

<ジーコム独自調査レポート No.146>

# 福岡県居住者の 「フードデリバリー・テイクアウトの利用実態」

2021年4月

# 調査概要

## 1. 調査方法

弊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

2021年3月12日（金）～3月19日（金）

## 4. 調査規模

503サンプル

### 【標本構成】

■性	件数	構成比 (%)
男性	226	44.9
女性	277	55.1
全体	503	100.0

■年代	件数	構成比 (%)
20代	34	6.8
30代	94	18.7
40代	105	20.9
50代	87	17.3
60代	122	24.3
70代以上	61	12.1
全体	503	100.0

■居住地	件数	構成比 (%)
福岡市内	274	54.5
市外都市圏	111	22.1
その他福岡県	118	23.5
全体	503	100.0

■ライフステージ	件数	構成比 (%)
未婚	122	24.3
既婚・子どもなし	62	12.3
既婚・子どもが小学生以下	99	19.7
既婚・子どもが中学生以上で扶養	55	10.9
既婚・子育て終了	165	32.8
全体	503	100.0

■職業	件数	構成比 (%)
会社員	138	27.4
公務員	16	3.2
団体職員・病院勤務	16	3.2
経営者・会社役員	10	2.0
派遣社員・契約社員	28	5.6
商工自営	28	5.6
農林漁業	0	0.0
自由業	12	2.4
学生	5	1.0
パート・アルバイト	72	14.3
専業主婦（主夫）	118	23.5
無職	59	11.7
その他	1	0.2
全体	503	100.0

### 【報告書の見方】

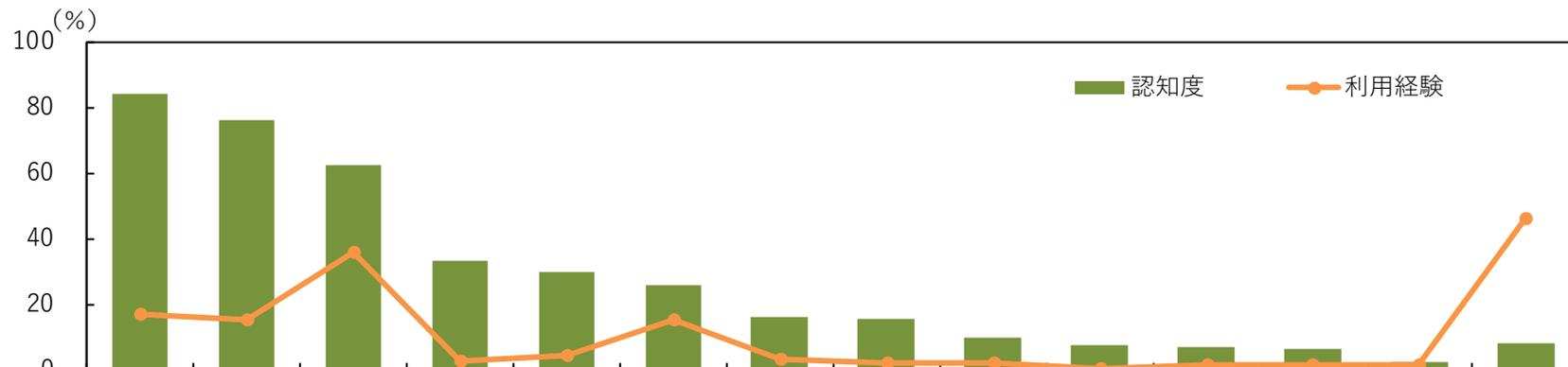
- 本文及び図中に示した調査結果の数値は小数点以下第2位を四捨五入しているため、全項目の回答比率の合計が100.0%とならない場合や合計値に誤差が生じる場合がある。
- 複数の回答を求めた質問では、回答比率の合計が100.0%を超えることがある。
- 報告書中の図表では、コンピューター入力の場合、回答選択肢の表現を短縮している場合がある。

