



## キリン食生活文化研究所

2019年9月17日  
レポート vol.80

---

### ～あなたの暮らしのアンケート～ 食事のデリバリー

# サマリー

## あなたは、飲食店からの出前やデリバリーをしていますか？

### フードデリバリーサービスの利用状況についてもご報告します。

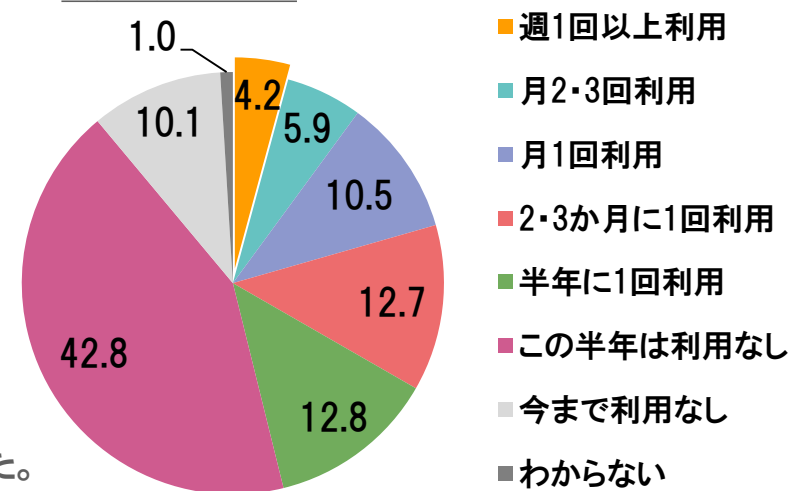
キリン食生活文化研究所は、「食事のデリバリー」について調査を実施(2019年7月23日～7月30日、全国、ウェブ調査)、男女20～79歳 計18,761名の回答をまとめました。

半年間に飲食店からの出前やデリバリーを利用した人は46%、週1回以上のヘビーユーザーは4%でした。参考として聞いた、飲食店店頭からの食事のテイクアウトについては、半年で50%、週1回以上8%と、出前・デリバリーよりもわずかに多い傾向でした。

「出前館」「UberEats」「LINEデリマ」などのフードデリバリーサービスについては、注文方法までよく知っている人が12%、半年間に利用した人が19%、週1回以上の利用が2%と、まだ普及途上という感じです。

「こんなフードデリバリーサービスがあったらいいな」の自由回答からは、惣菜のみ、デザート、クラフトビール、離乳食、お腹に優しいものなど、デリバリー対象に関する回答や、複数店舗からのデリバリー、スーパーなどで他のものも買ってきてくれる、お祝いを盛り上げる付帯サービス付き、などの回答が寄せられました。食のデリバリーが皆様の生活にとってどんな存在になるのかを考えるきっかけになれば幸いです。

Q.この半年、飲食店からの出前やデリバリーを利用しましたか？



- 週1回以上利用
- 月2・3回利用
- 月1回利用
- 2・3か月に1回利用
- 半年に1回利用
- この半年は利用なし
- 今まで利用なし
- わからない

## Q. 「出前」や「食事のデリバリー」と聞いて、最初に思い浮かぶのは？

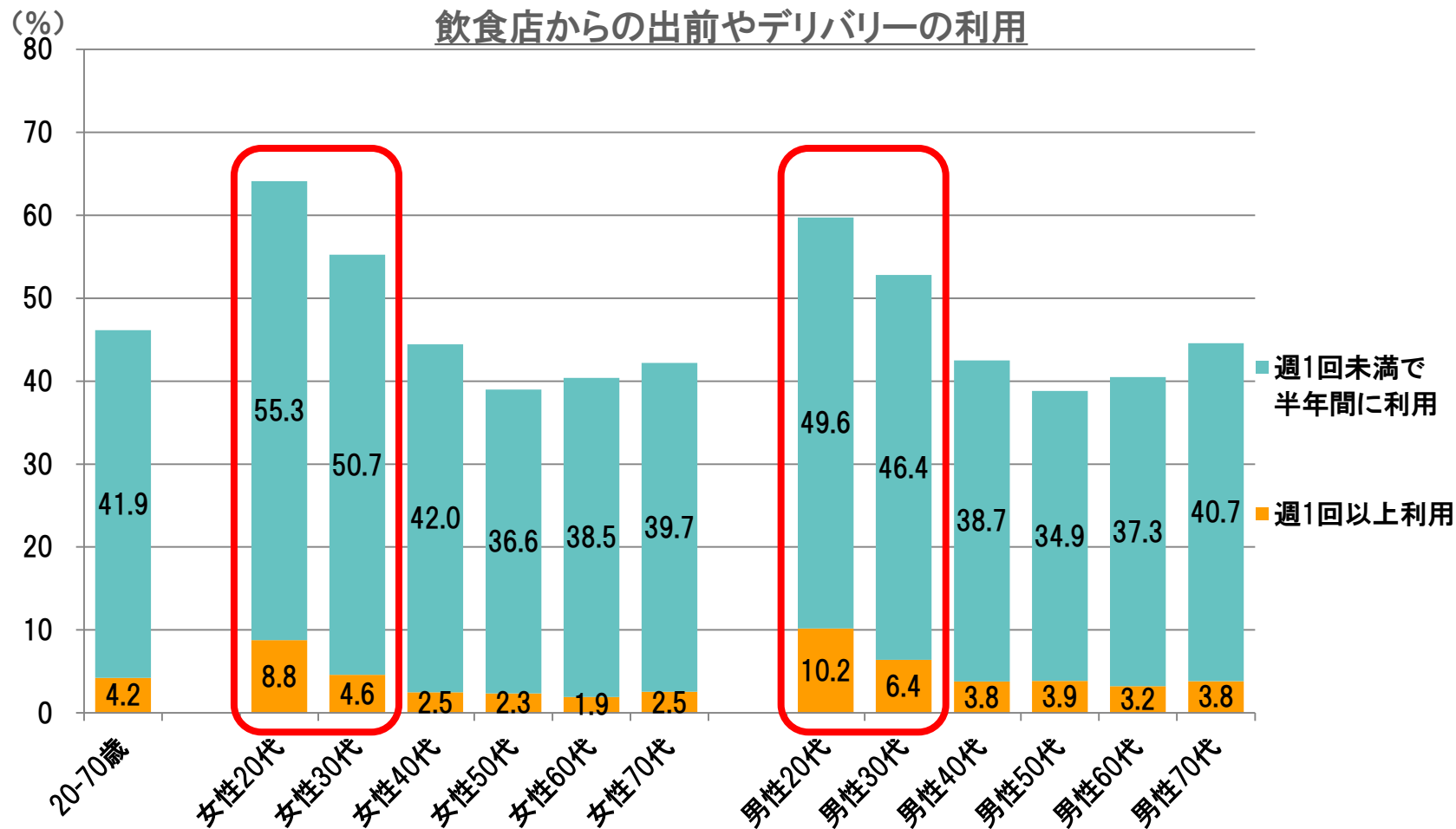
「出前・食事のデリバリー」で思い浮かぶことを自由回答で聞くと、「ピザ」が6割近く、圧倒的な一位を占めた。次いで「寿司」「出前」「蕎麦」「ラーメン」。「Uber Eats」という回答も1.4%と僅かではあるが出現した。また、子供の頃の思い出を記述した人も多かった。

### 出前・食事のデリバリーと聞いて思い浮かぶこと（自由回答）

	％	
ピザ	58.9	ピザ！今はどんな料理も出前で頼めますが、そばやうどんなら自分で作れば良いし、スーパーですぐ買えるものより、普段は食べられないものを頼みたいです。（20代女性）
寿司	24.1	親戚が集まったとき、いつも寿司の出前をとっていました。人気のネタはすぐになくなり困ったものでした。（20代男性）
蕎麦	10.3	子供のころは店屋物と呼んでいました。外食とはまた違ううれしさでした。近所の蕎麦屋もなくなり、最近は弁当をコンビニやチェーンの弁当屋で購入しています。（40代女性）
ラーメン	8.7	出前と言ったらラーメンです。熱々のラーメンをバイクで運び、少し麺が伸びてる感じが、昔ながらの味でいいです。（20代男性）
Uber Eats	1.4	ウーバーイーツが一番最初に浮かびました。家で見たいテレビを見ながらご飯の準備ができることが最大のメリットとして活躍しています。（20代男性）
出前館	0.8	出前館の中華が真っ先に頭に思い浮かびますね！（60代男性）

