



報道関係者 各位

2013年11月8日

～マルハニチロホールディングス、「ビジネスパーソンのランチと社員食堂に関する調査」～

《 ビジネスパーソンのランチ事情 》

～～ ランチの満足度 ～～

ビジネスパーソンのランチ満足度 平均点は 65 点

～～ ランチを一緒に食べる人・食べる場所 ～～

ビジネスパーソンのランチタイム、男性は“おひとりさまランチ”、女性は“同僚ランチ”が多数派
 ランチスタイル 男性は“外食”や“中食”、女性は“内食”や“中食”
 人気のお魚ランチ 1位「エビフライ定食」、2位「海鮮丼」、3位「お刺身定食」
 ランチで行くお店の情報は“社内の口コミで”が上位に、グルメサイト活用は 4 割近く

～～ ランチの重視点 ～～

外食や中食が多いビジネスパーソンは“値段”、“スピード”、“おいしさ”を重視
 ランチ満足層は“おいしさ”、“栄養バランス”、“メニューの充実”を重視

～～ ランチに掛ける時間とお金 ～～

ビジネスパーソンのランチ平均時間は 26 分

外食や中食が多いビジネスパーソンのランチ平均金額はワンコイン以内の 467 円、課長以上では 565 円
 日頃のランチでおいしければ出せる金額 平均は 871 円

～～ 経験したことがあるランチスタイル ～～

「ランチデート」経験あり 34%、「ランチ合コン」は約 4%
 課長以上の経験率は、《パワーランチ》53.4%、《社外交流ランチ》44.7%、《勉強会ランチ》32.0%
 仕事が“バリバリ派”はランチタイムも精力的！「ランチデート」経験率も 4 割強に

～～ ビジネスパーソンのランチに対する意識・考え ～～

ランチに掛ける費用を抑えたい 75.5%
 日頃のランチが、健康を大きく左右する 約 6 割
 ランチがおいしくないと、午後から頑張れない 4 人に 1 人
 弁当男子や弁当女子は、結婚相手候補に入りやすいと思う 3 人に 1 人

～～ 消費税増税や TPP の影響 ～～

7 割が“消費税増税”のランチへの影響を予測、「お弁当持参に変わる」「お弁当のおかずを減らす」などの声
 “日本の TPP 参加”がランチに影響する 3 人に 1 人

《 社員食堂について 》

社員食堂の良いと思うところ “安さ”、“栄養バランス”、“色々なメニュー”
 “社員食堂の食事は健康 UP につながる”55.5%
 “社員食堂があることで社内のコミュニケーションが活性化”58.7%
 勤め先の社員食堂に満足している割合は約 3 割
 好きな社員食堂メニュー1 位は「カレーライス」

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9月18日～9月24日の7日間で、20～59歳の男女ビジネスパーソンに対し、「ビジネスパーソンのランチと社員食堂に関する調査」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名の有効回答を集計しました。

(調査協力会社: ネットエイジア株式会社)

「ビジネスパーソンのランチと社員食堂に関する調査」 調査結果

《 ビジネスパーソンのランチ事情 》

～～ランチの満足度～～

 ◆ビジネスパーソンのランチ満足度 平均点は 65 点

男女ビジネスパーソン 1,000 名(全回答者)に、日ごろのランチにどのくらい満足しているのかを聞きました。満足度を 0 点(不満)～100 点(満足)の点数で聞いたところ、50 点台～80 点台が多く、「50 点～59 点」が 19.1%、「60 点～69 点」が 12.9%、「70 点～79 点」が 23.1%、「80 点～89 点」が 21.9%となり、平均点は 65 点となりました。【図 1】

～～ ランチを一緒に食べる人・食べる場所 ～～

 ◆ビジネスパーソンのランチタイム、男性は“おひとりさまランチ”、女性は“同僚ランチ”が多数派

 ◆ランチスタイル 男性は“外食”や“中食”、女性は“内食”や“中食”

 ◆人気のお魚ランチ 1 位「エビフライ定食」、2 位「海鮮丼」、3 位「お刺身定食」

 ◆ランチで行くお店の情報は“社内の口コミ”が上位に、グルメサイト活用は 4 割近く

それでは、ビジネスパーソンは、日頃(勤務日に)、どのようにランチをしているのでしょうか。全回答者(1,000 名)に、まず、誰とランチを食べることが多いか聞いたところ、「一人で」(55.8%)、「会社の同僚」(51.1%)が半数以上となり、一人でランチを済ませる“おひとりさまランチ”と同僚と食べる“同僚ランチ”が多いことがわかりました。

男女別にみると、男性は、“おひとりさまランチ”が最も多く、「一人で」が 62.4%、一方、女性は、“同僚ランチ”が最も多く、「会社の同僚」が 55.2%でした。

また、ランチ満足度別にみると、平均点以上だった 563 名(以後、満足層と定義)では、「会社の同僚」と回答した割合が平均点未満だった 437 名(以後、不満層と定義)より高く、満足層では 54.7%、不満層では 46.5%と、10 ポイント近い開きがみられました。また、不満層では「一人で」が 61.1%と、満足層の 51.7%より 10 ポイント近く高くなりました。ランチの味も大切ですが、話をしながら楽しく食べることもランチの満足度を上げるために必要といえるのかもしれない。【図 2】【図 3】

次に、どこでランチを食べることが多いか聞いたところ、「会社で(コンビニや弁当店などで買って/宅配など)」が 44.3%、「会社で(弁当持参)」が 39.3%となり、「外食する」29.9%、「社員食堂で」18.7%が続き、社員食堂も含め会社内でランチを食べるビジネスパーソンが多いことがわかりました。

男女別にみると、“おひとりさまランチ”の割合が女性より高かった男性では、「外食する」が 38.0%と、女性(21.8%)の 2 倍近い割合となり、「会社で(コンビニや弁当店などで買って/宅配など)」は 42.4%となりました。一方、男性に比べ“同僚ランチ”の割合が高かった女性は、「会社で(弁当持参)」が 51.0%と半数、「会社で(コンビニや弁当店などで買って/宅配など)」は 46.2%となり、会社内でランチを食べている割合が高くなりました。男性ビジネスパーソンは、一人で中食(お店で買って会社で)や外食、女性ビジネスパーソンは、同僚と内食(お弁当)や中食というランチスタイルが多いのかもしれない。【図 4】

それでは、ランチに外食をする場合は、どのようなお店にランチに出かけているのでしょうか。

外食をすることが多いとしたビジネスパーソン(299 名)の回答をみると、最も多かったのは「定食屋」で 51.5%、次いで「ファストフード店」(39.8%)、「ラーメン店」(37.8%)が続きました。色々なメニューがある定食屋、短時間でランチを済ませられるファストフード店、ラーメン店が人気のようです。【図 5】

外食先のトップは定食屋となっていました。定食屋には色々なメニューがあり、焼き魚定食や魚フライ定食を目にしているビジネスパーソンも多いのではないのでしょうか。また、全回答者(1,000 名)に、魚を食べることは好きか嫌いか聞いたところ、8 割強の 82.9%が「好き」としました。【図 6】

そこで、全回答者(1,000名)に、勤務日のランチで食べたい“お魚ランチ”を聞いたところ、1位「エビフライ定食」(50.9%)、2位「海鮮丼」(48.5%)、3位「お刺身定食」(47.2%)、4位「魚フライ(白身魚)定食」(41.3%)、5位「焼き魚(鮭)定食」(39.4%)となりました。【図7】

また、ランチに関するお店の情報を何から得ているか聞いたところ、外食をすることが多いとしたビジネスパーソン(299名)では、「会社の同僚」が最も多く49.5%と約半数となり、次いで、「グルメサイト」(38.5%)、「会社の先輩・上司」(32.8%)、「会社の後輩・部下」(31.1%)が3割台で続き、社内の口コミによってお店の情報が広がっている様子が窺えました。【図8】

~~ ランチの重視点 ~~

◆外食や中食が多いビジネスパーソンは“値段”、“スピード”、“おいしさ”を重視

◆ランチ満足層は“おいしさ”、“栄養バランス”、“メニューの充実”を重視

ビジネスパーソンは、ランチで外食する場合やお店で買う場合は何を重視しているのでしょうか。

ランチは外食や中食、社員食堂が多いとしたビジネスパーソン(705名)の重視点をみると、「値段が安い」が最も多く67.8%、次いで、「時間がかからない」(49.9%)、「おいしい」(45.7%)、「栄養バランスがとれている」(29.1%)、「会社から近い」(28.7%)が続きました。