# 1. 認知・利用経験サービス

フードデリバリー会社の認知度は「Uber Eats」「出前館」が上位。利用経験は「飲食店直営の宅配サービス」がトップ。

フードデリバリー、飲食のテイクアウトサービスについて、認知しているサービスは、「Uber Eats」の割合が84.5%で最も高く、次いで「出前館」76.1%である。また、利用経験があるサービスは、「飲食店直営の宅配サービス」の割合が36.2%で最も高く、次いで「Uber Eats」17.1%、「出前館」「飲食店直営のテイクアウト」15.1%の順である。

◆認知・利用経験サービス【複数回答】



調査数	Uber Eats	出前館	飲食店直営の宅配サービス	food panda	DiDi Food	飲食店直営のテイクアウト	楽天デリバリー	dデリバリー	TEPAARK テイクアウト	Wolt	menu	LINE ポケオ	その他のフードデリバリーサービス	あてはまるものはない	
認知度	503	84.5	76.1	62.6	33.6	29.8	26.2	16.1	15.5	9.9	7.8	7.4	6.8	2.4	8.2
利用経験	503	17.1	15.1	36.2	2.6	4.4	15.1	3.4	2.4	2.4	0.4	1.4	1.4	1.4	46.5

・年代別では、50代以下は60代以上に比べて「Uber Eats」「出前館」「food panda」など多くのサービスの認知度が高い。また、20・30代は40代以上に比べて「Uber Eats」の利用経験の割合が高い。

◆認知・利用経験サービス【複数回答】

認知度

		調査数	Uber Eats	出前館	宅飲食店直営のサービス	food panda	Didi Food	テイクアウトの飲食店直営	楽天デリバリー	dデリバリー	TEPAARK	Wolt	menu	LINEポケオ	その他のフードデリバリーサービス	【%】 あてはまるものはない
全体		503	84.5	76.1	62.6	33.6	29.8	26.2	16.1	15.5	9.9	7.8	7.4	6.8	2.4	8.2
性別	男性	226	80.5	72.1	56.6	30.1	30.1	24.3	16.8	16.4	7.1	9.3	6.6	4.4	3.5	8.8
	女性	277	87.7	79.4	67.5	36.5	29.6	27.8	15.5	14.8	12.3	6.5	7.9	8.7	1.4	7.6
年代別	20・30代	128	92.2	85.9	65.6	43.8	43.0	20.3	27.3	19.5	16.4	12.5	16.4	12.5	1.6	5.5
	40・50代	192	89.6	82.8	63.5	41.1	34.9	26.0	17.7	21.9	12.5	8.9	6.3	7.8	0.5	7.3
	60代以上	183	73.8	62.3	59.6	18.6	15.3	30.6	6.6	6.0	2.7	3.3	2.2	1.6	4.9	10.9

