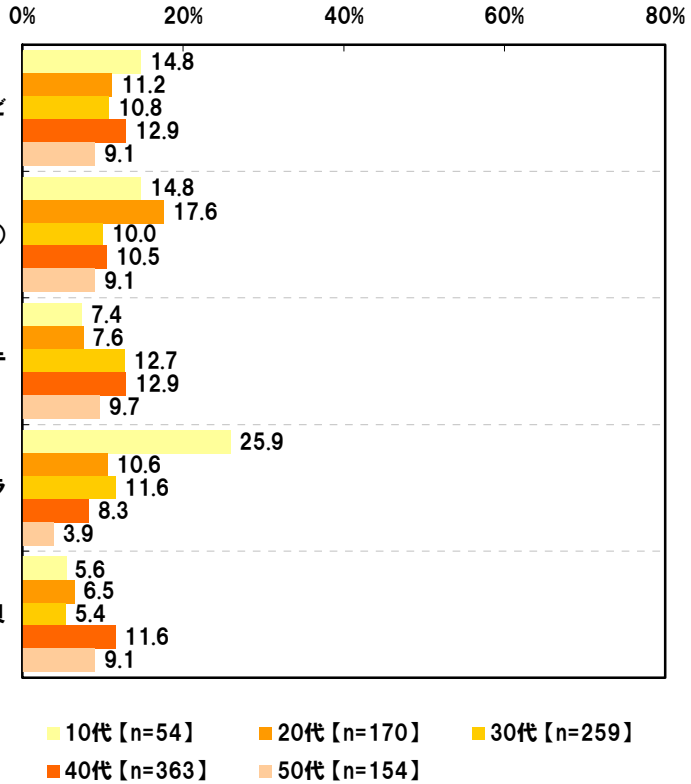
◆普段“多く食べている”ネタ
(制限複数回答形式3つまで)
※上位10位まで抜粋



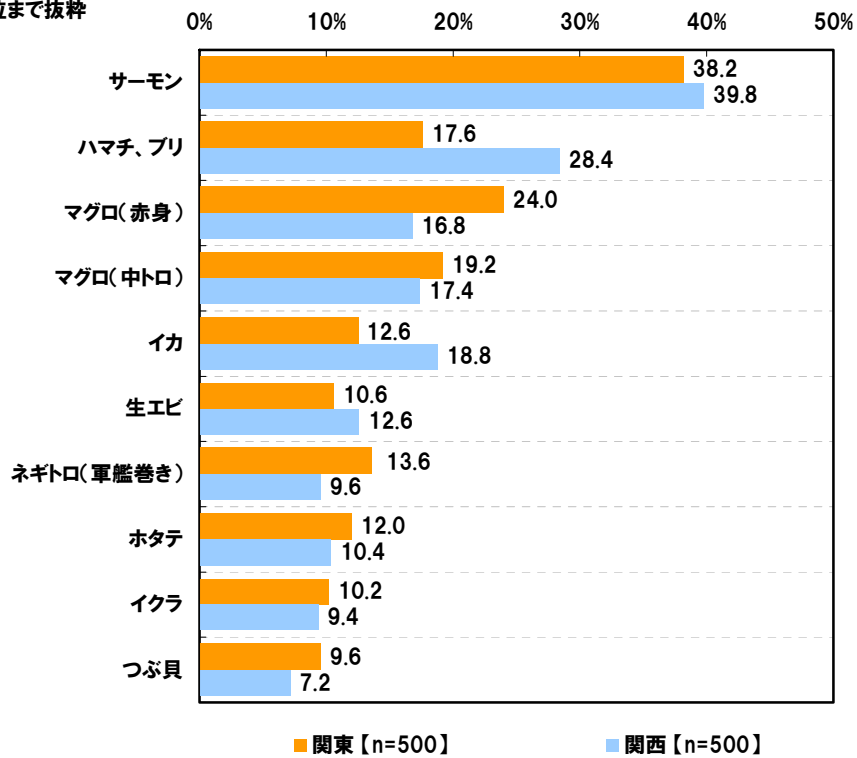
◆普段“多く食べている”ネタ
(制限複数回答形式3つまで)年代別
※全体上位1位~5位まで抜粋