男女別にみると、「おいしい」(男性41.6%、女性50.6%、以下同順)や「栄養バランスがとれている」(23.8%、35.5%)、「会社から近い」(23.8%、34.6%)では女性の方が男性より高く、女性の方が“栄養バランス”や“おいしさ”、“会社からの距離”を重視していることがわかりました。他方、“量”を重視している割合は男性の方が高く、「量が多い」は男性16.0%に対し、女性では5.7%となりました。

また、ランチ満足度別にみると、「おいしい」(満足層57.4%、不満層32.0%、以下同順)や「栄養バランスがとれている」(35.3%、21.8%)、「メニューが充実している」(18.7%、7.1%)では満足層の方が高く、満足層の方が“おいしさ”や“栄養バランス”、“メニューの充実”を重視していることが明らかになりました。【図9】【図10】

~~ ランチに掛ける時間とお金 ~~

◆ビジネスパーソンのランチ平均時間は26分

◆外食や中食が多いビジネスパーソンのランチ平均金額はワンコイン以内の467円、課長以上では565円

◆日頃のランチでおいしければ出せる金額 平均は871円

勤務日のランチにおける重視点の1位が“値段”(安い)、2位が“スピード”となりましたが、日頃、ランチにどのくらいの時間と金額を掛けているのでしょうか。

まず、全回答者(1,000名)に、ランチにどのくらいの時間を割いているか聞いたところ、「10分~20分未満」が最多で33.9%、次いで「20分~30分未満」が28.7%で多く、平均時間は26分となりました。

男女別に平均時間をみると、男性は22分、女性は29分と、女性の平均時間の方が7分長くなりました。

また、ランチ満足度別にみると、満足層は28分、不満層では23分と、満足層の方が5分長くなりました。【図11】【図12】

次に、ランチは外食や中食、社員食堂が多いとしたビジネスパーソン(705名)が、ランチにいくら掛けているのかをみると、「300円~399円」が12.9%、「400円~499円」が15.0%、「500円~599円」が22.1%、「600円~699円」が10.5%と300円台~600円台が多くなり、1日の平均金額は、467円と、ワンコイン以内に収まる結果となりました。

男女別に平均金額をみると、男性は492円、女性は438円となり、外食率が高かった男性の方が平均金額は高くなりました。男性の中でも平均金額が高かったのは30代、40代で、30代男性は535円、40代男性は513円とワンコイン以上となりました。

また、会社の役職別にみると、課長クラス以上の平均金額は、一般社員・主任・係長クラスより高くなり、一般社員・主任・係長クラスの451円に対し、課長クラス以上では565円となりました。

さらに、ランチ満足度別にみると、満足層では 505 円となったのに対し、不満層では 423 円と 80 円以上の開きがみられました。満足層の方がランチにお金を掛けられている分、満足度も高くなっているのかもしれませんが。

【図 13】【図 14】

そして、日頃食べるランチとして、“おいしければ出せる金額の上限”を同じく 705 名に聞いたところ、「500 円～599 円」が 18.6%、「800 円～899 円」が 15.3%、「1000 円～1499 円」が 33.0%となり、平均金額は 871 円でした。【図 15】

～～ 経験したことがあるランチスタイル ～～

◆「ランチデート」経験あり 34%、「ランチ合コン」は約 4%

◆課長以上の経験率は、《パワーランチ》53.4%、《社外交流ランチ》44.7%、《勉強会ランチ》32.0%

◆仕事が“バリバリ派”はランチタイムも精力的！「ランチデート」経験率も 4 割強に

会社の同僚と楽しく過ごすランチや一人でのんびり過ごすランチなど、色々なスタイルがありますが、会議やミーティングをしながらのランチ、勉強会をしながらのランチもビジネスパーソンがランチスタイルとなっています。また、ランチ時間を利用してデートや合コンをした経験がある方もいるのではないのでしょうか。

そこで、全回答者(1,000 名)に、これまでに勤務日のランチで経験したことがあるランチスタイルを聞いたところ、経験率(「よくある」、「時々ある」、「数回ある程度」の合計)は、《パワーランチ》(会議やミーティングをしながらのランチ)では 28.8%、《社外交流ランチ》(社外の人と交流をしながらのランチ)では 21.5%、《勉強会ランチ》(勉強会をしながらのランチ)では 19.2%となりました。

ランチデートやランチ合コンについても経験率をみると、《ランチデート》では 34.0%、《ランチ合コン》では 4.4%となりました。

会社の役職別にみると、《パワーランチ》や《社外交流ランチ》、《勉強会ランチ》の経験率は課長クラス以上が一般社員・主任・係長クラスよりも高く、それぞれの経験率は、《パワーランチ》では一般社員・主任・係長クラス 25.6%、課長クラス以上 53.4%(以下同順)、《社外交流ランチ》では 18.5%、44.7%、《勉強会ランチ》では 17.6%、32.0%でした。

また、働き方別にみて、バリバリ派(バリバリ働きたい 292 名)とそこそこ派(そこそこ働きたい 708 名)を比較すると、いずれのランチスタイルもバリバリ派がそこそこ派を上回り、バリバリ派がランチ時間も精力的に過ごしている様子が窺え、それぞれの経験率は《パワーランチ》バリバリ派 39.8%、そこそこ派 24.3%、以下同順、《社外交流ランチ》33.3%、16.6%、《勉強会ランチ》27.4%、15.8%、《ランチデート》41.9%、30.7%、《ランチ合コン》7.6%、3.1%となりました。【図 16】【図 17】【図 18】

～～ ビジネスパーソンのランチに対する意識・考え ～～

◆ランチに掛ける費用を抑えたい 75.5%

◆日頃のランチが、健康を大きく左右する 約 6 割

◆ランチがおいしくないと、午後から頑張れない 4 人に 1 人

◆弁当男子や弁当女子は、結婚相手候補に入りやすいと思う 3 人に 1 人

ビジネスパーソンのランチ実態についてみてきましたが、ビジネスパーソンはランチに対して、どのような意識や考えを持っているのでしょうか。

全回答者(1,000 名)に、勤務日のランチについての意見や考えについて、どの程度あてはまるか聞いたところ、同意率(「非常にあてはまる」と「ややあてはまる」の合計)は、《ランチに掛ける費用を抑えたい》では 75.5%と 4 人に 3 人の割合となりました。ランチの重視点のトップが“安さ”となっていました。ここでもビジネスパーソンがランチに対して節約志向を持っている様子が窺えました。

他方、《日頃のランチが、健康を大きく左右する》では 57.8%と約 6 割が同意を示しました。また、《どんなに仕事も忙しくてもランチ時間は削らない》では 40.4%となり、《ランチがおいしくないと、午後から頑張れない》は 26.4%と 4 人に 1 人の割合となり、ランチがビジネスパーソンの健康や午後からのやる気の源になっている様子が窺えまし

た。

ビジネスパーソンは、日頃のランチにあまりお金は掛けたくないとの思いもあるようですが、ランチを大切にしたいとも思っているようです。

また、恋愛に関する意見についても聞いたところ、「お弁当男子や女子は、結婚相手候補に入りやすいと思う」では、同意率が36.8%と3人に1人の割合となりました。婚活中の未婚ビジネスパーソンが、冷凍食品などを上手く活用しながら、お弁当ランチ率を上げてみると、良縁を引き寄せる確率はアップするかもしれません。【図19】

～～ 消費税増税や TPP の影響 ～～

◆7割が“消費税増税”のランチへの影響を予測、「お弁当持参に変わる」「お弁当のおかずを減らす」などの声

◆“日本の TPP 参加”がランチに影響する 3人に1人

2014年4月の消費税増税が決定し、TPP交渉は本格化し大詰めを迎えています。

そこで、全回答者(1,000名)に、消費税増税や日本のTPP参加が日頃のランチにどの程度影響すると思うか聞いたところ、「消費税増税」では、69.8%と7割が『影響する』(「非常に影響する」と「やや影響する」とし、「日本のTPP参加」では、34.7%と3人に1人が『影響する』としました。【図20】

それでは、どのような影響が考えられるのでしょうか。

それぞれについて、影響するとしたビジネスパーソンに自由回答形式で聞いたところ、「消費税増税」では、お弁当派からは「お弁当のおかずを減らす(20代女性)」や「お弁当のおかずを安い材料に変える(女性50代)」といった声が多く、中食・外食派からは「お弁当持参に変わる(男性20代)」、「食後のコーヒーなど、食後のオプションは確実に減る(30代男性)」との意見が挙げられました。