利用経験

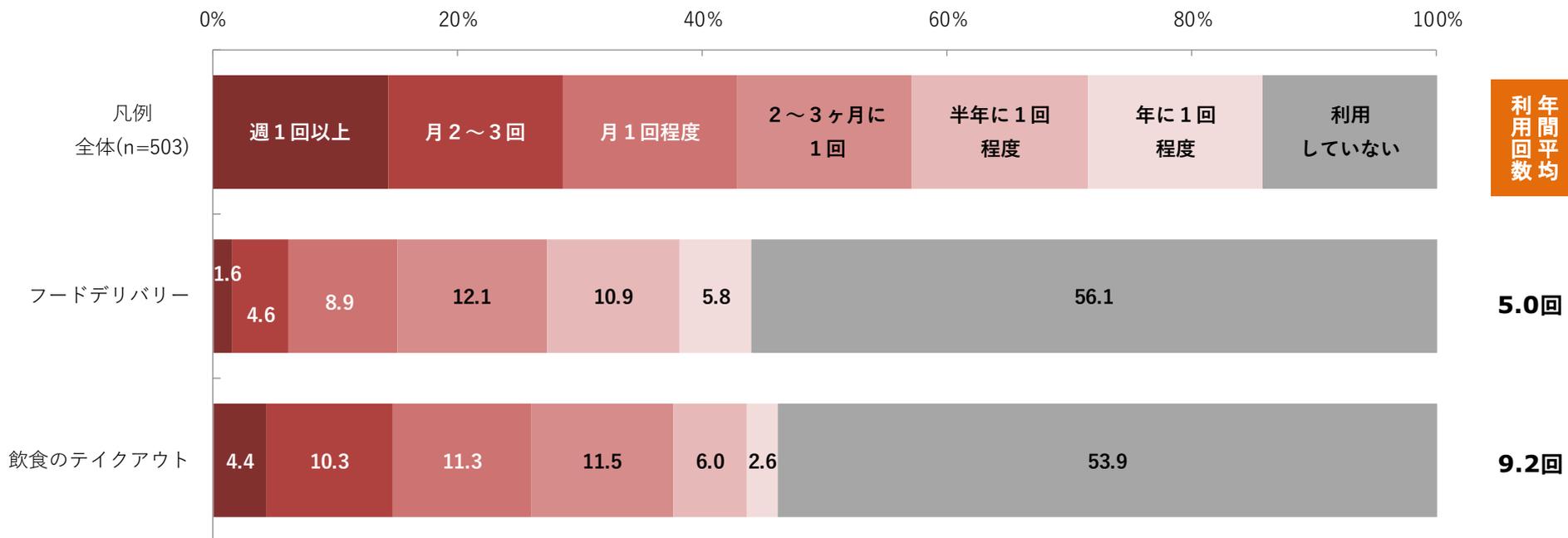
全体		503	17.1	15.1	36.2	2.6	4.4	15.1	3.4	2.4	2.4	0.4	1.4	1.4	1.4	46.5
性別	男性	226	14.2	12.4	35.0	1.8	4.9	15.0	4.0	1.8	2.2	0.0	0.9	0.9	1.3	50.0
	女性	277	19.5	17.3	37.2	3.2	4.0	15.2	2.9	2.9	2.5	0.7	1.8	1.8	1.4	43.7
年代別	20・30代	128	33.6	24.2	39.8	7.0	7.8	14.1	3.9	5.5	3.9	0.8	3.1	3.1	0.8	35.2
	40・50代	192	14.6	17.2	38.0	1.6	6.3	14.6	5.2	2.6	3.1	0.5	1.0	1.6	0.5	46.4
	60代以上	183	8.2	6.6	31.7	0.5	0.0	16.4	1.1	0.0	0.5	0.0	0.5	0.0	2.7	54.6

## 2. 直近1年間の利用頻度

両サービスともに若年層で利用頻度が高い。

直近1年間の利用頻度について、フードデリバリーの年間平均利用回数は5.0回、飲食のテイクアウトは9.2回である。直近1年間で利用していないと回答した割合は5割半ばでほぼ同じだが、年間平均利用回数は飲食のテイクアウトの方が多い。

◆直近1年間の利用頻度【単一回答】



\*年間平均利用回数:「週5回以上」=286、「週3~4回」=182、「週1~2回」=78、「月2~3回」=30、「月1回程度」=12、「2~3ヶ月に1回」=4.8、「半年に1回程度」=2、「年に1回程度」=1、「利用していない」=0として加重平均値を算出。

- ・性別では、フードデリバリーの利用において、男性は女性に比べて年間平均利用回数が多い。
- ・年代別では、両サービスの利用において、20・30代は40代以上に比べて年間平均利用回数が多い。

◆直近1年間の利用頻度【単一回答】

		調査数	週1回以上	月2～3回	月1回程度	2～3ヶ月に1回	半年に1回程度	年に1回程度	【%】	【回】	
									は飲食用して利用していない	フードデリバリー/アウト	年間平均利用回数
フード デリバリー	全体	503	1.6	4.6	8.9	12.1	10.9	5.8	56.1	5.0	
	性別	男性	226	2.7	3.5	10.2	11.5	6.6	6.6	58.8	6.0
		女性	277	0.7	5.4	7.9	12.6	14.4	5.1	53.8	4.1
	年代別	20・30代	128	3.1	5.5	10.9	19.5	18.0	4.7	38.3	6.7
		40・50代	192	1.6	4.7	8.3	11.5	10.4	6.8	56.8	4.5
		60代以上	183	0.5	3.8	8.2	7.7	6.6	5.5	67.8	4.2
飲食の テイクアウト	全体	503	4.4	10.3	11.3	11.5	6.0	2.6	53.9	9.2	
	性別	男性	226	5.3	10.6	8.0	9.7	6.2	2.2	58.0	9.4
		女性	277	3.6	10.1	14.1	13.0	5.8	2.9	50.5	9.1
	年代別	20・30代	128	5.5	10.9	17.2	16.4	5.5	2.3	42.2	11.3
		40・50代	192	3.1	13.0	10.4	12.5	5.7	2.6	52.6	8.9
		60代以上	183	4.9	7.1	8.2	7.1	6.6	2.7	63.4	8.0

