

報道関係者各位

2017年12月27日

出前総合研究所

働くお母さんの出前実態を調査
出前メニュー選びのポイントは「価格」「ボリューム感」「野菜多め」
～多品目が摂取できるファミレスメニューやお弁当が人気～

出前・デリバリーに関する調査研究と情報発信を行う『出前総研』は、女性の家事や食事の用意における出前利用に関する調査を行いましたので、その結果を報告いたします。

<調査結果サマリ>

1. 普段の家事について

普段行っている家事で「負担に感じている家事」を聞いたところ、1位は「掃除（61.4%）」、2位は「食器洗い（45.6%）」、3位は「料理（44.8%）」でした。4位には「食材や生活用品の買い出し（39.2%）」ときており、食事の用意～後片付けに負担を感じているように見られます。また、「時短したい家事」では、1位は「掃除（59.4%）」でしたが、2位は「料理（55.2%）」で、負担に感じている家事の回答率を10ポイント以上上回っていました。

2. 出前の利用状況

● **出前の利用頻度**

食事の用意における出前の利用状況を聞いたところ90%以上の回答者が出前を利用していましたが、子供がいて仕事をしている女性（以下、働くお母さん）は月に1回以上出前を利用する人が73%でしたが、同居者が配偶者のみで仕事をしている女性や独身の一人暮らし女性と比べると出前の利用は「少ない」という結果でした。

● **働くお母さんの出前の利用シーン**

1位「忙しくて料理の用意ができない時（63.2%）」、2位「料理を作るのが面倒な時（59.1%）」
3位「食材を買いにいけない時（28.1%）」

● **出前の食事を選ぶ際に気にすること**

1位「価格（65.5%）」、2位「ボリューム感（37.4%）」、3位「野菜が取れる（23.4%）」
また、どんなメニューを出前してほしいか聞いたところ1位は「野菜がたっぷりとれるメニュー（56.5%）」、2位が「多くの品目がとれるメニュー（48.9%）」で、出前の食事にはボリューム感もありながら「野菜」や「栄養バランス」も重要なようです。

