

報道関係各位

平成24年 7月6日  
株式会社 クロス・マーケティング  
(東証マザーズ3629)

## ビジネスパーソンの平日の夕食、男性は「できあい派」/女性は「自炊派」が多数 節約に励む“自炊男子”は約3割 外食時の“おひとりさま”は、男性75%に対して女性38%と、まだ少数

－「一人暮らしのビジネスパーソンの夕食」に関する調査－

株式会社クロス・マーケティング(本社:東京都中央区 代表取締役社長兼CEO:五十嵐 幹)では、首都圏(一都三県)に在住している20~39歳の、未婚で一人暮らしをしており、フルタイム勤務のビジネスパーソン男女800人に、「一人暮らしのビジネスパーソンの夕食」に関する調査を実施いたしました。

### ■調査背景・目的

近年節約意識が高まり、20~30代のビジネスパーソンからは、低コストで手軽に食べられる食事に注目が集まっています。未婚でフルタイム勤務のビジネスパーソンは、忙しい平日の夕食をどのようにしているのでしょうか。外食・中食・内食、それぞれの1食あたりのコストや満足度などについて、実態を明らかにしました。

### ■調査結果トピックス

#### 【平日の夕食】

- ✓ 平日の夕食について、男性は外食と中食を合わせた「できあい派」(50.8%)が、女性は内食である「自炊派」(59.3%)が多い。<図1>

#### 【外食】

- ✓ 1回の外食にかかる費用は、男性が1,056円、女性が1,704円。<図2>
- ✓ 外食時、男性の74.9%が一人で食べており、それに対して女性は37.9%と低い。<図3>
- ✓ 利用する店は、男性は「牛丼屋」(61.6%)や「ラーメン屋」(51.9%)など、一人で手っとり早く食べられ、値段が安い店が高く、女性は「居酒屋」(41.7%)や「ファミリーレストラン」(35.4%)など、誰かと一緒に自分が好きなものを食べられる店が高い。<図4>

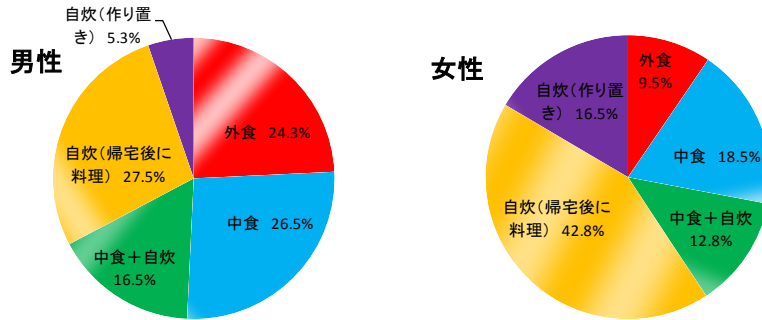
#### 【中食】

- ✓ 1回あたりの費用は、平均573円。<図5>
- ✓ 利用する店について、「スーパー」(82.6%)が全体でトップ、続いて「コンビニエンスストア」(60.7%)。また、「デパ地下」は女性が28.2%と男性よりも20ポイント近く高い。<図6>
- ✓ コンビニエンスストアで購入する中食商品を男女で比較したところ、「お弁当」「カップラーメン」は男性が女性よりも10ポイント以上高く、一方、「サラダ」は女性の方が男性よりも10ポイント以上高い。<図7>
- ✓ コンビニエンスストアでついで買いする商品を男女で比較すると、男性は「ジュース」「ビール」「コーヒー」などの飲料を購入する割合が高く、女性は「お菓子」「デザート」「アイス」などのスイーツ系が高い。<図8>

#### 【内食】

- ✓ 夕食で自炊する際の1回あたりのコストは、平均381円。また、調理時間は平均31分。<図9、10>
- ✓ 自炊で夕食をとることに満足している点は、「食費が安く抑えられる」(76.5%)がトップ。次いで「健康的なものが食べられる」(53.3%)。女性にとっては、「自宅で落ち着いて食べられる」(56.6%)のも魅力。<図11>
- ✓ 一方で、不満な点は、「いつも同じものを食べてしまう」と「後片付けが面倒」が60.6%でトップ。<図12>

