

[23007] ファストフードの利用に関するアンケート調査(第8回)

■ファストフード店月1回以上利用者は全体の約45%。直近1年以内利用店は過去調査と比べ「ミスタードーナツ」「ロッテリア」などが減少傾向。ファストフード利用者が最も好きなファストフード店は「マクドナルド」「モスバーガー」が各3割弱。「マクドナルド」は2015年よりやや増加。

■ファストフード店の重視点は「値段が手頃」「食べ物がおいしい」が利用者の各5割弱、「気軽に立ち寄れる」「アクセスがよい」「割引サービスがある」「一人で利用しやすい」などが各2~3割。モスバーガー主利用者では「食べ物がおいしい」「食材の安全性に配慮」「原材料の品質が信頼できる」などが上位項目。

■利用場面は「昼食」が利用者の6割弱、「小腹がすいた」が2割強、「クーポンやキャンペーン」「手ごろな価格で飲食したい」「短時間で食事を済ませたい」「テイクアウト」などが各10%台。ミスタードーナツ主利用者では「小腹がすいた」「昼食」「テイクアウト」が上位3位。

■ファストフード店のイメージは「カロリーが高い」が全体の4割強。良いイメージ上位項目は「庶民的」「親しみやすい」「おいしい」などで各3割、悪いイメージ上位は「健康によくない」「栄養バランスがよくない」などで各2~3割。

【調査対象】「MyVoice」のファストフード利用者

【調査方法】インターネット調査(ネットリサーチ)

【調査時期】2017年09月01日~09月05日 【回答者数】10,920名

【設問数】7~9問(自由回答の設問が1問含まれます)

