

報道関係各位

2022年10月13日
株式会社クロス・マーケティング

ここ3か月以内のフードデリバリー利用率は2割 今後の利用意向は34%「価格」「エリア」には課題も

－ 宅配に関する調査（2022年）フードデリバリー編 －

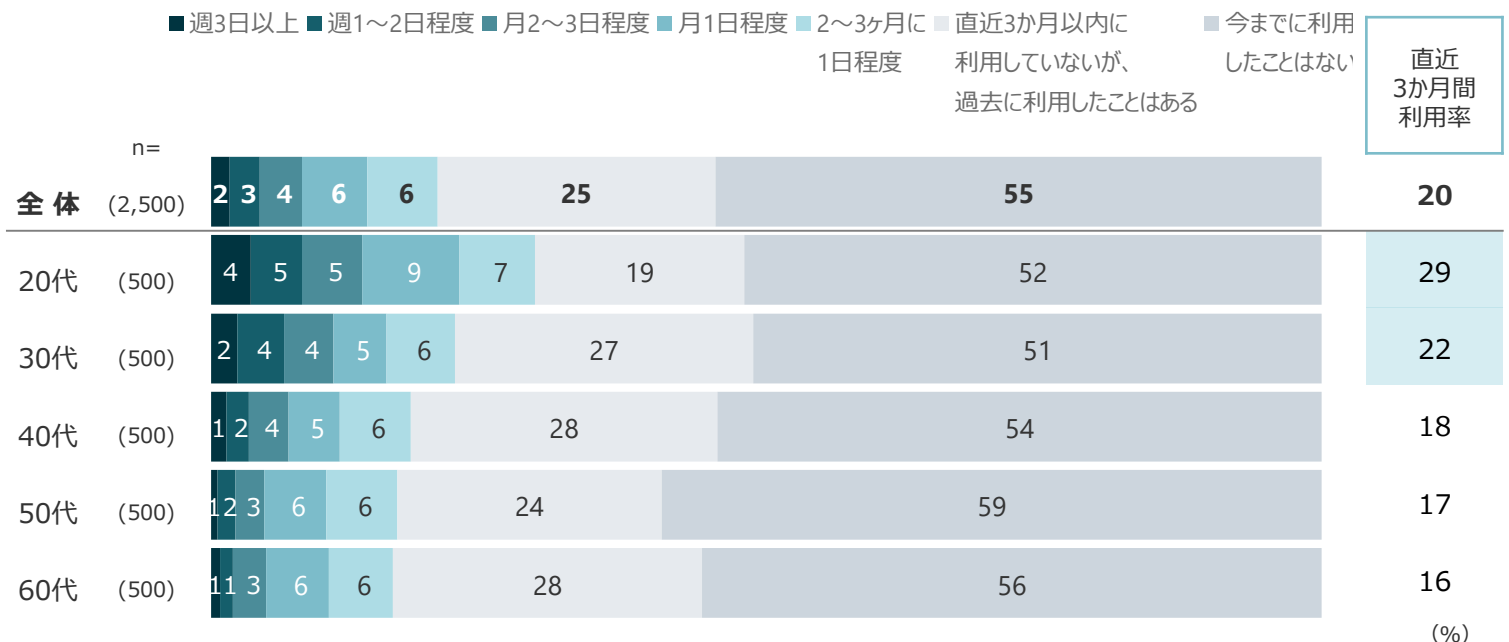
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、2022年9月、全国47都道府県に在住する20～69歳の男女2,500人を対象に「宅配に関する調査（2022年）」を実施し、「宅配」に関わる利用実態や意識・行動などを全般的に聴取しました。今回は、以前からある出前や仕出しに加え、コロナ禍で急速に拡大をとげたフードデリバリー（料理宅配）にフォーカスをあて分析をしました。

