

報道関係各位

2020年11月26日
株式会社クロス・マーケティング

コロナ禍で利用広がる 食品宅配サービス・フードデリバリー 利用者の2割が、感染拡大後に頻度増

－食品宅配サービス・フードデリバリーに関する調査－

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「食品宅配サービス・フードデリバリーに関する調査」を実施しました。今回は新型コロナ感染拡大前後の食品宅配サービス（※）、フードデリバリー（※）の利用状況や各サービス利用時に懸念すること・不便なこと、利用したことがあるフードデリバリーについて聴取しています。

※食品宅配サービス：食品・食材の宅配サービスのこと（ネットスーパーなど）
※フードデリバリー：専用サイトやアプリから料理のデリバリーを注文するサービスのこと

◆自主調査リリースの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20201126fooddelivery/>

■ 調査結果

✓ 食品宅配サービス、フードデリバリーを利用したことがある人は、両サービスともに約4割。

それぞれのサービスの利用経験者ベースで見ると、新型コロナウイルスの感染拡大により利用を開始した人、利用頻度が増加した人はともに約3割という結果になった。〈図1〉

✓ サービス利用時に懸念すること、不便なことでは、「配達料金が高い」が食品宅配サービス、フードデリバリーの両方でトップに。女性は価格の高さを、男性は配達員への信頼性を気にしている様子。

食品宅配サービス、フードデリバリーともに「配達料金が高い」「商品受け取り時に家にいる必要がある」「配達エリアに限られる」といった配達・受取に関する項目がTOP5にランクイン。価格面は女性、特に30代の回答が多く、配達料金や店頭価格との差を気にしている。フードデリバリーでは、幅広い年代の女性がエリアが限定的であることを不便に感じている。一方男性は全体的に懸念事項は少ないものの、自宅を訪問する配達員の信頼性が気にかかっている様子。〈図2・3〉

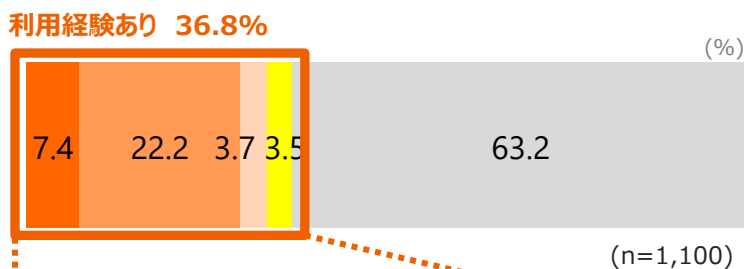
✓ 利用したことがあるフードデリバリーは、「店舗に直接依頼」「出前館」「Uber Eats」がTOP3。

性年代別に見ると、男女30代では「出前館」の利用が最多。「Uber Eats」は男女20・30代の利用が多く、特に女性20代の利用が多い。〈図4〉

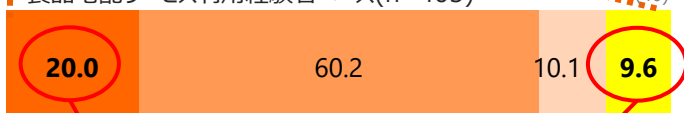
<図1> 新型コロナ感染拡大前後の食品宅配サービス、フードデリバリー利用状況（単一回答）

【食品宅配サービス】

- 感染拡大前から利用しており、拡大後の利用頻度は増えた
- 感染拡大前から利用しており、拡大後の利用頻度は変わっていない
- 感染拡大前から利用していたが、拡大後の利用頻度は減った
- 感染拡大後に初めて利用した
- 利用したことはない



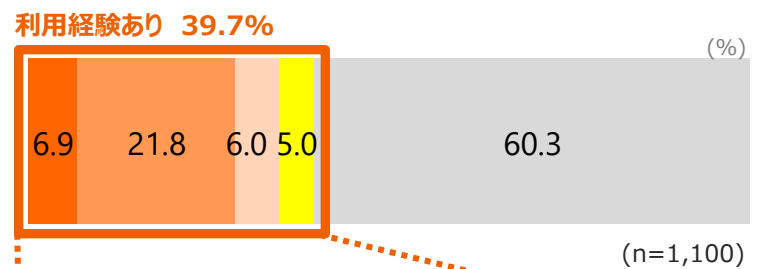
食品宅配サービス利用経験者ベース(n=405)



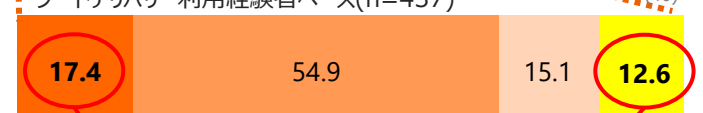
新型コロナの感染拡大による利用頻度増加+利用開始は29.6%

【フードデリバリー】

- 感染拡大前から利用しており、拡大後の利用頻度は増えた
- 感染拡大前から利用しており、拡大後の利用頻度は変わっていない
- 感染拡大前から利用していたが、拡大後の利用頻度は減った
- 感染拡大後に初めて利用した
- 利用したことはない