\*年間平均利用回数:「週5回以上」=286、「週3～4回」=182、「週1～2回」=78、「月2～3回」=30、「月1回程度」=12、「2～3ヶ月に1回」=4.8、「半年に1回程度」=2、「年に1回程度」=1、「利用していない」=0として加重平均値を算出。

### 3. 利用のきっかけ

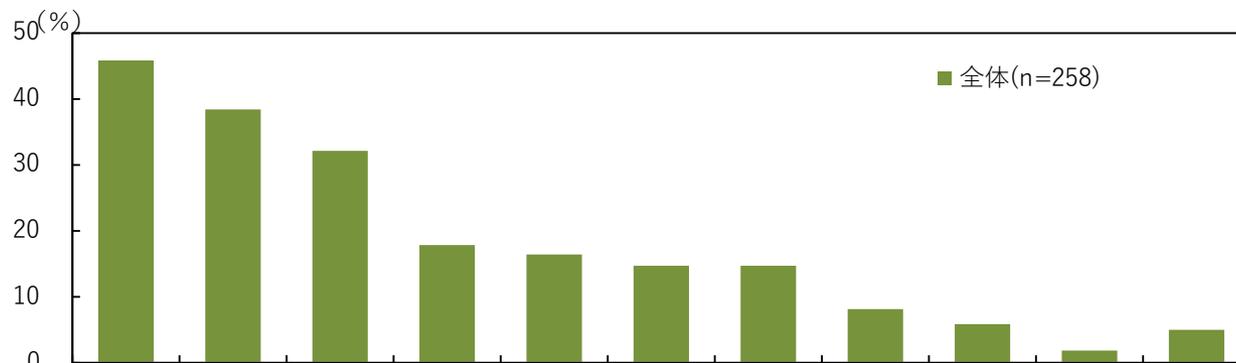
※フードデリバリー、またはテイクアウトサービスの直近1年以内の利用層限定

若年層は料理の面倒さ、高齢層は特定の料理を食べたい気持ちが利用のきっかけにつながっている。

フードデリバリー、またはテイクアウトサービスの利用のきっかけは、「その料理が食べたい」の割合が45.7%で最も高く、次いで「料理をするのが面倒」38.4%、「家から出たくない」32.2%の順である。

- ・性別では、女性は男性に比べて「料理をするのが面倒」の割合が高い。
- ・年代別では、20・30代は「料理をするのが面倒」、60代以上は「その料理が食べたい」の割合が他の層に比べて高い。

◆利用のきっかけ【複数回答】



調査数		その料理が食べたい	料理をするのが面倒	家から出たくない	飲食店を応援したい	いつものと違う雰囲気	料理をしない	親戚や友人が集まったとき	料理をしない材料がない	家から出られない	その他	特になし	
全体	258	45.7	38.4	32.2	17.8	16.3	14.7	14.7	8.1	5.8	1.9	5.0	
性別	男性	108	44.4	25.9	29.6	23.1	17.6	12.0	16.7	7.4	9.3	1.9	7.4
	女性	150	46.7	47.3	34.0	14.0	15.3	16.7	13.3	8.7	3.3	2.0	3.3
年代別	20・30代	83	30.1	57.8	41.0	12.0	12.0	16.9	14.5	12.0	2.4	1.2	3.6
	40・50代	99	49.5	40.4	34.3	17.2	20.2	17.2	10.1	6.1	8.1	3.0	3.0
	60代以上	76	57.9	14.5	19.7	25.0	15.8	9.2	21.1	6.6	6.6	1.3	9.2