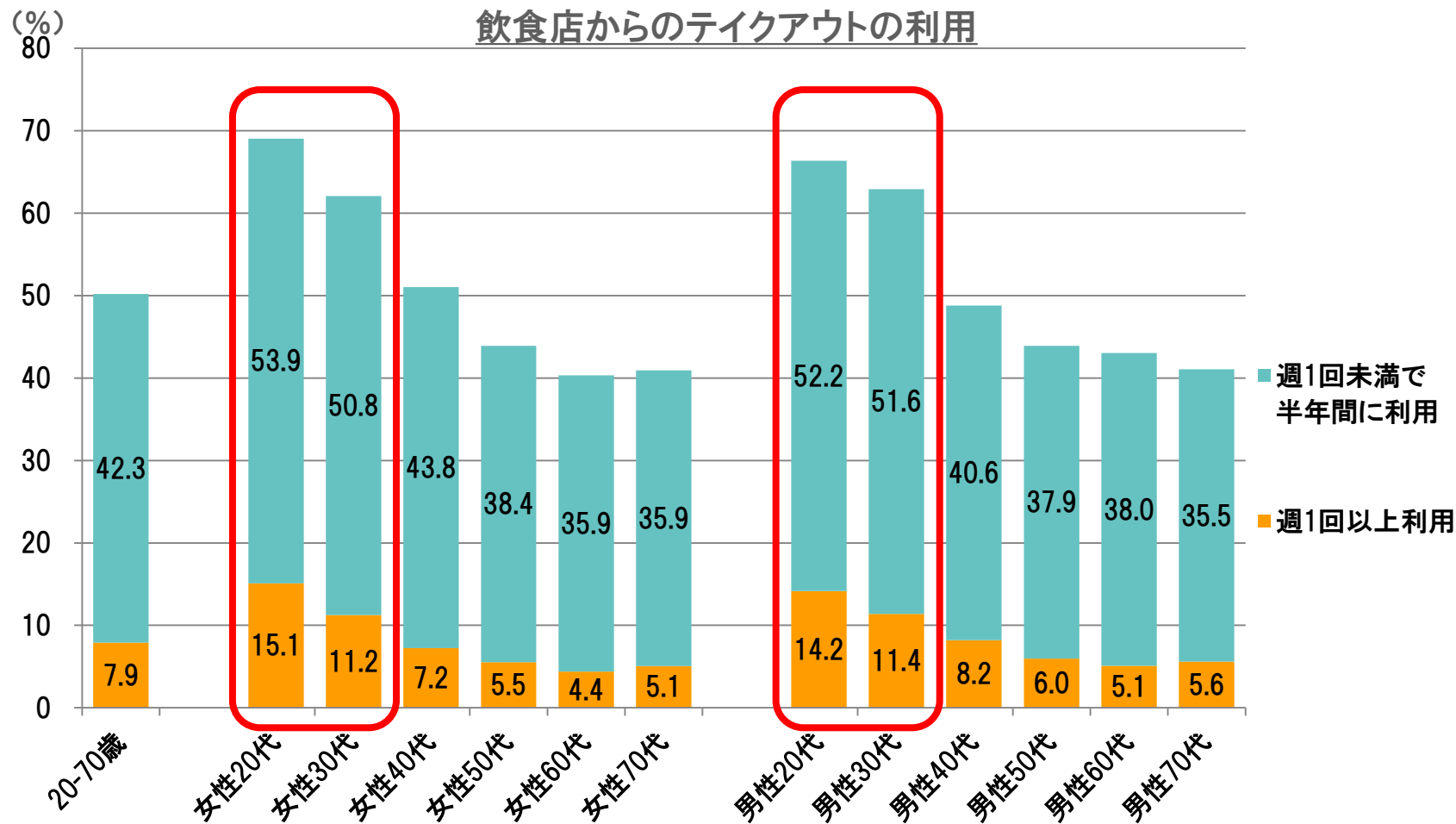
## Q.この半年の、飲食店からの出前やデリバリーの利用（性・年代別）

ここ半年に飲食店から出前やデリバリーをした人は46%。週1回以上のヘビーユーザーは4%。半年利用でみると、男女20・30代での利用が多く、特に週1回以上のヘビーユーザーは20代が多い。グラフにはないが、北陸エリアで週1回以上のヘビーユーザーが多い。夫婦共働き比率の高さを反映してのことか。



## Q.この半年の、飲食店からのテイクアウトの利用（性・年代別）

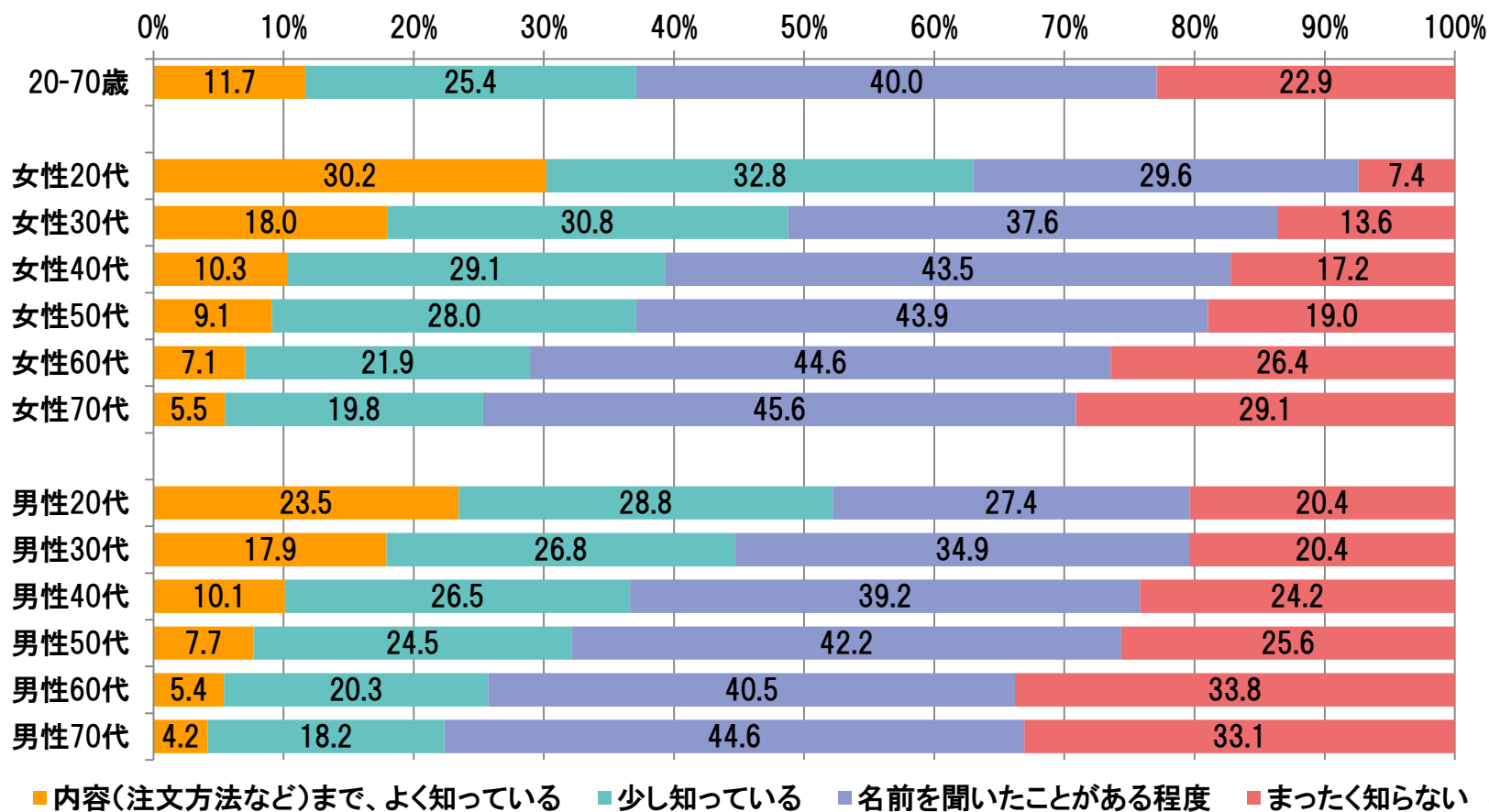
ここ半年に飲食店から調理された食事をテイクアウトした人は50%。週1回以上のヘビーユーザーは8%。ここでも、半年利用でみると、男女20・30代での利用が多く、特に週1回以上のヘビーユーザーは20代が多い。全般に出前・デリバリーよりも利用率は高いが、70代男性は出前のほうがやや高い傾向。



## Q.フードデリバリーサービスを知っているか？（性・年代別）

「出前館」「UberEats」「LINEデリマ」などのフードデリバリーサービスを、内容までよく知っているとした人は12%。年代による差が大きく、女性20代で3割、男性20代で24%が、よく知っていると答えた。グラフにはないが、地域別には首都圏が高く、食ライフスタイル\*別には「食セレブ」と「食チャレンジャー」が高い。