ローデータには約30項目の登録属性がつきます

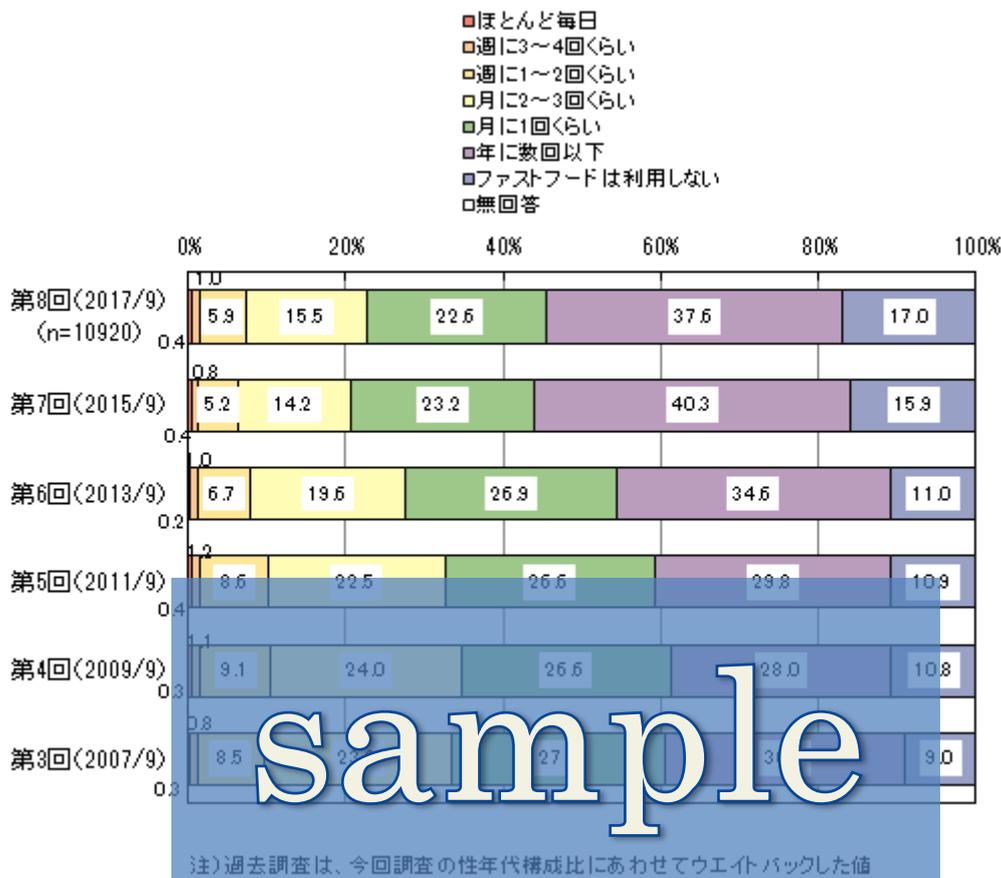
【調査機関】マイボイスコム株式会社

性別	男性	女性	合計	年代	10代	20代	30代	40代	50代以上	合計
度数	5,786	5,134	10,920	度数	44	508	1,460	3,007	5,901	10,920
%	53%	47%	100%	%	0%	5%	13%	28%	54%	100%

[性年代別人口構成比でウェイトバックした数値はこちら\(PDF\)](#)

1. ファストフード店の利用頻度

〔(全員)あなたは、普段、ハンバーガー、ドーナツなどのファストフード店をどれくらいの頻度で利用していますか。※宅配サービスの利用を含む〕



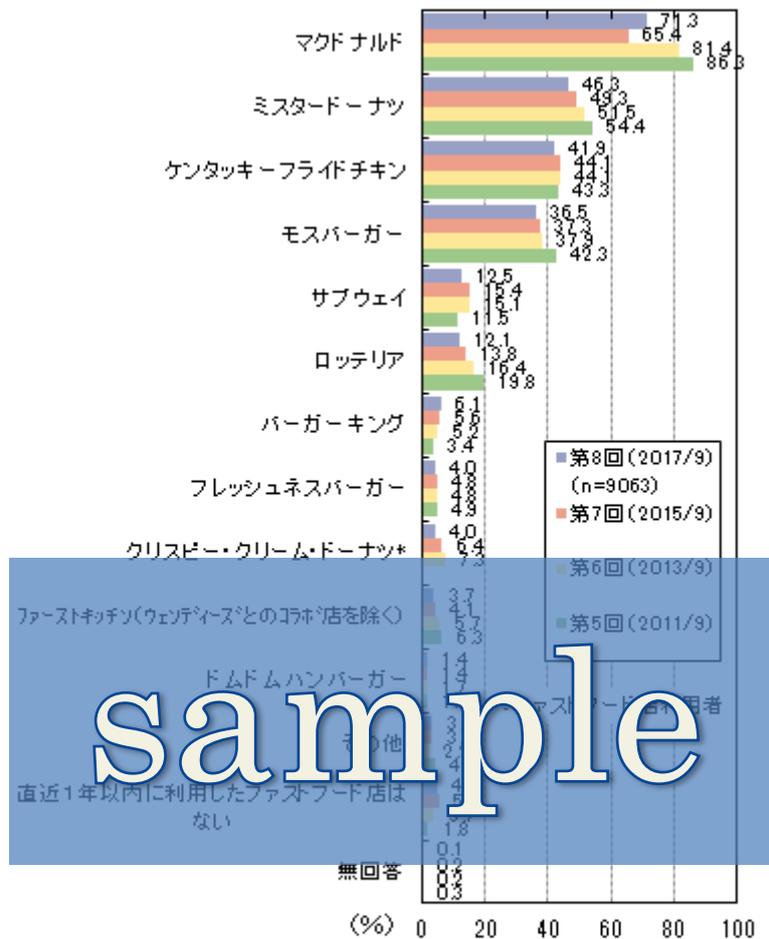
◆ ファストフード店利用者は全体の8割強です。「年に数回以下」が37.6%でボリュームゾーンです。

月1回以上利用者は、全体の約45%です。男性20代、女性20・30代で6割と高く、高年代層で低くなっています。週1回以上利用者は全体の約7%、男性20・30代では2割弱です。

主利用店舗別にみると、ファーストキッチン主利用者、フレッシュネスバーガー主利用者などでは、他の層より利用頻度が高い傾向です。ケンタッキーフライドチキン主利用者、モスバーガー主利用者、ミスタードーナツ主利用者などでは、「年に数回以下」が各50%台と高くなっています。

2. 直近1年以内に利用したファストフード店

〔(ファストフードを利用する方)あなたが直近1年以内に利用したことがあるファストフード店はどこですか。※宅配サービスの利用を含む(複数回答可)〕



注1) 過去調査は、今回調査の性年代構成比にあわせてウェイトバックした値。
 注2) *は第5回にはない。
 注3) 第5～6回では「ファーストキッチン(ウェンディーズとのコラボ店を除く)」は「ファーストキッチン」となっている。