〈図1〉平日の夕食で最も頻度が高い食べ方



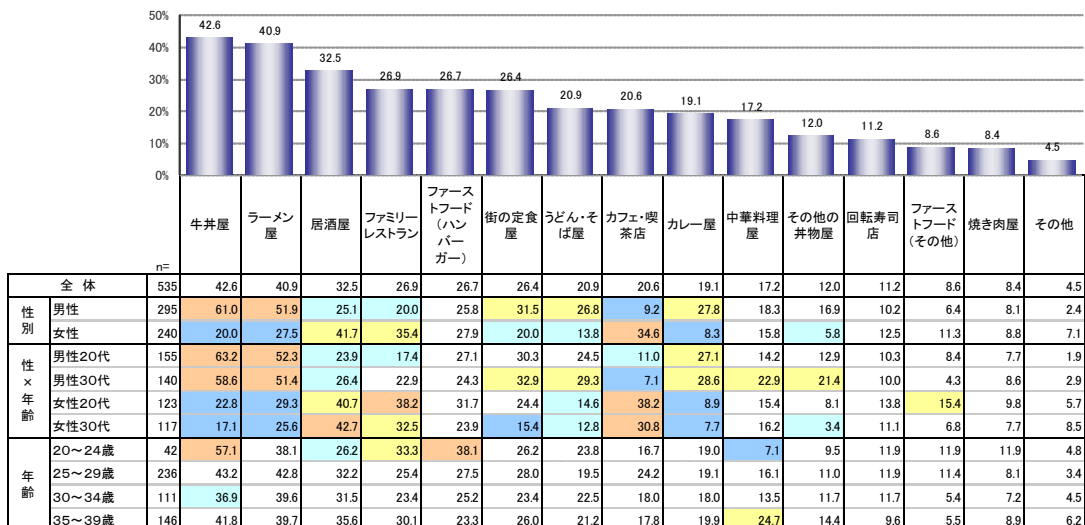
〈図2〉外食1回あたりの費用

		(%)	500円以下	500円超1000円以下	1000円超2000円以下	2000円超3000円以下	3000円超4000円以下	4000円超5000円以下	5000円超	平均値
全体		n=535	2.6	37.9	36.6	7.7	9.7	3.7	1.7	1,347
性別	男性	295	3.1	51.5	33.2	4.7	5.1	1.0	1.7	1,056
	女性	240	2.1	21.3	40.8	11.3	15.4	6.3	2.9	1,704

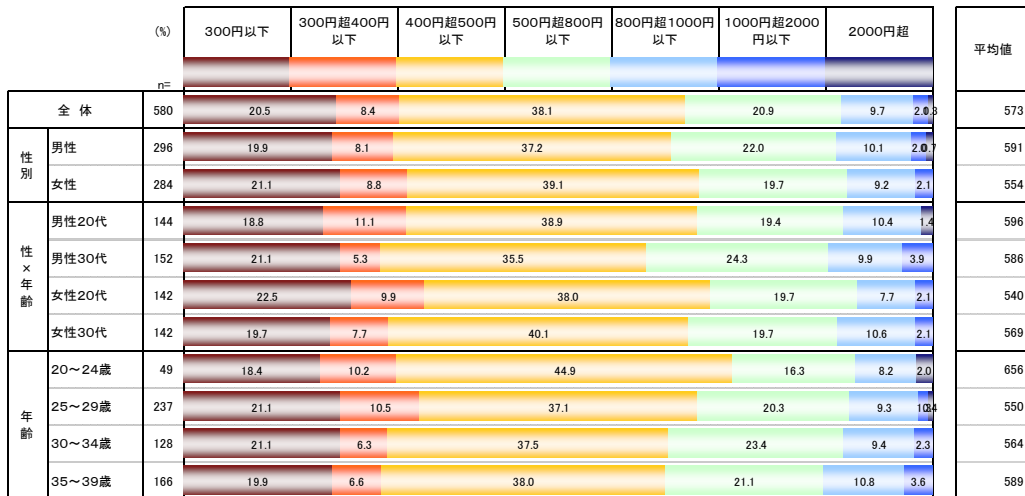
〈図3〉外食を一緒に食べる相手

		(%)	一人で食べる	会社の上司と食べる	会社の同僚・後輩・部下と食べる	友人と食べる	恋人と食べる	その他
全体		n=535	58.3	2.6	10.8	16.8	11.0	0.4
性別	男性	295	74.9	2.7	9.5	6.8	6.1	
	女性	240	37.9	2.5	12.5	29.2	17.1	0.8
性×年齢	男性20代	155	71.0	4.5	8.4	7.7	8.4	
	男性30代	140	79.3	0.7	10.7	5.7	3.6	
	女性20代	123	43.1	2.4	13.0	25.2	15.4	0.8
	女性30代	117	32.5	2.6	12.0	33.3	18.8	0.9
年齢	20~24歳	42	61.9	2.4	9.5	11.9	14.3	
	25~29歳	236	58.1	3.8	10.6	16.1	11.0	0.4
	30~34歳	111	61.3	1.8	10.8	16.2	9.9	
	35~39歳	146	55.5	1.4	11.6	19.9	11.0	0.7

