

報道関係者各位

2018年11月20日

出前総合研究所

オンラインデリバリーに関する10万人調査を実施！
オンラインデリバリーの利用経験者は約4割
～今後も市場が伸びていく見込み～

全国の15歳～49歳の男女10万人を対象に行ったオンラインデリバリーに関する調査について、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』より、その結果を報告いたします。

<調査結果サマリ>

1. 外食の利用実態

● **外食頻度**

1週間の外食について「週に1回程度」以上との回答が47.5%と半数近くありましたが、一方で外食に出るのが面倒な時が「ある」との回答が60.4%でした。

● **外食にかかる時間**

平日：平均56.0分

休日：平均65.2分

休日の方が平日よりも外での食事に時間をかける傾向にあります。

2. オンラインデリバリーの利用状況

● **オンラインデリバリーの利用経験**

利用したことがあるとの回答は41.5%。半数以上は利用経験がありませんでした。

● **オンラインデリバリーの利用シーン**

1位 自分・家族の食事を休日の夜（16時以降）に自宅で 59.0%

2位 自分・家族の食事を平日の夜（16時以降）に自宅で 40.0%

3位 自分・家族の食事を休日の昼（10時～16時）に自宅で 30.0%

普段の食事として、自宅での利用が多い結果となりました。

● **オンラインデリバリーの利用意向**

今後の利用意向は54.1%で、利用経験者よりも多いため、今後市場が伸びていく可能性が見込まれます。

これらの結果を受けて、自宅でのホームパーティーや職場でのランチ、会議の食事、懇親会での利用などでは依然として出前が参入する余地はあり、新たな利用シーンを開拓し、また、外食にいくのが面倒と考える人たちに日常的な食事の利用として出前を訴求することで出前市場が伸びていくと考えられます。

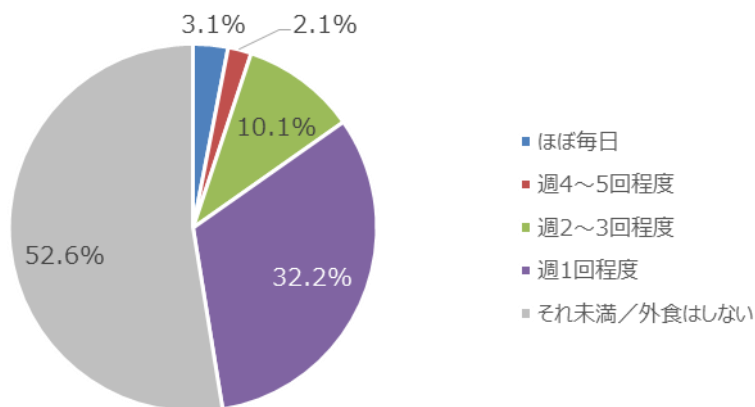
【本リリースに関する報道関係者からのお問合せ先】

出前総研 担当：大谷

TEL: 03-4500-9380 FAX:03-4500-9390 Mail: dri@yumenomachi.co.jp

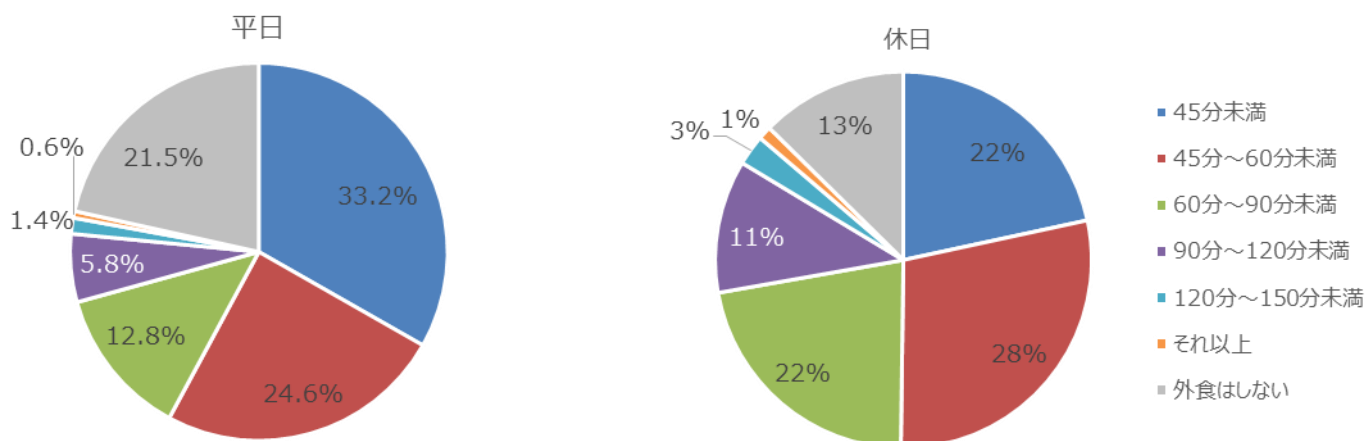
初めに、1週間のうち外食に行く頻度について聞いたところ、「週に1回程度」が32.2%と最も多く、「ほぼ毎日（3.1%）」、「週に4～5回程度（2.1%）」、「週に2～3回程度（10.1%）」を含めて回答者の半数近くの47.5%が「週に1回程度」以上は外食に行っていることがわかりました。

