

## ジョブマッチングアプリ「Switch.」が出勤日のランチ事情に関するアンケート調査を実施 出勤日ランチ、お弁当持参はコンビニ購入と並んで約 2 割！ ～「外食する」と回答した人が一番多い結果に～

“転職をもっとカジュアルに”するジョブマッチングアプリ「Switch.」(<https://switch.bz/>)は、同サービスのユーザー男女約 240 人を対象に出勤日のランチ事情に関するアンケート調査を実施いたしました。

### 調査結果サマリー

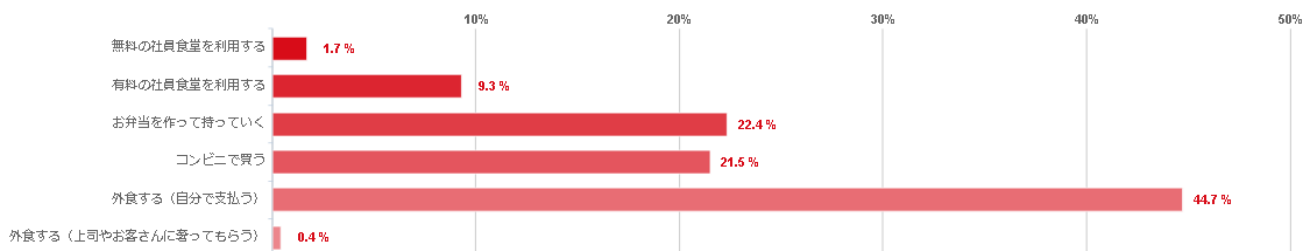
- ・出勤日のランチは「**外食派**」が 4 割以上、「**お弁当持参派**」・「**コンビニ購入派**」は約 2 割
- ・**9 割以上**の人が、出勤日のランチに使う金額は **1,000 円以下**と回答。時には“ご褒美”を織り交ぜてバランスを取っている人も。
- ・ランチ選びのポイントは「**気分**」が一位、次いで**男性は「予算」、女性は「栄養」**がランクイン
- ・人それぞれにユニークな、**ランチの工夫**、“**マイルール**”が存在することが判明
- ・転職先に選ぶなら「**低価格で充実した社員食堂が社内にある職場**」が良いと約 5 割が回答

### 外食は 4 割、女性はお弁当派が 3 割！

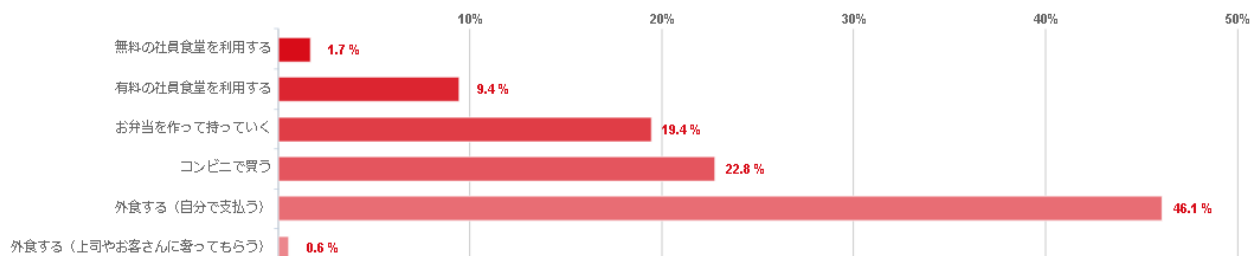
出勤日のランチ事情について尋ねたところ、「外食する」と答えた人が約 4 割に及び、一番多い結果となりました。次いで「お弁当を作って持っていく」と回答した人は全体で約 2 割、男女別に見ると、女性では約 3 割と 3 人に 1 人がお弁当生活を送っていることが判明しました。また、僅差で「コンビニで買う」という回答が続き、外食以外ではお弁当派とコンビニ派が割れる結果となりました。

