

報道関係者各位  
プレスリリース

2017年8月18日  
ソフトブレン・フィールド株式会社

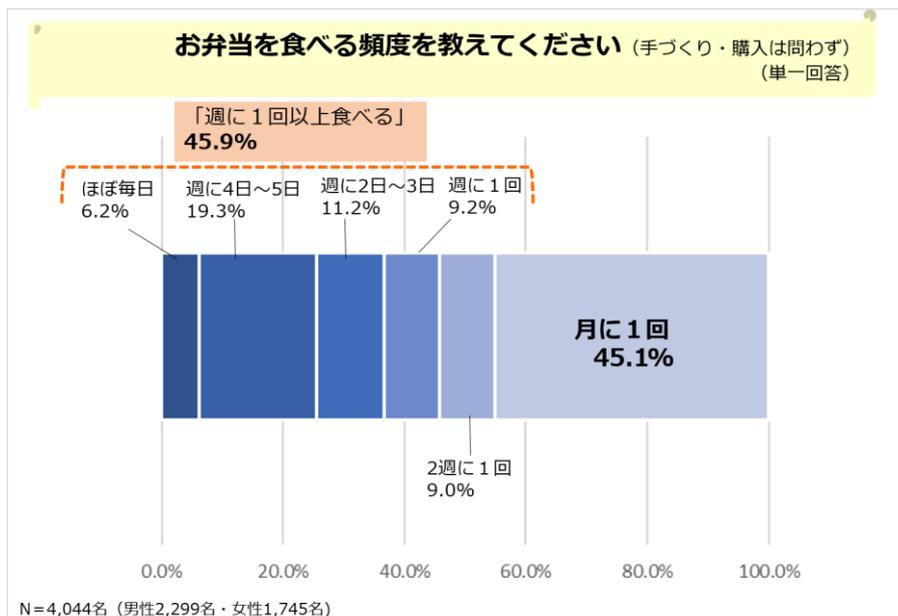
## 新学期からのお弁当におすすめ！最新の人気冷凍食品は何？定番のおかずは？

～全国4,000名に徹底調査した「お弁当に関するアンケート結果報告」～

長かった夏休みももうすぐ終わり、9月から新学期が始まると、お子さんのお弁当づくりに頭を悩ませるママさん達も多いのではないのでしょうか？フィールド・クラウドソーシング事業を展開するソフトブレン・フィールド株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：木名瀬博）は、弊社が運営する「レシーポ」（<https://receipo.com/>）および、株式会社クレディセゾンと共同事業で運営する「レシートで貯める」（<https://aqfpob.com/>）の、「Point of Buy®購買理由データ」（以下POB会員）のアンケートモニターのうち普段お弁当を食べる方（手づくり・購入は問わず）を対象に、「お弁当に関する実態調査」を2017年8月5日～6日にかけて実施しました。その結果をご報告いたします。

### [調査概要]

調査対象	POB会員「レシーポ」および「レシートで貯める」のアンケートモニター					
調査日	2017/8/5～8/6			調査地域		
	全国					
調査方法	インターネットを利用したアンケート調査					
行ラベル	20代	30代	40代	50代	60代以上	総計
女性	77	468	869	630	255	2,299
男性	24	127	508	613	473	1,745
総計	101	595	1,377	1,243	728	4,044