- ◆ ファストフード利用者が、直近1年以内に利用したことがあるファストフード店は「マクドナルド」が7割強、「ミスタードーナツ」「ケンタッキーフライドチキン」「モスバーガー」が各4～5割です。過去調査と比べ「ミスタードーナツ」「ロッテリア」などが減少傾向です。
 「ミスタードーナツ」は女性、「サブウェイ」は女性20代での比率が高くなっています。
 北海道では、「ケンタッキーフライドチキン」の比率が高く、「マクドナルド」が低くなっています。

3. 直近1年以内の最頻利用ファストフード店

〔(ファストフードを利用する方)あなたが直近1年以内に最もよく利用したファストフード店はどこですか。※宅配サービスの利用を含む〕

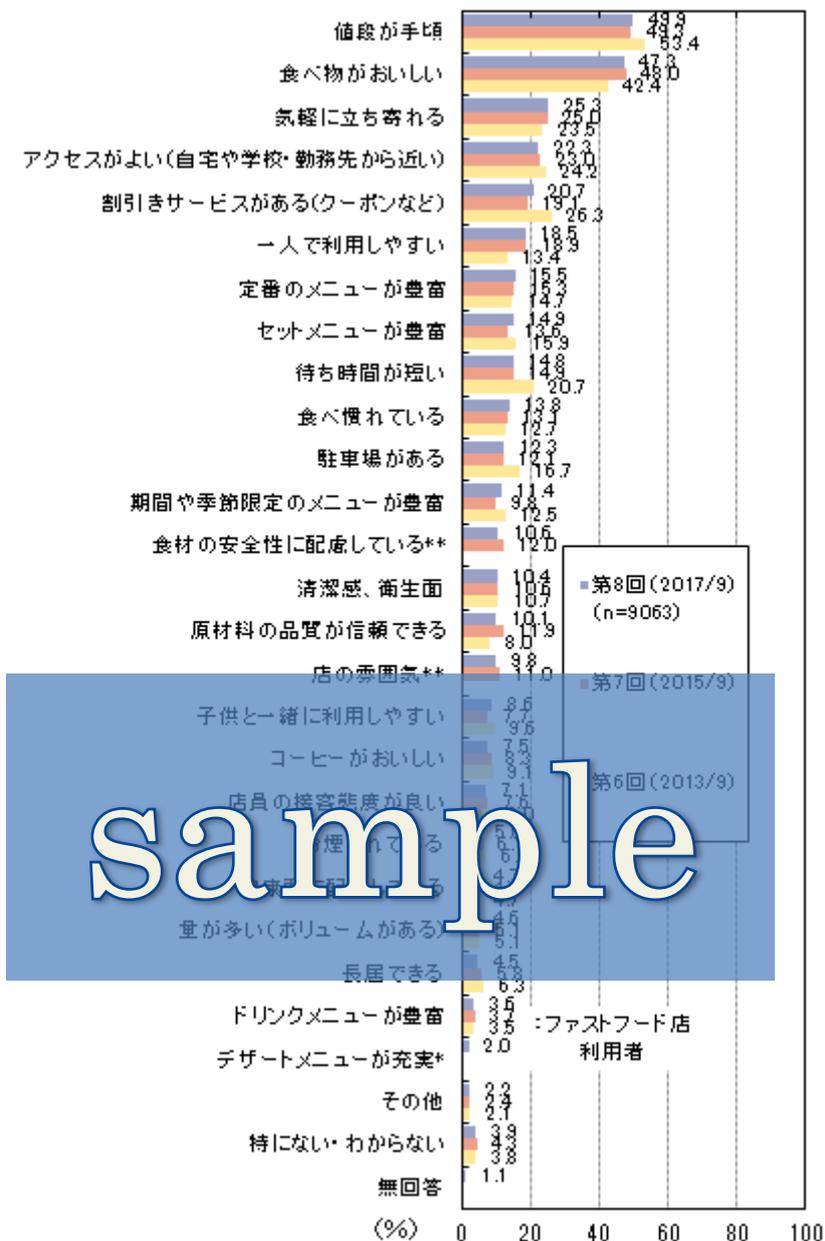


注1) 過去調査は、今回調査の性年代構成比にあわせてウエイトバックした値。
 注2) *は第5回にはない。
 注3) 第5～6回では「ファーストキッチン(ウェンディーズとのコラボ店を除く)」は「ファーストキッチン」となっている。

