

報道関係各位

2022年9月7日
株式会社クロス・マーケティング

『ミールキット』で献立決めや調理の手間を削減 割高なイメージの払拭で未利用者にも広がる可能性

－ミールキットに関する調査（2022年）－

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、全国20歳～69歳の男女を対象に「ミールキットに関する調査（2022年）」を実施しました。食品の価格高騰が続き、外食も値上げが止まらない中、1食分の食材がセットになったミールキットが注目を集めています。コロナ禍をきっかけに利用し始めた方も多いのではないのでしょうか。今回は、「ミールキットを使用するメリット」「ミールキット利用時に重視する点」「ミールキットに求めること」「ミールキットのイメージ」を聴取し、分析しました。

◆自主調査リリースの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20220907mealkit/>

■ 調査結果

✓ ミールキット利用経験者は36.3%。〈図1〉

利用経験者にどんなメリットを感じているかを聴取したところ、「献立やレシピを考えずに済む」「調理をする手間が軽減される」「手軽に調理ができる」がTOP 3。

✓ ミールキットの利用で重視する点は、「栄養バランス」が41.6%と最多。「時短ができる」38.1%、「好みの味付けかどうか」37.3%と続く。〈図2〉

40代は「時短」と「作るのと比べてもコスパがいい」が他の年代と比べて10pt以上高く、60代では「産地などが明記されている」が高い結果となった。

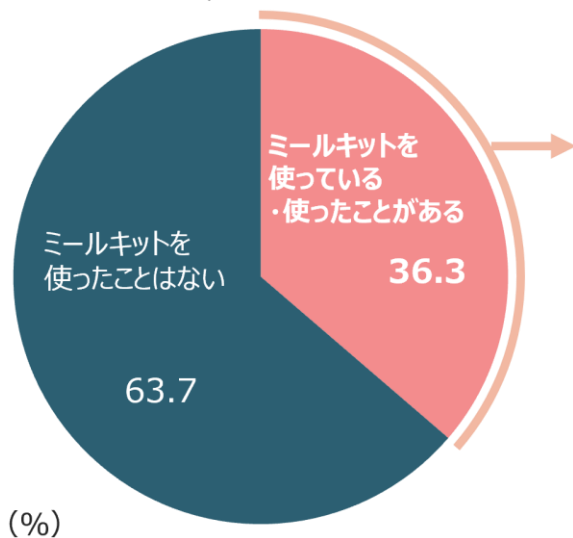
✓ どのようなミールキットなら使ってみたいかを非利用者に聴取したところ、「普段の食事より安くなるなら」が32.8%と多い。〈図3〉

「手間が軽減されるなら」「献立やレシピを考えずに済むなら」が続く。

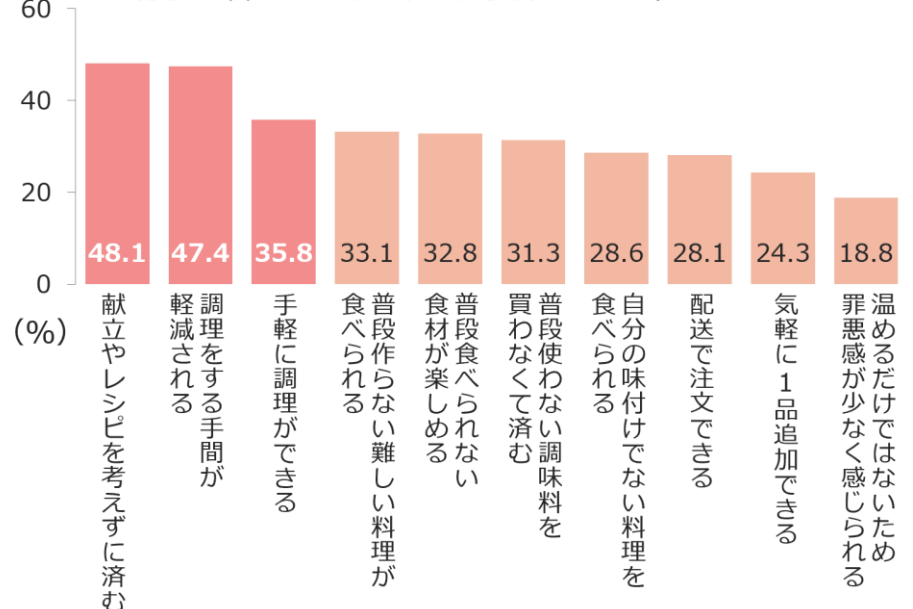
✓ 「価格が高い」「配送で頼むと送料がかかる」など、ミールキットのイメージは価格面に関する項目が上位にあった。〈図4〉