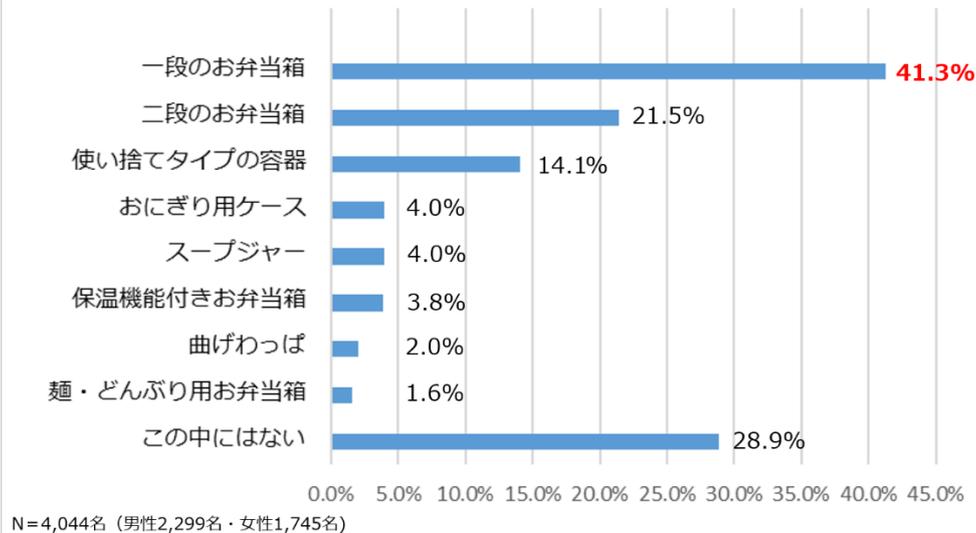


### ■お弁当を食べる頻度は、月1回と回答した方が半数近く

「月に1回食べる」と回答した方が、45.1%でもっとも多かったのに対し、「週に1回以上食べる」という方は、45.9%[内訳：「ほぼ毎日食べる（6.2%）」・「週に4日～5日食べる（19.3%）」・「週に2日～3日食べる（11.2%）」・「週に1回食べる（9.2%）」]という結果となりました。次にお弁当のときに使用しているアイテムについて聞いてみました。

## お弁当のときに使用しているアイテムをすべてお選びください

(複数回答)



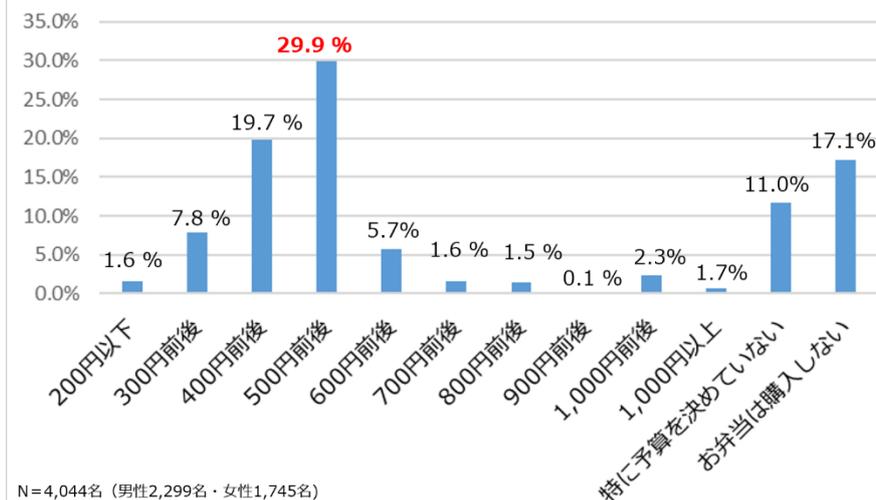
### ■多様なお弁当箱が発売されている中でも、定番の一段や二段のお弁当箱が人気

お弁当の利用アイテムは、「一段のお弁当箱」を使用していると回答した方が、41.3%でもっとも多く、次いで「二段のお弁当箱」と回答した方が21.5%であり、定番のお弁当アイテムが人気でした。「使い捨てタイプの容器（14.1%）」と回答した方も多く、100円ショップでは、おしゃれなペーパーランチボックスが発売されており、若い女性を中心に人気を集めています。出先でも温かいものを食べることができる「スープジャー（4.0%）」は、健康志向の方やダイエット中の方にも人気があり、スープジャーでつくる野菜スープなどのレシピ本も発売されています。また、海外では日本の弁当を紹介した本や、新聞などメディアでも取り上げられる機会も多く、日本の弁当文化が“BENTO”として注目を集め、昔ながらの「曲げわっぱ（2.0%）」は、外国人観光客のお土産としても人気となっています。