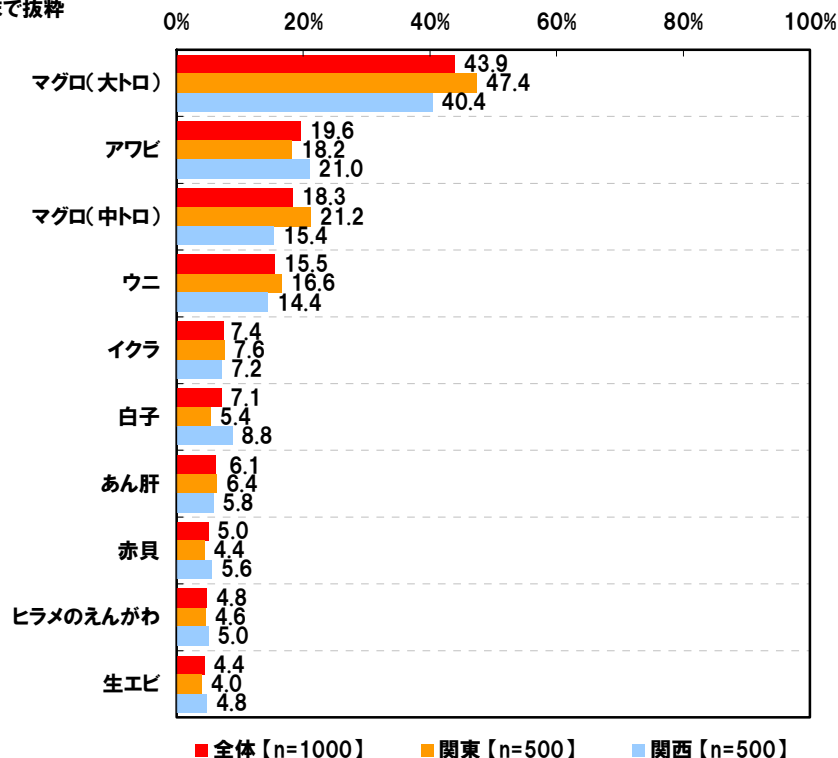
◆普段“多く食べている”ネタ
(制限複数回答形式3つまで)_年代別
※全体6位~10位まで抜粋



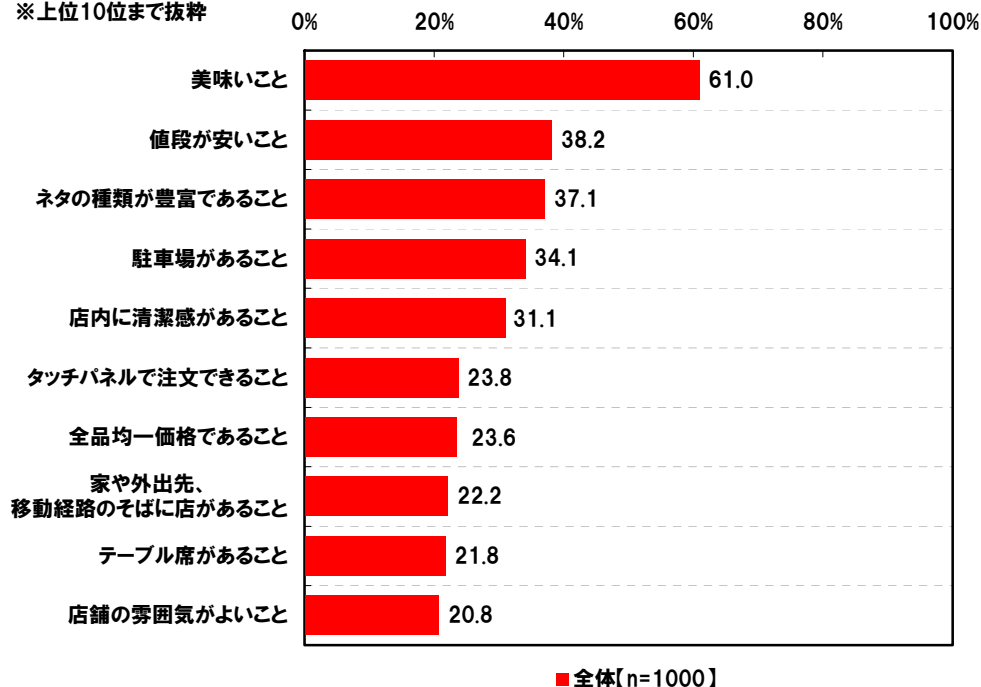
◆普段“多く食べている”ネタ
(制限複数回答形式3つまで)_エリア別
※上位10位まで抜粋