【本リリースに関する報道関係者からのお問合せ先】

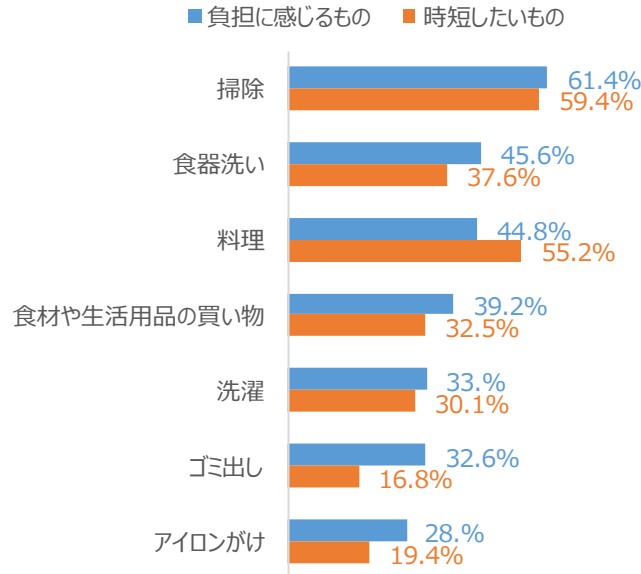
出前総研 担当：大谷

TEL:03-6777-0870 FAX:03-6777-0871 Mail : dri@yumenomachi.co.jp

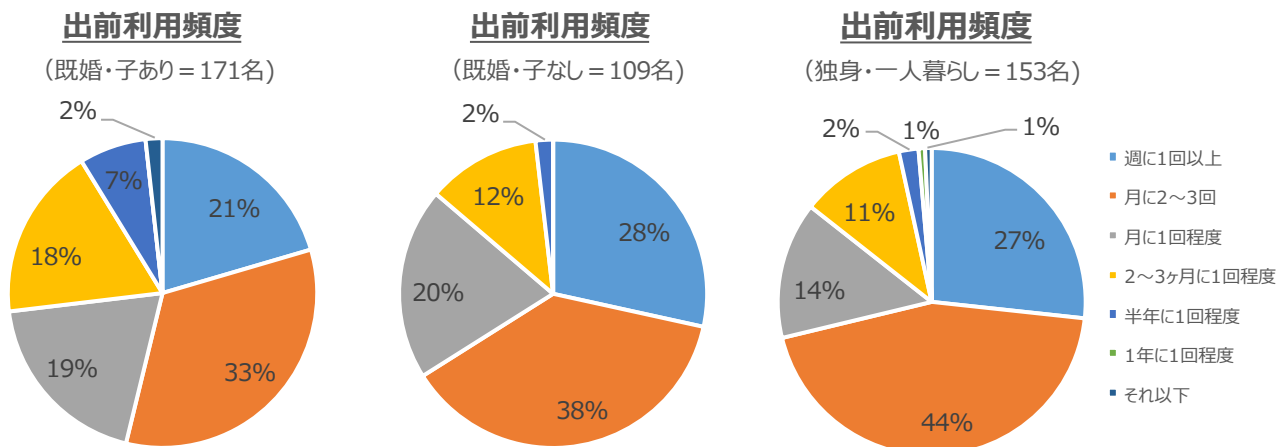
出前総研が出前館の女性利用者向けにおこなったアンケートで、普段行っている家事で「負担に感じている家事」を聞いたところ、1位は「掃除（61.4%）」、2位は「食器洗い（45.6%）」、3位は「料理（44.8%）」でした。4位には「食材や生活用品の買い出し（39.2%）」ときており、食事の用意～後片付けに負担を感じているように見られます。また、「時短したい家事」では、1位は「掃除（59.4%）」でしたが、2位は「料理（55.2%）」で、負担に感じている家事の回答率を10ポイント以上上回っており、「料理」は「料理」を負担と感じていない回答者でも「時短をしたい」と考えているようです。

負担に感じる家事と時短したい家事

（出前館の女性利用者＝625名）



次に、食事の用意における出前の利用状況を聞いたところ 90%以上の回答者が出前を利用していましたが、回答者の属性によって利用頻度に差がありました。仕事をしている女性のうち、結婚して子供がいない女性と独身の一人暮らし女性は月に出前を1回以上利用する人が86%だったのに対して、子供がいる女性（以下、働くお母さん）は月に1回以上出前を利用する人が73%だった。例えば、出前の利用が「半年に1回程度」との回答割合が最も高く、他の属性の女性よりも出前の利用が少ないという結果が出ています。

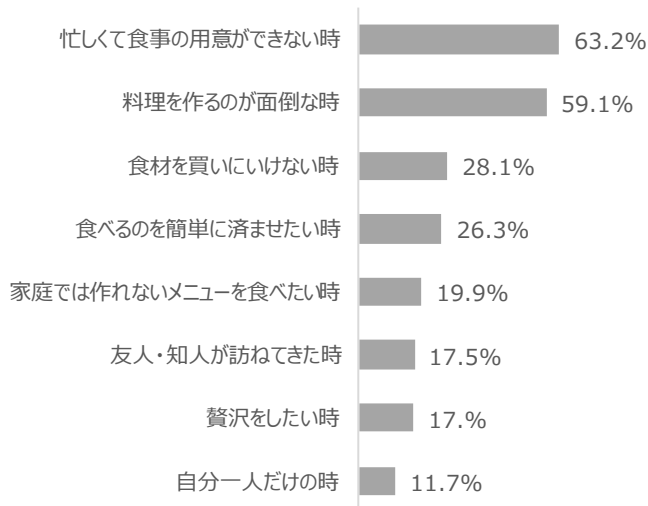


次に、働くお母さんに出前の利用シーンについて聞きました。最も多かった回答は「忙しくて料理の用意ができない時（63.2%）」で、次いで「料理を作るのが面倒な時（59.1%）」でしたが、3位以降の回答とは30ポイント近い差があり、働くお母さんたちは、主に仕事や家事で忙しい時に出前を利用していることが想定されます。

出前の食事を選ぶ際気にすることでは、1位が「価格（65.5%）」で、次いで2位「ボリューム感（37.4%）」、3位「野菜が取れる（23.4%）」という結果でした。