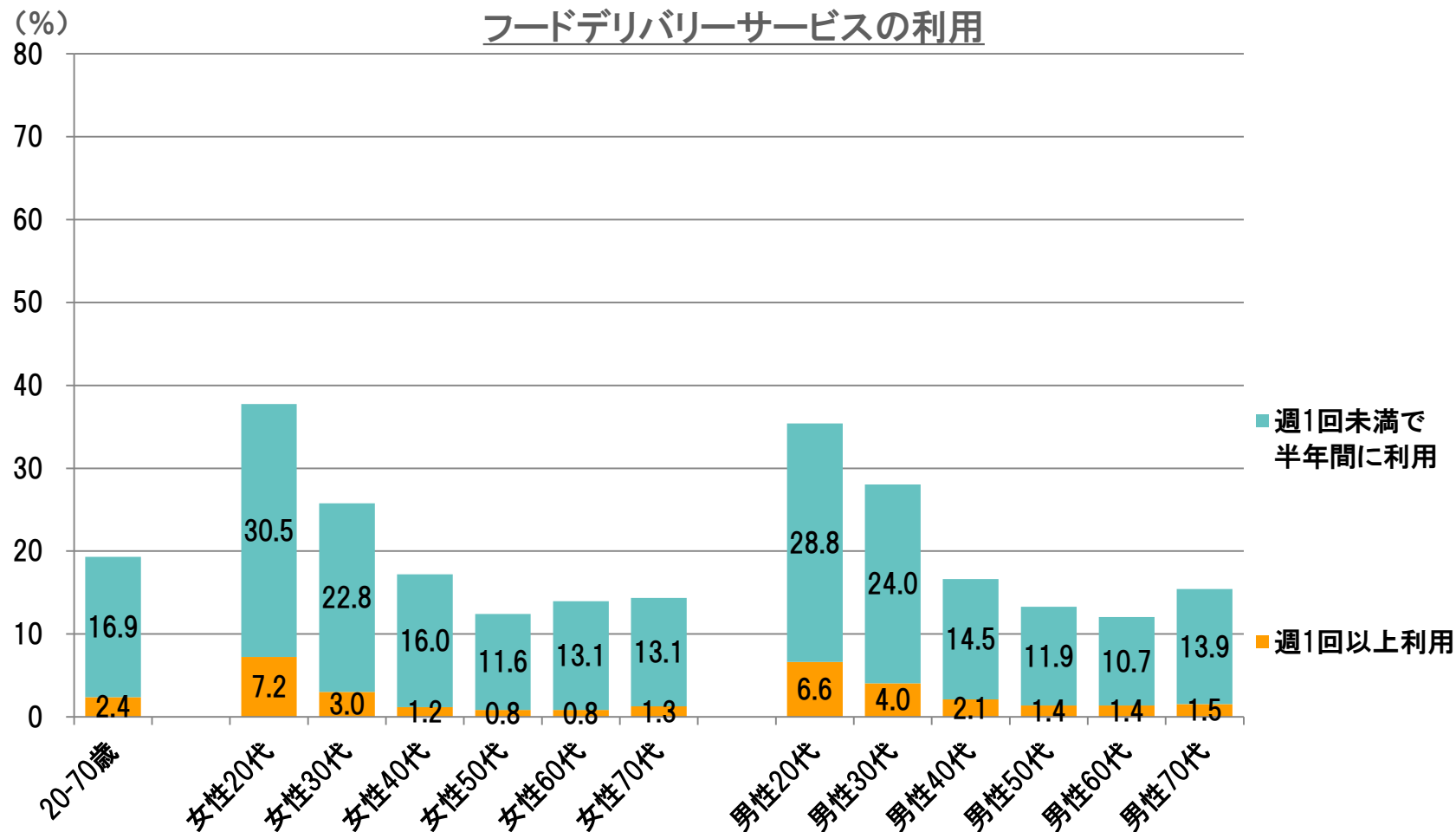
### フードデリバリーサービスの認知状況



\*食ライフスタイルについては、以下からウェブサイトをご覧ください。  
<https://www.kirin.co.jp/csv/food-life/trend/lifestyle/>

## Q.この半年の、フードデリバリーサービスの利用（性・年代別）

ここ半年にフードデリバリーサービスを利用した人は19%。男女20代で高め。週1回以上のヘビーユーザーは全体で2%、最も多い20代女性でも7%にとどまる。

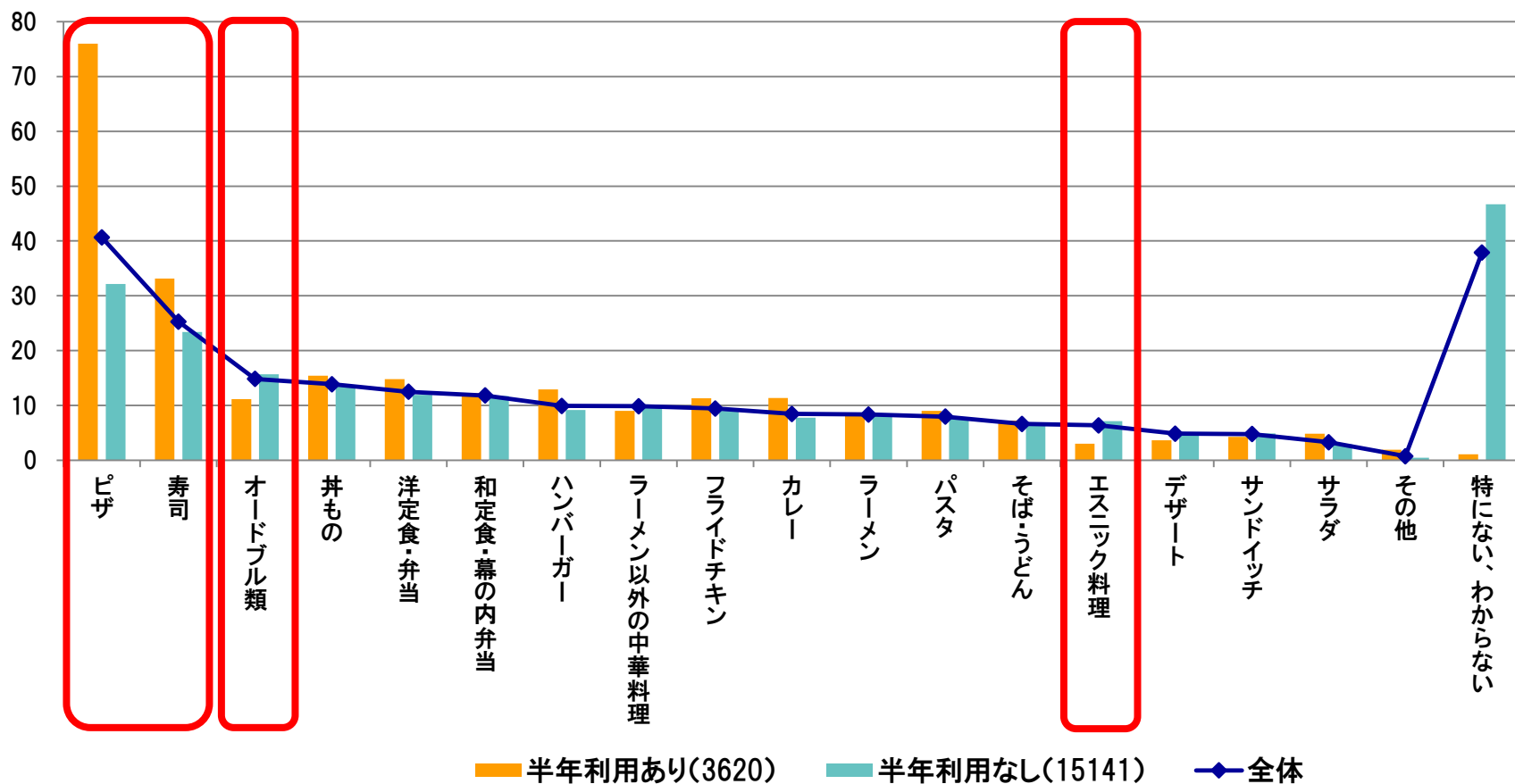


## Q.フードデリバリーサービスで注文した料理、注文してみたい料理

フードデリバリーサービスを利用した人には食べた料理を、また利用していない人には注文してみたい料理を聞いた。「ピザ」「寿司」の二強は変わらないが、利用者でピザが突出している。利用していない人は「特にない」が多いものの、その中で「オードブル」や「エスニック」といった、普段と少し違う料理が目立つ。

(%)