また、「日本のTPP参加」では、「できるだけ日本産のものを消費したいので、選択が難しくなりそう(男性50代)」や「安全・安心なものを食べたいと思うので、国産のものとなると値段が上がる(女性20代)」、「食材が安くなるのは好ましいが安全性に疑問が残る(男性40代)」などの国産を求める声や食の安全性に関する声が多くみられました。

《社員食堂について》

◆社員食堂の良いと思うところ “安さ”、“栄養バランス”、“色々なメニュー”

◆“社員食堂の食事は健康UPにつながる”55.5%

◆“社員食堂があることで社内のコミュニケーションが活性化”58.7%

◆勤め先の社員食堂に満足している割合は約3割

◆好きな社員食堂メニュー1位は「カレーライス」

24時間開いている社員食堂や福利厚生の一環で全て無料という社員食堂もありますが、ビジネスパーソンは、社員食堂についてどのようなイメージや感想を持っているのでしょうか。

全回答者(1,000名)に、社員食堂の良いと思うところを聞くと、最も多かったのは「安く食べられる・無料で食べられる」(78.1%)で、次いで、「栄養バランスのとれたメニューがある」(48.6%)、「色々なメニューが用意されている」(32.3%)、「好きな量に調整しやすい」(22.3%)、「いつでも営業している」、「ゆっくりできる」(いずれも20.9%)が続きました。【図21】

また、社員食堂が健康UPやモチベーションUP、コミュニケーションの活性化につながると思うか聞いたところ、同意率(「非常にそう思う」と「ややそう思う」の合計)は、「社員食堂での食事は、健康UPにつながる」では55.5%と半数を超え、「社員食堂があることは、仕事のモチベーションUPにつながる」では36.9%と3人に1人の割合となりました。また、日頃は時間が合わない仲間と会えたり、仕事以外の話もしやすい雰囲気だったりすると思いますが、「社員食堂があることは、社内のコミュニケーション活性化につながる」では58.7%の同意率となりました。社員食堂は、安い食事の提供以外にも、“社員の健康増進”や“コミュニケーション活性化”にも役立つと思われることがわかりました。【図22】

それでは、社員食堂に対する評価や設置希望はどの程度となっているのでしょうか。

勤務先に社員食堂が「ある」とした 335 名に、どの程度満足しているか聞いたところ、『満足している』(「非常に満足している」と「やや満足している」の合計)は 31.1%となりました。【図 23】

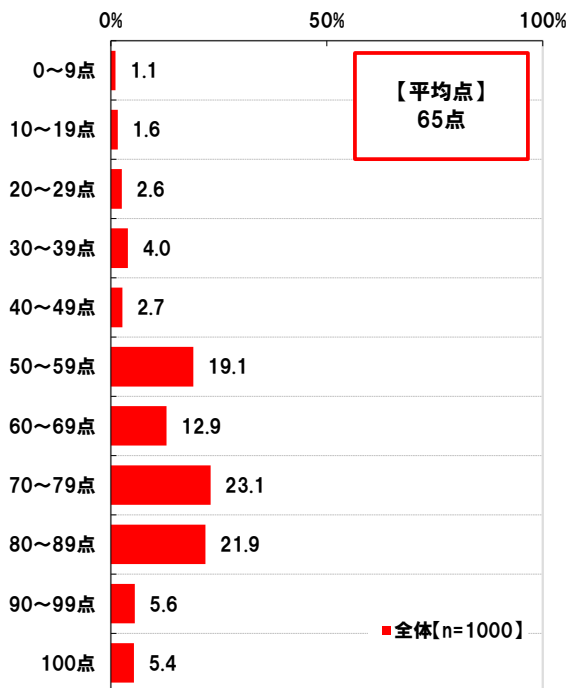
また、社員食堂で好きなメニューを聞いたところ、1 位「カレーライス」、2 位「うどん」、3 位「からあげ」となりました。【図 24】

他方、社員食堂が「ない」とした 665 名に、社員食堂をどの程度欲しいと思うか聞いたところ、『欲しい』(「非常に欲しい」と「やや欲しい」の合計)は 41.0%となりました。【図 25】

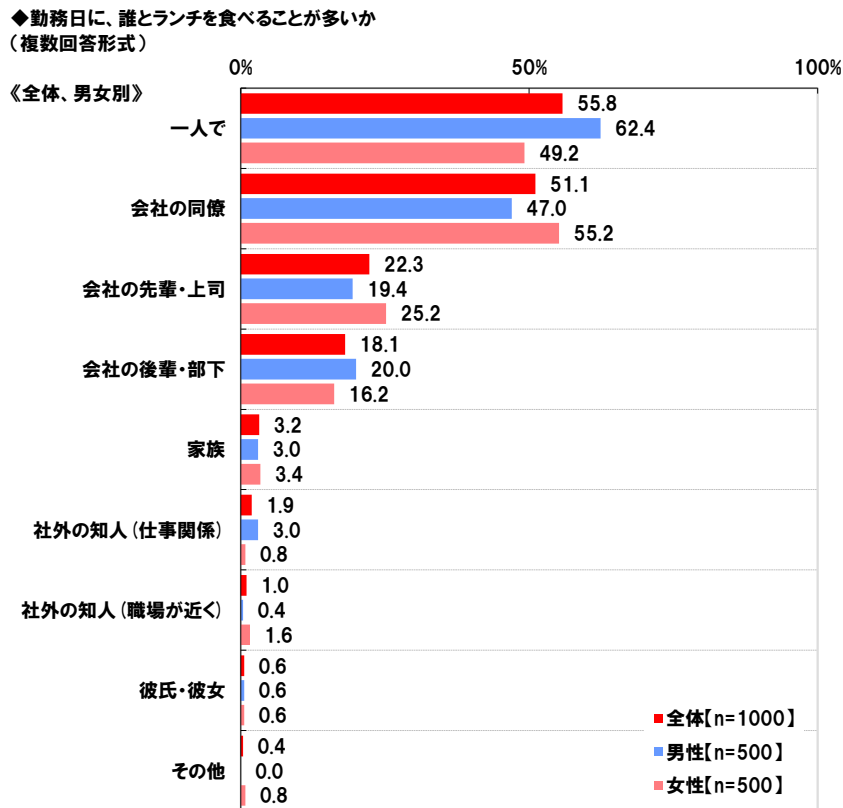
「ビジネスパーソンのランチと社員食堂に関する調査」 グラフ集

【図 1】

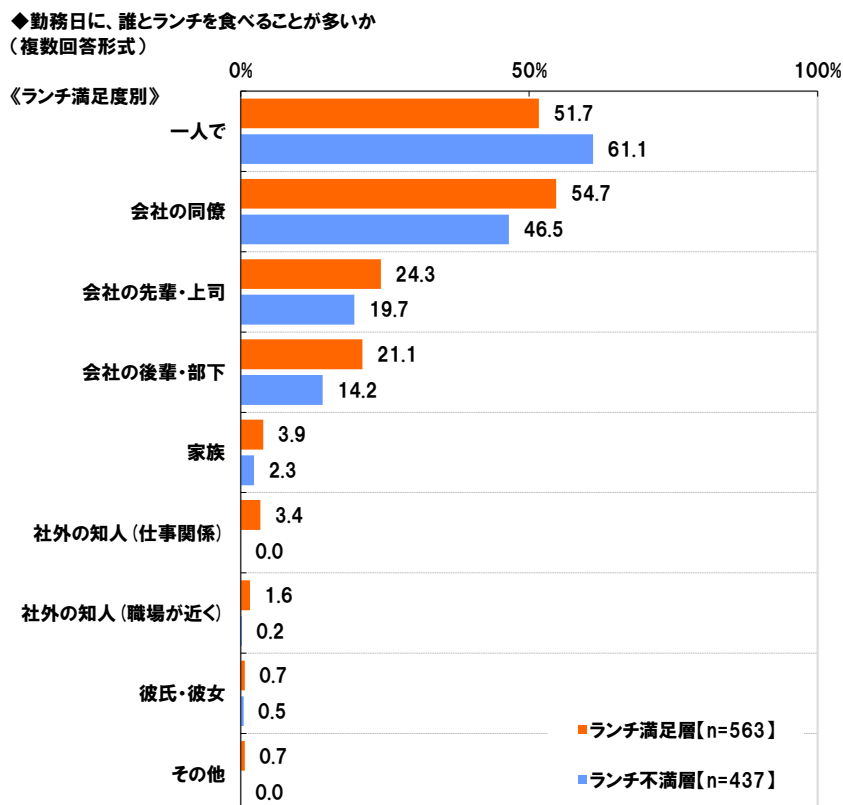
◆勤務日のランチに、点数をつけるとすると何点になるか(0点:不満~100点:満足)
(数値入力形式)