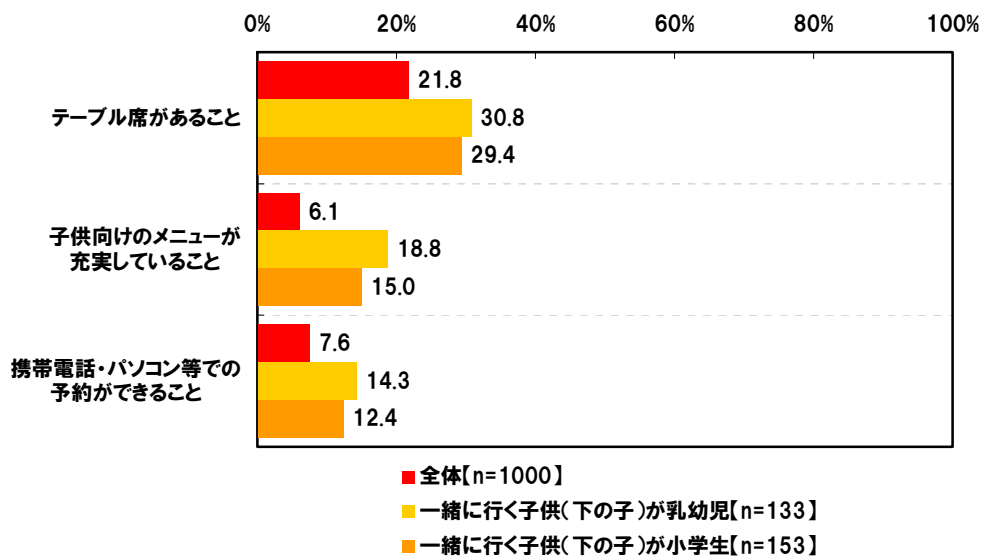
◆“食べたいのに我慢することが特に多い”ネタ
(制限複数回答形式3つまで)
※上位10位まで抜粋