◆ 直近1年以内に最もよく利用したファストフード店は「マクドナルド」が49.1%で最も多く、2015年よりやや増えています。

4. ファストフード店利用時の重視点

〔(ファストフードを利用する方)あなたがファストフード店を利用する際に重視するのはどのような点ですか。(複数回答可)〕



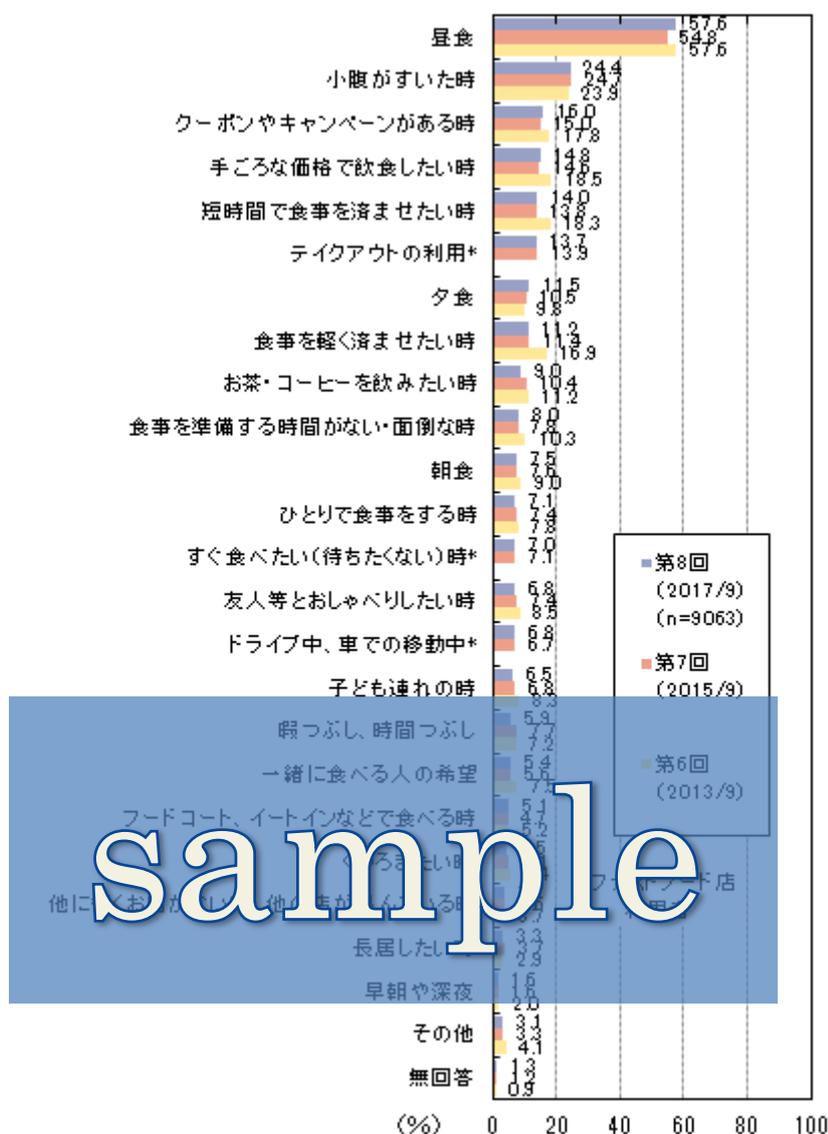
注1) 過去調査は、今回調査の性年代構成比にあわせてウエイトバックした値。

注2) *は第6～7回にはない。**は第6回にはない。

- ◆ ファストフード利用者の重視点は、「値段が手頃」「食べ物がおいしい」が各 5 割、「気軽に立ち寄れる」「アクセスがよい(自宅や学校・勤務先から近い)」「割引サービスがある(クーポンなど)」「一人で利用しやすい」などが各 2～3 割みられます。「気軽に立ち寄れる」は、女性が男性を約 13 ポイント上回ります。マクドナルド主利用者、ミスタードーナツ主利用者では「値段が手頃」の比率が高くなっています。モスバーガー主利用者では「食べ物がおいしい」「食材の安全性に配慮している」「原材料の品質が信頼できる」などが上位項目です。サブウェイ主利用者では「健康面に配慮している」などの比率が高くなっています。