【図 2】

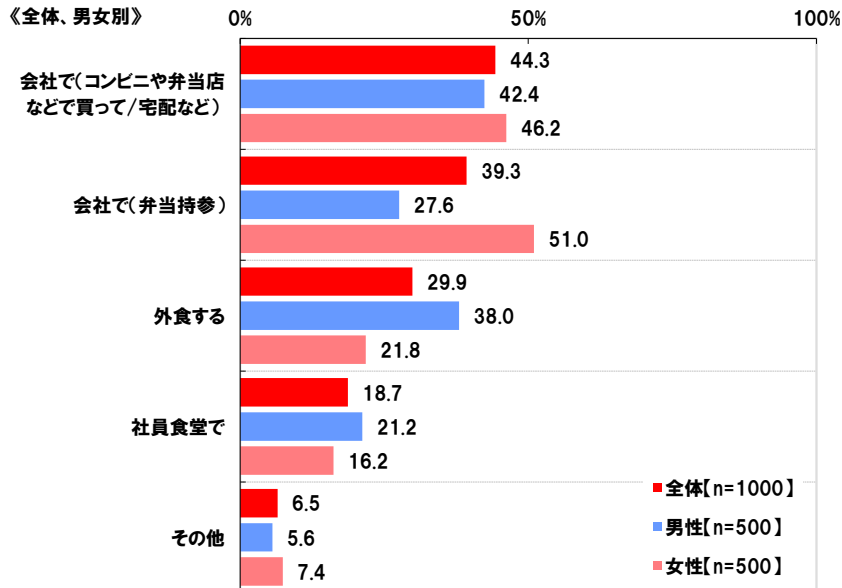


【図 3】



【図4】

◆勤務日に、どこでランチを食べることが多いか
(複数回答形式)



※本文中では、一部以下のような表現を使用しています。

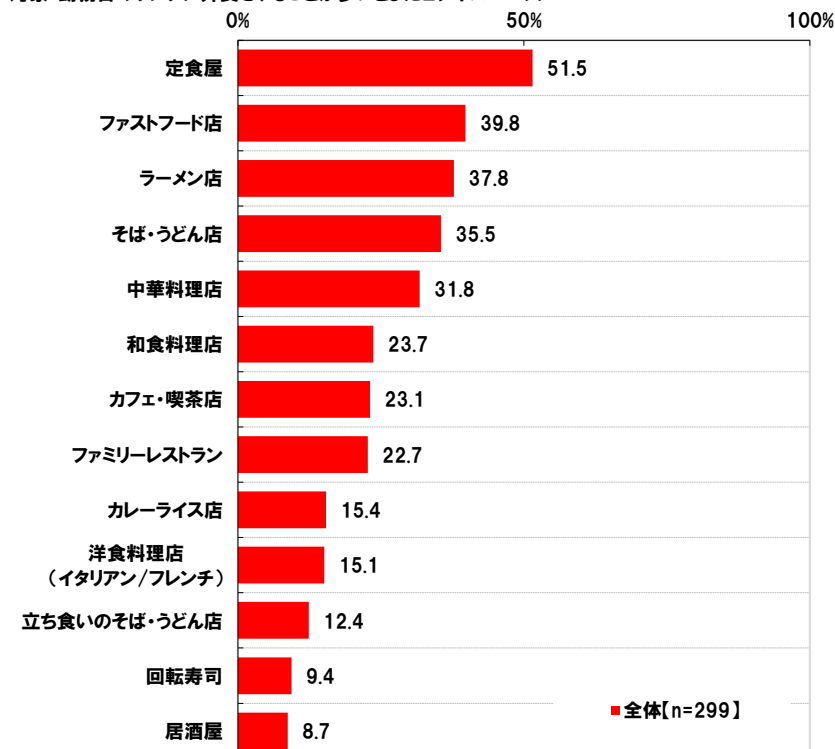
・「会社で(コンビニや弁当店などで買って/宅配など)」 → 中食

・「会社で(弁当持参)」 → 内食

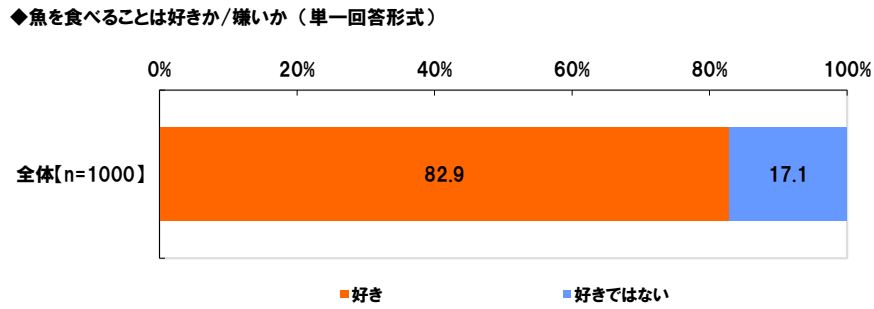
【図5】

◆勤務日に、どこでランチ(外食)を食べることが多いか
(複数回答形式)