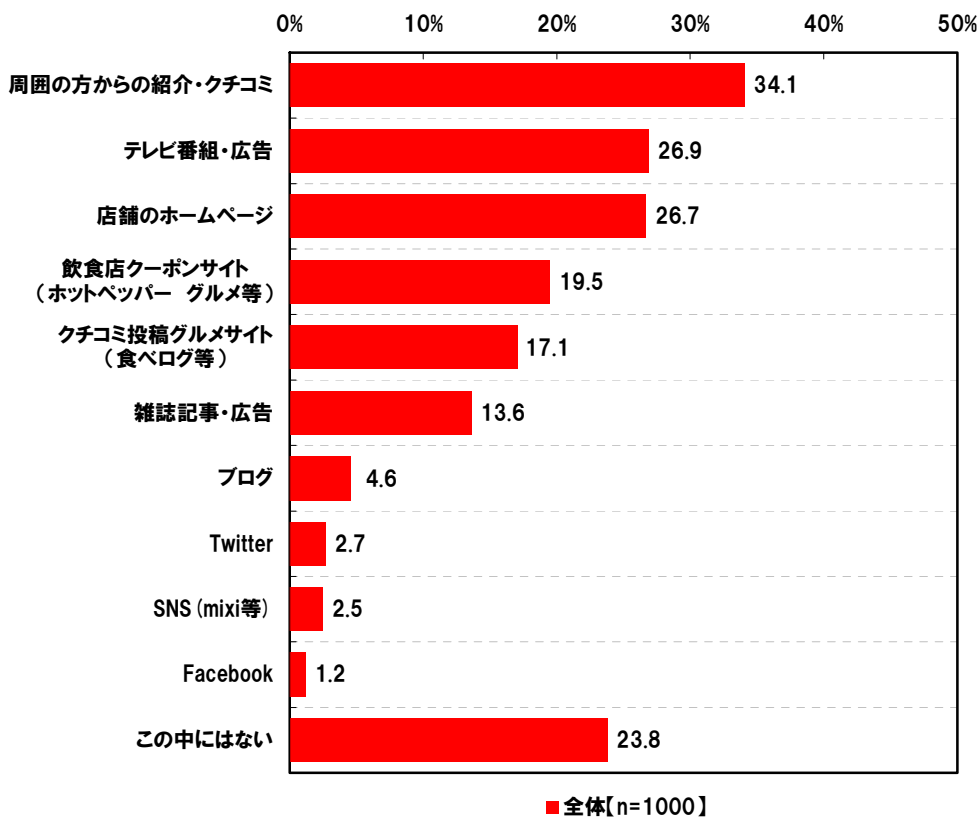
◆回転寿司店を選ぶ際に重視する点
(複数回答形式)
※上位10位まで抜粋



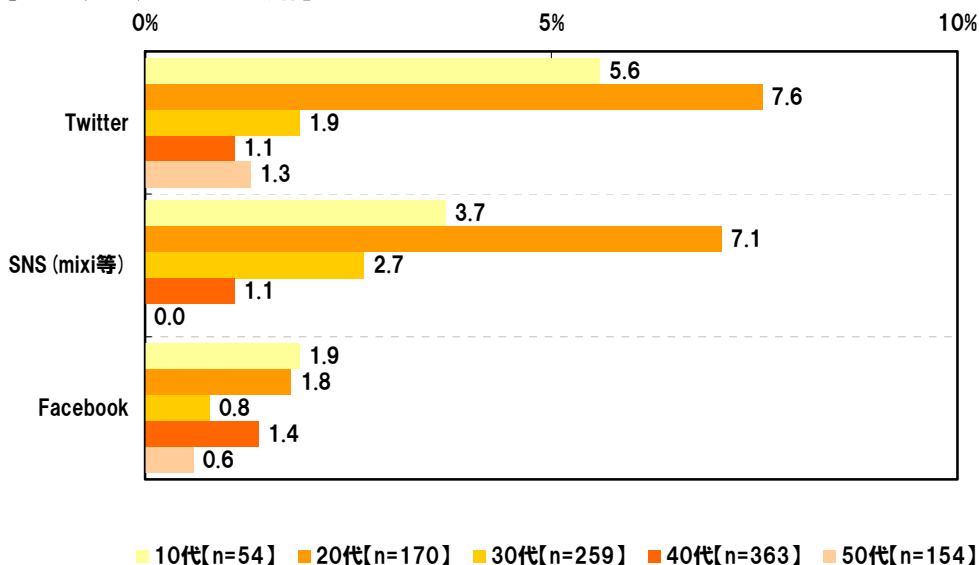
◆回転寿司店を選ぶ際に重視する点
(複数回答形式)
※一部選択肢を抜粋



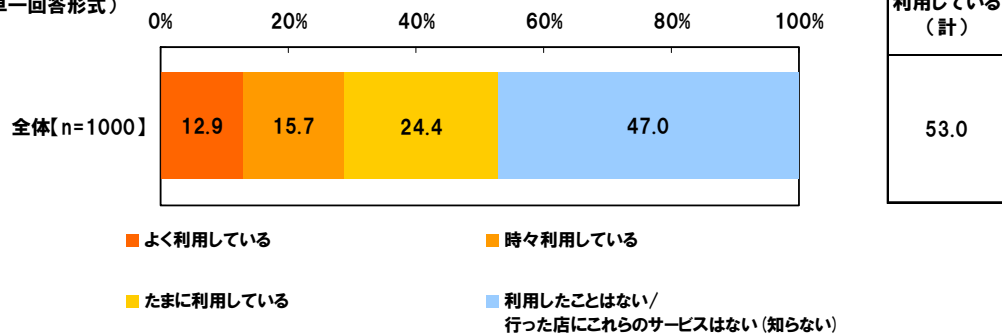
◆回転寿司店を選ぶ際に参考にする情報源
(複数回答形式)