1週間の外食頻度 (N=100,000)



また、普段の外食にかかる時間では、平日は「45分未満」という回答が最も多く33.2%、次いで「45分～60分未満」が24.6%となり、全体の平均時間は56.0分でした。休日は、「45分～60分未満」が28.6%と最も多く、次いで「60分～90分未満」が22.0%で、平均時間は65.2分で、休日の方が平日よりも外での食事に時間をかけていることがわかりました。

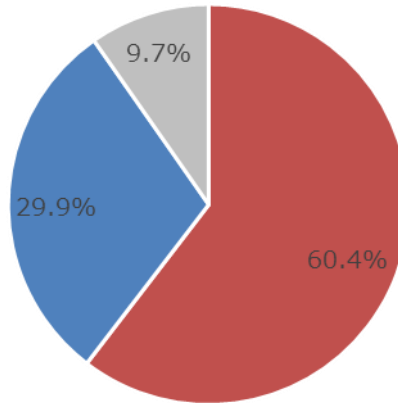
外食にかかる時間 (N=100,000)



外食に出かけるのが面倒な時があるのか聞いたところ、約6割が面倒な時が「ある」と回答しており、週に1回以上は外食に行きながらも外食に行くことを面倒に感じている人が多いことがわかりました。

Q. 外食に出るのが面倒な時がありますか

(N=100,000)

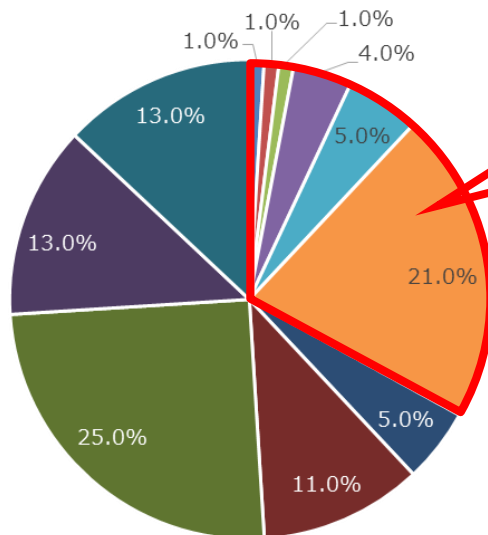


■ ある ■ ない ■ 外食はしない

次に、オンラインデリバリーの利用経験について聞いたところ、「ある」と回答したのは41.5%で、回答者の半数以上がオンラインデリバリーの利用経験がありませんでした。

オンラインデリバリーを利用したことのある100人に利用頻度を聞いたところ、「半年に1回程度」が25.0%で最も多かったですが、「週に1回程度」以上利用している人も7.0%おり、「月に1回程度」以上の利用する人をまとめると33.0%いました。

オンラインデリバリーの利用頻度 (N=100)