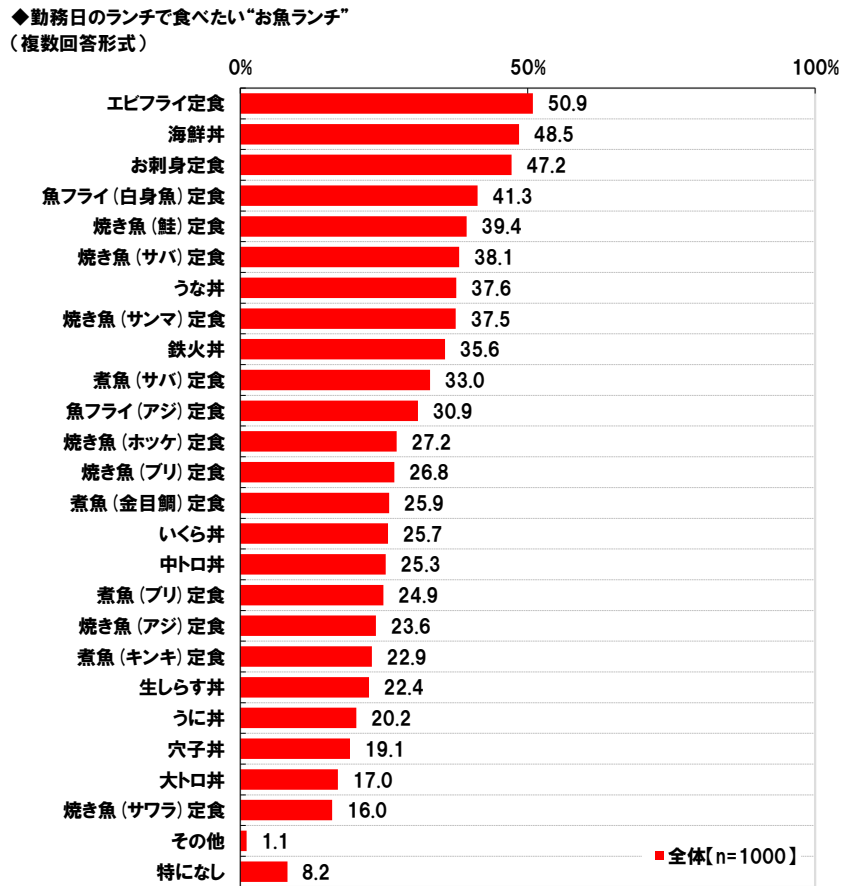
対象:勤務日のランチに外食をすることが多いとしたビジネスパーソン



【図 6】

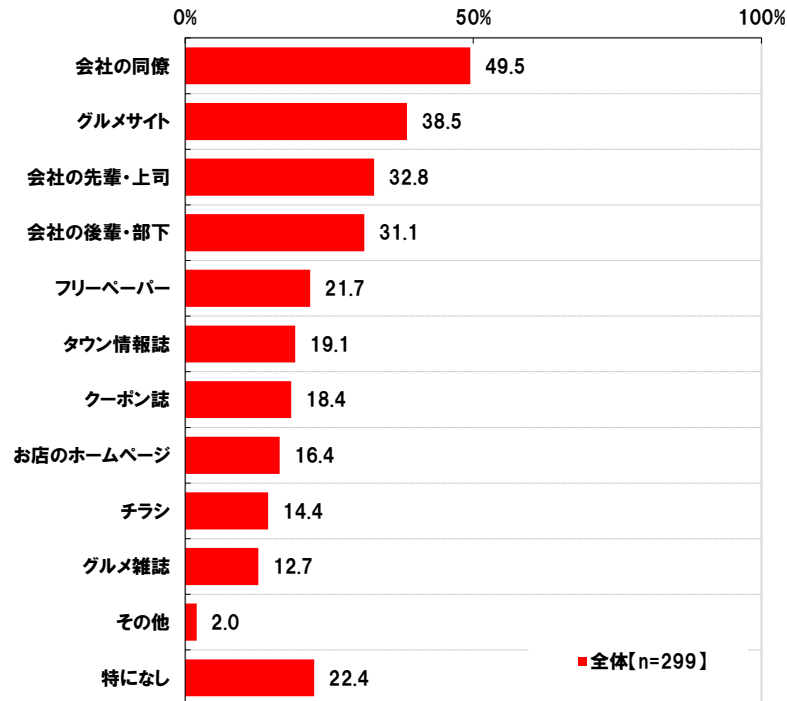


【図 7】



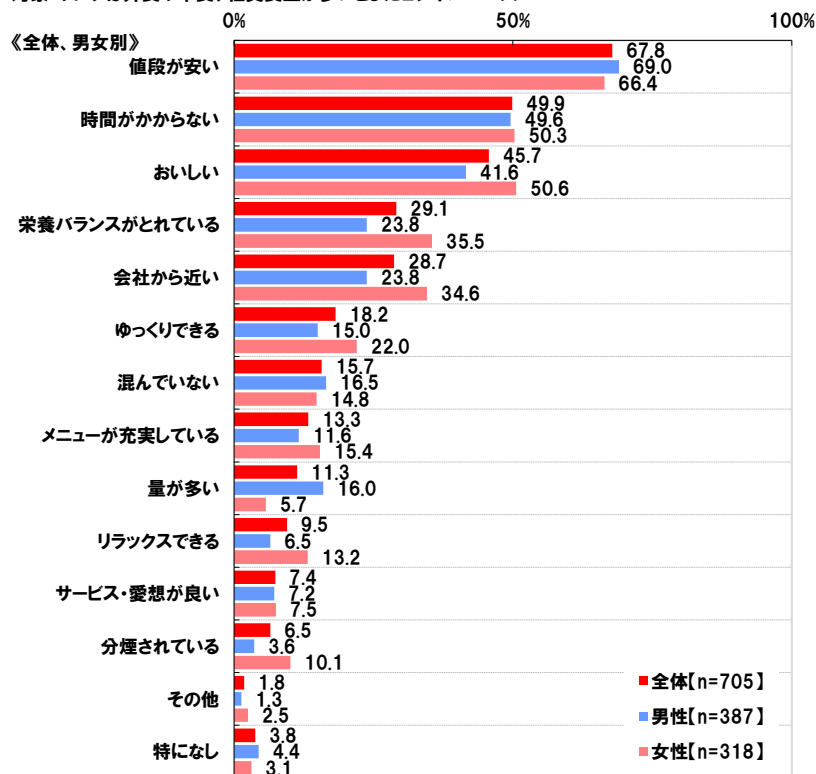
【図 8】

◆ランチに関するお店の情報(行ったことのないお店やお得情報など)を何から得ているか
(複数回答形式)
対象:勤務日のランチに外食をすることが多いとしたビジネスパーソン

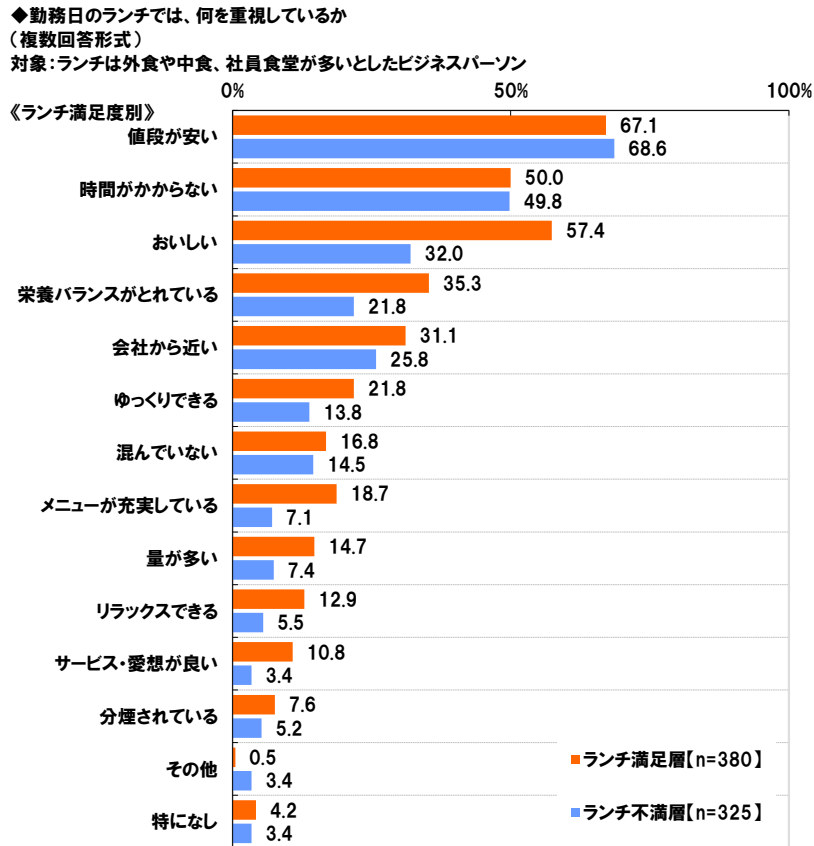


【図 9】

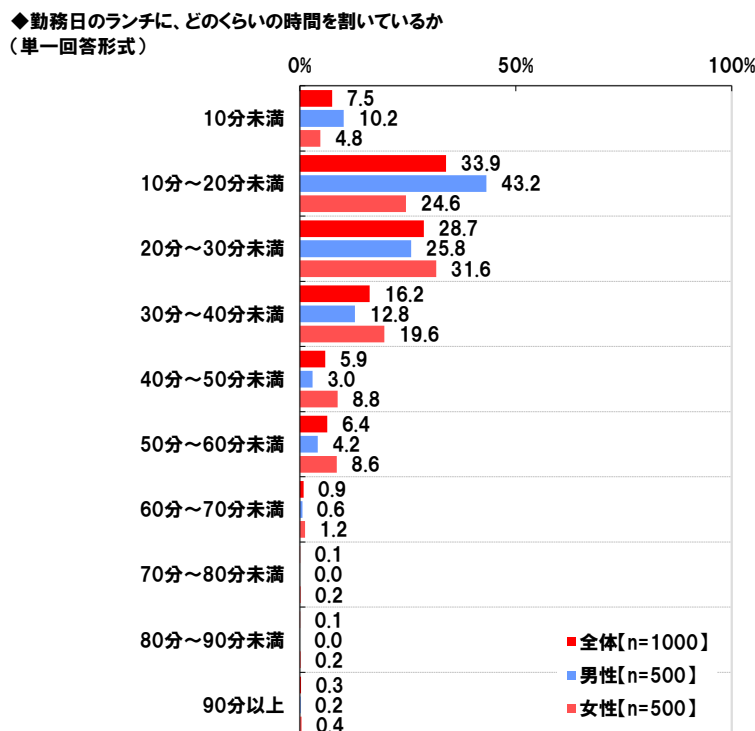
◆勤務日のランチでは、何を重視しているか
(複数回答形式)
対象:ランチは外食や中食、社員食堂が多いとしたビジネスパーソン