フードデリバリーサービスで食べた/注文したい料理

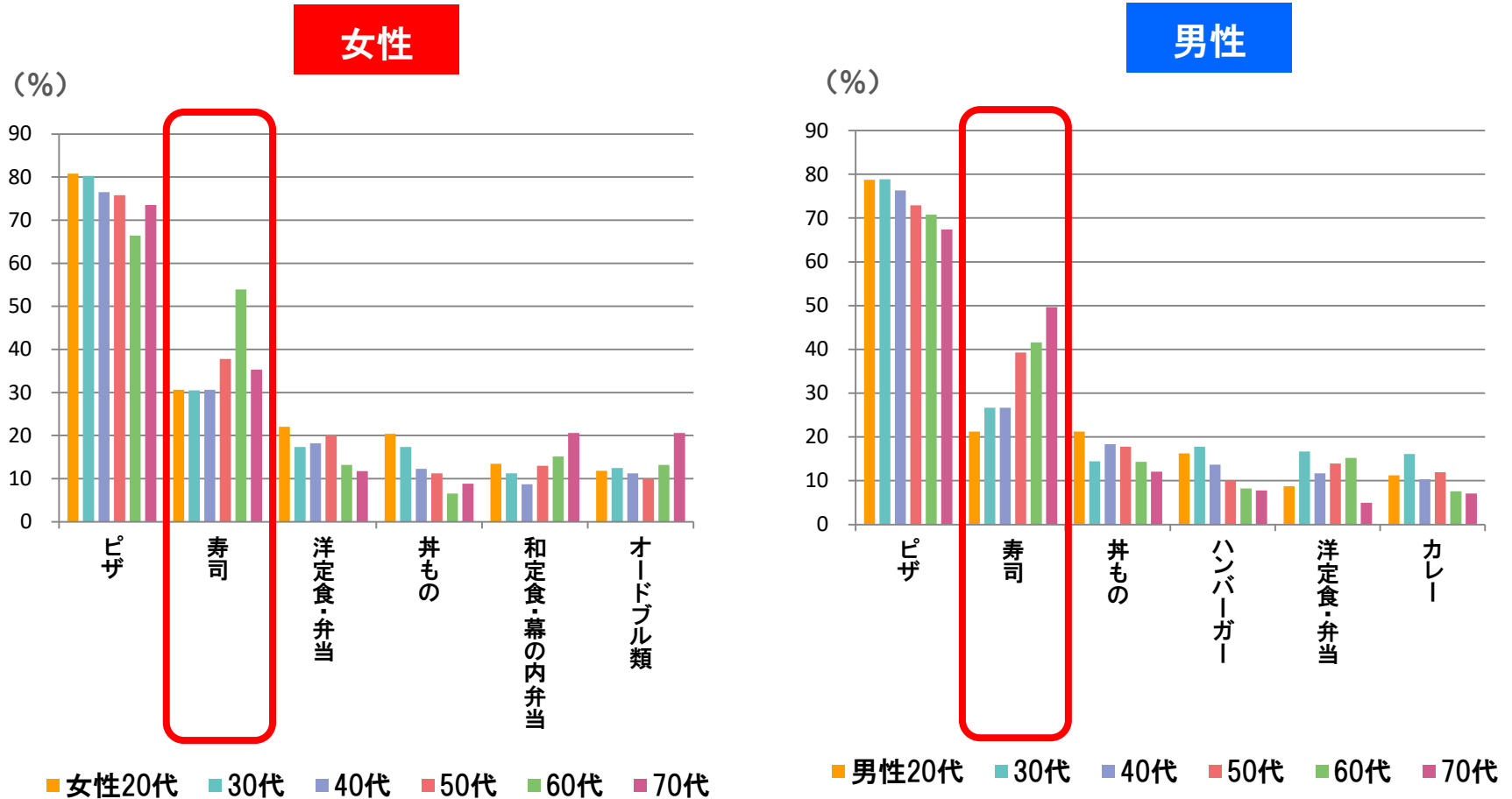




## Q.フードデリバリーサービスで注文した料理（半年利用：性・年代別）

半年利用者が注文した料理を性・年代別に見た。「ピザ」は男女ともに若年層で高めながら、各年代で広く注文されている。「寿司」は男性では年齢が上がるほど増え、女性は60代が突出する。女性では「和定食・弁当」と「オードブル」が、男性では「ハンバーグ」と「カレー」が上位に入る。オードブルは70代女性で高い。

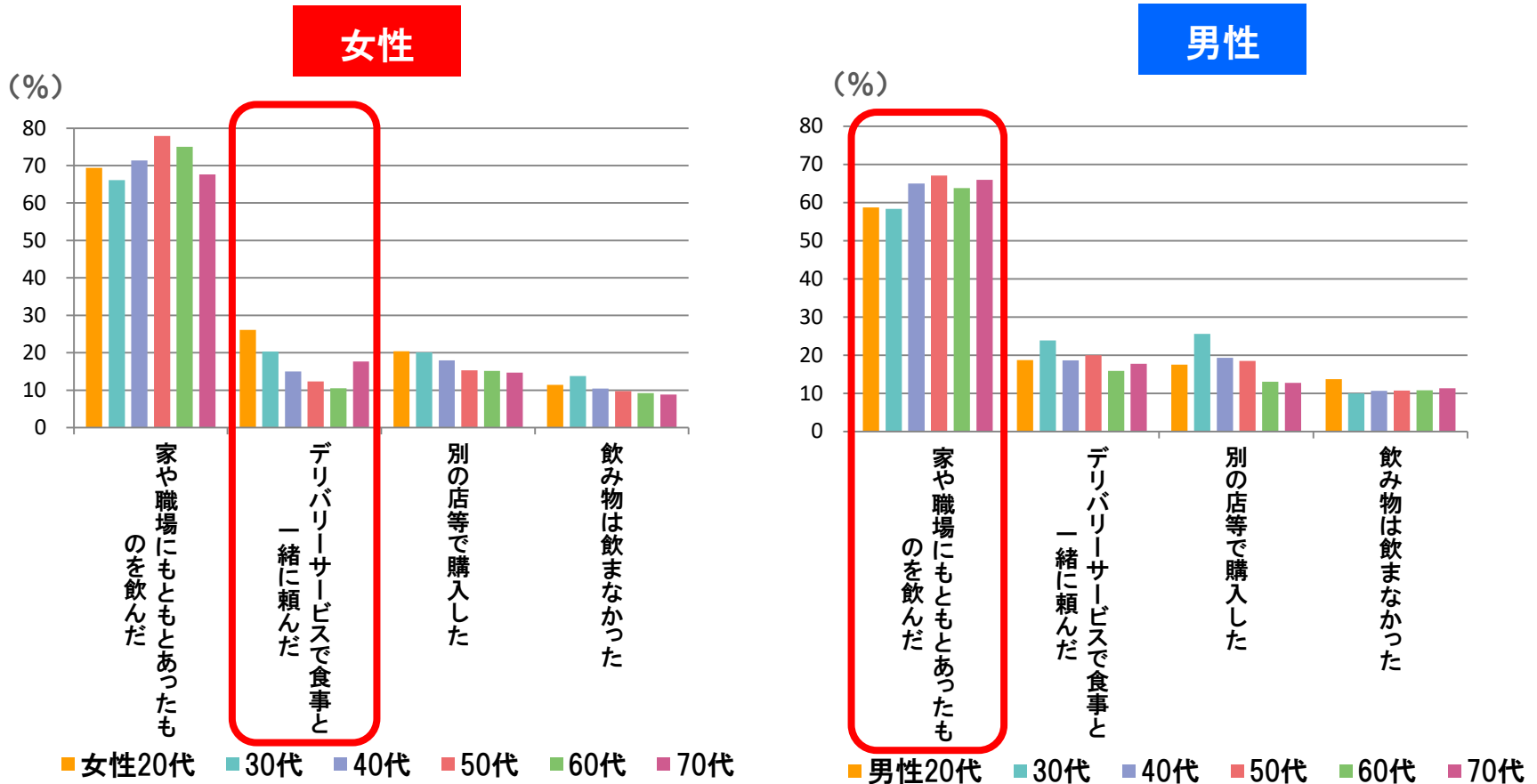
### フードデリバリーサービスで食べた料理（半年利用者：3,620人）



## Q. サービス利用時に飲んだものの入手方法（半年利用：性・年代別）

半年利用者がフードデリバリーサービス利用時に飲んだ飲み物は、性・年代を問わず、「家や職場にもともとあったもの」が7割前後を占める。ただし男性20・30代はやや少ない。「フードデリバリーサービスで一緒に注文」は2割内外で、女性50・60代で落ち込んでいる。「何も飲まなかった」人も1割程度存在。

サービス利用時に飲んだものの入手方法（半年利用者：3,620人）

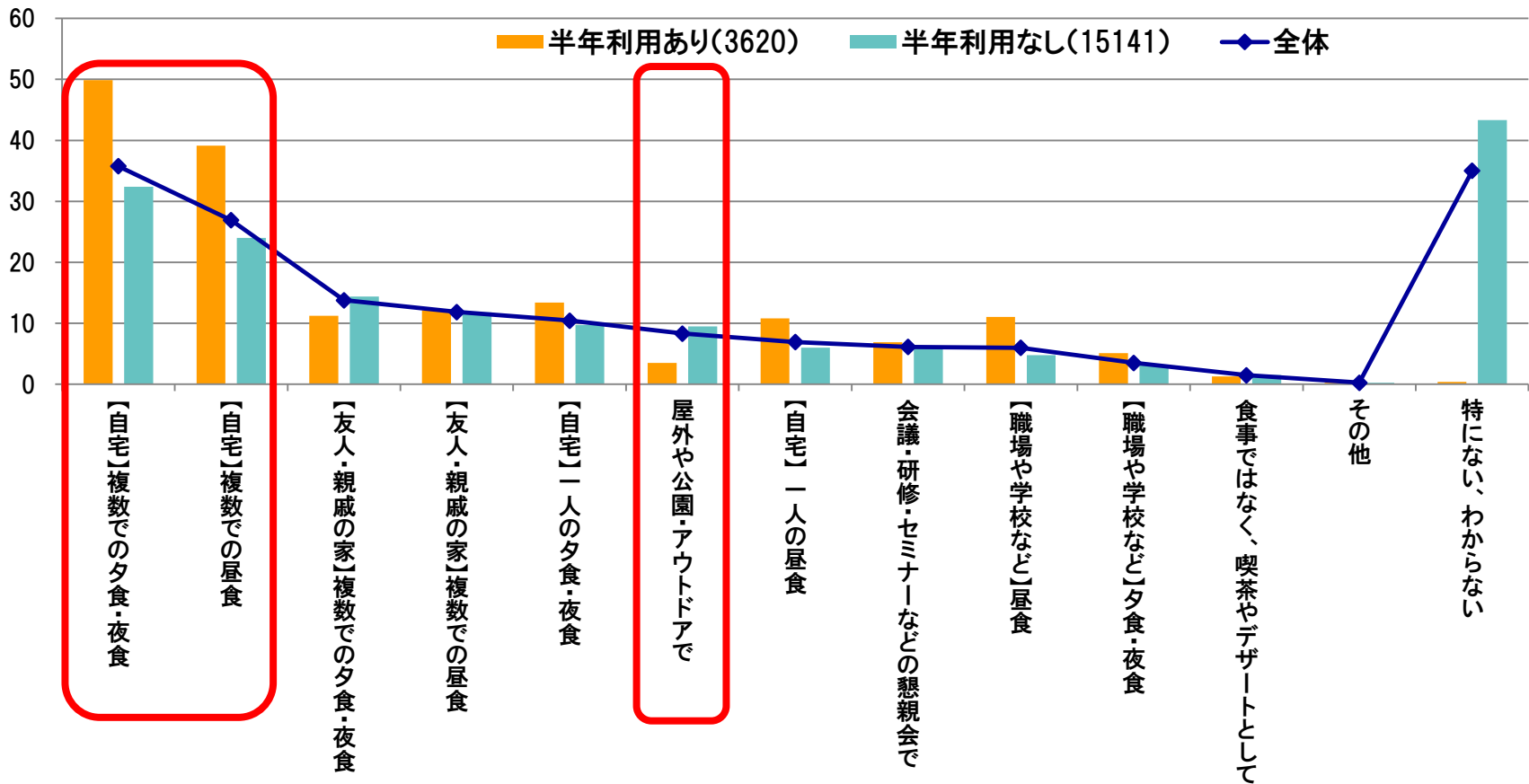


## Q.フードデリバリーサービス利用シーン/利用してみたいシーン

フードデリバリーサービスを利用した人には利用シーンを、また利用していない人には利用してみたいシーンを聞いた。「自宅複数での夕食」「自宅複数での昼食」の二強は変わらないが、利用者では1人や職場シーンも登場する。一方非利用者は屋外・アウトドアなど、ここでも非日常的な状況が登場する。