#### ▼現在、出勤日のランチはどのように取ることが多いですか？

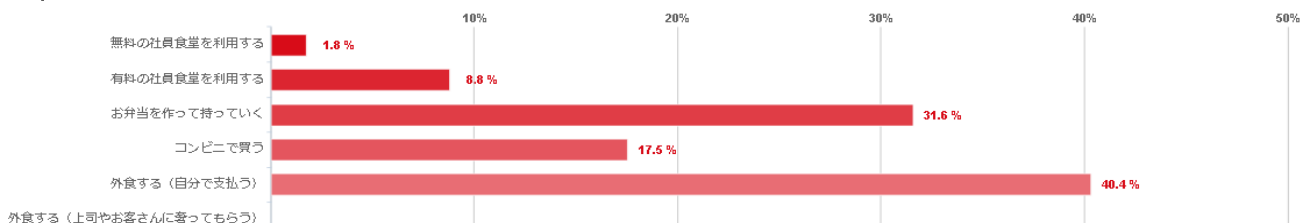
##### 《全体》



##### 《男性》



##### 《女性》



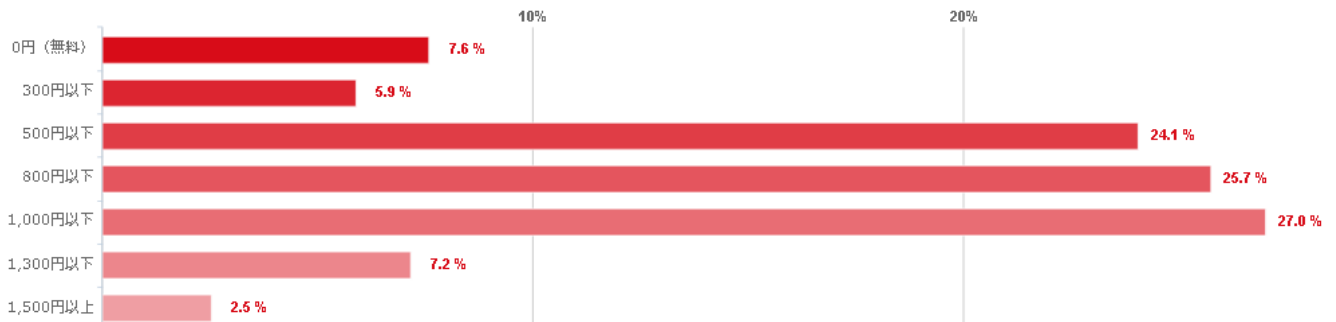
**約 9 割がランチに使う金額は平均 1,000 円以下！“ご褒美ランチ”を織り交ぜてよいバランスを！**

出勤日のランチについて、1 回あたりの平均金額は男女ともに 1,000 円以下の人が約 9 割と多いことが、判明しました。

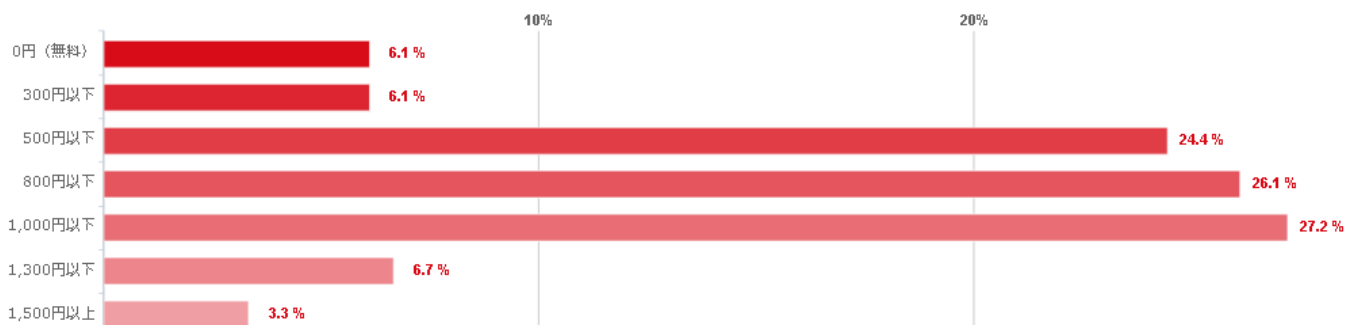
コメントの中からは、「記念日や仕事で頑張った時は、コースランチに行く」(30 代女性)、「たまに予算をいとわない日がある」(30 代男性)、「普段は社員食堂で節約。たまに、社外のビュッフェやホテルランチに行きます」(30 代男性)など、時には奮発して“ご褒美ランチ”を織り交ぜながら、うまくバランスを取っている人も多く見受けられました。