次に、お弁当を購入する際の金額について聞いてみました。

## お弁当の購入金額について もっとも近いものをお選びください

(単一回答)



### ■お弁当の購入金額は半数近くの方が、400円前後～500円前後で購入している

1回あたりのお弁当の購入金額は、「500円前後」と回答した方が、29.9%でもっとも多く、次いで「400円前後」と回答した方が、19.7%でした。価格帯としては、400円～500円前後で購入している方が、約半数でもっとも多いことがわかりました。

次に、お弁当に入っていると嬉しいおかず・定番のおかずについて聞いてみました。どんなおかずが選ばれたのでしょうか？

## お弁当に入っていると嬉しいおかず・定番のおかずは？(単一回答)

【入っていると嬉しいお弁当のおかず】

順位	料理名	割合
1	卵焼き	24.3%
2	鶏のから揚げ	23.1%
3	ウインナー	7.0%
4	エビフライ	6.7%
5	焼肉・しょうが焼き	6.0%
6	焼き魚	5.8%
7	煮物	4.4%
8	きんぴらごぼう	3.8%
9	ハンバーグ	3.8%
10	とんかつ	3.5%

【定番のお弁当のおかず】

順位	料理名	割合
1	卵焼き	49.9%
2	鶏のから揚げ	9.9%
3	ウインナー	9.3%
4	焼肉・しょうが焼き	3.2%
5	煮物	2.9%
6	ハンバーグ	2.5%
7	焼き魚	2.5%
8	きんぴらごぼう	1.9%
9	ミートボール	1.6%
10	コロッケ	1.2%

N=4,044名(男性2,299名・女性1,745名)に聞いた、10位までを紹介。

### ■入っていると嬉しいおかずは、王道の家庭料理「卵焼き」と「から揚げ」、定番のおかずと言えば「卵焼き」が半数近く

「入っていると嬉しいおかず(以下、うれしい)」と「定番のおかず(以下、定番)」のNo.1～No.3は同じおかずが選ばれました。No.1の「卵焼き」は、お弁当に彩りを添えるだけではなく、味付けや中に入れる食材によってもバリエーションが増やせるため毎日食べても飽きないおかずであり、「うれしい(24.3%)・定番(49.9%)」と多くの支持を集めました。No.2は、冷めてもおいしく、ボリュームのあるおかずの代表「鶏のから揚げ」が、「うれしい(23.1%)・定番(9.9%)」で選ばれ、No.3は、子どもが大好きな「ウインナー」が、「うれしい(7.0%)・定番(9.3%)」が選ばれました。

毎日のお弁当づくりにも便利な冷凍食品。みなさんがお弁当づくりに利用したことがある冷凍食品について聞いてみました。

## お弁当づくりに利用したことがある冷凍食品をすべてお選びください

(複数回答)

順位	商品名	割合
1	味の素冷凍食品 エビ寄せフライ	19.2%
2	ニチレイフーズ お弁当にGood!® ミニハンバーグ	18.8%
3	味の素冷凍食品 やわらか若鶏からあげ	16.5%
4	ニチレイフーズ お弁当にGood!® パリパリの春巻	14.3%
5	ニチレイフーズ お弁当にGood!® からあげチキン	14.3%
6	マルハニチロ 白身&タルタルソース	13.5%
7	味の素冷凍食品 プリプリのエビシューマイ	12.6%
8	マルハニチロ 肉巻きポテト	10.6%
9	ニチレイフーズ お弁当にGood!® 衣がサクサク牛肉コロッケ	9.3%
10	テーブルマーク のりっこチキン	7.8%