(%)

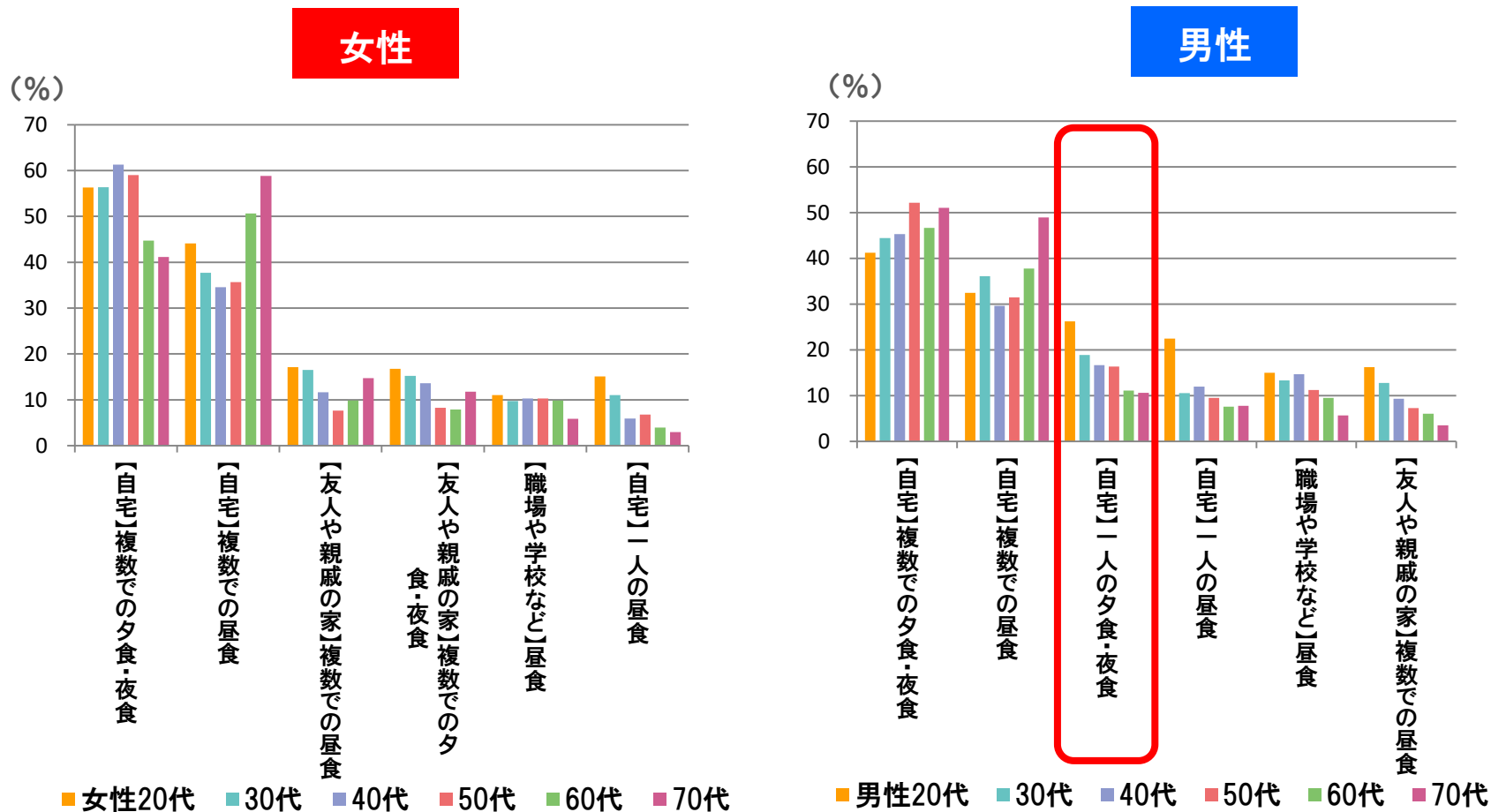
### フードデリバリーサービスで利用した/利用したいシーン



## Q.フードデリバリーサービス利用シーン（半年利用：性・年代別）

利用シーンを性・年代別に見た。「自宅複数での夕食」「自宅複数での昼食」ともに、男性より女性で高く、中でも女性20～50代の夕食での利用が目立つ。昼食は男女とも年配層で高め。男女で大差がついたのが「自宅1人での夕食」で、男性では3番目の利用シーンに入り、特に若年層で高い。

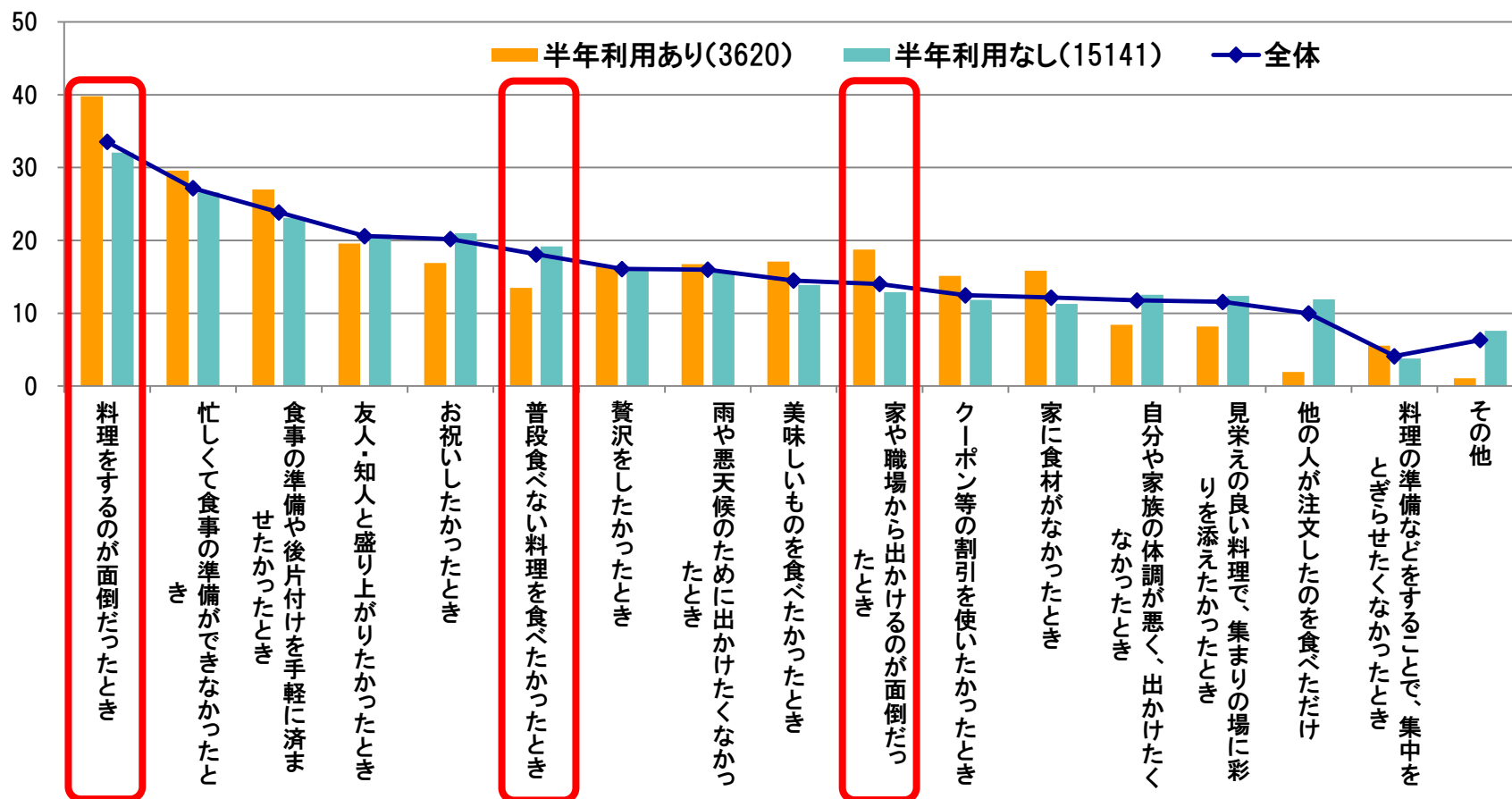
### フードデリバリーサービス利用シーン（半年利用者：3,620人）



## Q.フードデリバリーサービス利用時の気持ち/利用してみたい気持ち

利用者には利用時の気持ちを、非利用者には利用したい気持ちを聞いた。利用者・非利用者ともに「料理をするのが面倒」「忙しくて食事の準備ができない」「食事の準備や後片付けを手軽に済ませたい」といった時短理由が上位。利用者では「出かけるのが面倒」、非利用者では「普段食べない料理」が高め。

