

朝食実態と 外食ニーズ

福岡県居住者の「朝食」に関する調査

2023年4月

Research & Consulting
G:COM

株式会社ジーコム

1. 調査方法

当社アンケートモニター「コムネット」登録者に対するインターネット調査

2. 調査対象

福岡県在住の20歳以上の男女

3. 調査時期

2023年3月17日（金）～3月24日（金）

4. 調査規模

406サンプル

5. 標本構成

■性	件数	構成比 (%)
男性	169	41.6
女性	237	58.4
全体	406	100.0

■年代	件数	構成比 (%)
20・30代	98	24.1
40・50代	151	37.2
60代以上	157	38.7
全体	406	100.0

■居住地	件数	構成比 (%)
福岡市内	226	55.7
市外都市圏	90	22.2
その他福岡県	90	22.2
全体	406	100.0

■職業	件数	構成比 (%)
会社員	102	25.1
公務員	14	3.4
団体職員・病院勤務	11	2.7
経営者・会社役員	8	2.0
派遣社員・契約社員	34	8.4
商工自営	20	4.9
農林漁業	-	-
自由業	11	2.7
学生	3	0.7
パート・アルバイト	57	14.0
専業主婦（主夫）	91	22.4
無職	55	13.5
全体	406	100.0

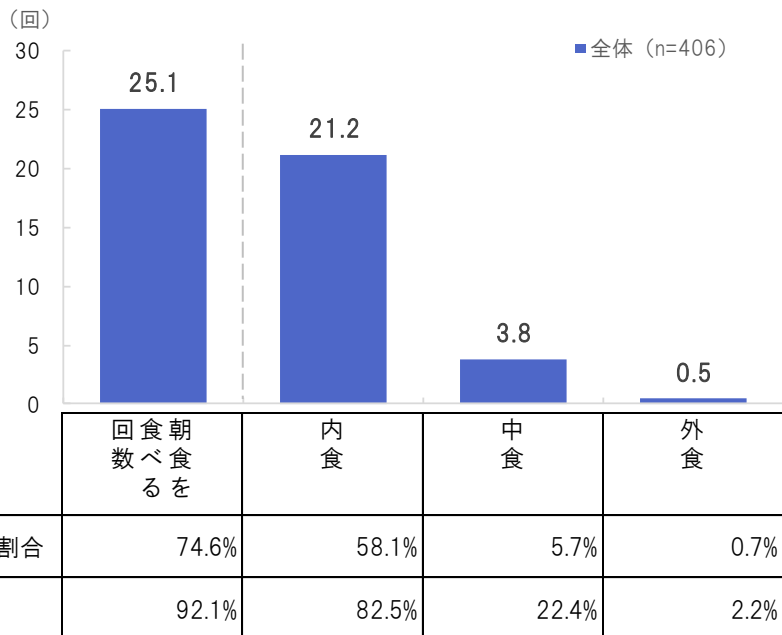
■ライフステージ	件数	構成比 (%)
未婚	83	20.4
既婚・子どもなし	53	13.1
既婚・子どもが小学生以下	79	19.5
既婚・子どもが中学生以上で扶養	44	10.8
既婚・子育て終了	147	36.2
全体	406	100.0

【報告書の見方】

- ・本文及び図中に示した調査結果の数値は小数点以下第2位を四捨五入しているため、全項目の回答比率の合計が100.0%とならない場合や合計値に誤差が生じる場合がある。
- ・複数の回答を求めた質問では、回答比率の合計が100.0%を超えることがある。
- ・報告書中の図表では、コンピューター入力の都合上、回答選択肢の表現を短縮している場合がある。

- 朝食を毎日食べる割合は75%、週1回以上食べる割合は92%で、回数にすると月間25回。内訳は内食（自宅調理）が21回、中食（店舗で購入）が4回となっており、外食は1回未満と少ない。
- 60代以上は朝食および内食の回数が他の年代よりも多い。