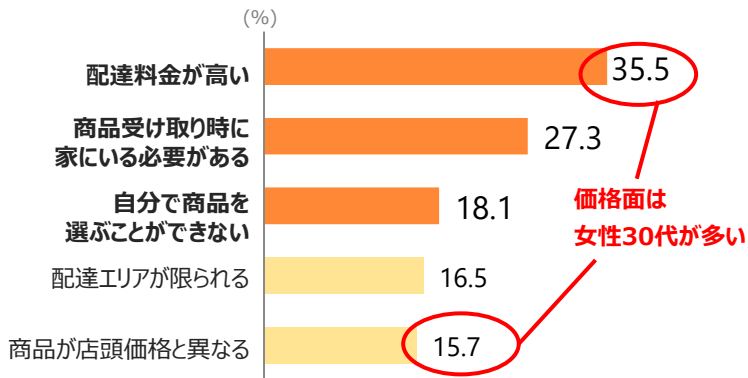


フードデリバリー利用経験者ベース(n=437)

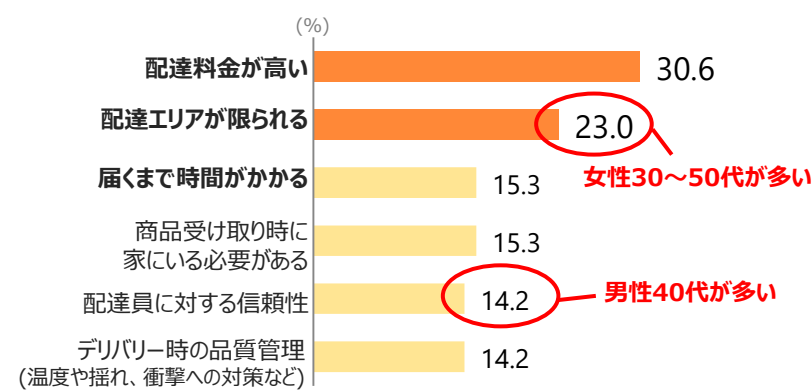


新型コロナの感染拡大による利用頻度増加+利用開始は30.0%

＜図2＞ 食品宅配サービス利用時に懸念すること、不便なことTOP5（複数回答）（n=1,100）

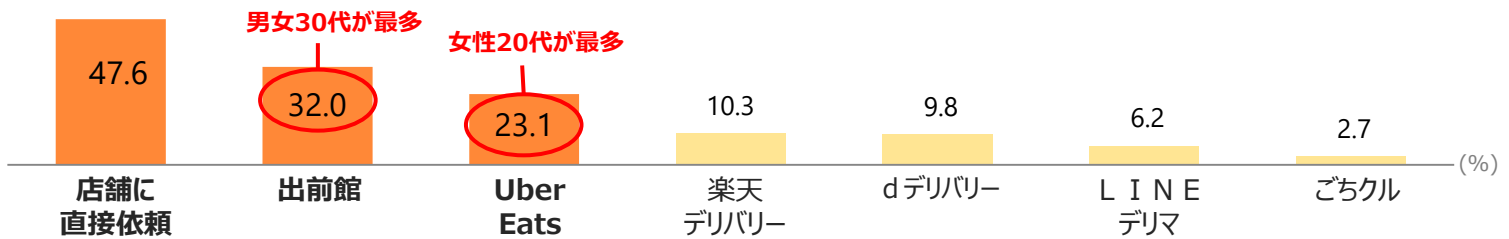


＜図3＞ フードデリバリー利用時に懸念すること、不便なことTOP5（複数回答）（n=1,100）

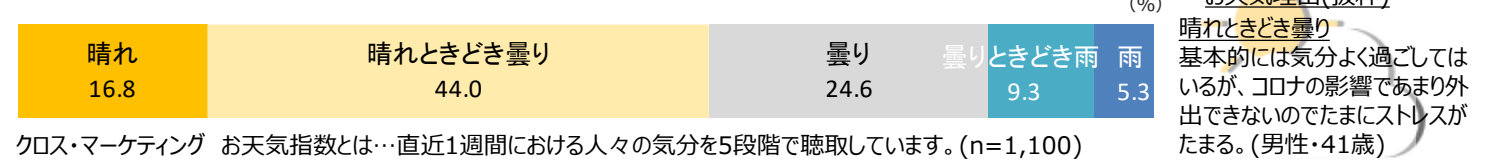


＜図4＞ 利用したことがあるフードデリバリー（複数回答）

フードデリバリー利用経験者ベース(n=437)



クロス・マーケティング お天気指数



クロス・マーケティング お天気指数とは…直近1週間における人々の気分を5段階で聴取しています。(n=1,100)

■ 調査項目

- 属性設問
- 直近1週間における気分とその理由
- 食品宅配サービスの利用経験
- 食品宅配サービスで懸念すること、不便なこと
- フードデリバリーの利用経験
- 利用したことがあるフードデリバリー
- フードデリバリーで懸念すること、不便なこと

◆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/20201126fooddelivery/>

■ 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「QiQUMO」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 : 2020年11月24日 (火) ～25日 (水)
- 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

◆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・・・」