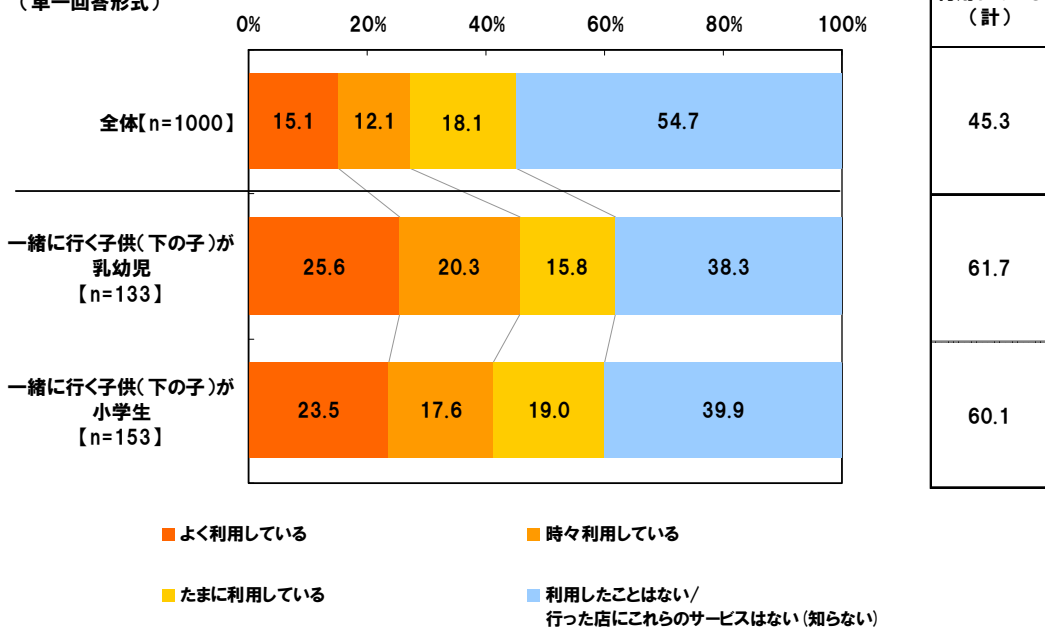
◆回転寿司店を選ぶ際に参考にする情報源
【Twitter/SNS/Facebookを抜粋】



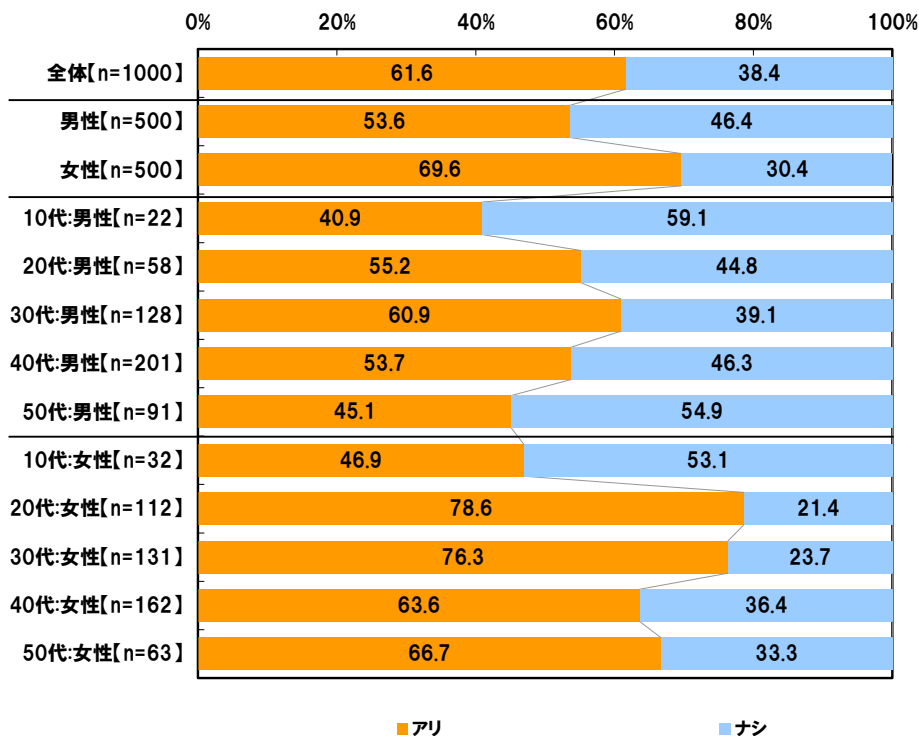
◆回転寿司に行く際に、携帯電話やパソコンを使い【クーポン発行】を利用しているか
(単一回答形式)