5. ファストフード店の利用場面

〔(ファストフードを利用する方)あなたはどのような時にファストフード店を利用しますか。
(複数回答可)〕

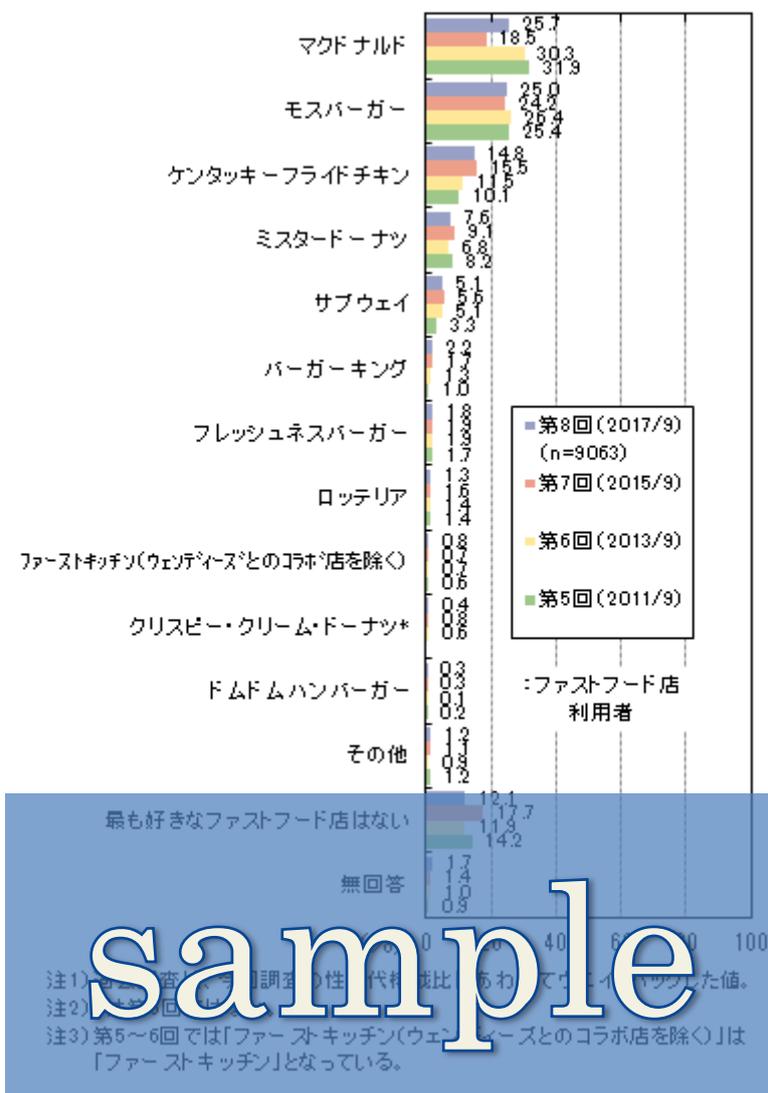


注1) 過去調査は、今回調査の性年代構成比にあわせてウェイトバックした値。
注2) *は第6回にはない。
注3) 第6回では「食事を軽く済ませたい時」は「軽く済ませたい時」となっている。

- ◆ ファストフード店を利用する場面は「昼食」が利用者の6割弱、「小腹がすいた時」が2割強、「クーポンやキャンペーンがある時」「手ごろな価格で飲食したい時」「短時間で食事を済ませたい時」「テイクアウトの利用」などが各10%台です。「クーポンやキャンペーンがある時」は、女性が男性より比率が高くなっています。ミスタードーナツ主利用者では「小腹がすいた時」「昼食」「テイクアウトの利用」が上位3位です。ケンタッキーフライドチキン主利用者、バーガーキング主利用者などでは「夕食」、サブウェイ主利用者では「昼食」の比率が高くなっています。