■ 調査結果 （一部抜粋）

- ✓ **【フードデリバリーの利用状況】** 直近3か月の利用率は20%、20代の利用率は29%と最も高く、次いで30代の22%。若い年代ほど利用率は高い。＜図1＞利用チャネルは、「デリバリーサービス」が49%、「ピザ、お寿司など専門のお店」は48%と2強であった。「デリバリーサービス」は20～30代、「専門のお店」は50～60代の利用が高い。＜図2＞注文したメニューは、「ピザ」が57%と最も高く、次いで「お弁当」「お寿司」「ハンバーガー・フライドチキン」が2割台であった。＜図3＞
- ✓ **【利用シーンと不満点・未利用理由】** 直近3か月の利用者は、「料理・自炊するのが面倒・時間がない」「外食をするのが面倒・時間がない」ときに利用している人が多い。特に40代は「料理・自炊するのが面倒・時間がない」が64%と高い。＜図4＞フードデリバリーの不満点は、「配達料金がかかる／高い」「配達エリアが限られる」「少量を頼みにくい」「届くまでの温度管理」など。＜図5＞また、今までにフードデリバリーを利用したことのない人では、「配達料金がかかる／高い」「外食するよりも価格が高い」「デリバリーをしてくれるお店が近くにない」という点があげられた。＜図6＞利用者の不満点や未利用の理由は、「価格」や「配達エリア」によるものが多く、特に50代は価格面の不満が高かった。
- ✓ **【今後の利用意向とその理由】** 今後の利用意向は、全体で34%であり、若い年代ほど利用意向は高まる。最も意向の高い20代でも41%程度、60代は3割に満たない結果であった。＜図7＞利用意向のある人では、自炊や外食の代替手段として、人が集まる時やイベント時などで利用したいといった意見が多くあがった。一方、利用意向のない人では、利用料金の高さ、出来上がりをすぐに食べられない、配達スタッフの信用性や清潔感、個人情報取り扱いへの不安などの声が聞かれた。＜図8＞

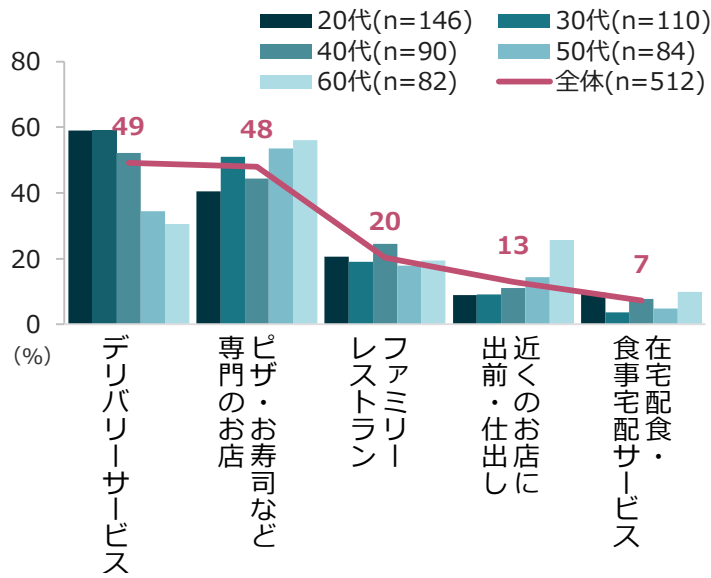
◆ 詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20221013delivery/>