◆ 内容別朝食の摂食頻度



◆ 朝食の月間平均摂食回数

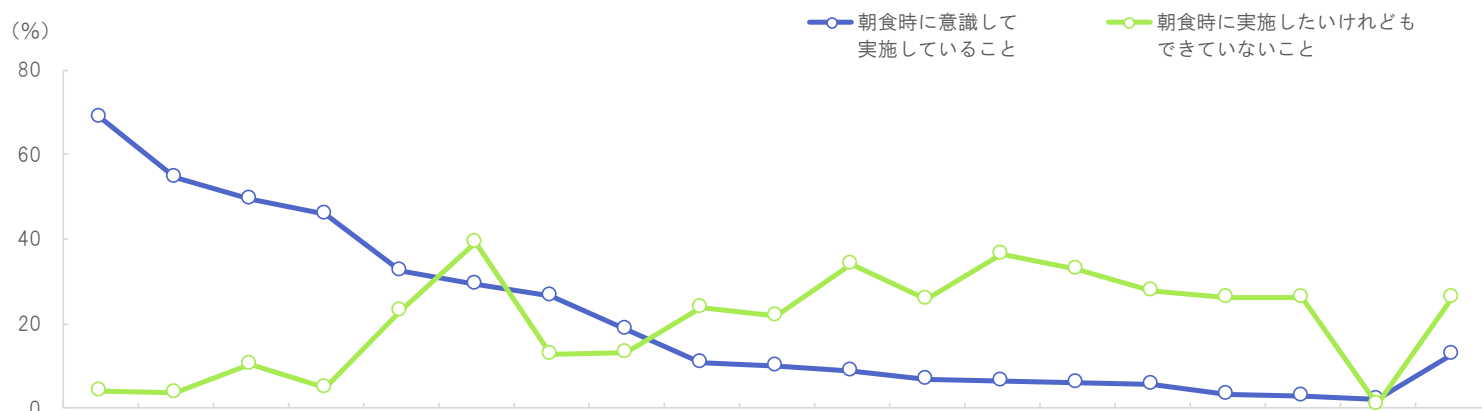
		調査数	朝食を食べる回数	内訳【回】		
				内食	中食	外食
全体		406	25.1	21.2	3.8	0.5
性別	男性	169	25.0	20.2	4.6	0.8
	女性	237	25.2	21.9	3.3	0.2
年代別	20・30代	98	23.3	18.3	4.5	0.5
	40・50代	151	23.0	19.3	3.7	0.5
	60代以上	157	28.2	24.8	3.6	0.4

* 内食: 自宅で調理して食べる、中食: スーパー・コンビニなど店舗で購入したものを食べる

* 月間平均摂食回数: 「毎日」=30、「週5~6回」=22、「週3~4回」=14、「週1~2回」=6、「月2~3回程度」=2.5、「月1回程度」=1、「2~3ヶ月に1回程度」=0.4、「半年に1回程度」=0.16、「年に1回程度」=0.08、「それ未満・食べない」=0として加重平均値を算出

- 朝食時に意識していることは、「準備が簡単」「短時間で食べ終わる」「洗い物や片付けがラク」が上位で、朝食前後の労力削減や時短を心がけている様子が見える。
- 一方、実施したいけれどもできていないことは、「栄養バランスが良い」に加え、「品数が多い」「旬の食材・料理を取り入れる」「バリエーションがあり、飽きがこない」が3割以上と高く、手間をかけたい意識と現状とのギャップが大きいようだ。

◆ 朝食で意識していること／できていないこと（複数回答）



	準備が簡単	短時間で食べ終わる	洗い物や片付けがラク	安く済む	体に良い	栄養バランスが良い	消化が良い	リラックスできる	ボリュームがある	子どもや家族と楽しめる	旬の食材・料理を取り入れる	地元産の食材・料理を取り入れる	品数が多い	飽きがこない	彩りや見た目の華やかさ	非日常感・贅沢感がある	珍しさ・目新しさ	その他	特になし	
全体(n=406)																				
朝食時に意識して実施していること	① 68.7	② 54.7	③ 49.3	④ 45.8	⑤ 32.5	29.3	26.4	18.5	10.8	10.1	8.9	6.9	6.4	6.2	5.4	3.2	3.0	2.0	12.8	
朝食時に実施したいけれどもできていないこと	3.9	3.7	10.3	4.7	22.9	① 39.2	12.6	13.1	23.9	21.7	③ 34.2	25.6	② 36.5	④ 32.8	⑤ 27.6	26.1	26.1	1.0	26.1	

* 上位5項目に順位記載

2. 朝食で意識していること／できていないこと

- 実施したいけれどもできていないことについて、60代以上では「非日常感・贅沢感がある」「珍しさ・目新しさ」が3割以上で、50代以下に比べて優先順位が高い。朝食を自宅で調理することの多いこの年代では、普段の朝食に対する飽きを感じている可能性がある。一方、20・30代は現状利便性や早さを意識しているが、健康やリラックスニーズが見られる。