**▼平均して 1 回のランチにいくら使っていますか？**

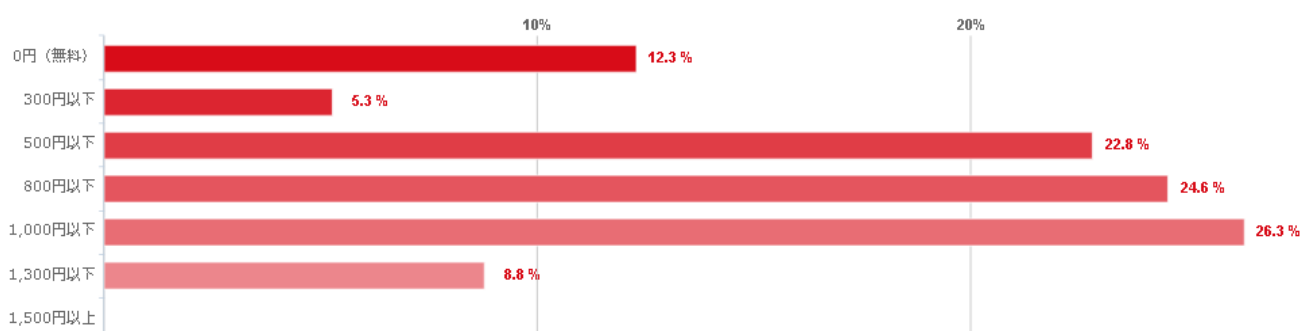
**《全体》**



**《男性》**



**《女性》**



**ランチに関する工夫や“マイルール”が続々！**

ランチに関して工夫しているポイントについて聞いた自由回答では、「週末に作り置きをして、朝は詰めるだけ」(30 代女性)といったお弁当派ならではの時短術や、「自宅から持ってきたおかずにコンビニのカット野菜をプラスして、栄養のバランスをとる」(30 代女性)といった工夫も。また、ランチを「気分転換、同僚とのコミュニケーション」(30 代女性)、「社内外の人と情報交換」(30 代男性)などの機会と位置付けて活用しているという声も聞こえてきました。一方で、「オフィスから徒歩圏内のご飯おかわり自由のお店をマッピングしている。」(20 代男性)、という予算を押えながらボリュームも欲しい、若い男性ならではの地道な努力をしている人もおり、人それぞれにランチについて工夫をしていたり、ルールを持っていることが分かりました。

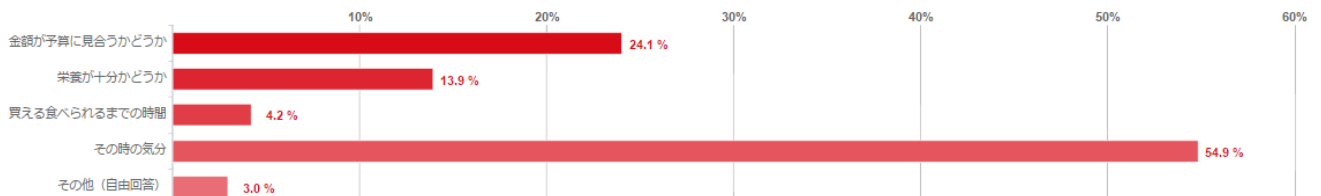
## ランチ選びは「その時の気分」が一位、次いで男性は「予算」、女性は「栄養」を重視！

ランチに何を食べるか考える際に重要視するポイントに関して、男女ともに「その時の気分」と答えた人が全体の半数以上に上りました。「気分」に次ぐ答えとして、男性は「金額が予算に見合うかどうか」、女性は「栄養が十分かどうか」が並び、答えが割れる結果となりました。

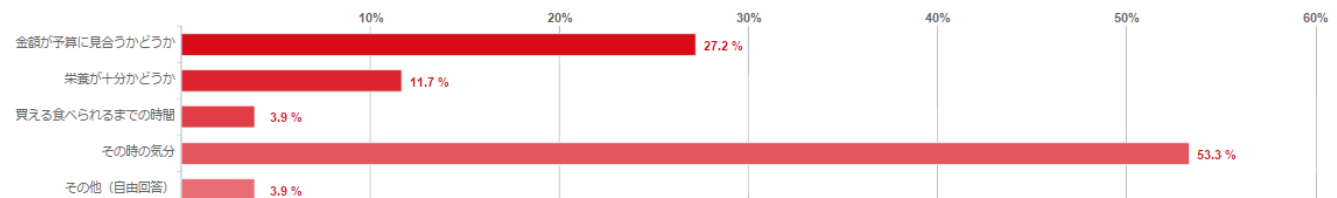
コメントの中でも男性からは「お腹いっぱいになれるかどうか」(20代男性)といった声も複数寄せられ、男性がボリュームを重要視している傾向にあることが分かりました。