【図 10】

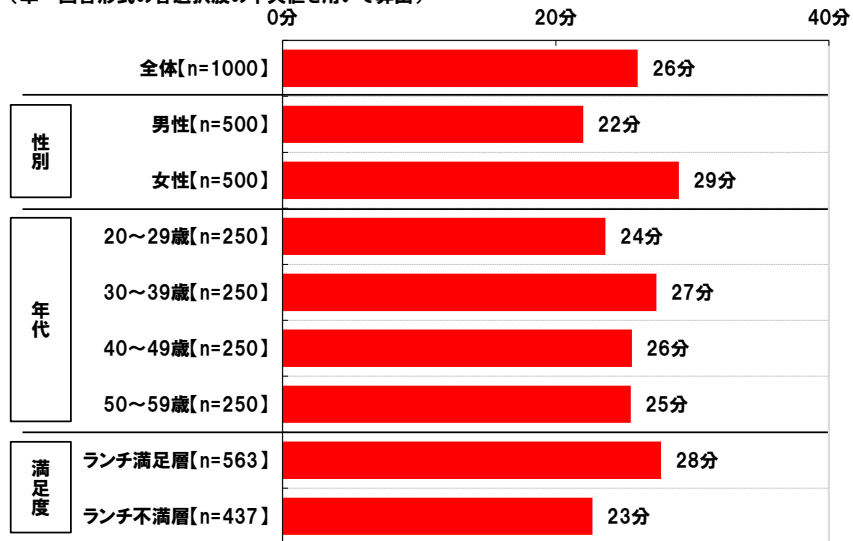


【図 11】



【図 12】

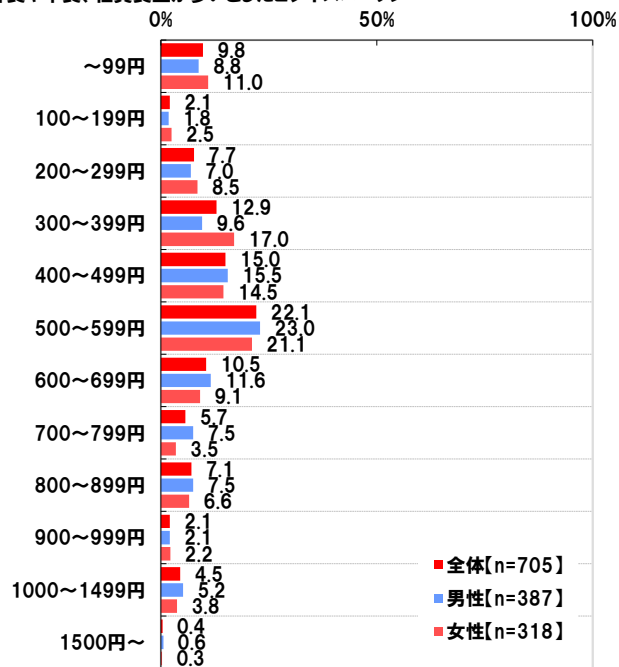
◆《平均時間》勤務日のランチに、どのくらいの時間を割いているか
(単一回答形式の各選択肢の中央値を用いて算出)



【図 13】

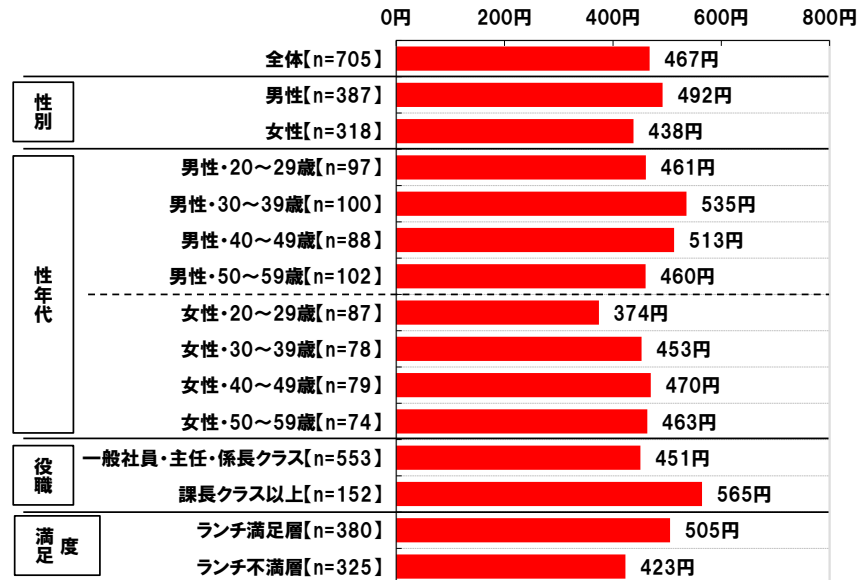
◆勤務日のランチに、おおよそいくら使っているか
(数値入力形式)