◆朝食で意識していること（複数回答）

【%】

	調査数	準備が簡単	食短時間 食べ終わる	洗い物や 片付けがラク	安く済む	体に良い	栄養 バランスが 良い	消化に 良い	リラク クスでき る	ポリ ュームが ある	子ども や家族と 楽しめる	旬の食 材・料理 を取り入 れる	地元 の食材・ 料理を 取り入 れる	品数 が多い	あり、 飽きが こない	華やか さ	彩りや 見た目 の	贅沢 感 が あ る	非日 常 感 ・	珍 し さ ・ 目 新 し さ	そ の 他	特 に な し
全体	406	68.7	54.7	49.3	45.8	32.5	29.3	26.4	18.5	10.8	10.1	8.9	6.9	6.4	6.2	5.4	3.2	3.0	2.0	2.0	12.8	
性別	男性	169	59.2	50.9	40.2	46.2	32.5	30.8	27.2	20.7	12.4	9.5	8.9	5.9	6.5	6.5	4.1	3.0	3.6	2.4	19.5	
	女性	237	75.5	57.4	55.7	45.6	32.5	28.3	25.7	16.9	9.7	10.5	8.9	7.6	6.3	5.9	6.3	3.4	2.5	1.7	8.0	
年代別	20・30代	98	73.5	63.3	53.1	48.0	21.4	21.4	15.3	7.1	11.2	9.2	5.1	4.1	7.1	2.0	4.1	3.1	2.0	1.0	8.2	
	40・50代	151	67.5	53.0	49.7	42.4	23.2	19.2	20.5	13.9	11.3	7.9	3.3	2.6	2.6	3.3	2.6	2.0	2.0	0.7	15.2	
	60代以上	157	66.9	51.0	46.5	47.8	48.4	43.9	38.9	29.9	10.2	12.7	16.6	12.7	9.6	11.5	8.9	4.5	4.5	3.8	13.4	

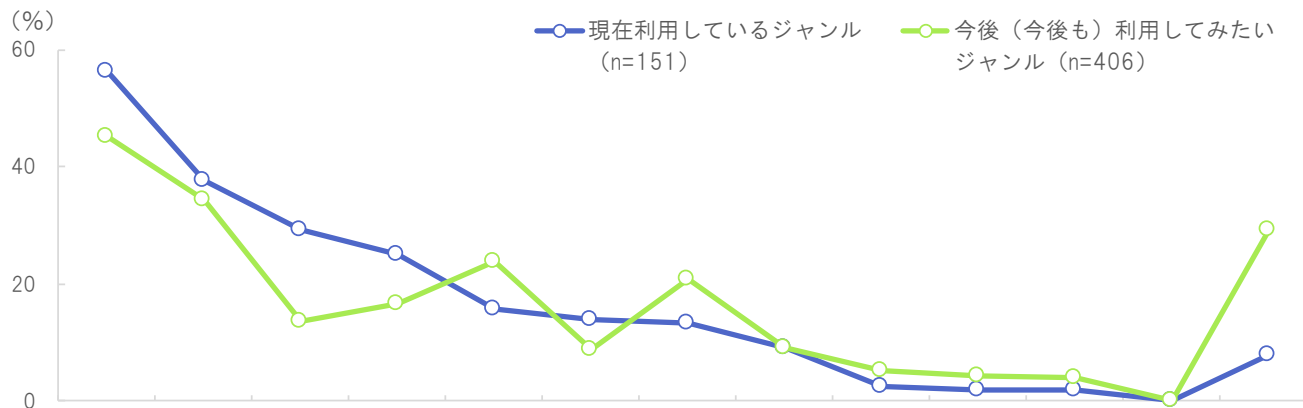
◆朝食でできていないこと（複数回答）

【%】

	調査数	準備が簡単	食短時間 食べ終わる	洗い物や 片付けがラク	安く済む	体に良い	栄養 バランスが 良い	消化に 良い	リラク クスでき る	ポリ ュームが ある	子ども や家族と 楽しめる	旬の食 材・料理 を取り入 れる	地元 の食材・ 料理を 取り入 れる	品数 が多い	あり、 飽きが こない	華やか さ	彩りや 見た目 の	贅沢 感 が あ る	非日 常 感 ・	珍 し さ ・ 目 新 し さ	そ の 他	特 に な し
全体	406	3.9	3.7	10.3	4.7	22.9	39.2	12.6	13.1	23.9	21.7	34.2	25.6	36.5	32.8	27.6	26.1	26.1	1.0	26.1		
性別	男性	169	4.7	4.7	10.1	4.1	17.8	30.2	12.4	12.4	21.3	19.5	29.6	27.2	34.9	29.6	26.0	27.8	24.9	2.4	33.7	
	女性	237	3.4	3.0	10.5	5.1	26.6	45.6	12.7	13.5	25.7	23.2	37.6	24.5	37.6	35.0	28.7	24.9	27.0	-	20.7	
年代別	20・30代	98	6.1	2.0	10.2	5.1	31.6	46.9	16.3	20.4	27.6	25.5	29.6	24.5	36.7	32.7	32.7	23.5	24.5	1.0	18.4	
	40・50代	151	3.3	5.3	11.3	6.0	25.2	44.4	14.6	12.6	17.2	21.2	35.8	23.2	32.5	29.8	24.5	23.2	21.9	-	29.1	
	60代以上	157	3.2	3.2	9.6	3.2	15.3	29.3	8.3	8.9	28.0	19.7	35.7	28.7	40.1	35.7	27.4	30.6	31.2	1.9	28.0	