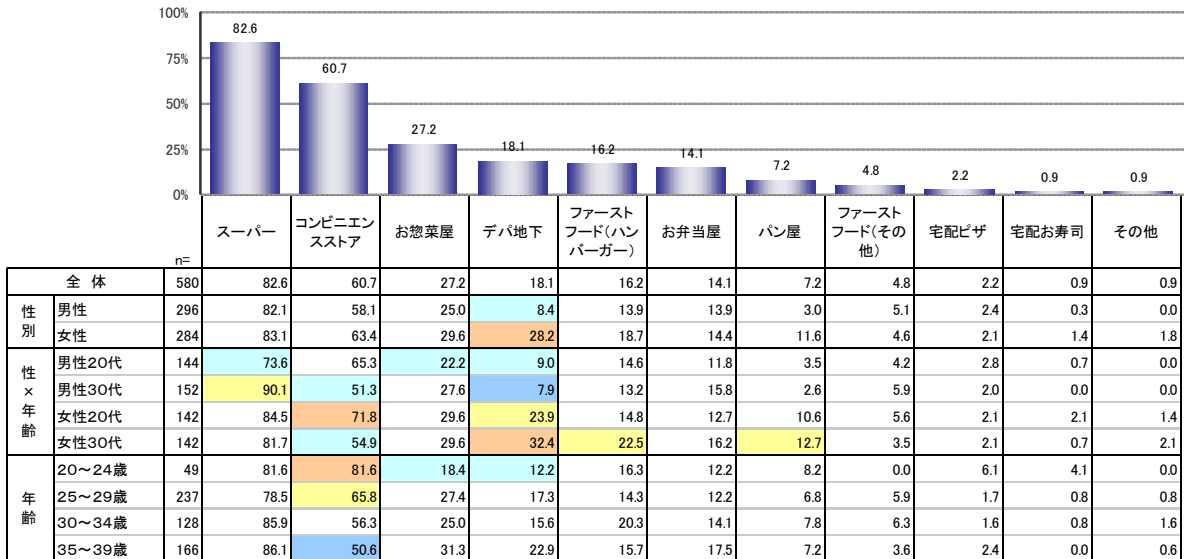
〈図4〉平日の外食でよく利用する店



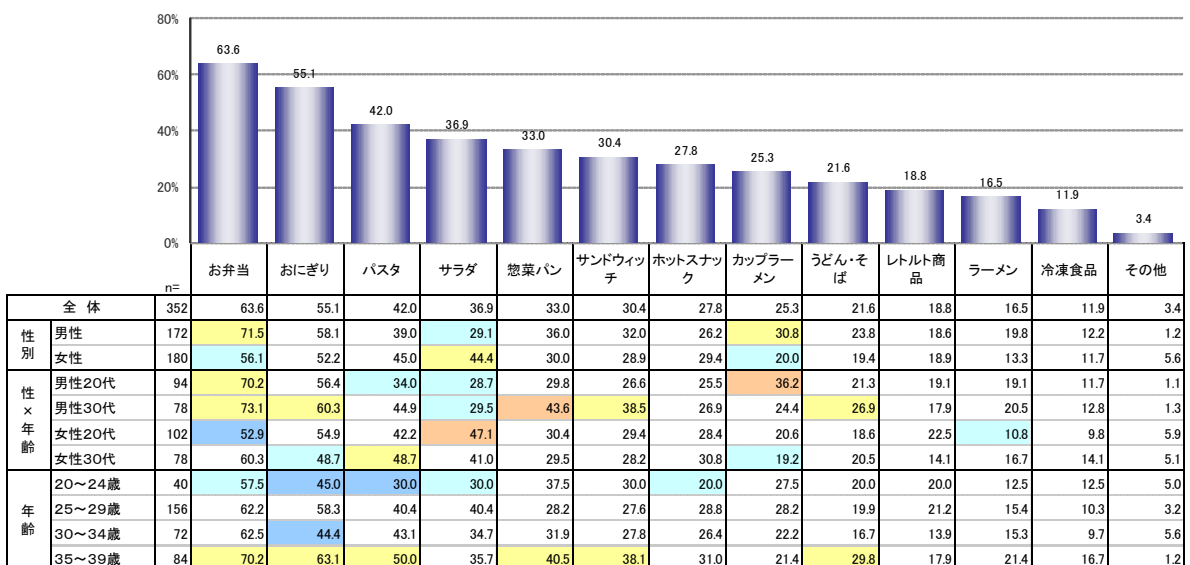
<図5> 中食1回あたりの費用