N=4,044名(男性2,299名・女性1,745名)に聞いた、10位までを紹介。

### ■発売から40年以上の誰からも愛される味の、ロングセラー商品が人気を集める

発売から今年で40周年、変わらぬおいしさで、多くの人に愛されている「味の素冷凍食品 エビ寄せフライ」を利用したことがあると回答した方が、19.2%でもっとも多く、次いで、1972年の発売以来「冷めてもおいしい」という味へのこだわりでつくられている、「ニチレイフーズ お弁当にGood!® ミニハンバーグ」を利用したことがあると回答した方が、18.8%となりました。そのほか、家庭でつくるには手間のかかる揚げ物系の「味の素冷凍食品 やわらか若鶏からあげ(16.5%)」、「ニチレイフーズ お弁当にGood!® パリパリの春巻き(14.3%)」、「ニチレイフーズ お弁当にGood!® からあげチキン(14.3%)」も支持を集めました。

従来の冷凍食品は、電子レンジやフライパンでの再加熱が必要でしたが、今回ランクインした冷凍食品の中には、朝お弁当に詰めれば昼頃には自然解凍でおいしく食べられる商品も多く、毎日のお弁当づくりの時短にも繋がっていると考えられます。

最後に、みなさんのお弁当のエピソードや、お住まいの地域の自慢のお弁当について聞いてみました。

## お弁当に関するエピソード

### これって我が家だけ?! みんなに驚かれたおかず・お弁当

- ・お弁当を開けたらイカの姿焼きが入っていた (40代女性)
- ・餃子が入っていて周りにニオイが充満していた (40代女性)
- ・実家がうなぎ屋だったので、お弁当に鰻重が頻りに登場していた (50代女性)

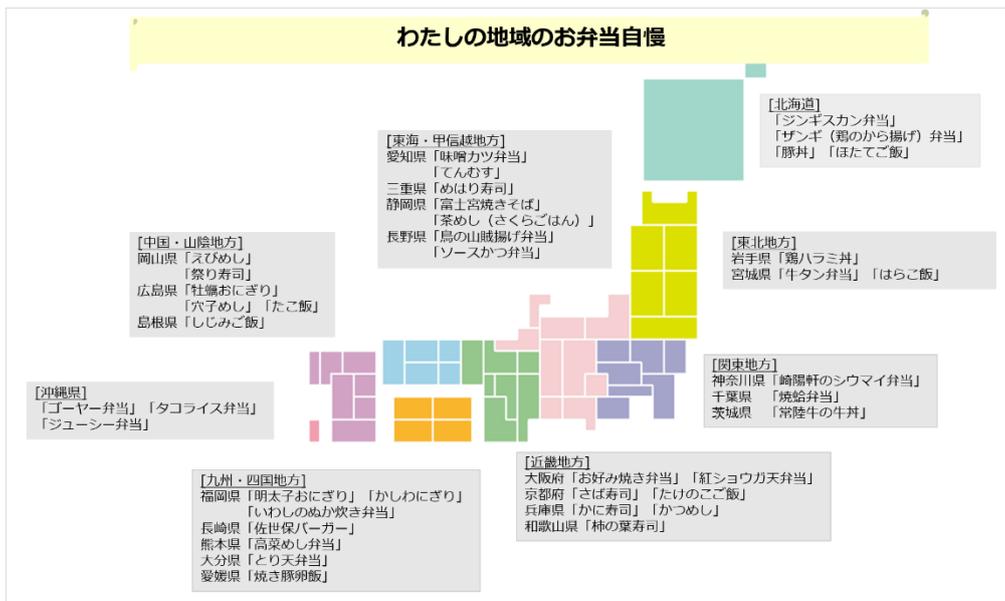
### 忘れもしないお弁当最後の日

- ・幼稚園最後のお弁当の日、子どもが食べた空っぽのお弁当箱には、「おかあさんありがとう」のメッセージが添えられていた。(30代女性)
- ・普段口数が少ない息子が高校でお弁当最後の日、空っぽのお弁当箱を渡すときに、はずかしそうに「毎日おいしいお弁当をありがとう」と言ってくれた。(60代女性)