- 朝食の外食利用層が実際に利用している店舗は、「コーヒー専門店・喫茶店・カフェ」「パン・ベーカリー」「ファストフード」「ファミリーレストラン」が上位である。
- 今後朝食で利用してみたい店舗では、「ホテルのレストラン」「和食」が2割以上と現在利用しているジャンルに比べて利用意向が高くなっている。

◆ 朝食の外食利用／利用意向店舗（複数回答）



	喫茶店・カフェ	パン・ベーカリー	ファストフード	ファミリーレストラン	ホテルのレストラン	うどん・そば	和食	洋食	丼・カレー	中華	ラーメン	その他	特になし
現在利用しているジャンル (n=151)	56.3	37.7	29.1	25.2	15.9	13.9	13.2	9.3	2.6	2.0	2.0	-	7.9
今後（今後も）利用してみたいジャンル (n=406)	45.1	34.2	13.8	16.7	23.9	8.9	20.9	9.1	5.2	4.2	3.9	0.2	29.3

3. 朝食の外食利用／利用意向店舗

* 外食利用は現在利用層限定

- 今後利用してみたい店舗において、「ホテルのレストラン」や「和食」は性や年代に関わらず上位に挙がっており、いつもとは違う朝食スタイルへの期待が見られる。

◆ 朝食の外食利用店舗（複数回答）

		調査数	カフェ・喫茶店・専門	パン・カレー	ファスト	レストラン	ホテルのレストラン	うどん・そば	和食	洋食	丼・カレー	中華	ラーメン	その他	特になし
全体		151	56.3	37.7	29.1	25.2	15.9	13.9	13.2	9.3	2.6	2.0	2.0	-	7.9
性別	男性	64	40.6	32.8	25.0	18.8	26.6	21.9	17.2	14.1	6.3	3.1	3.1	-	12.5
	女性	87	67.8	41.4	32.2	29.9	8.0	8.0	10.3	5.7	-	1.1	1.1	-	4.6
年代別	20・30代	46	56.5	56.5	34.8	17.4	10.9	6.5	10.9	6.5	-	4.3	-	-	6.5
	40・50代	65	56.9	32.3	24.6	24.6	13.8	15.4	13.8	7.7	6.2	-	1.5	-	4.6
	60代以上	40	55.0	25.0	30.0	35.0	25.0	20.0	15.0	15.0	-	2.5	5.0	-	15.0