6. 最も好きなファストフード店

〔(ファストフードを利用する方)あなたが最も好きなファストフード店はどこですか。〕



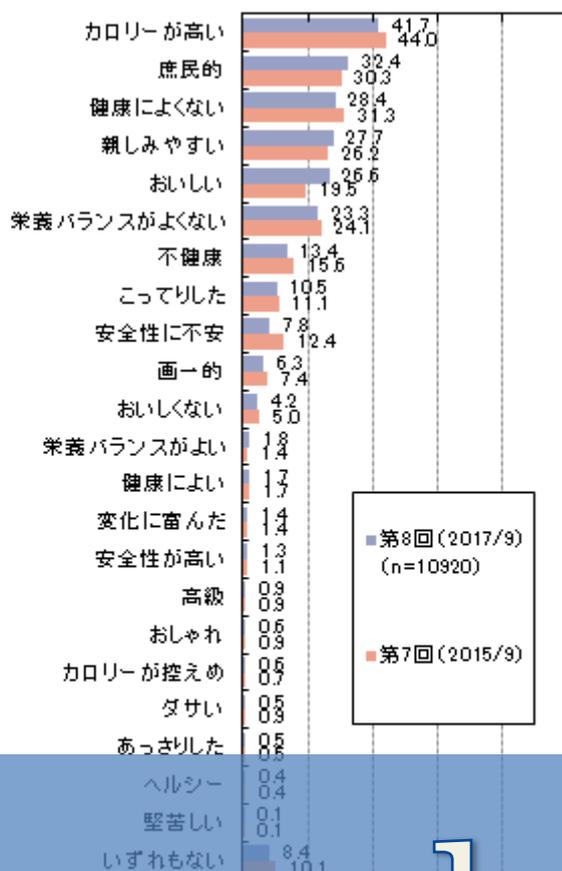
◆最も好きなファストフード店は、「マクドナルド」「モスバーガー」が利用者の3割弱、「ケンタッキーフライドチキン」が1割強です。「マクドナルド」は、いったん比率が減少した2015年と比べると、やや増加しています。

男性と女性20代では「マクドナルド」が1位、女性30代以上では「モスバーガー」が1位です。

主利用店が最も好きだという人の比率をみると、モスバーガー主利用者は8割強、ケンタッキーフライドチキン主利用者やサブウェイ主利用者は各7割強で、他の店舗利用者よりも高くなっています。

7. ファストフード店のイメージ

〔(全員)あなたは、ファストフード店について、どのようなイメージをお持ちですか。(複数回答可)〕



sample

◆ファストフード店のイメージは、「カロリーが高い」が4割強で最も多くなっています。良いイメージでは「庶民的」「親しみやすい」「おいしい」などが各3割、悪いイメージでは「健康によくない」「栄養バランスがよくない」などが各2~3割で上位にあがっています。

「カロリーが高い」「親しみやすい」は、女性が男性を10ポイント以上上回ります。女性20・30代では「健康によくない」「おいしい」「栄養バランスがよくない」などが、他の層より比率が高くなっています。

週1回以上利用者では「おいしい」「庶民的」が上位2位で、「カロリーが高い」を上回ります。一方、非利用者では「カロリーが高い」「健康によくない」「栄養バランスがよくない」が上位3位です。

8. ファストフード店についての不満(自由回答設問)

〔(全員)あなたが、ハンバーガー、ドーナツなどのファストフード店について不満に感じる
ことがあれば、具体的にお聞かせください。〕

～主な回答の抜粋～(全 4059 件)