## 4. 店舗選びの際の重視点

※フードデリバリー、またはテイクアウトサービスの直近1年以内の利用層限定

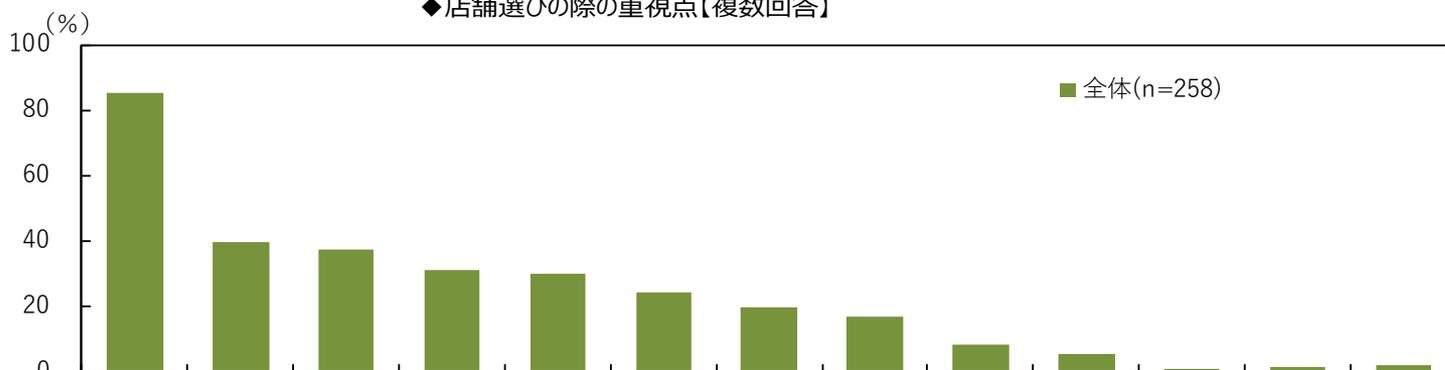
### 女性は料金面でのお得感や写真によるメニューのイメージ、男性はメニュー数を重視。

フードデリバリー、またはテイクアウトサービスの店舗選びの際の重視点は、「食べたい料理のジャンル」の割合が85.3%で突出して高く、次いで「料金が安い」39.9%、「配達料が安い・無料」37.6%の順である。

・性別では、男性は「メニューの数が多い」、女性は「配達料が安い・無料」「クーポン・ポイントが使える」「メニューに写真が掲載してある」の割合が高い。

・年代別では、60代以上は「外食でも利用していた馴染みのある店」の割合が他の層に比べて高い。

◆店舗選びの際の重視点【複数回答】



調査数		食べたい料理のジャンル	料金が安い	配達料が安い・無料	外食でも利用している店	クーポン・ポイントが使える	メニューに写真が掲載してある	受け取りまでの時間が短い	メニューの数が多い	ローカルの個店	ナショナルチェーン	メニューの数が少ない	その他	特になし	
全体		258	85.3	39.9	37.6	31.0	30.2	24.4	19.8	17.1	8.5	5.4	0.4	1.6	1.9
性別	男性	108	86.1	38.0	31.5	33.3	24.1	18.5	21.3	23.1	9.3	6.5	0.9	1.9	1.9
	女性	150	84.7	41.3	42.0	29.3	34.7	28.7	18.7	12.7	8.0	4.7	0.0	1.3	2.0
年代別	20・30代	83	84.3	47.0	41.0	19.3	28.9	30.1	21.7	13.3	9.6	6.0	1.2	1.2	2.4
	40・50代	99	85.9	38.4	34.3	28.3	33.3	22.2	16.2	16.2	6.1	5.1	0.0	2.0	2.0
	60代以上	76	85.5	34.2	38.2	47.4	27.6	21.1	22.4	22.4	10.5	5.3	0.0	1.3	1.3

