

2023年1月31日

報道関係各位

CCCMK ホールディングス株式会社 CCC マーケティング総合研究所

【時間と場所に関する調査】平日の食事時間は短くてもかまわない ～平日の食事は「準備」も「食べる」も時短で～

CCCMK ホールディングス株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長 兼 CEO：高橋誉則）にて、『生活者の皆さまと共に歩み、共に考えるシンクタンク』として生活者の意識把握に努める CCC マーケティング総合研究所（所長：新橋実、以下「CCC マーケティング総研」）は、2022年12月8日（木）～12月14日（水）に「値上げに関する調査」を実施しましたので、その結果を発表いたします。



CCC マーケティング総研では、生活者の行動時間、行動場所の変化を知るために2021年6月から定期的に「時間と場所に関する調査」を実施しています。本発表では2022年12月に実施した調査結果より、「平日の食事に関する時間と行動」についてご紹介いたします。

< 調査結果概要 >

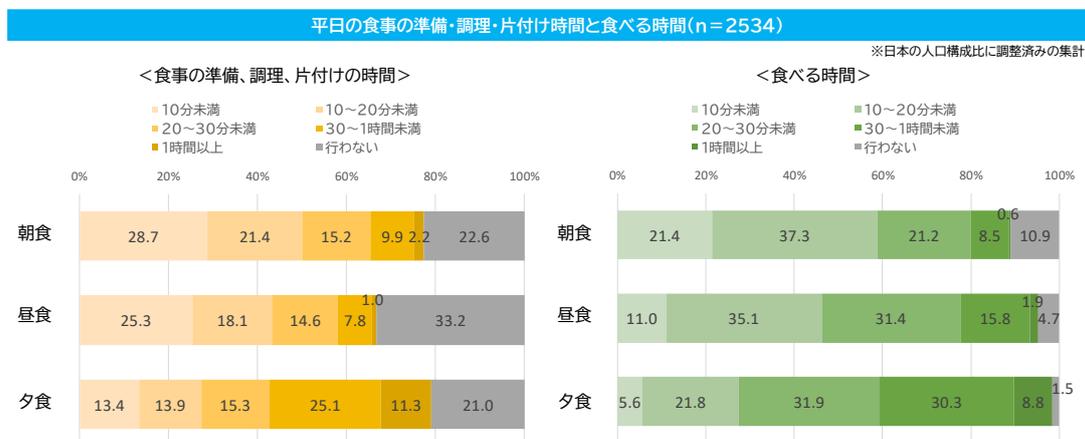
- 平日の昼食のための「準備・調理・片付け」を「行わない」が33.2%。一方で朝食より食べる時間は長い
- 平日の夕食の「準備・調理・片付け」の時間は「行わない」から「1時間以上」までばらつきが見られる
- 平日の食事の準備に朝食・昼食では「30分～1時間未満」、夕食では「30分～1時間未満」「1時間以上」をかけている場合「準備の時間を減らしたい」が増加する傾向
- 平日の食事時間が短くても「食べる時間を増やしたい」との回答が増加する傾向は見られない

●平日の昼食に準備・調理・片付けの時間はかけない

平日の朝食・昼食・夕食における「準備、調理、片付けの時間」と「食べる時間」の長さについて調べました。朝食の準備は「10分未満」が28.7%で最も多くなりました。朝食を食べる時間は10～20分未満が最も多く37.3%、10分未満も21.4%です。

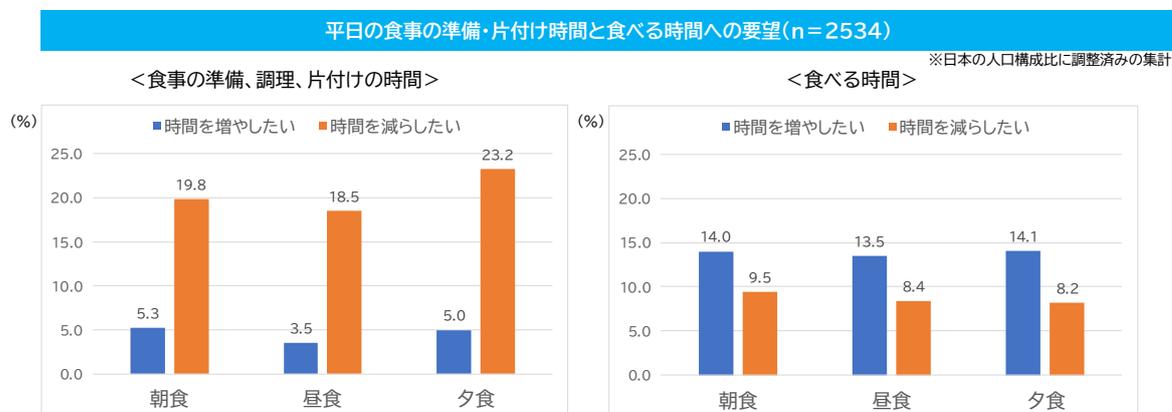
昼食は準備・調理・片付けを「行わない」とする方が33.2%で、3食の中で最も高くなりました。食事をとる時間は10～20分未満が35.1%、20～30分未満が31.4%で朝食よりもやや長くなります。