### せつかくのお弁当がこんなことに・・・

- ・急いで歩いてお弁当がひっくり返り、汁が染みでて、靴の中がお弁当臭くなった。(40代女性)
- ・いつもごはんをぎっしり詰める母。箸ですくおうとしたら折れて、友達に箸を借りて食べた。(50代男性)

## わたしの地域のお弁当自慢



### ■地元食材や文化を活かしたお弁当が勢ぞろい

その土地でしか購入できないお弁当 (千葉県「焼蛤弁当」など) や、地元の食材を活かしてつくるお弁当 (広島県「牡蠣おにぎり」など)、B級グルメ (静岡「富士宮焼きそば」など) や、それもお弁当に入れるの?! といった変わり種 (大阪「お好み焼き」など)、市販品・手づくり問わず、様々な地域のお弁当に関する回答が集まりました。

### ■サービスのご紹介「Point of Buy®購買理由データ提供サービス」概要



Point of Buy®データベースは、全国の消費者から実際に購入/利用したレシートを収集し、ブランドカテゴリや利用サービス、実際の飲食店利用者ごとのレシート (利用証明として) を通じて集計したマルチプルリテール購買データのデータベースです。

同一個人 (シングルソース) から「消費行動」に関わる複数種類のデータを収集しており、ショッパーの行動結果からリアルなショッパーの実態に直接迫り、マーケティング戦略に不可欠なデータを、“より精度を高く”を企業・メーカーに提供します。

集計対象は、消費財カテゴリ 64 種類 約 6,000 ブランド、飲食利用カテゴリ 10 種類約 200 チェーン (2017 年 4 月現在)。全ての利用証明に購入/利用理由

(フリーコメント) がデータ化されています。

■当事業の特長：

- 日本初のレシートによる購買証明付き購買理由データ
- 「セゾンポイントモール」会員と「履歴書情報」のある当社登録会員「キャスト」で構成された約 20 万人のネットワークに基づく本人認証度の高いデータを提供
- 週次 POS データとの連動分析を可能とする週次購買理由データ

■ サービス詳細参照ページ：

- ・「Point of Buy®購買理由データ提供サービス」 <https://www.sbfield.co.jp/multi-idpos>
- ・レシートで貯める <https://aqfpob.com/>
- ・レシーボ <https://recepto.com/>

【ソフトブレン・フィールド株式会社 会社概要】

ソフトブレン・フィールド株式会社は、ソフトブレン株式会社（市場名：東証1部・4779、本社：東京都中央区、設立年月日：1992年6月17日、代表取締役社長：豊田浩文）のグループ会社として、全国の主婦を中心とした登録スタッフ約65,000名のネットワークを活用し、北海道から沖縄まで全国のドラッグストアやスーパー、コンビニ、専門店など120,000店舗以上をカバーし、営業支援（ラウンダー）や市場調査（ミステリーショッパー、店頭調査など）を実施しています。当社代表の木名瀬博は、2004年にアサヒビールの社内独立支援制度に応募し、合格第1号事業として独立しました。

「木名瀬 博のフィールド虎の巻」 URL：<https://www.sbfield.co.jp/toranomaki>

本社所在地：東京都港区赤坂3-5-2 サンヨー赤坂ビル5階

設立：2004年7月 / 資本金：151,499,329円

代表取締役社長：木名瀬 博

URL：<https://www.sbfield.co.jp/>

【サービスに関するお問い合わせ先】

ソフトブレン・フィールド株式会社 マーケティングソリューション部 山中（やまなか） / 神谷（かみたに）

TEL：03-6328-3883 FAX：03-5561-8599

お問い合わせフォーム：<https://www.sbfield.co.jp/contact/contact-corporation>

【報道関係お問い合わせ先】

ソフトブレン・フィールド株式会社 経営企画部 広報担当 坂本（さかもと） / 石井（いしい）

TEL：03-6328-3630 FAX：03-6328-3631 MAIL：[press@sbfield.com](mailto:press@sbfield.com)