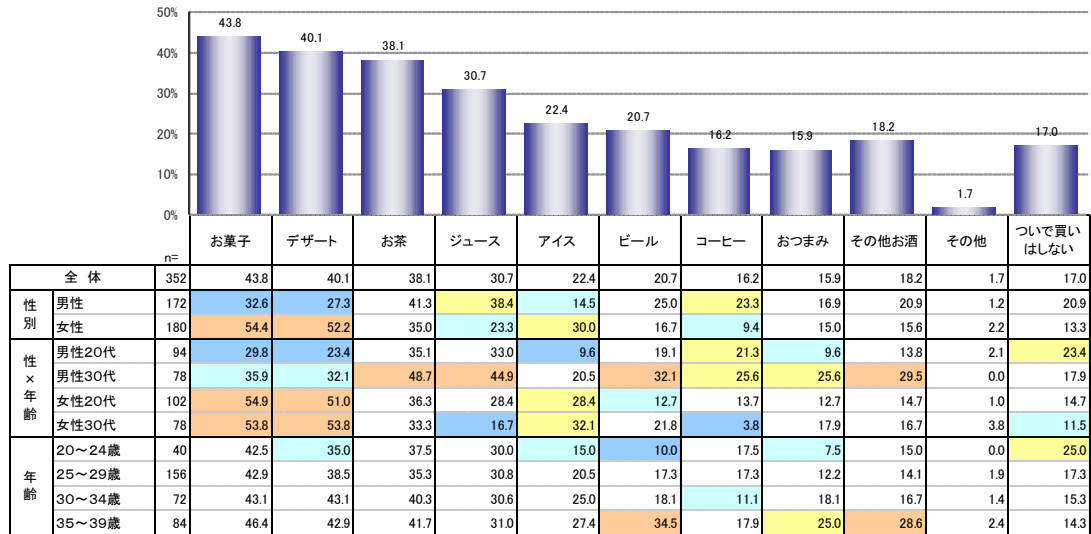
<図6> 平日の中食でよく利用する店



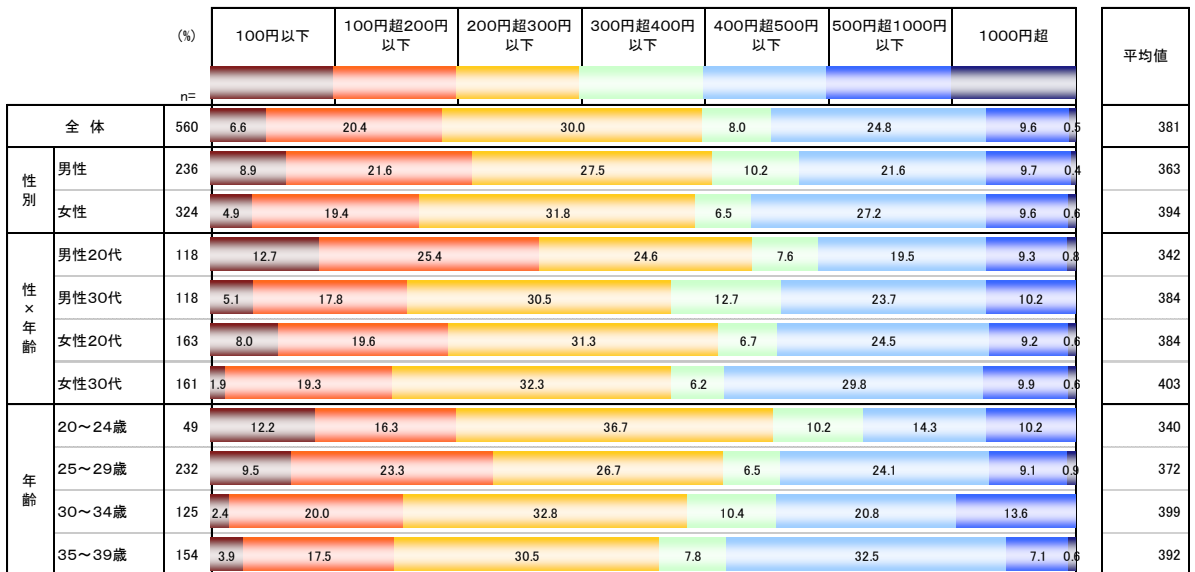
<図7> 中食としてコンビニエンスストアで購入する商品(メイン商品)