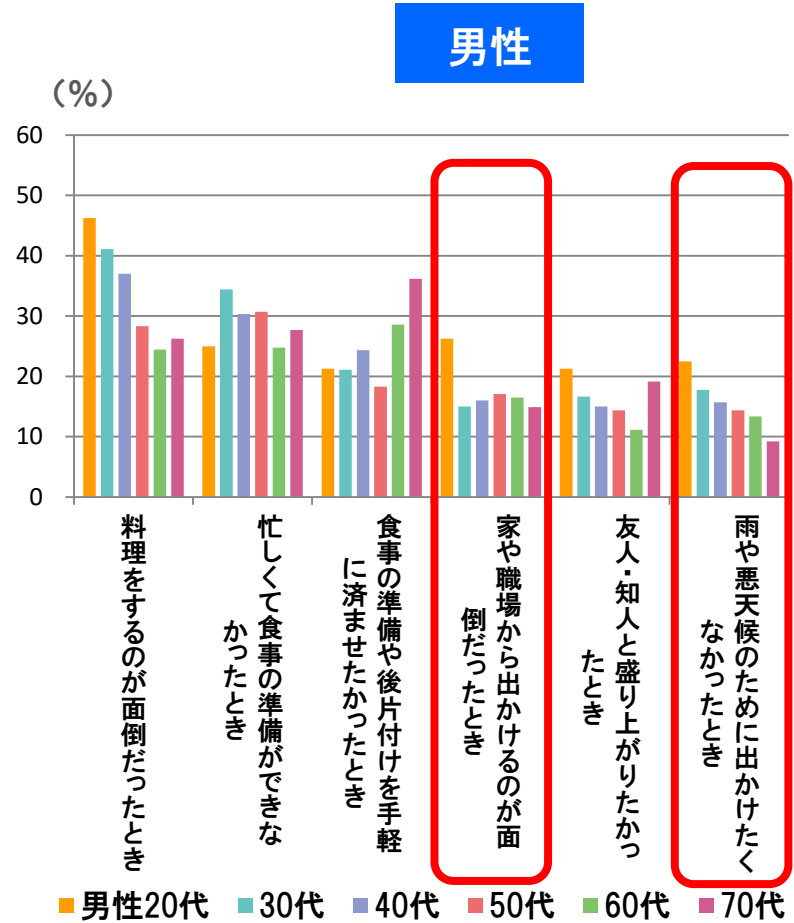
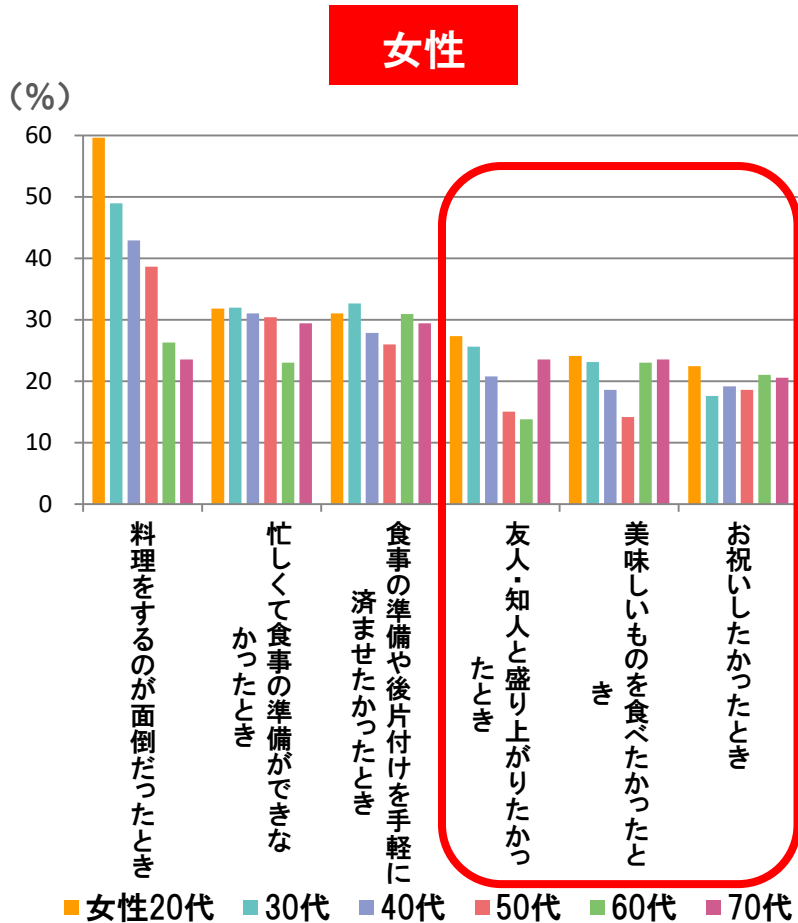
(%) フードデリバリーサービスで利用した/利用したい気持ち



## Q.フードデリバリーサービス利用時の気持ち（半年利用：性・年代別）

性・年代別の利用時の気持ちは、男女とも上位に時短理由が並び、男性は「出かけるのが面倒」「出かけたくない」も高い。女性では「盛り上がりたい」「美味しいものを食べたい」「お祝いしたい」というハレ理由が高め。「料理が面倒」は若年層で顕著に高い。グラフにはないが「見栄えのよい料理」は70代女性で突出。

フードデリバリーサービス利用時の気持ち（半年利用者：3,620人）

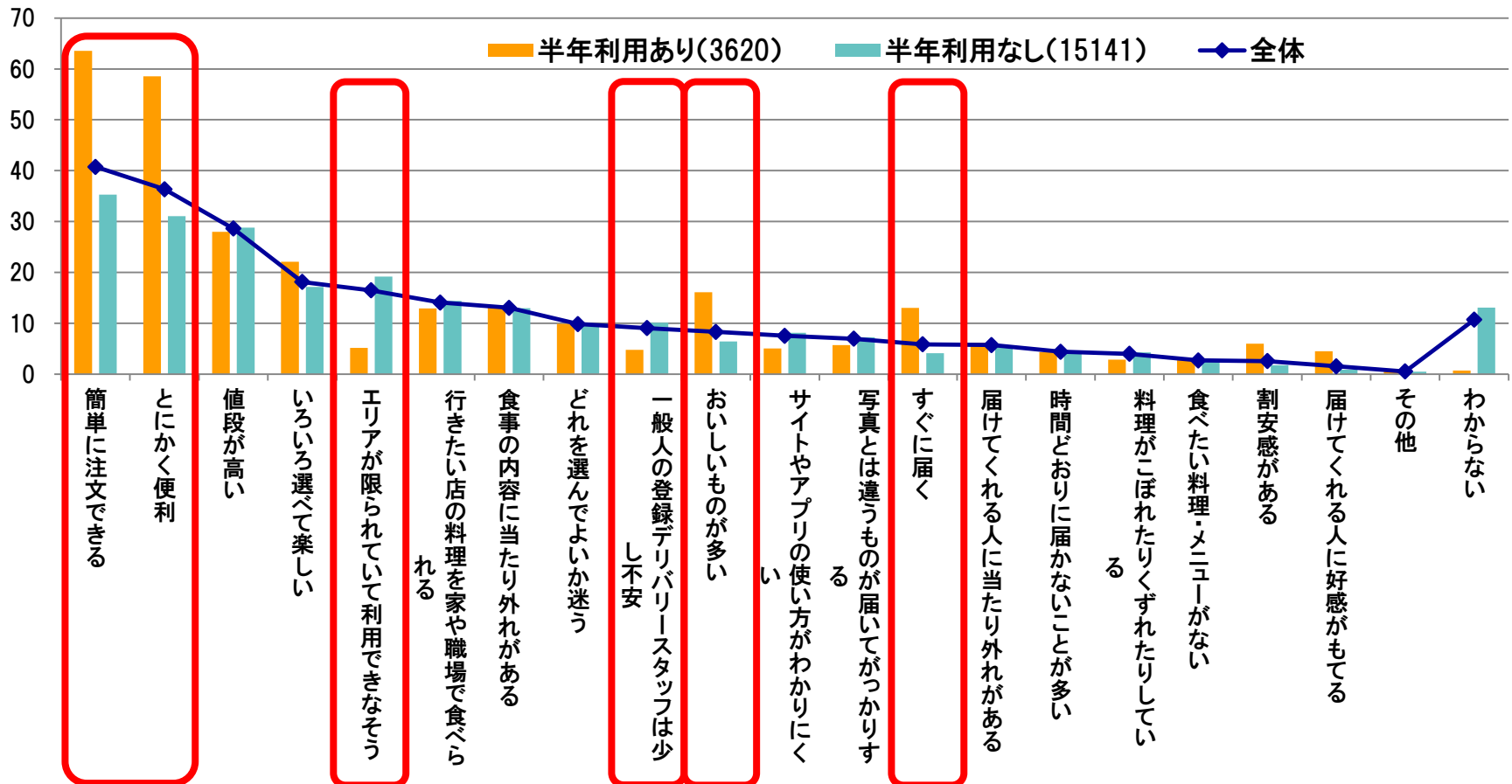


## Q.フードデリバリーサービスのイメージ

利用者からは「簡単に注文できる」「とにかく便利」という評価が6割前後に達する。また「おいしいものが多い」「すぐに届く」も、非利用者を大きく上回っている。一方非利用者では「エリアが限られている」のほか、絶対値は低いものの、「一般人のデリバリースタッフが少し不安」という印象もあるようだ。

(%)