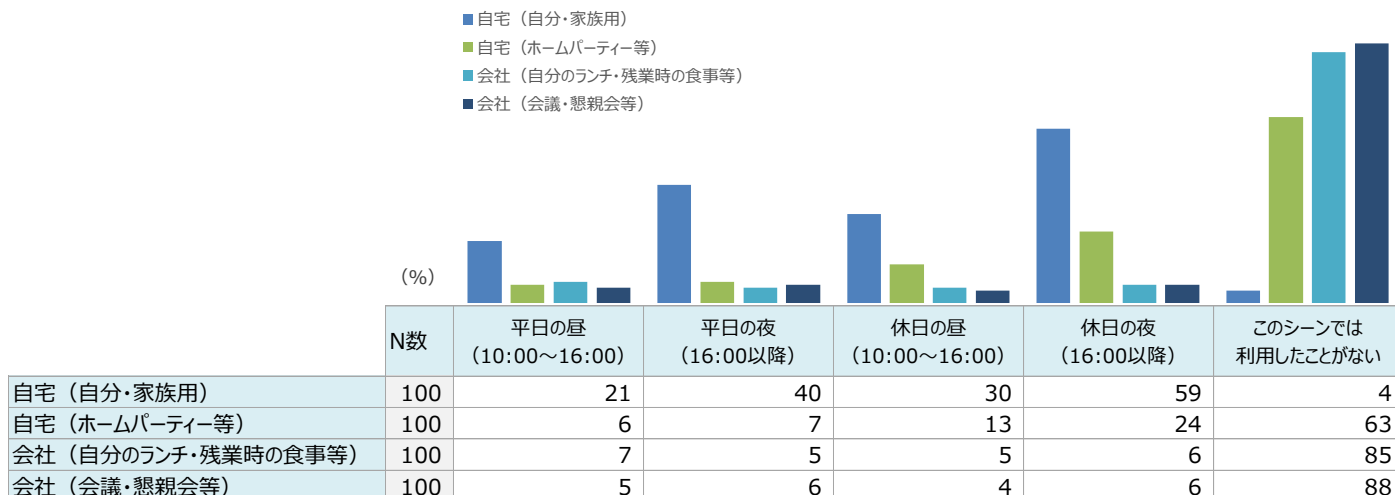


「月に1回程度」以上
が33.0%

- ほぼ毎日利用する
- 週に4~5回程度
- 週に2~3回程度
- 週に1回程度
- 2~3週間に1回程度
- 1ヶ月に1回程度
- 2ヶ月に1回程度
- 3ヶ月に1回程度
- 半年に1回程度
- 1年に1回程度
- それ以下

オンラインデリバリーの利用シーンは自宅での自分や家族の食事で主に利用されており、特に休日の夕食での利用が59.0%と最も多い結果となりました。近年増えているホームパーティーでは63.0%の人が「利用したことがない」を回答しており、日常的な食事シーンでの利用が多い結果となりました。また、会社でのランチや会議・懇親会などでも80%以上が「利用したことがない」との回答でした。

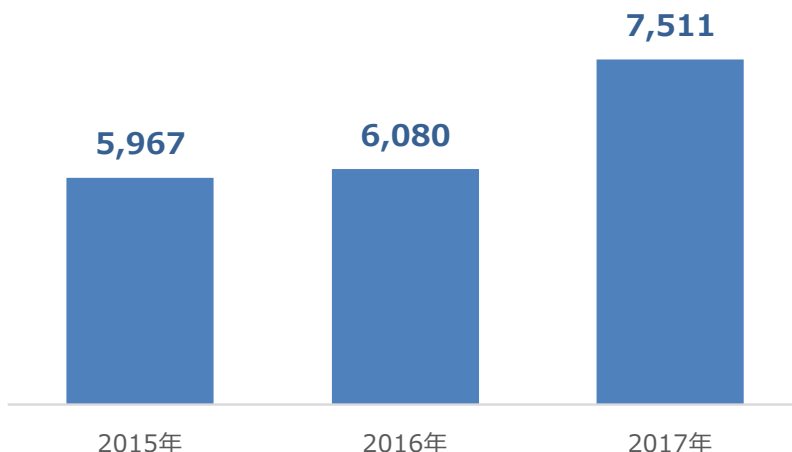
オンラインデリバリーの利用シーン ※複数回答



オンラインデリバリーの今後の利用意向は54.1%が「利用したい」と回答しており、オンラインデリバリーの利用はこれから伸びていく可能性が見込まれます。総務省の行っている家計消費状況調査によると、2017年からオンラインデリバリーの支出額が伸び始めており、2017年の1ヶ月平均は7,511円で2016年と比較して123.5%増でした。

直近の結果を見ると2018年8月、9月の平均支出額はともに前年同月比110%超で推移しており、今後も引き続き伸びていくと見られます。

2人以上世帯のインターネット経由の出前支出額（1ヶ月平均）



(総務省統計局「家計消費状況調査」を元に作成)

最後に、このように、自宅でのホームパーティーや職場でのランチ、会議の食事、懇親会での利用などでは依然として出前が参入する余地はあり、新たな利用シーンを開拓し、また、外食にいくのが面倒と考える人たちに日常的な食事の利用として出前を訴求することで出前市場が伸びていくと考えられます。

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。

【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: 03-4500-9380 FAX:03-4500-9390 Mail : dri@yumenomachi.co.jp

【調査概要】

オンラインデリバリーに関する調査

調査期間：2018年10月18日～22日

調査対象：15歳～49歳の男女 100,000人（調査委託先：楽天インサイト）

【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』：<https://dri.themedia.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11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: 03-4500-9380 FAX:03-4500-9390 Mail: dri@yumenomachi.co.jp