〈図8〉中食としてコンビニエンスストアで購入する商品(ついで買い商品)



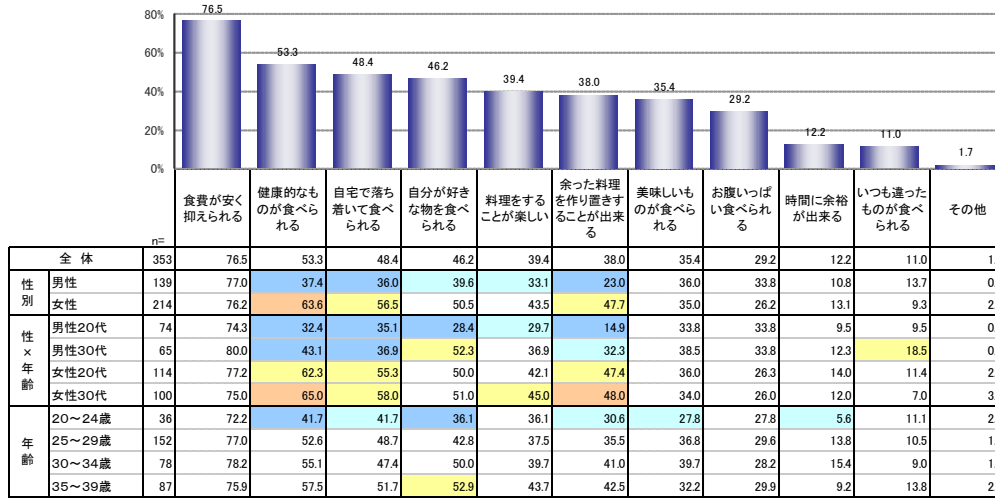
〈図9〉内食(自炊)1回あたりの費用



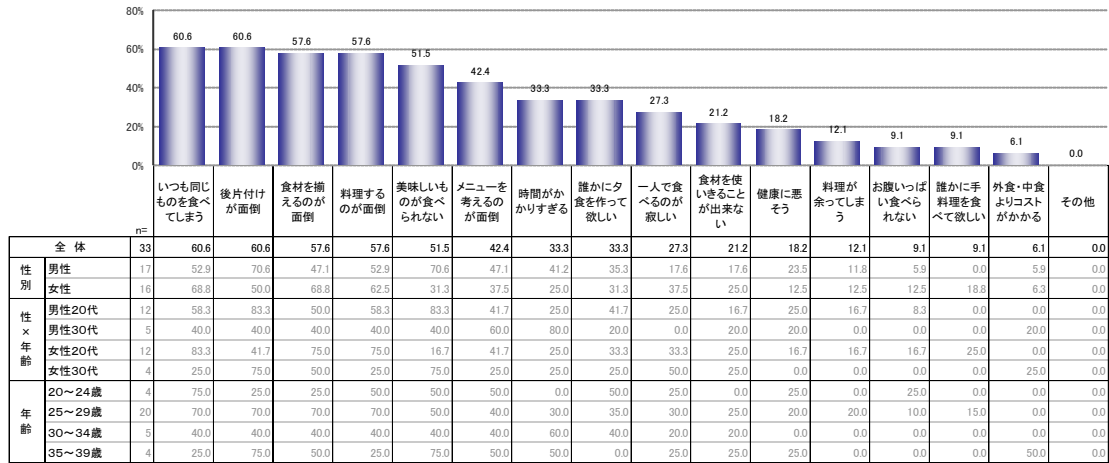
〈図10〉内食(自炊)1回あたりの調理時間



＜図11＞内食(自炊)の満足な理由



＜図12＞内食(自炊)の不満な理由



※サンプルサイズが30未満のセグメントは参考値のため灰色。

■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ (クロス・マーケティング アンケートモニター使用)  
 調査対象 : 一都三県(東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県)に居住する20~39歳の男女で、未婚、一人暮らし、フルタイム労働者  
 調査期間 : 2012年3月1日(木)~2012年3月2日(金)  
 有効回答数 : 800サンプル  
 調査担当 : 福井 明博

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>  
 (東証マザーズ3629)  
 所在地 : 東京都中央区銀座8-15-2 銀座COMビル6F  
 設立 : 2003年4月1日  
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹  
 事業内容 : リサーチ事業、ITソリューション事業

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当:大島 TEL : 03-3549-0603 FAX : 03-3549-0232  
 E-mail : [pr-cm@cross-m.co.jp](mailto:pr-cm@cross-m.co.jp)

＜引用・転載時のクレジット表記のお願い＞

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。  
 <例>「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」