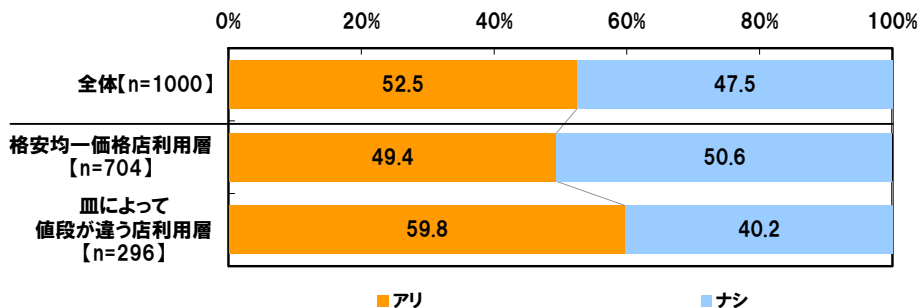
◆回転寿司に行く際に、携帯電話やパソコンを使い【来店予約】を利用しているか
(単一回答形式)



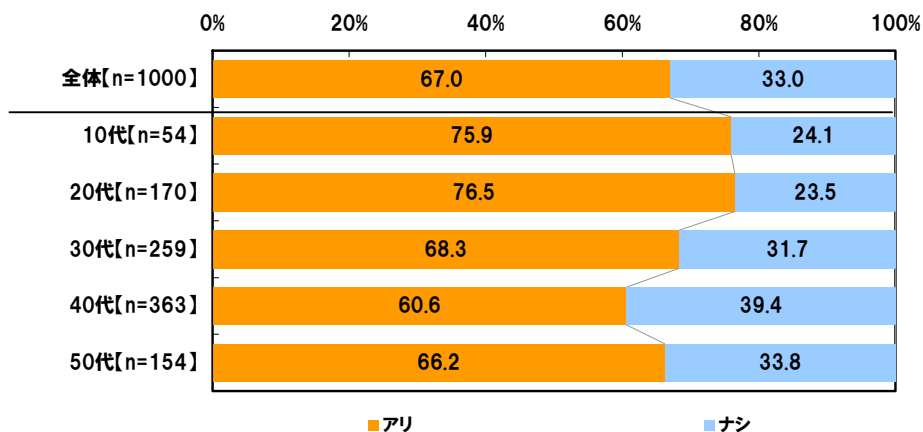
◆回転寿司を[デートコースとして使う]ことはアリかナシか
(単一回答形式)



◆回転寿司を[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)



◆回転寿司で[変わりネタを中心に食べる]ことはアリかナシか
(単一回答形式)



(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2012
- ◆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（250名）関東女性（250名） 関西男性（250名）関西女性（250名）
：10代（54名）20代（170名）30代（259名）40代（363名）50代（154名）
- ◆調査期間：2012年2月15日～2月20日の6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 : 03-6833-0826
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。