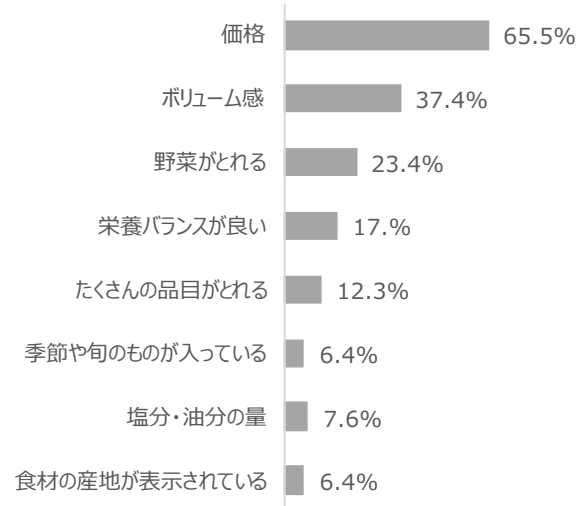
出前の利用シーン

（働くお母さん、かつ、出前利用者 = 171名）



出前の食事を選ぶ際気にすること

（働くお母さん、かつ、出前利用者 = 171名）

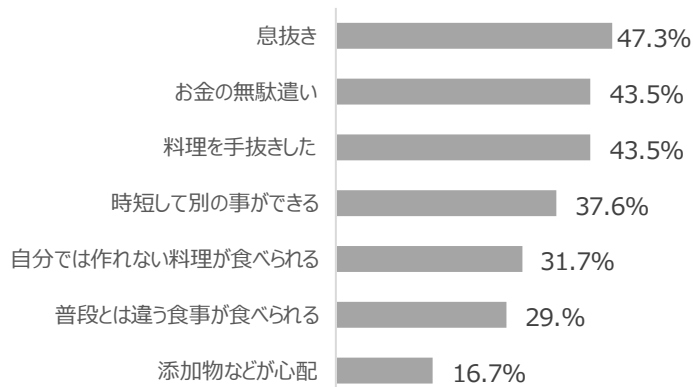


出前の利用についてどう感じるか聞いたところ、働くお母さんの47.3%が出前利用を「息抜き」と答えた一方で「料理を手抜きした」「お金の無駄遣い」との回答も43.5%ありました。

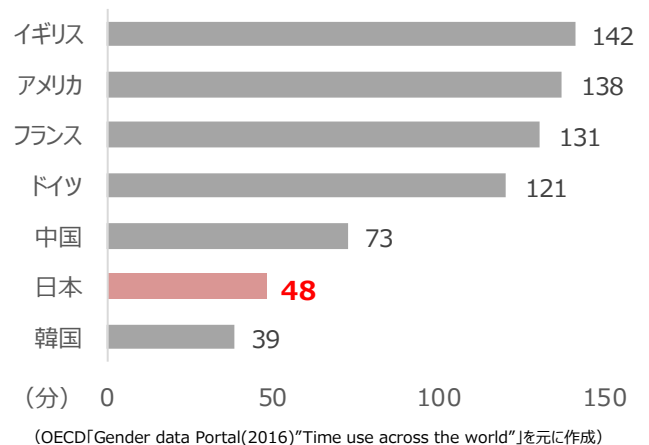
OECDのデータによれば、日本の男性の1日の家事に費やす時間は48分で韓国に次いで2番目に低いです。女性の社会進出が進み共働き世帯が増えても日本ではいまだに、「家事や料理は女性の役割」「（働いていても）料理は母親が作るもの」といった考えが男性だけでなく女性の中にもあります。そのため、食事を出前にすることは「手抜き」で「お金の無駄遣い」と捉えられているのかもしれませんが、こういった後ろめたさが、前述のアンケートの出前の食事を選ぶ際に気にすることで「価格」が1位になったことや子供がいない女性や独身の女性に比べて出前利用がすくないことにもつながっていると思われます。

出前を利用する際、どのように感じますか？

（働くお母さん = 186名）



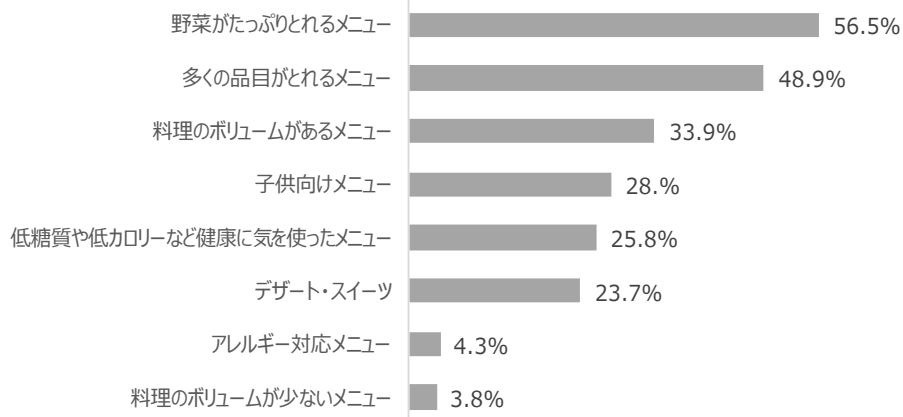
男性の家事をする時間（1日あたり）



どんなメニューを出前してほしいか聞いたところ 1位は「野菜がたっぷりとれるメニュー（56.5%）」、2位は「多くの品目がとれるメニュー（48.9%）」という結果でした。出前の食事にはボリューム感もありながら「野菜」や「栄養バランス」も重要なようです。