〈図1〉 どんなメリットを感じて「ミールキット」を使っているか

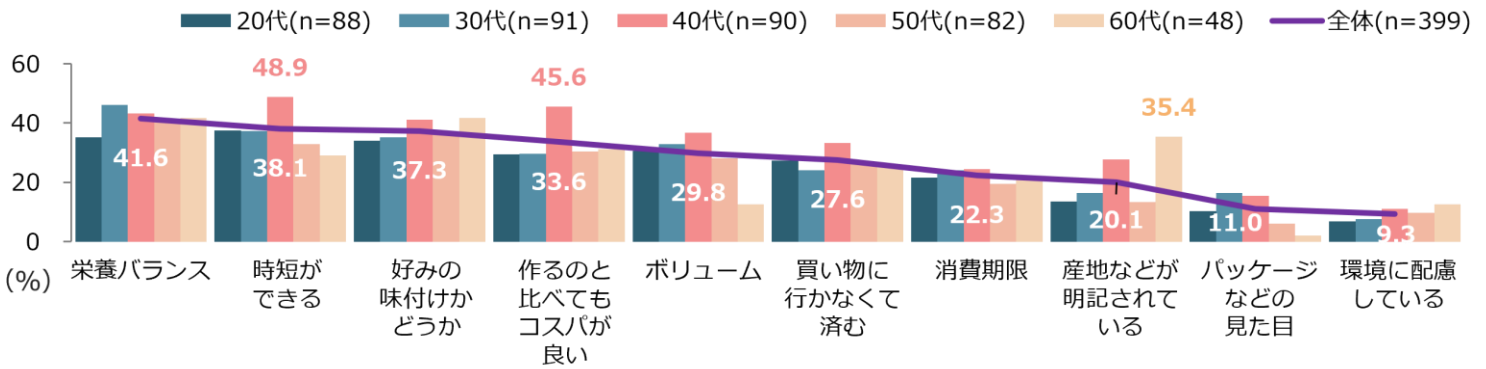
(単数回答：n=1,100)



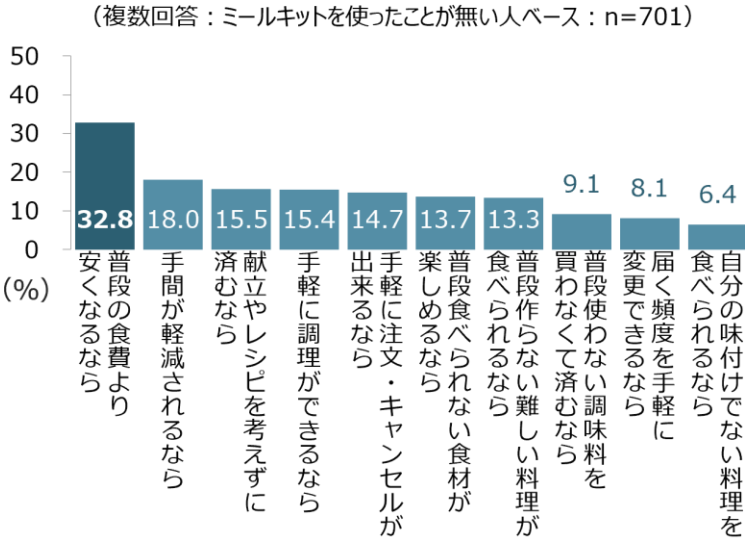
(複数回答：ミールキット利用経験者：n=399)



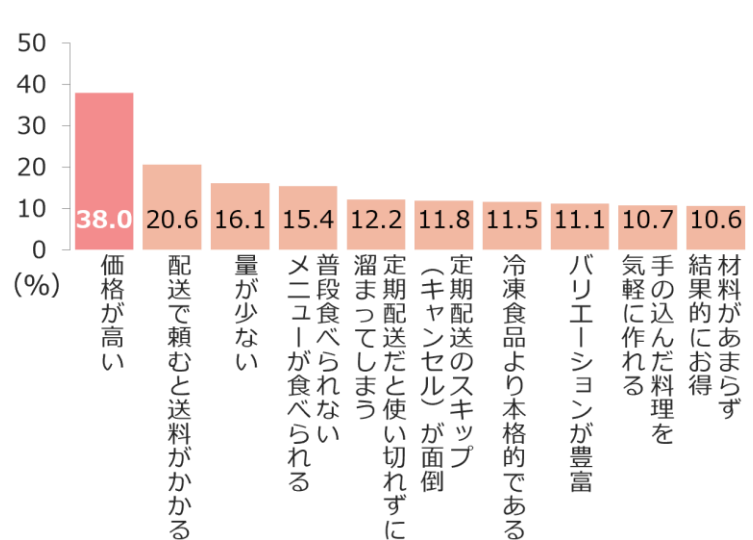
＜図2＞ミールキットで重視している点（複数回答：ミールキットを使っている・使ったことがある人ベース：n=399）



＜図3＞どのようなミールキットであれば使ってみたいと思うか（複数回答：ミールキットを使ったことが無い人ベース：n=701）



＜図4＞ミールキットのイメージ（複数回答：n=1,100）



■調査項目

- 属性設問
- 昨今の状況下で、現在、あなたが「してもいい」と思う外出を伴う行動
- ミールキットを使用するメリット
- ミールキット利用時に重視する点
- ミールキットに求めること
- ミールキットのイメージ

◆クロス集計表のダウンロードはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20220907mealkit/>

■調査概要

調査手法：インターネットリサーチ（クロス・マーケティングセルフ型アンケートツール「QiQUUMO」使用）
 調査地域：全国47都道府県
 調査対象：20～69歳の男女
 調査期間：2022年9月2日（金）～9月5日（月）
 有効回答数：本調査1,100サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【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/>
 所在地：東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
 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：マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルティング

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当：マーケティング部 TEL：03-6859-1192 FAX：03-6859-2275
 E-mail：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・・・」

