

2022年9月22日

株式会社ロイヤリティ マーケティング

## スーパーマーケット利用者約9万人に聞いた夕食の献立に関する調査

**献立の参考にする情報は「レシピサイト・アプリ」が最多で45%  
若年層は時短・コスパ志向、高年層はお惣菜や加工食品、冷凍食品を活用**

共通ポイントサービス「Ponta（ポンタ）」を運営する株式会社ロイヤリティ マーケティング（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：長谷川 剛、以下「LM」）は、週3日以上夕食を自炊する、かつ月1回以上スーパーマーケットで夕食用のお買い物する方を対象に、夕食の献立の実態を聴取した「夕食の献立に関する調査」（実施期間：2022年7月28日～8月4日）の結果をご報告いたします。

### 【調査結果】

#### ・TOPICS 1

夕食の献立の参考にする情報は「レシピサイト・アプリ」が45%で最多

#### ・TOPICS 2

平日は時短、休日は鍋や焼き肉など食卓で囲めるメニューや、手の込んだメニューが重視される

#### ・TOPICS 3

20代・30代は時短・コスパ志向。60代以上は健康メニューやお惣菜、加工・冷凍食品を献立へ活用

### 【調査結果詳細】

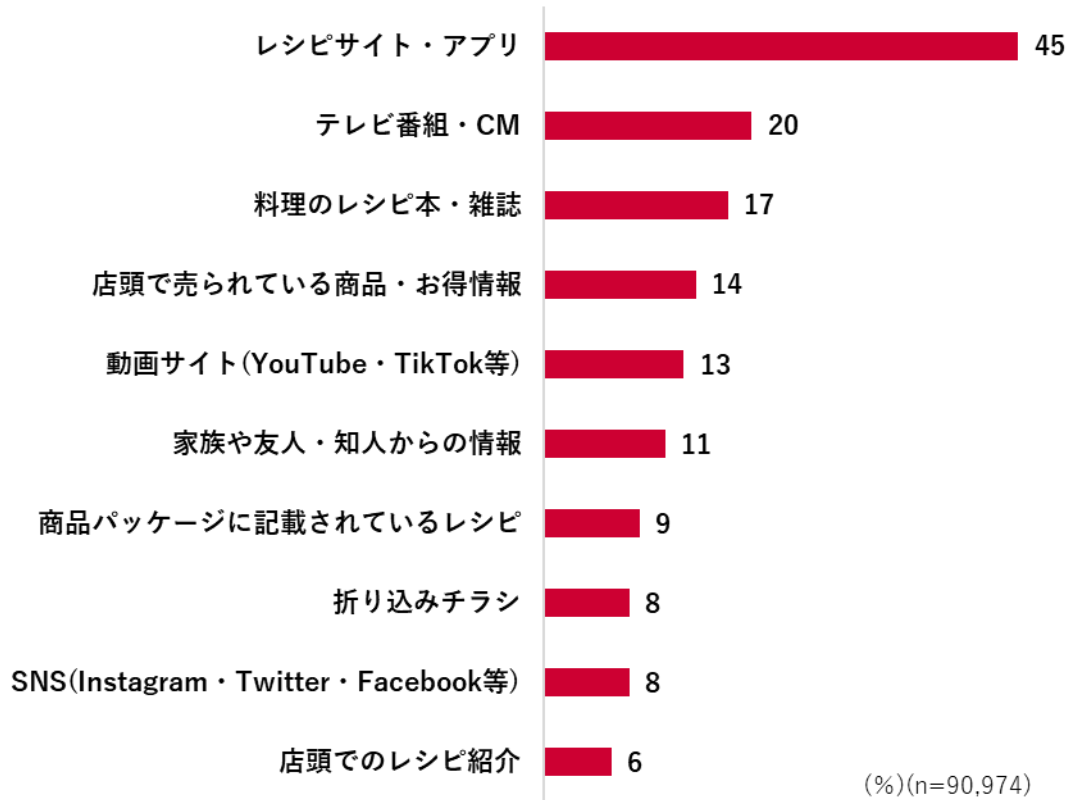
#### ■TOPICS 1

夕食の献立の参考にする情報は「レシピサイト・アプリ」が45%で最多

夕食の献立を考える際に参考にする情報を聴取したところ、全体で「レシピサイト・アプリ」が45%と最も高くなった。

年代別で見ると、60代以上では「テレビ番組・CM」を参考とする人が他の年代と比べて多かった。20代・30代では「動画サイト」「SNS」を参考とする人が多く、オンラインサービスを活用して献立を検討する傾向がみられる。

▼夕食の献立を考える際、参考にする情報(全体)



▼夕食の献立を考える際、参考にする情報(年代別)

	20代・30代	40代・50代	60代以上
レシピサイト・アプリ	64	46	31
テレビ番組・CM	16	19	23
料理のレシピ本・雑誌	17	17	18
店頭で売られている商品・お得情報	11	15	16
動画サイト(YouTube・TikTok等)	23	13	9
家族や友人・知人からの情報	12	11	11
商品パッケージに記載されているレシピ	9	9	9
折り込みチラシ	5	8	10
SNS(Instagram・Twitter・Facebook等)	26	7	2
店頭でのレシピ紹介	6	7	7