### ▼ランチに何を食べるかを考える際に、重視するポイントは何ですか？

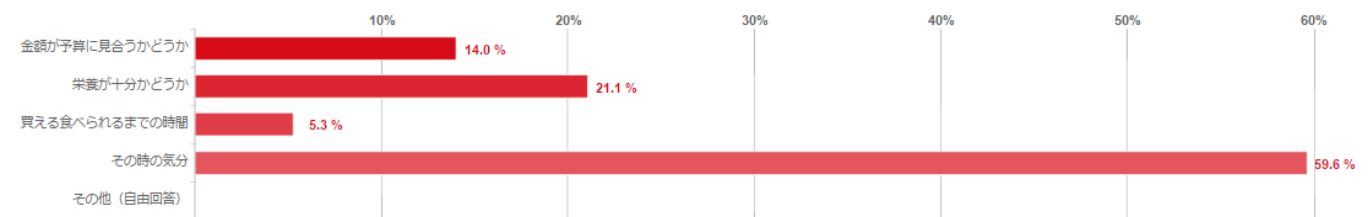
#### 《全体》



#### 《男性》



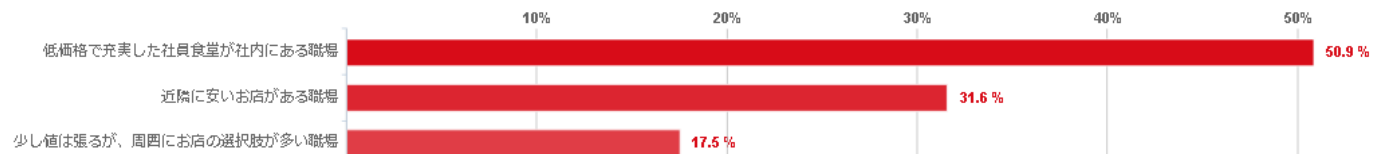
#### 《女性》



## “あったらいいな”転職先のランチ環境

転職先の職場環境として、選ぶとしたらどんなランチ環境がいいかという質問に対し、「低価格で充実した社員食堂が社内にある職場」と6割近くの人が回答しました。社内に利便性の高い食堂があれば、そちらを利用したいと考える人も多いようです。

### ▼転職先の職場環境として選ぶとしたら、どれが良いですか？



### 【調査概要】

- ・調査対象 : 「Switch.」を利用しているユーザー男女
- ・調査地域 : 全国
- ・有効回答数 : 男女 237 人
- ・調査期間 : 2017 年 2 月 20 日～2017 年 2 月 27 日



### 【Switch. サービス概要】

「Switch.」は、“転職活動をもっとカジュアルに”をテーマにした、ジョブマッチングアプリです。恋愛マッチングサービス「Omiai」を運営する当社が、培ってきたマッチングテクノロジーを活かし、日本で初めて企業側が Facebook のプラットフォームで個人を直接スカウトできるサービスとして 2015 年にリリースしました。

ユーザーは、登録して待っていれば企業側からのスカウトを受け取ることが可能で、今すぐの転職を考えていなくても「良いオファーがあれば転職を検討したい」人に最適な、カジュアルな転職サービスです。また、Facebook ログインを利用して足りない情報を補完するだけ(約 1 分)で登録することができるほか、通勤や休憩などのスキマ時間にスマホで操作できる効率的な転職活動を可能としています。

### ■株式会社ネットマーケティングとは

広告主と消費者をマッチングするアフィリエイトエージェントとして事業を開始。メディア事業として、2012 年より男女にマッチングの場を提供する「Omiai」、2015 年より転職希望者と企業にマッチングの場を提供する「Switch.」を開始。当社は、2017 年 3 月 31 日に東京証券取引所 JASDAQ 市場へ上場いたしました。今後も、「The New Value Provider ∞ Internet」の経営ビジョンの基、新しい事業の創出に注力してまいります。



### 【会社概要】

会社名： 株式会社ネットマーケティング (英文表記: Net Marketing Co.Ltd.)

代表者： 代表取締役社長 宮本 邦久

設立： 2004 年 7 月

資本金： 2 億 8,365 万 2,000 円

所在地： 東京都渋谷区恵比寿一丁目 20 番 18 号

事業： メディア事業、広告事業 <http://www.net-marketing.co.jp/>