## 5. 利用の決め手となった情報源

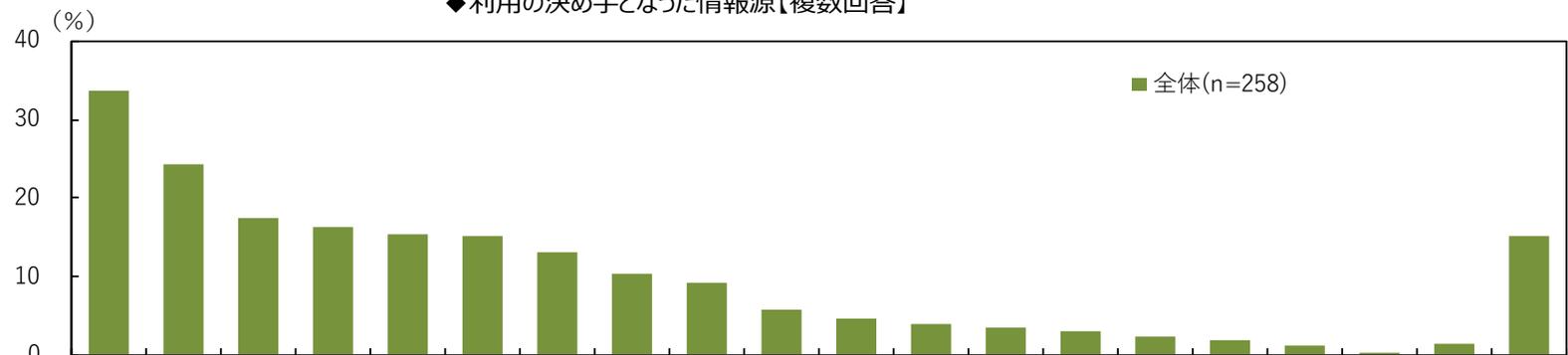
※フードデリバリー、またはテイクアウトサービスの直近1年以内の利用層限定

女性の4割はポスティングされたチラシから利用につながっており、ネットや口コミ等の影響を大きく上回った。

フードデリバリー、またはテイクアウトサービスの利用の決め手となった情報源は、「ポスティングされたチラシ」の割合が33.7%で最も高く、次いで「友人や知人、家族からの口コミ」24.4%、「その他のインターネット上の情報」17.4%の順である。

- ・性別では、女性は男性に比べて「ポスティングされたチラシ」の割合が高い。
- ・年代別では、大きな差はみられない。

◆利用の決め手となった情報源【複数回答】



調査数		ポスティングされたチラシ	友人や知人、家族からの口コミ	その他のインターネット上の情報	テレビ番組での紹介	テレビCM	公式ホームページ	フリーペーパー	個人のSNSやブログ	WEB上、SNS上の広告	他で利用しているサービスを通じての情報	新聞広告	新聞記事での紹介	屋外看板	街頭で配られたチラシ	配達員のバッグ	ラジオ番組での紹介	タクシー・バスの車内ポスター	ラジオCM	その他	特になし	
全体	258	33.7	24.4	17.4	16.3	15.5	15.1	13.2	10.5	9.3	5.8	4.7	3.9	3.5	3.1	2.3	1.9	1.2	0.4	1.6	15.1	
性別	男性	108	25.9	27.8	20.4	21.3	13.9	17.6	14.8	8.3	13.9	8.3	7.4	6.5	4.6	4.6	2.8	2.8	2.8	0.9	2.8	15.7
	女性	150	39.3	22.0	15.3	12.7	16.7	13.3	12.0	12.0	6.0	4.0	2.7	2.0	2.7	2.0	2.0	1.3	0.0	0.0	0.7	14.7
年代別	20・30代	83	27.7	27.7	15.7	14.5	14.5	10.8	14.5	15.7	10.8	4.8	1.2	2.4	0.0	3.6	1.2	1.2	1.2	0.0	20.5	
	40・50代	99	36.4	20.2	22.2	17.2	19.2	16.2	10.1	10.1	6.1	6.1	5.1	2.0	5.1	1.0	4.0	3.0	2.0	0.0	10.1	
	60代以上	76	36.8	26.3	13.2	17.1	11.8	18.4	15.8	5.3	11.8	6.6	7.9	7.9	5.3	5.3	1.3	1.3	0.0	0.0	5.3	15.8