(%)(n=90,974)

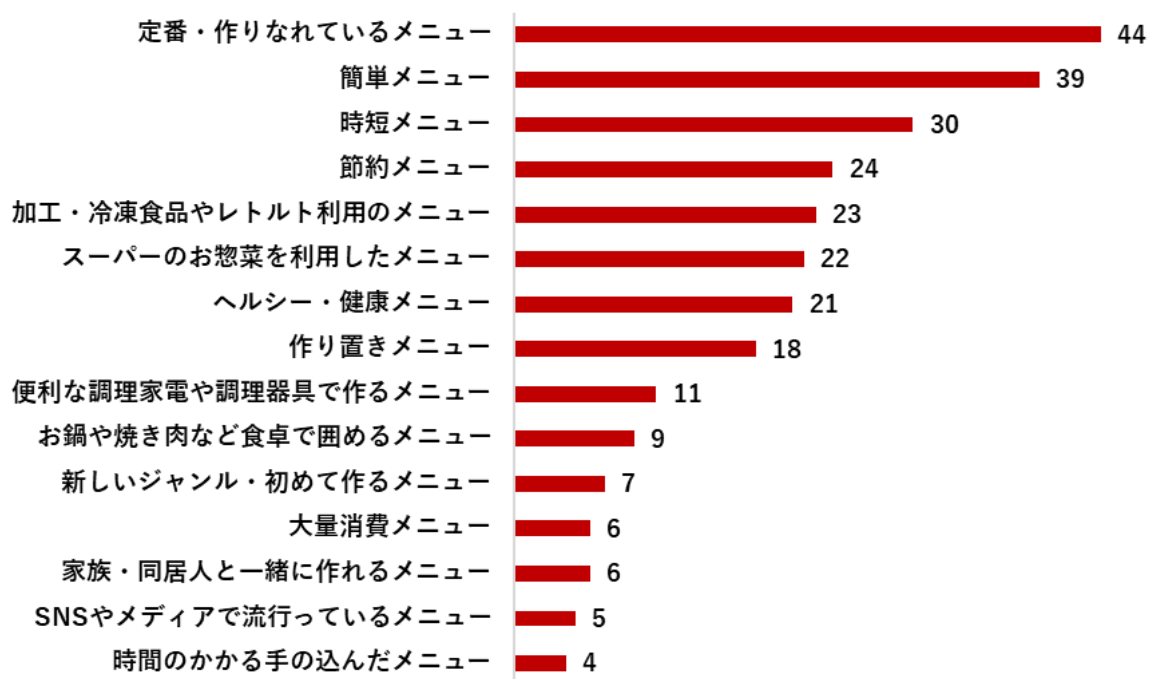
## ■TOPICS 2

### 平日は時短、休日は鍋や焼き肉など食卓で囲めるメニューや手の込んだメニューが重視される

普段よく作る夕食のメニューを聴取したところ、平日・休日ともに1位「定番・作りなれているメニュー」、2位「簡単メニュー」となった。順位は同じだったものの、割合を比較すると、平日の方が「定番・作りなれているメニュー」は12ポイント、「簡単メニュー」は11ポイント高かった。また、平日3位の「時短メニュー」は、休日(4位)よりも12ポイント高くなっており、平日では手間や時間のかからないメニューを重視している傾向がみられる。順位を比較すると、平日は「加工・冷凍食品やレトルト利用のメニュー」「便利な調理家電や調理器具で作るメニュー」が休日よりも上位となっており、効率的に調理する様子が見える。