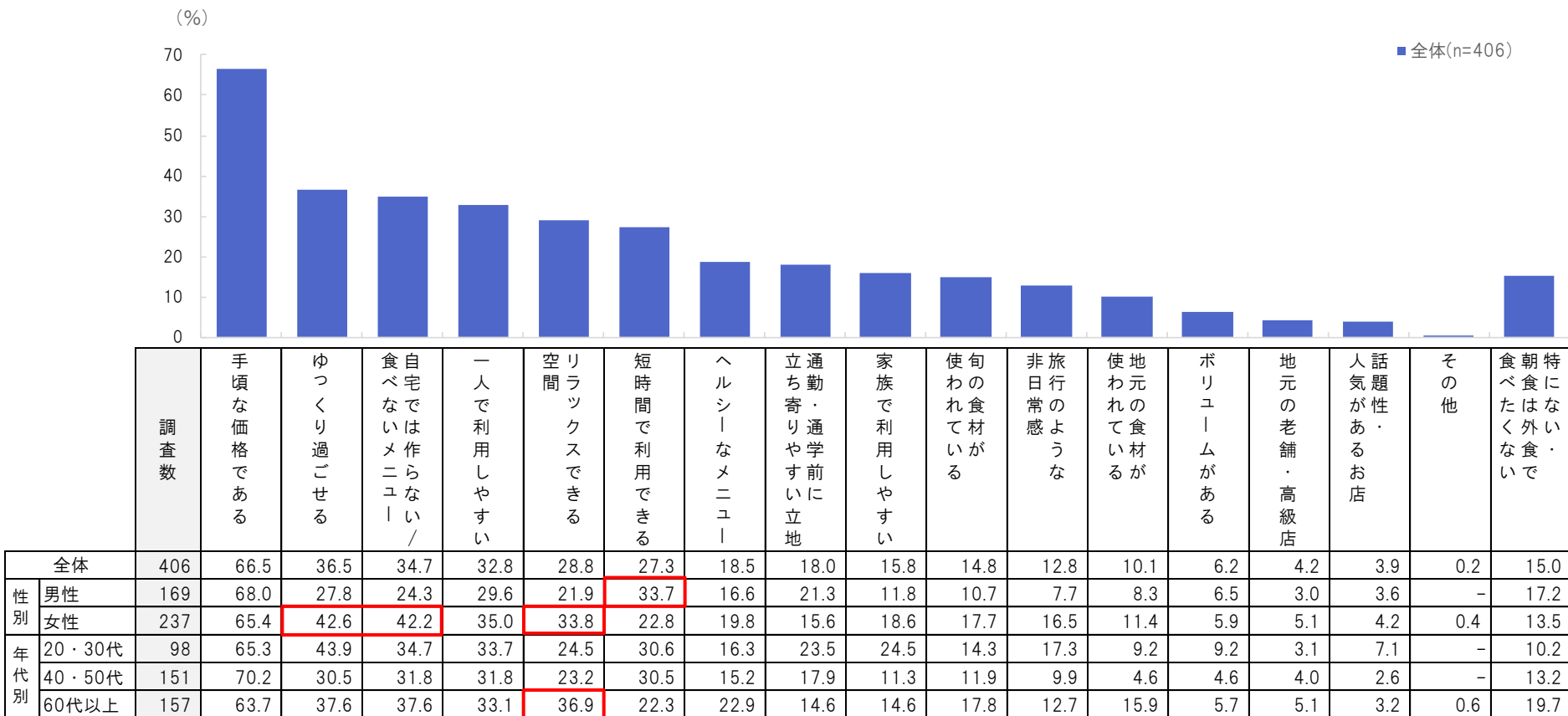
◆ 朝食の利用意向店舗（複数回答）

		調査数	カフェ・喫茶店・専門	パン・カレー	ファスト	レストラン	ホテルのレストラン	うどん・そば	和食	洋食	丼・カレー	中華	ラーメン	その他	特になし
全体		406	45.1	34.2	13.8	16.7	23.9	8.9	20.9	9.1	5.2	4.2	3.9	0.2	29.3
性別	男性	169	39.1	30.8	14.2	15.4	18.3	10.7	26.6	9.5	5.9	6.5	5.3	-	30.2
	女性	237	49.4	36.7	13.5	17.7	27.8	7.6	16.9	8.9	4.6	2.5	3.0	0.4	28.7
年代別	20・30代	98	49.0	49.0	21.4	21.4	22.4	9.2	19.4	11.2	9.2	5.1	6.1	-	17.3
	40・50代	151	47.0	34.4	13.9	15.2	26.5	8.6	21.9	9.9	4.0	4.6	4.0	-	27.8
	60代以上	157	40.8	24.8	8.9	15.3	22.3	8.9	21.0	7.0	3.8	3.2	2.5	0.6	38.2

*セルの網掛け：各属性の上位3位にピンク

- 朝食で外食する際の重視点は、「手頃な価格」が突出している。また、「ゆっくり過ごせる」「自宅では作らないメニュー」「一人で利用しやすい」が3割以上と高く、一人で落ち着いて普段と違うメニューを楽しむことが求められている。
- 働き方や調理実施など、朝の過ごし方の違いから男女で外食に対するニーズが異なっている。
- 60代以上は、50代以下に比べて「リラックスできる空間」の割合が高い。「リラックスできる」は朝食時に意識していることでも割合が高く、外食においても同様に重視されている。

◆朝食外食時の重視点（複数回答）



マーケティングリサーチからコンサルティングまで 福岡・九州の生活者マーケティングは、株式会社ジーコム

1986年の創業以来、35年以上福岡・九州で
「マーケティング・リサーチ」と「ビジネスコンサルティング」の専門会社として、
顧客視点に基づく科学的なアプローチによつて的確な課題解決策を導き出し、
マーケティングサポートを行っています。

発行元：株式会社ジーコム

福岡市中央区天神4-1-1 第7明星ビル7F

TEL 092-761-0221 FAX 092-761-0228

<https://www.gcom-net.co.jp/>

inq@gcom-net.co.jp