＜図1＞フードデリバリーの利用頻度（単一回答）



<図2> 直近3か月間の利用チャネル（複数回答）

※ベース：直近3か月以内にフードデリバリーを注文した人



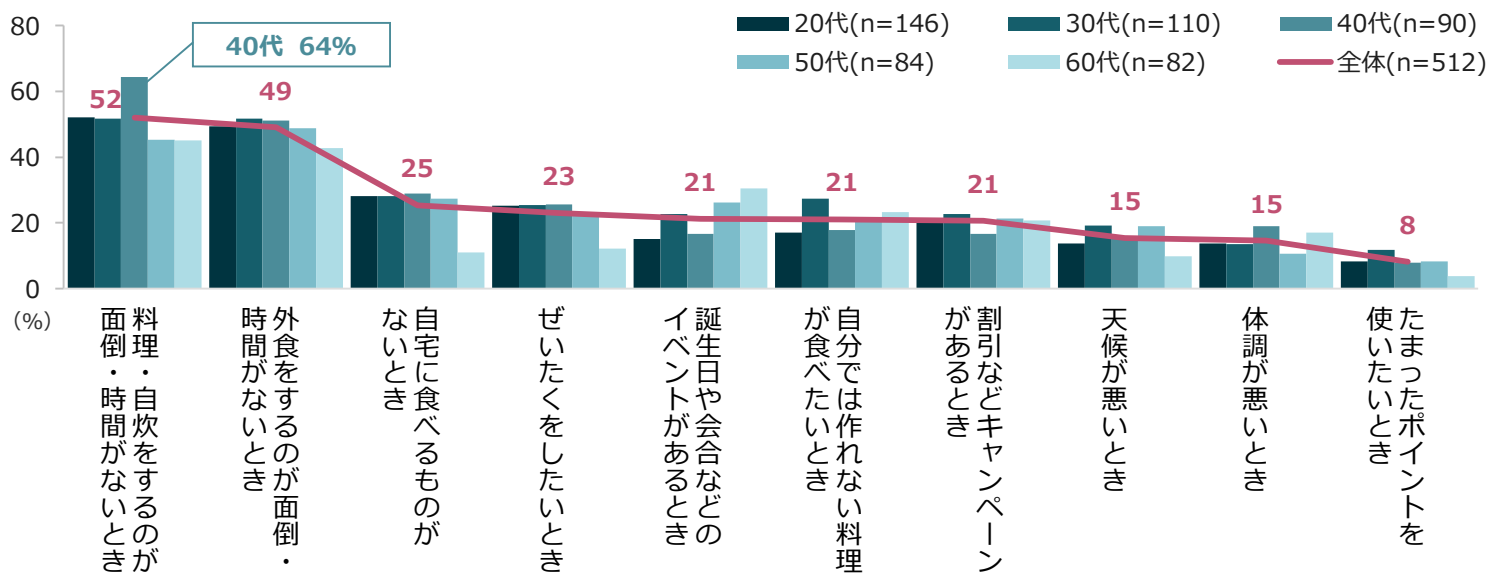
<図3> 直近3か月間に注文したメニュー（複数回答:n=512）

※ベース：直近3か月以内にフードデリバリーを注文した人／上位8項目を抜粋

順位	メニュー	割合 (%)
1位	ピザ	57
2位	お弁当	29
3位	お寿司	27
4位	ハンバーガー・フライドチキン	23
5位	丼もの	19
6位	ラーメンや中華料理	14
7位	カレーや洋食料理	14
8位	パスタ	11