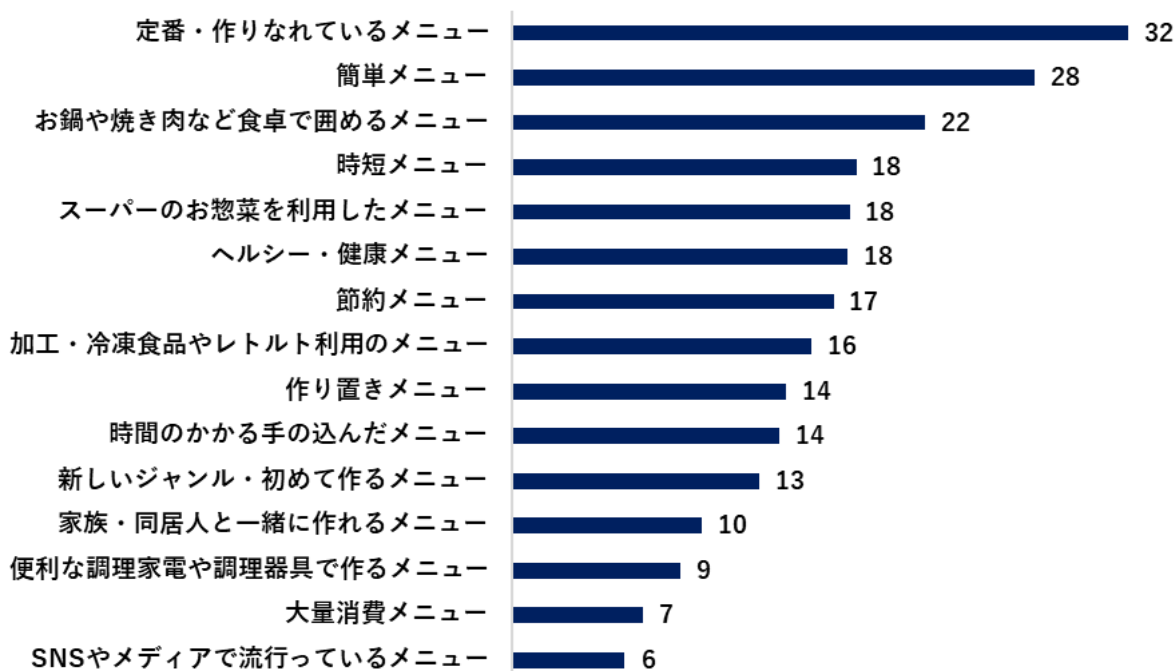
一方、休日の上位となった「お鍋や焼き肉など食卓で囲めるメニュー」「時間のかかる手の込んだメニュー」は、それぞれ平日より約10ポイント高い結果となった。

#### ▼普段よく作る夕食のメニュー(全体/平日)



(%)(n= 90,974)

▼普段よく作る夕食のメニュー(全体/休日)



(%)(n= 90,974)

■TOPICS 3

20代・30代は時短・コスパ志向。60代以上は健康メニューやお惣菜、加工・冷凍食品を献立へ活用

普段よく作る夕食のメニューを年代別で分析したところ、20代・30代は平日・休日ともに他の年代よりも「時短メニュー」「節約メニュー」が多い傾向があり、時短・コスパ志向がうかがえる。一方、60代以上では、「定番・作りなれているメニュー」や「ヘルシー・健康メニュー」、加工・冷凍食品やスーパーマーケットのお惣菜などを献立へ活用する傾向がみられた。

▼普段よく作る夕食のメニュー(年代別/平日)

平日 (%)	20代・30代	40代・50代	60代以上
定番・作りなれているメニュー	40	43	48
簡単メニュー	42	40	37
時短メニュー	35	31	26
節約メニュー	27	25	21
加工・冷凍食品やレトルト利用のメニュー	20	21	26
スーパーのお惣菜を利用したメニュー	17	21	26
ヘルシー・健康メニュー	18	19	26
作り置きメニュー	19	17	19
便利な調理家電や調理器具で作るメニュー	9	10	13
お鍋や焼き肉など食卓で囲めるメニュー	8	8	11

(n= 90,974)

▼普段よく作る夕食のメニュー(年代別/休日)

休日 (%)	20代・30代	40代・50代	60代以上
定番・作りなれているメニュー	29	31	38
簡単メニュー	30	27	27
お鍋や焼き肉など食卓で囲めるメニュー	19	22	22
時短メニュー	22	18	17
スーパーのお惣菜を利用したメニュー	14	17	21
ヘルシー・健康メニュー	15	16	23
節約メニュー	20	17	14
加工・冷凍食品やレトルト利用のメニュー	14	15	19
作り置きメニュー	15	14	16
時間のかかる手の込んだメニュー	15	14	13

(n= 90,974)

以上

【調査概要】

- 調査方法 : インターネット調査  
 調査期間 : 2022年7月28日～8月4日  
 パネル : 「Ponta リサーチ」会員  
 (Ponta 会員で「Ponta リサーチ」の会員登録をされている方)  
 調査対象 : 週3日以上夕食を自炊する かつ  
 月1回以上スーパーマーケットで夕食用のお買い物をする 20歳以上の男女  
 有効回答数 : 本調査 90,974 サンプル

【引用・転載の際のクレジット表記のお願い】

調査結果引用・転載の際は、“「ロイヤリティ マーケティング」調べ”とクレジットを記載していただきますようお願い申し上げます。

【追加レポートにつきまして】

マーケティング施策立案にお役立ていただける、より詳細な追加分析レポートをご希望の方は、株式会社ロイヤリティ マーケティング ビジネスデザイン部リサーチ担当部局までお問い合わせください。

lm-sales-research@loyalty.co.jp

■関連 URL

株式会社ロイヤリティ マーケティング マーケティング詳細紹介サイト：<https://biz.loyalty.co.jp/>

公開レポート（自主調査結果を掲載）：<https://biz.loyalty.co.jp/report/>

公開データ：<https://biz.loyalty.co.jp/lp/publicdata/>

コラム：<https://biz.loyalty.co.jp/column/>

※報道関係者の方は、メディア関係者限定公開のお問い合わせ先  
広報部にご連絡をお願い申し上げます。