夕食の準備・調理・片付けは「30分～1時間未満」が最も多く25.1%となりました。ただし「行わない」～「1時間以上」までそれぞれ1～2割程度存在し、ばらつきが見られます。夕食を食べる時間は20～30分未満、30分～1時間未満がそれぞれ3割程度と、平日の3食の中では夕食に最も食べる時間をかけているということがわかりました。



●平日の食事の準備時間は減らしたい、食べる時間は短くてもかまわない

平日の食事に費やす時間について、増やしたいと考えているか、減らしたいと考えているのかを尋ねました。「食事の準備・調理・片付けの時間」では「時間を減らしたい」との回答がいずれの食事でも2割前後となっています。「食べる時間」については、「増やしたい」が「減らしたい」を上回りました。



同様に、現在費やしている時間別に見ていくと、「平日の食事の準備、調理、片付けの時間を減らしたい」という要

望については、朝食、昼食では「30分～1時間未満」、夕食では「30分～1時間未満」「1時間以上」準備の時間をかけている場合に「減らしたい」が高くなりました。一方「平日の食べる時間を増やしたい」では、現在の食事時間が「10分未満」「10～20分未満」であっても、「増やしたい」との回答が増加する傾向は見られませんでした。

平日の食事の準備・調理・片付け時間と食べる時間への要望(現在かけている時間別)

※日本の人口構成比に調整済みの集計

<平日の食事の準備・調理・片付けの時間を減らしたい>

		朝食		昼食		夕食	
		(集計数)	(%)	(集計数)	(%)	(集計数)	(%)
現在平日の【食事の準備、調理、片付け】にかけている時間	全体	(2534)	19.8	(2534)	18.5	(2534)	23.2
	10分未満	(726)	21.2	(642)	18.9	(338)	21.0
	10～20分未満	(543)	17.6	(459)	18.0	(353)	19.2
	20～30分未満	(386)	23.6	(369)	21.1	(389)	20.6
	30分～1時間未満	(252)	29.1	(197)	25.8	(635)	29.6
	1時間以上	(55)	21.1	(25)	26.6	(286)	39.5

<平日の食べる時間を増やしたい>

		朝食		昼食		夕食	
		(集計数)	(%)	(集計数)	(%)	(集計数)	(%)
現在平日に【食事を食べる】にかけている時間	全体	(2534)	14.0	(2534)	13.5	(2534)	14.1
	10分未満	(543)	15.9	(280)	14.2	(143)	16.5
	10～20分未満	(946)	13.8	(890)	13.2	(551)	14.1
	20～30分未満	(538)	14.6	(796)	13.1	(809)	12.3
	30分～1時間未満	(216)	15.4	(401)	15.6	(768)	13.9
	1時間以上	(14)	39.0	(48)	20.4	(223)	22.0
	行わない	(277)	7.6	(119)	7.8	(39)	2.0

集計数が少ない場合は参考値。30サンプル未満の場合には薄い水色でバーを表示

■本調査詳細データのご案内

CCC マーケティング総研では、本調査の詳細をご紹介するコラムをホームページで公開しています。また、集計表を販売しております。詳しくはこちらのページをご覧ください。

[【https://www.cccmk.co.jp/thinktanks/column-68】](https://www.cccmk.co.jp/thinktanks/column-68)

■調査データ概要

時間と場所に関する調査 (2022年12月)

調査地域 : 全国

調査対象者 : 男女 16～79歳のT会員

有効回答数 : 2,534 サンプル

調査期間 : 2022年12月8日(木)～2022年12月14日(水)

実査機関 : CCCMKホールディングス株式会社

調査方法：インターネット調査（Tリサーチ）

■CCCマーケティング総合研究所の概要

名称：CCCマーケティング総合研究所（CCCマーケティング総研）

URL：<https://www.cccmk.co.jp/thinktanks>

設立：2020年7月21日

生活者の消費データ、インサイトや心の変化、さらには社会環境や経済情勢などを踏まえ、生活者のみなさまの「ちょっといいな」を実現するために、2020年に発足しました。

我々は『生活者の皆さまと共に歩み、共に考えるシンクタンク』として生活者の意識把握に努め、その声をもとに「データ」×「クリエイティブ」×「コンサルティング」のチカラによって皆さまの未来創造に伴走します。

本件に関するお問い合わせ：

【報道関係者からのお問い合わせ】

CCCMKホールディングス株式会社

広報：野中

TEL：03-6800-4464

【調査・CCCマーケティング総合研究所に関するお問い合わせ】

CCCマーケティング総合研究所 担当：杉浦／齋藤

cccmk-souken@ccc.co.jp