出前をしてほしいメニュー

（働くお母さん = 196名）



注文したことのある出前メニューでは、1位が「ピザ」で2位が「寿司」と定番でしたが、3位以降に「弁当」や「ファミリーレストランの出前」「中華」など主食だけでなく副菜も取れるようなメニューをそろえるジャンルが入っていました。「ファミリーレストランの出前」では子供向けメニューも多く取り扱っているため、お母さんたちの支持を集めているのかもしれませんが。出前館の注文データを見ても、過去1年間（2016年12月～2017年11月）の子供のいるユーザーの出前注文商品の上位は「キッズカレー（ガスト）」や「お子さまカレー弁当（カレーハウス CoCo 壱番屋）」、「お子様にぎり（銀のさら）」など子供向け商品が多く見られました。

お母さんに人気のお子様向け出前メニュー

| メニュー名 | メニュー内容 | メニュー名 | メニュー内容 |
|---|---|--|---|
| キッズカレー | お子さまカレー弁当 D チキンナゲット&ソーセージ | お子様にぎり | おこさまチャーハンセット |
|  |  |  |  |
| 490 円 | 471 円 | 702 円 | 490 円 |
| ガスト | カレーハウス CoCo 壱番屋 | 銀のさら | バーミヤン |

※価格はすべて税込価格です。また、価格は地域によって異なる場合があります。

【本リリースに関する報道関係者からのお問合せ先】
出前総研 担当：大谷
TEL:03-6777-0870 FAX:03-6777-0871 Mail : dri@yumenomachi.co.jp

最後に、出前館が行った働くお母さんへのインタビューでどんな場面で出前を活用しているかを紹介します。



松田さん・30代

家族構成：夫（30代）・長女（10歳）・次女（8歳）・三女（2歳）

職種：在宅でWEB記事を作成

「今日はお料理したくないなあという日に、よく出前を利用しています。出前だと電子レンジを使わないで済むのも魅力的ですね。特に子どもたちに野菜をたっぷり食べさせられる中華料理などをよく頼んでいます。」



川端さん・40代

家族構成：夫（30代）・長女（18歳）・次女（7歳）

職種：介護職のフルタイム勤務

「フルタイムの介護職で体力勝負なので、仕事から帰って来た時にはヘトヘトになっています。しかし、子どもがお腹を空かせて待っていることも多く、そういう場合には余り無理をしないで、ピザなどを取り寄せてのんびりさせてもらっています。」



堀内さん・30代

家族構成：夫（30代）・長女（9歳）・次女（6歳）・三女（3歳）

職種：保育士（育休中）

「我が家には娘が3人いるので、週末に外食に行くのも一苦勞です。しかし、出前で自分たちの好きなものをオーダーすれば、わざわざ外へ行かなくても外食気分が味わえる上に、お金も時間も短縮できます。」

今後も『出前総研』では、最新の出前・デリバリーに関する調査研究と情報発信を行って参ります。

【調査概要】

- 出前の利用に関する調査
 - 調査期間：2017年12月16日～22日
 - 調査対象：女性の出前館利用者 625名
- お母さんの出前注文データ
 - 調査期間：2016年12月1日～2017年11月31日
 - 調査対象：上記期間において、「お子様」「キッズ」「子供」を含む商品を注文したユーザーの注文実績

【本リリースに関する報道関係者からのお問合せ先】

出前総研 担当：大谷

TEL:03-6777-0870 FAX:03-6777-0871 Mail : dri@yumenomachi.co.jp

【出前総研 概要】

これまでの『出前館』運営により蓄積してきた経験と知見を活かし、自ら情報を発信していくことにより、日本の出前・デリバリーを含めた中食産業、外食産業を中心とした「食」産業の活性化に貢献していくことを目的に開設された機関です。出前・デリバリーを含む中食に関する領域を総合的に調査・研究し、情報発信しております。また、日本最大級の宅配ポータルサイト『出前館』の運営によって得た様々なデータや、その経験を活かしたメニュー開発、プロモーションや配送等の出前・デリバリーに関連するコンサルティング活動も同時に行っております。

(『出前総研』: <http://demaesouken.blogspot.jp/>)

【運営会社：夢の街創造委員会株式会社 概要】

- 設立：1999年9月9日
- 資本金：11億1,330万円（2016年8月末現在）
- 所在地：（大阪本社）〒541-0056 大阪市中央区久太郎町3-6-8 御堂筋ダイワビル8階
（東京本社）〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-8-1 丸の内トラストタワーN館15階
- 代表者：代表取締役社長 中村 利江
- WEBサイト：<http://www.yumenomachi.co.jp/>
- 主な事業概要：日本最大級の宅配ポータルサイト『出前館』<https://demaecan.com/>の運営

【本リリースに関する報道関係者からのお問合せ先】

出前総研 担当：大谷

TEL:03-6777-0870 FAX:03-6777-0871 Mail : dri@yumenomachi.co.jp