対象:ランチは外食や中食、社員食堂が多いとしたビジネスパーソン



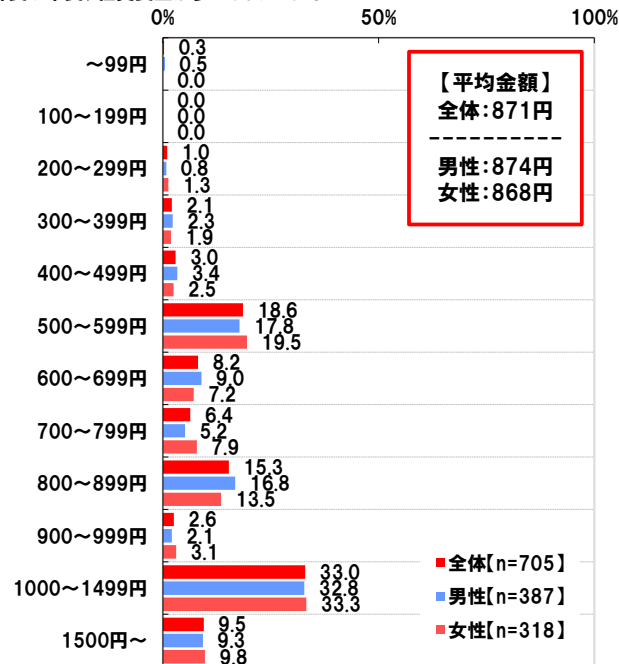
【図 14】

◆《平均金額》勤務日のランチに、おおよそいくら使っているか
(数値入力形式)
対象: ランチは外食や中食、社員食堂が多いとしたビジネスパーソン

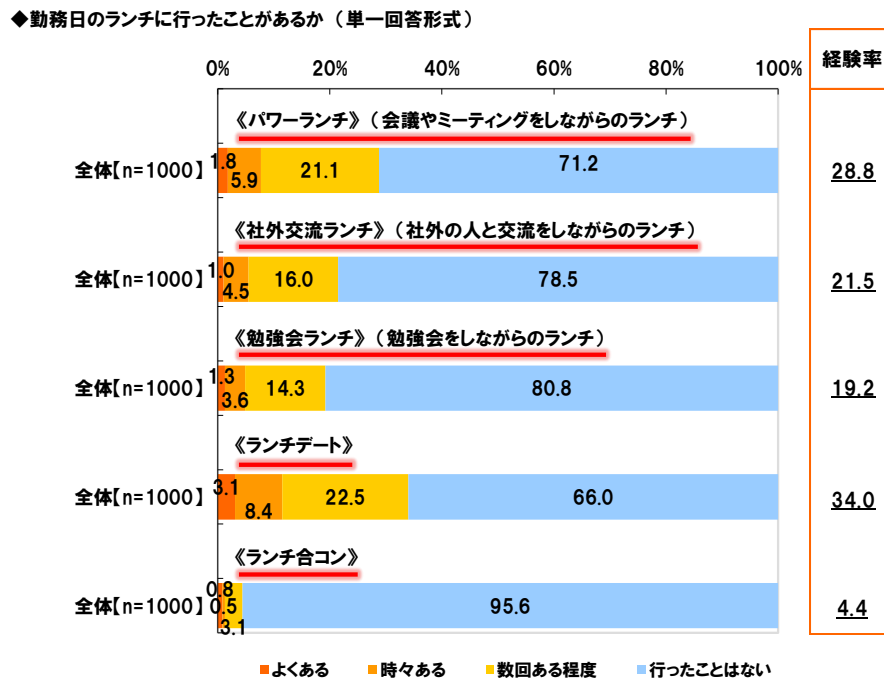


【図 15】

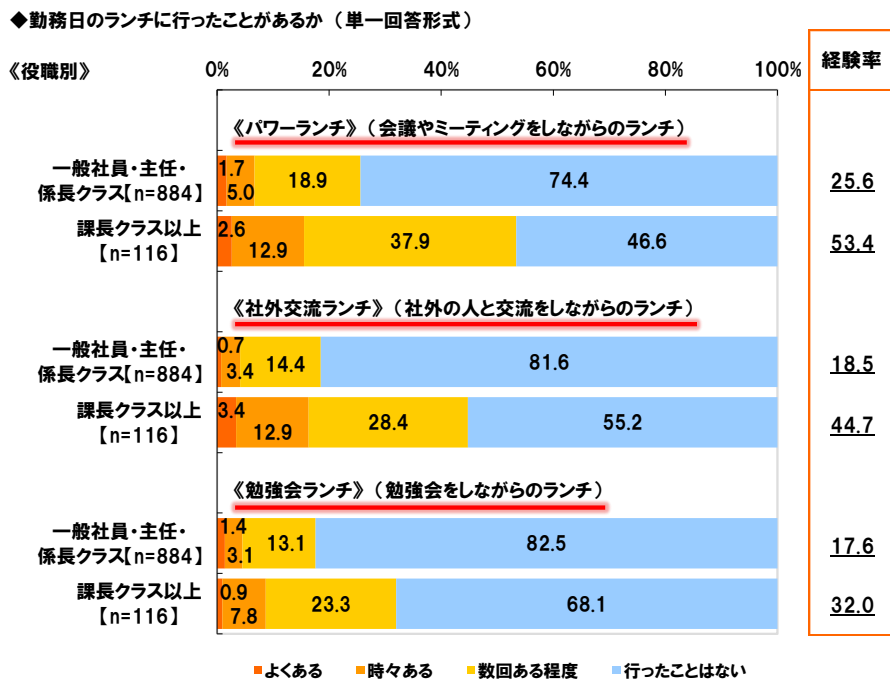
◆日頃食べるランチとして、“おいしければ出せる金額の上限”はいくらか
(数値入力形式)
対象: ランチは外食や中食、社員食堂が多いとしたビジネスパーソン