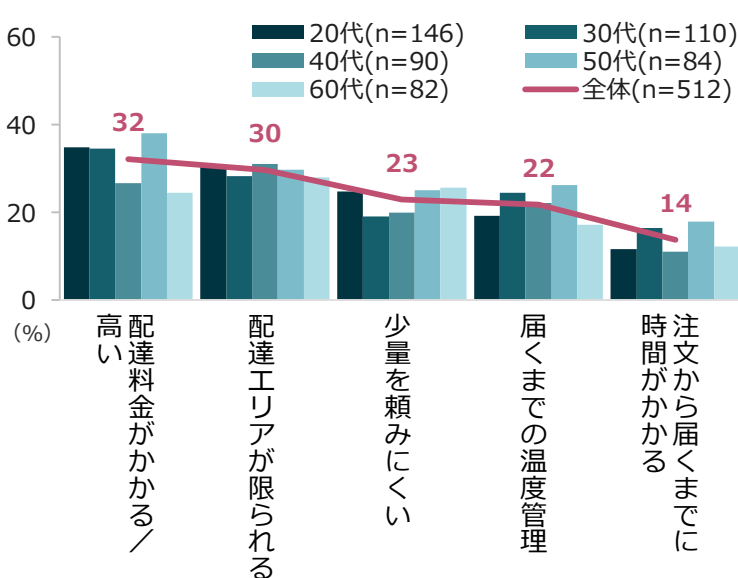
<図4> 直近3か月間のフードデリバリー利用シーン（複数回答）

※ベース：直近3か月以内にフードデリバリーを注文した人／上位10項目を抜粋



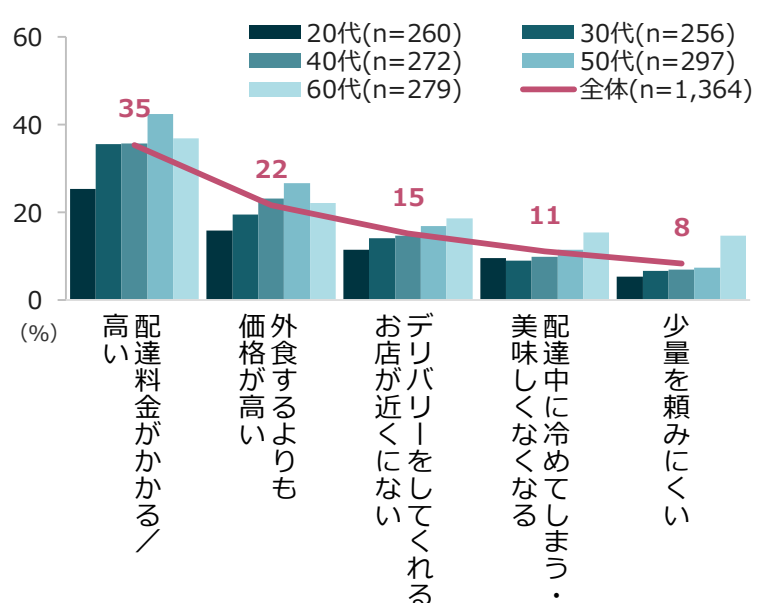
<図5> フードデリバリーの不満点（複数回答）

※ベース：直近3か月以内にフードデリバリーを注文した人／上位5項目を抜粋

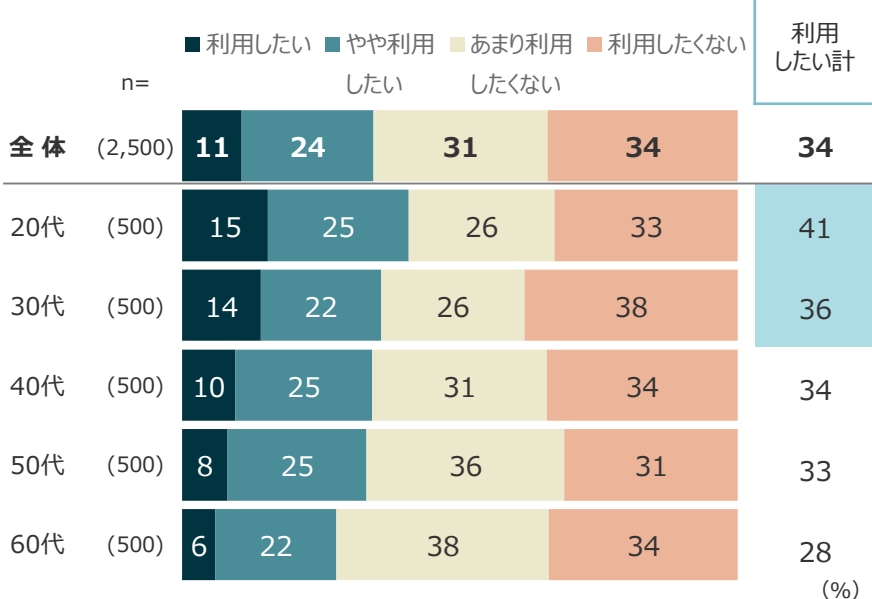


<図6> フードデリバリーを利用しない理由（複数回答）

※ベース：今までにフードデリバリーを注文したことがない人／上位5項目を抜粋



＜図7＞ 今後のフードデリバリー利用意向（単一回答）



＜図8＞ 利用意向の理由（自由回答） ※一部抜粋

- ＜利用したい理由＞
- ・仕事をしながらのご飯の支度は大変なため
 - ・ご飯を作る時間がないときや面倒なときに便利
 - ・普段行けないお店の料理が食べられる
 - ・外食は控えているためデリバリーで外食気分を味わいたい
 - ・自分では作れない特別なものを頼みたいときに
 - ・イベントや来客の時に便利
 - ・お店まで行くことや外出が面倒なときに
- ＜利用したくない理由＞
- ・配達やサービス料金が高い
 - ・配達エリア外だから
 - ・温かいものは冷めるから、直接お店へ行きすぐに食べたい
 - ・配達人を信用できない／配達乱雑／対応が冷たい
 - ・運んでる人を見ると、不潔な人も多いから
 - ・個人情報の取り扱いに安心感を持ってない
 - ・使わなくても不便はないから

■レポート項目一覧

- 属性設問（性別/年代/居住地/婚姻状況/同居子ども有無/同居人数/職業/テレワーク頻度/共働き有無/世帯年収）
- 調査結果サマリー

▼フードデリバリー編

- フードデリバリーの利用頻度
- 利用したサービス
- 注文した料理
- 利用したシーン/最も多く利用したシーン
- 1か月の平均利用金額
- フードデリバリーの不満点/最も不満な点
- 利用して困ったこと（自由回答抜粋）
- 改善してほしい点（自由回答抜粋）
- フードデリバリーを利用していない理由
- フードデリバリーの利用意向
- 利用意向のある理由/ない理由（自由回答抜粋）

※レポートでは、性年代別/年収別/世帯人数別/家事専業・共働き別/在宅勤務の頻度別のグラフを掲載しています。

◆レポートのダウンロードはこちらから <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20221013delivery/>

■調査概要

- 調査手法 : インターネットリサーチ
- 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27日（火）～9月28日（水）
- 有効回答数 : 本調査2,500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ーション

◆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・・・」