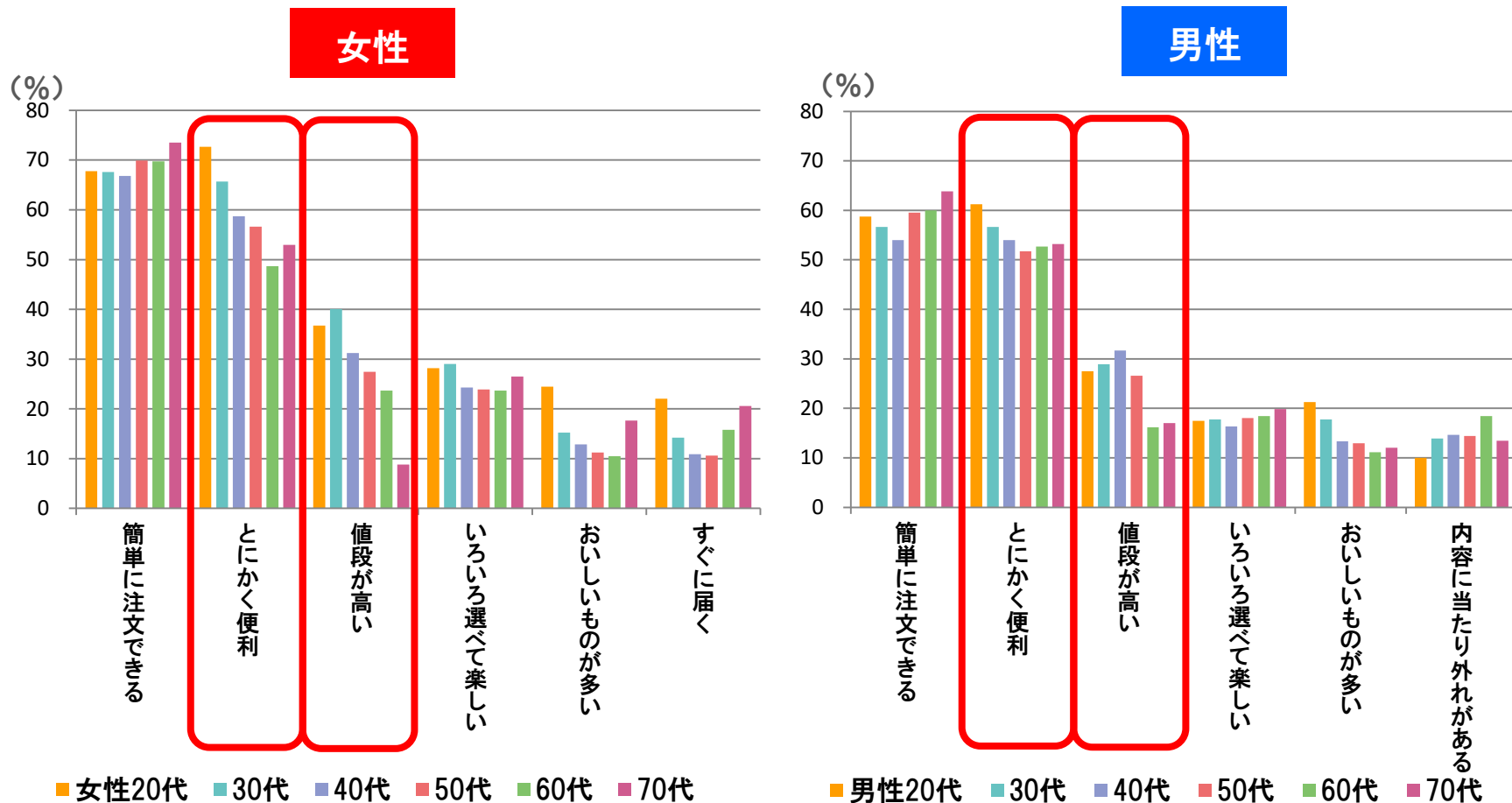
### フードデリバリーサービスのイメージ



## Q.フードデリバリーサービスのイメージ（半年利用：性・年代別）

性・年代で差があったイメージは「とにかく便利」で、特に若年女性で高い傾向。「値段が高い」は男女とも若年層ほど高いが、特に20・30代女性の回答が目立つ。「いろいろ選べて楽しい」は男性より女性で高い。「すぐに届く」は女性で、「内容に当たり外れがある」は男性で上位に入った。

### フードデリバリーサービスのイメージ（半年利用者：3,620人）

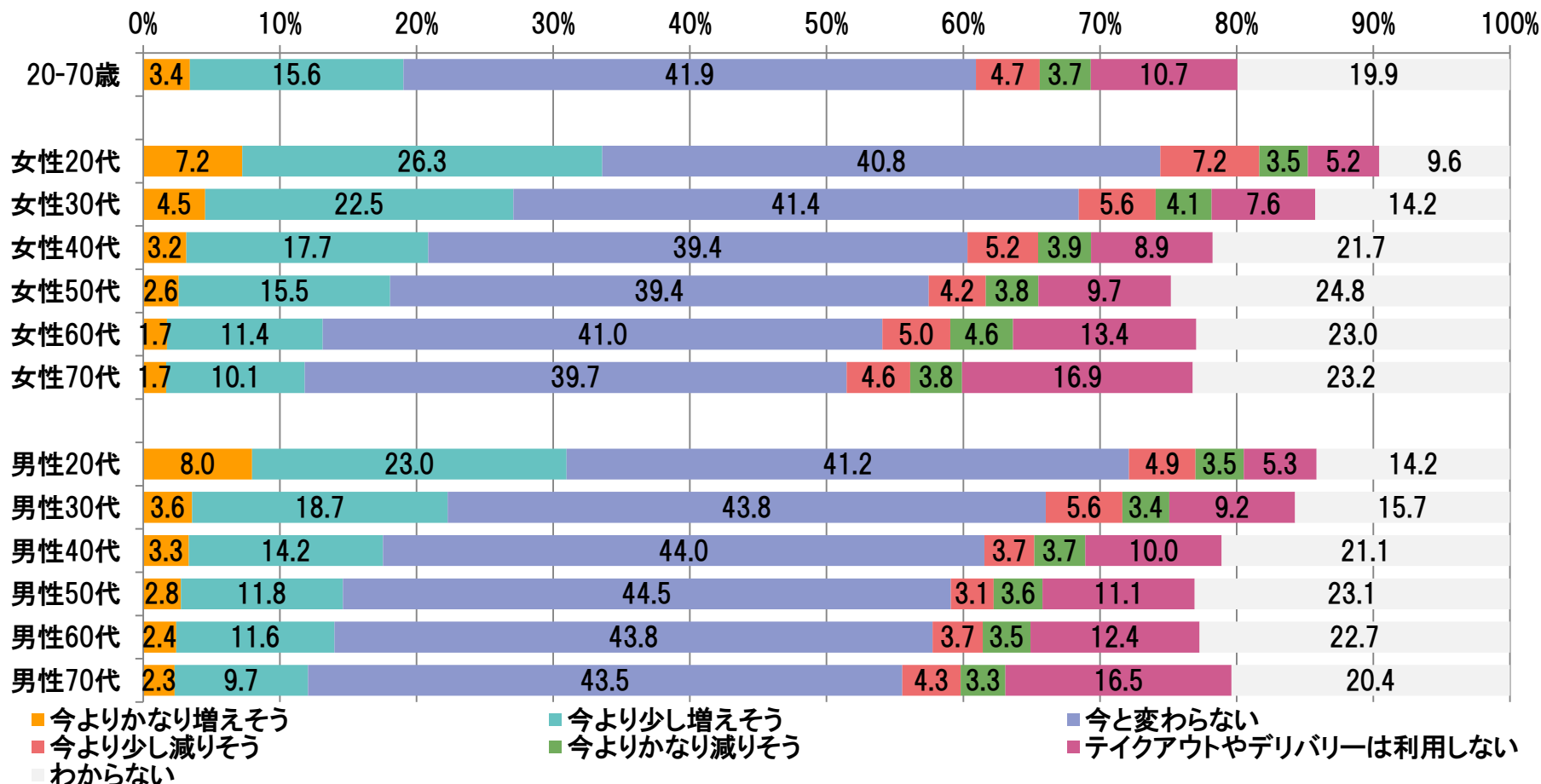




## Q.消費税増税後の出前・テイクアウト利用頻度はどうなりそうか（性・年代別）

消費税が10%に上がっても、出前やテイクアウトは8%に据え置かれるとされているが、その場合に出前やテイクアウトの頻度がどうなりそうかを聞いた。「今と変わらない」が42%で最多だが、「増えそう」とする人も19%いる。性・年代別には若年層ほど「増えそう」とする人が多く、20代では男女とも3割を超えている。