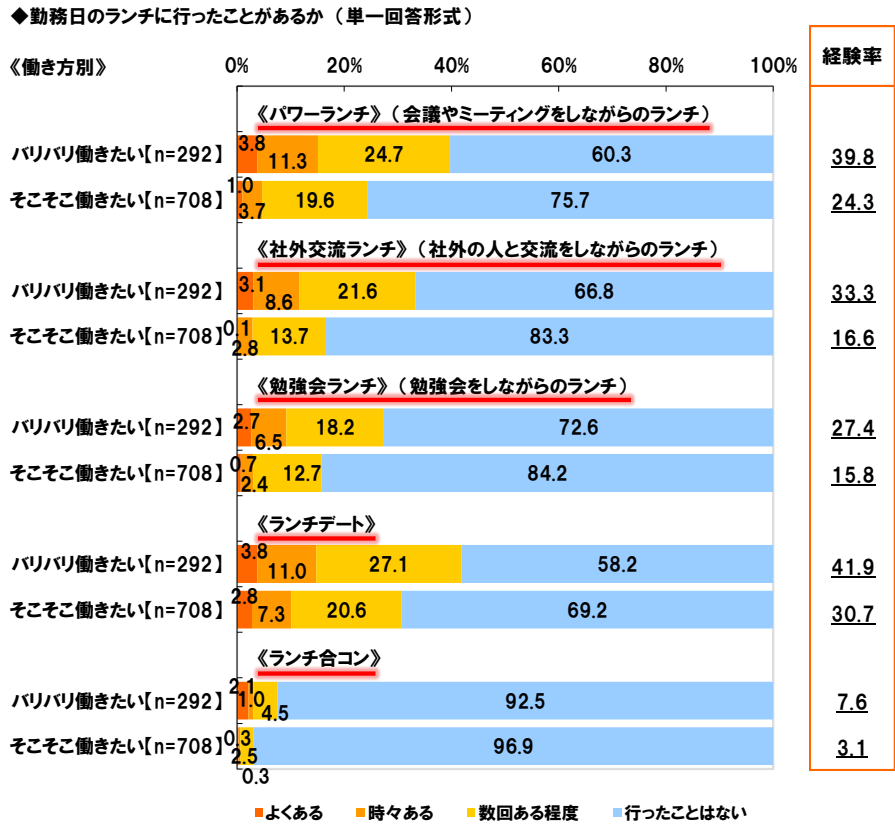
【図 16】



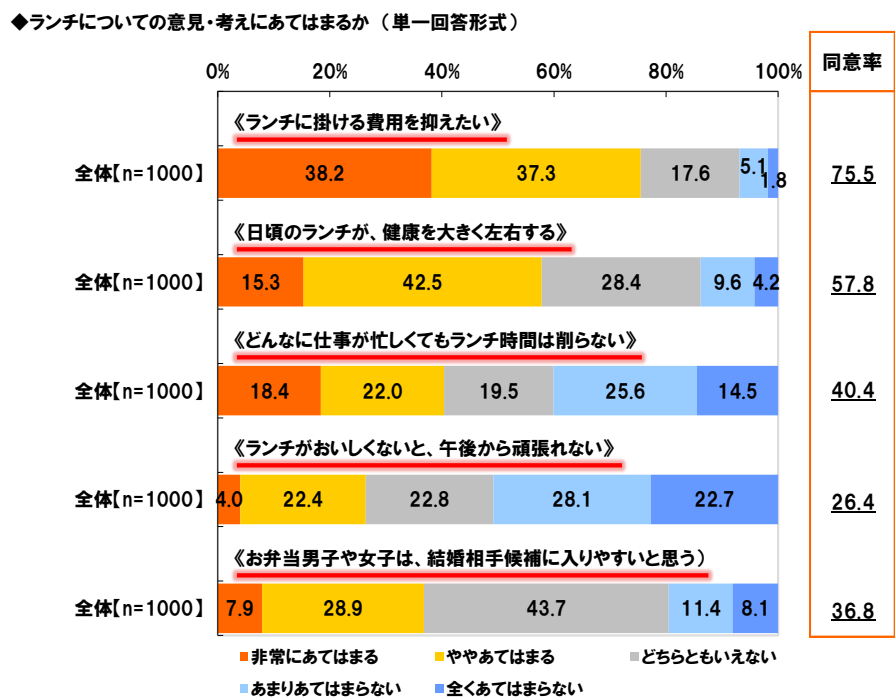
【図 17】



【図 18】

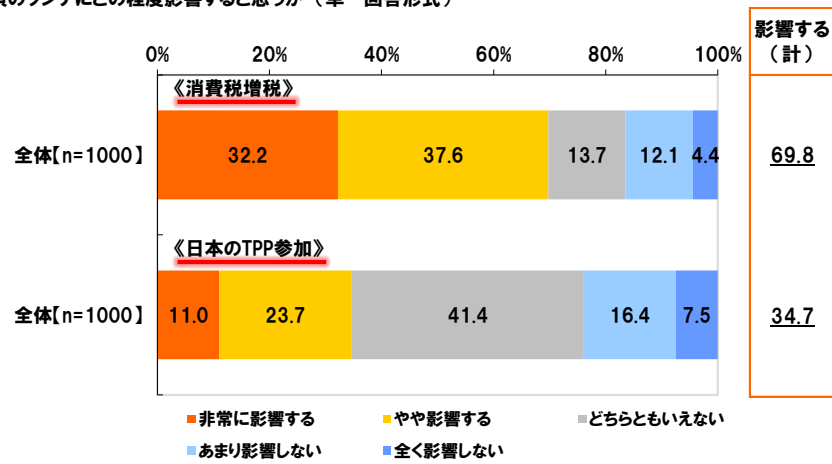


【図 19】



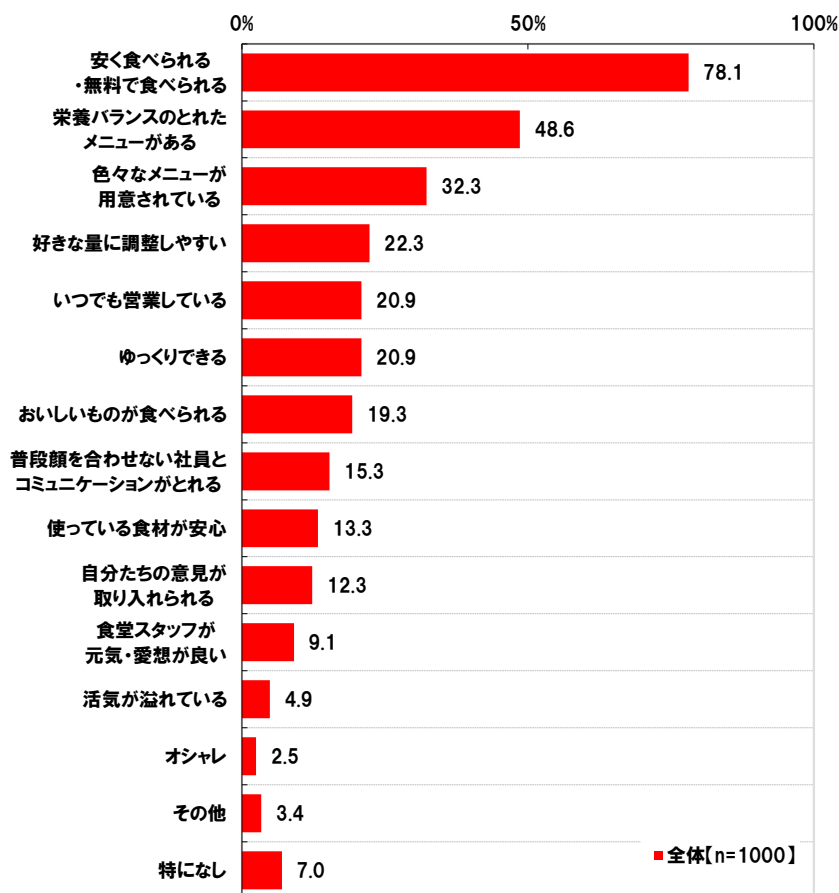
【図 20】

◆日頃のランチにどの程度影響すると思うか（単一回答形式）

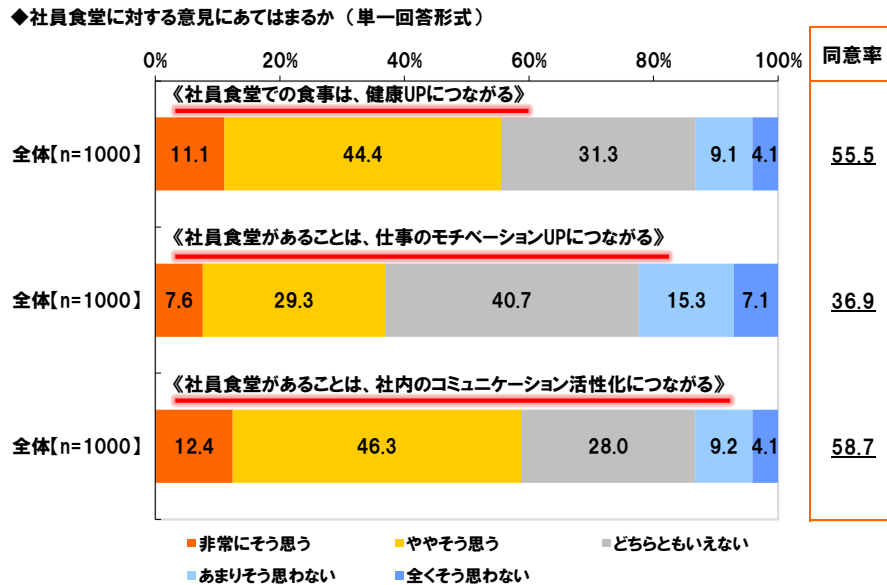


【図 21】

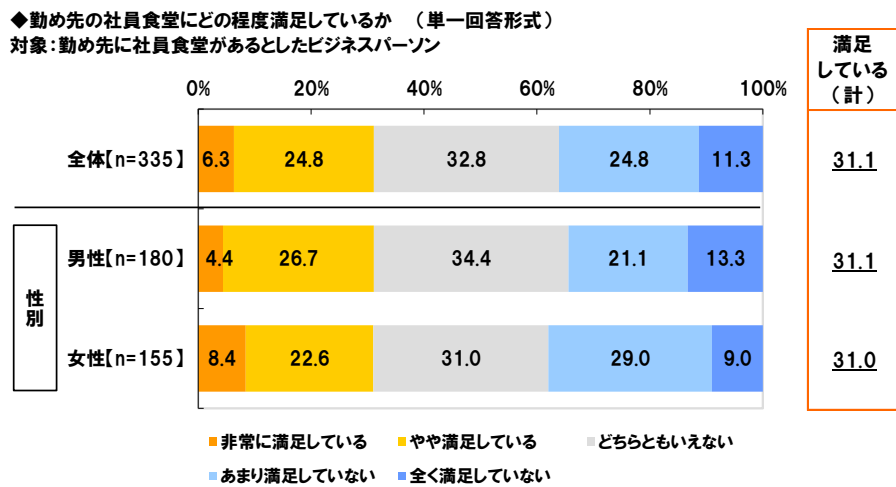
◆社員食堂の良いと思うところ（複数回答形式）



【図 22】

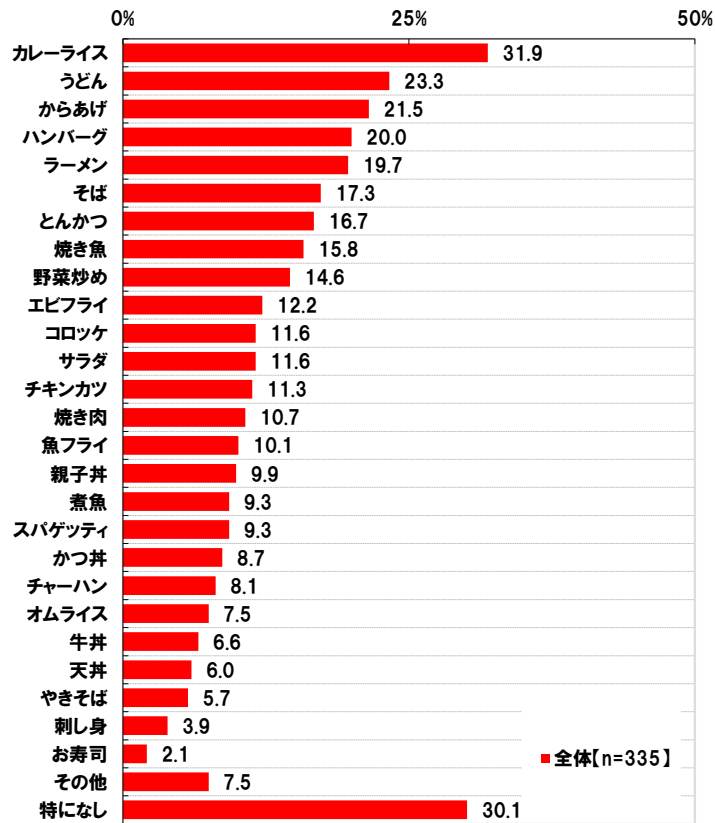


【図 23】



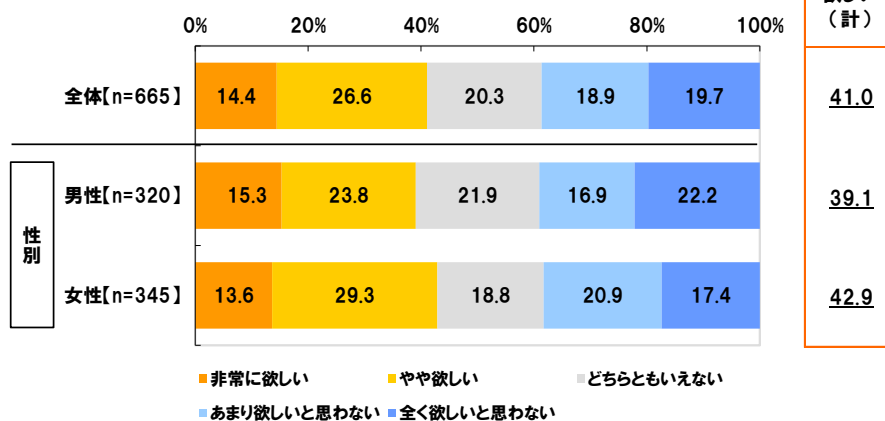
【図 24】

◆勤め先の社員食堂で、あなたが好きなメニュー
(複数回答形式)
対象:勤め先に社員食堂があるとしたビジネスパーソン



【図 25】

◆勤め先に社員食堂を、どの程度欲しいと思うか (単一回答形式)
対象:勤め先に社員食堂がないとしたビジネスパーソン



(調査概要)

- ◆調査タイトル：ビジネスパーソンのランチと社員食堂に関する調査
- ◆調査地域：全国
- ◆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
20歳～59歳の男女ビジネスパーソン
- ◆有効回答数：1,000サンプル（有効回答から各性年代が均等になるよう1,000サンプルを抽出）
内訳：男性 20代：125名 / 30代：125名 / 40代：125名 / 50代：125名
女性 20代：125名 / 30代：125名 / 40代：125名 / 50代：125名
- ◆調査期間：2013年9月18日～9月24日
- ◆調査方法：インターネット調査（モバイルリサーチ）
- ◆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、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。