※カッコ内はファストフード利用頻度

- ・油の臭いが気になるため、良い洋服を着ているときは行けない。(男性 26 歳 月に 1 回
くらい)
- ・値段が高い。もはや牛丼とかを食べたほうが良いような金額になっている(男性 20 歳
年に数回以下)
- ・健康に悪いイメージがあるので、実際は大丈夫なのかどうか(男性 25 歳 月に 2～3 回
くらい)
- ・ファストフードなのに注文するまでに結構待たされる(男性 38 歳 月に 2～3 回くらい)
- ・昔に比べて、随分バーガー系のサイズが小さくなった。値段は上がりサイズは減る。(男
性 34 歳 月に 2～3 回くらい)
- ・1 食あたり 3 千円ほどかかるため、もう少し手ごろに食べたいと思う。(男性 38 歳 月に 1
回くらい)
- ・クーポンなど、知らないと損するシステムはやめるべきだと思う。(男性 49 歳 年に数回
以下)
- ・価格が高すぎる。他の商品との価格バランスがおかしい。(男性 46 歳 週に 1～2 回くら
い)
- ・忙しくてすぐに食事を済ませたい時に、お店が混雑して待たされた時。(男性 40 歳 週
に 1～2 回くらい)
- ・価格と時間が良く利用しますが、健康等を考えると調味料等の原材料に不安があり
ますので国内のファストフード店はこれらの不安を払拭して欲しいです。(男性 68 歳 週
に 1～2 回くらい)
- ・注文が入ってからその場で調理していないことが最悪(男性 59 歳 ファストフードは利用
しない)
- ・メニューの組み合わせで、得な買い方がわからない。(男性 57 歳 年に数回以下)
- ・いつもマックを利用していますが、他店に行ってみると、ああ、こんなおいしいハンバー
ガーがあったんだといつも思っています。と言いながら、食べなれているというか、近くて
便利で、ついついマックのハンバーガーを食べているのが残念といえば残念です。(男性
68 歳 週に 1～2 回くらい)
- ・客の出入りが多いことはわかるが、テーブルをきちんと拭いていないように見える。(女
性 15 歳 月に 2～3 回くらい)
- ・忙しい分注文したものと出されるメニューが違ったりすることが多い(女性 19 歳 月に 2
～3 回くらい)
- ・不満に思うことがないとは言えないが、安いので少しばかりは仕方ないとも思います(女
性 28 歳 月に 2～3 回くらい)
- ・(店によるが)悪い意味で写真と実物がかけ離れている。(女性 23 歳 ファストフードは利
用しない)

- ・原材料の高騰とともにドーナツの大きさが小さくなることは不満だ。(女性 28 歳 ファストフードは利用しない)
- ・健康面を考えると食べない方がいいのかなと思います。(女性 36 歳 月に 1 回くらい)
- ・異物が混入していて大騒ぎになったり、不衛生な食材を利用していた問題などが拭えていない点があること(女性 32 歳 年に数回以下)
- ・冷めてるものはいやなので、あまり作り置くのはやめてほしい。(女性 36 歳 月に 2~3 回くらい)
- ・原材料に不安があります。本当に表示に偽りがなければ、疑問です。(女性 45 歳 年に数回以下)
- ・ミスドは、フードコード的なところでセルフチョイスだとなんか衛生面が気になる。食べたいのに…(女性 47 歳 年に数回以下)
- ・カロリーが高いので、もう少しヘルシーメニューがあるとありがたいです。(女性 46 歳 年に数回以下)
- ・年に数回しか行かないので、今の商品群や価格などを知らないことが多いのですが、価格表がすぐには理解しがたいお店もあり、とまどうことがあります。セット価格だけでなく、単品価格もすぐに分かるようなスタンダードなメニューが、壁に貼ってあると助かります。レジ前に行って初めて商品群を知るとなると、結構あせります。(女性 62 歳 年に数回以下)
- ・ドーナツ店に対して。すべてオープンに並べてあるので、カバーをして欲しい(女性 63 歳 月に 2~3 回くらい)
- ・油が多く、甘みも多くヘルシーとはいえない。(女性 66 歳 年に数回以下)
- ・肉類が嫌いなので、肉類以外のメニューが少なすぎる。(女性 62 歳 年に数回以下)

sample



=====

【提供会社】

会社名 : マイボイスコム株式会社

所在地 : 東京都千代田区神田錦町 3-17-11 榮葉ビル 5F

設立 : 1999 年 7 月 1 日

資本金 : 1億 6,183 万円(資本準備金含む)

事業内容: インターネット調査、オフライン調査、
アンケートデータベース(MyEL)、
テキストマイニング(TextVoice)

ホームページ: <http://www.myvoice.co.jp/>

=====

ご質問は下記から MyEL 担当まで気軽にご連絡ください。

Tel : 03-5217-1911 メール : otoiawase@myvoice.co.jp

=====

(C) MyVoice Communications, Inc.