### 出前・テイクアウト利用頻度の増減予想

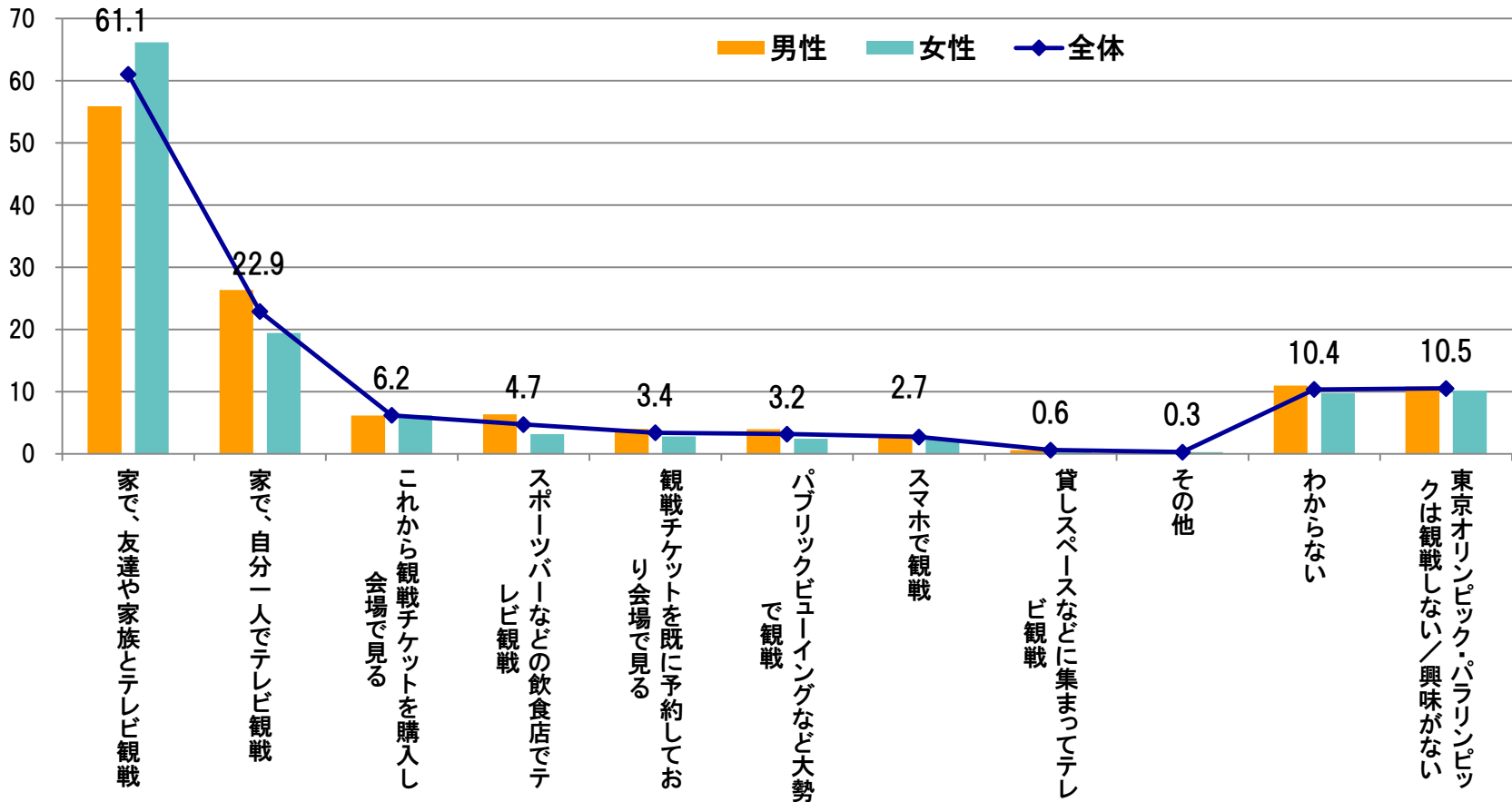


## Q.東京五輪の観戦方法

「家で友人・家族とTV観戦」が6割と圧倒的に高い。次いで「家で1人でTV観戦」が23%。会場で見える人は、これからチケットを入手する人も含めて1割弱。「スポーツバーなどの飲食店」は全体では5%だが、20代男性に限ると15%と高くなる(グラフ外)。また首都圏では会場で見える人が16%と高め(グラフ外)。

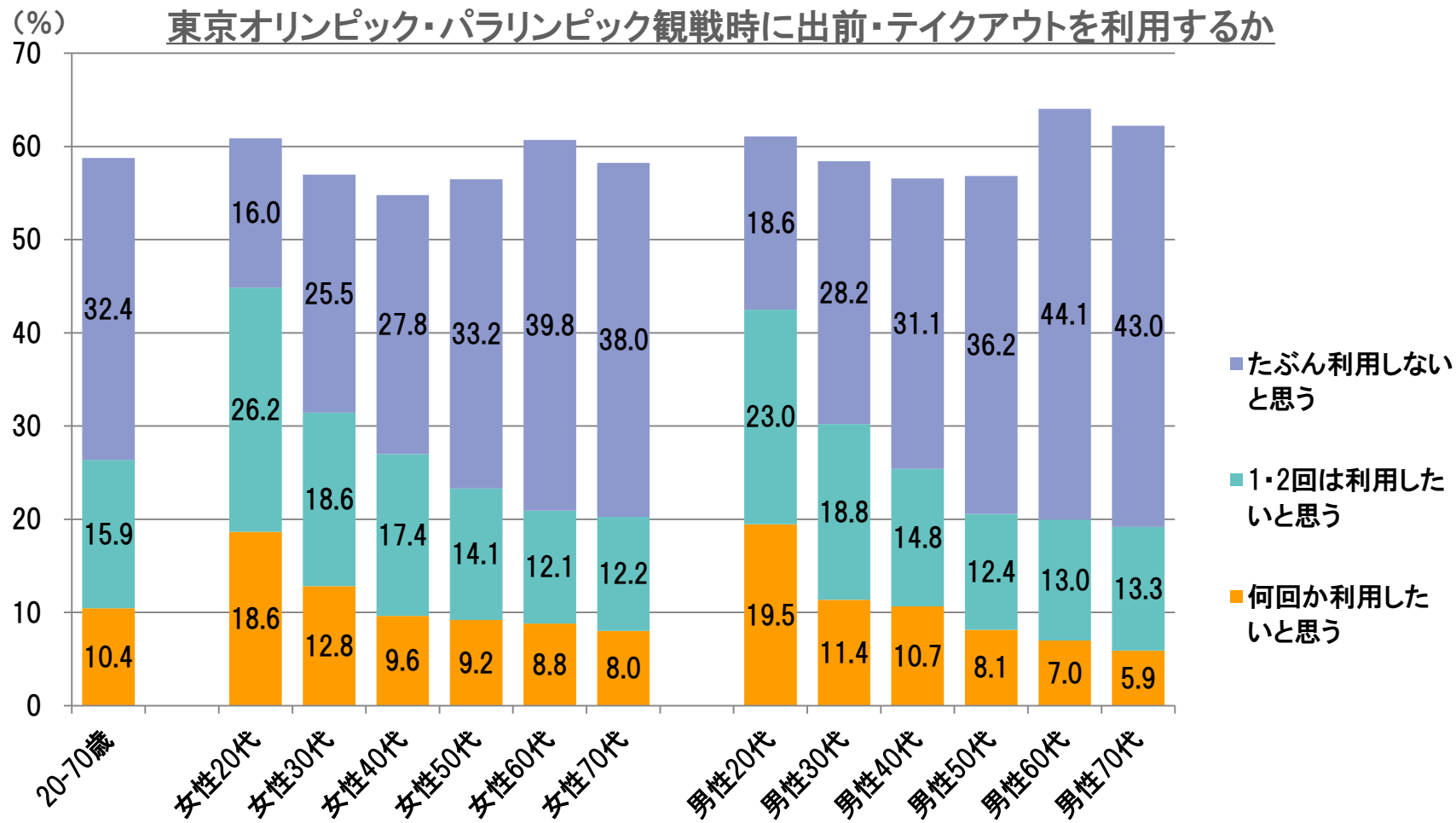
(%)

### 東京オリンピック・パラリンピックの観戦方法



## Q.東京五輪観戦時の出前・テイクアウト利用はどうか（性・年代別）

「何回か」「1・2回」をあわせて、利用したいとする人は26%。「利用しない人」が32%とやや上回る。ただし、男女20・30代では利用したい人のほうが多い。また、半年間にフードデリバリーサービスを利用した人では54%が利用したいとしている。東京五輪までにこのサービスがどれだけ浸透するかが鍵となりそう。



## Q.こんな「フードデリバリーサービス」があったらいいな（自由回答）

惣菜のみ、デザート、クラフトビール、離乳食、お腹に優しいものなど、デリバリー内容に関する回答や、複数店舗からのデリバリー、スーパーなどで他のものも買ってきてくれる、お祝いシーンを盛り上げる、などの回答が目立った。AIリコメン、サブスクリプション、コミュニケーション付きといったユニークな回答もあった。

### あったらうれしいフードデリバリーサービス（自由回答）

お惣菜を選んで食べられる。(20代男性)

アイスクリーム。自分で買いに行くと溶けてしまうので。(20代男性)

コースや会席のデリバリー。(50代男性)

クラフトビールのデリバリー。(30代女性)

お酒などコンビニやスーパーで買い物をし  
てきてくれるサービス。(30代男性)

バースデーケーキにクラッカー等のお祝いの  
小道具やメッセージ付き花束等のプレゼン  
トをセットにしたパック。(40代男性)

最後の一手間をその場で仕上げてくれる。  
(60代男性)

毎月一定額で一定回数頼めるようになれば  
頻繁に利用する。(30代男性)

AIで食べたいもののイメージを伝えるだけ  
で選んで注文してくれるアプリ。(30代男性)

デリバリーして  
ほしいもの

複数商品の  
デリバリー

お祝いシーンで

サービス内容

サラダだけや副菜だけのデリバリー。夕飯  
の足しにしたい。(20代女性)

離乳食のデリバリー。(20代女性)

具合が悪い人向けのおなかに優しいお粥  
やうどんのサービス。(30代女性)

ショッピングモール内の複数飲食店からデ  
リバリーができ、モール内の日用品なども  
同時に配達してくれりサービス。(20代女性)

お誕生日ケーキのサプライズ宅配！隠して  
おくのが大変なので。(40代女性)

到着5分前にメール連絡などあれば良い。  
(50代男性)

お酒の種類にマッチ、マリアージュした、料  
理メニューの提案、アドバイス。(60代男性)

シェフが2人前作ってくれ一緒に食べて雑  
談して帰るといコミュニケーションが含ま  
れるサービスがあると楽しそう。(30代女性)