## 6. 利用しない理由

※フードデリバリーとテイクアウトサービスの直近1年以内の未利用層限定

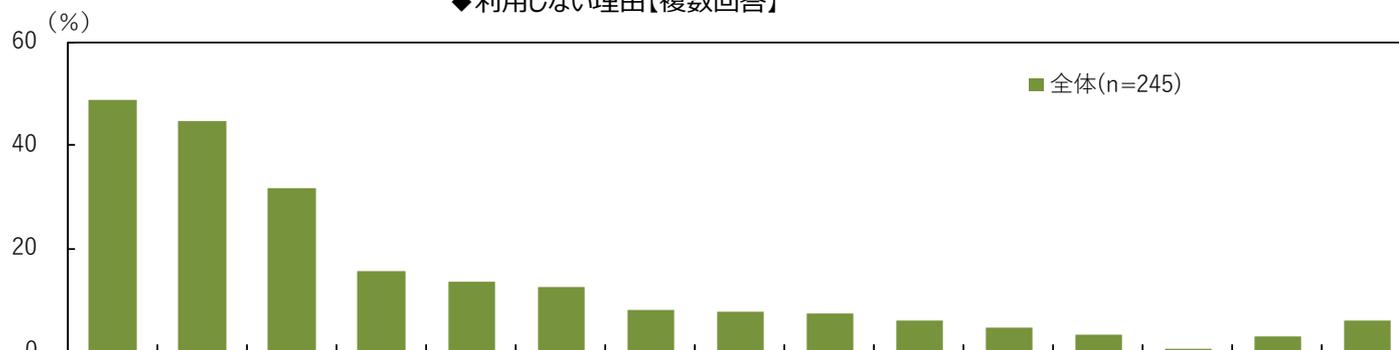
女性は自分や家族が料理をするから、男性は金額面の割合がそれぞれ過半数を超え第一位の理由に。

フードデリバリーやテイクアウトサービスを利用しない理由は、「自分や家族が料理を作るから」の割合が49.0%で最も高く、次いで「料金が高いから」44.9%、「現状で充分だから」31.8%の順である。

・性別では、男性は「料金が高いから」、女性は「自分や家族が料理を作るから」の割合が高い。

・年代別では、20・30代は「居住地对象エリア外だから」、40・50代は「料金が高いから」、60代以上は「自分や家族が料理を作るから」「現状で充分だから」の割合が他の層に比べて高い。

◆利用しない理由【複数回答】



調査数		自分や家族が料理を作るから	料金が高いから	現状で充分だから	居住地が対象エリア外	料理の不安	どこの飲食店か	実施していない飲食店	注文の仕方がわからない	開始手続きが難しい	個人情報の取り扱い	サービスの種類が多すぎる	飲食店の数が多くて、選ぶのに時間がかかる	利用する際の機器	その他	特になし	
全体	245	49.0	44.9	31.8	15.5	13.5	12.7	8.2	7.8	7.3	6.1	4.5	3.3	0.4	2.9	6.1	
性別	男性	118	40.7	50.8	33.1	16.9	9.3	11.9	5.1	8.5	4.2	5.9	1.7	3.4	0.8	3.4	8.5
	女性	127	56.7	39.4	30.7	14.2	17.3	13.4	11.0	7.1	10.2	6.3	7.1	3.1	0.0	2.4	3.9
年代別	20・30代	45	37.8	48.9	17.8	8.9	26.7	4.4	8.9	4.4	6.7	0.0	0.0	0.0	2.2	8.9	
	40・50代	93	37.6	54.8	26.9	11.8	9.7	14.0	6.5	6.5	10.8	6.5	3.2	0.0	3.2	7.5	
	60代以上	107	63.6	34.6	42.1	21.5	11.2	15.0	9.3	10.3	9.3	1.9	4.7	4.7	0.9	2.8	3.7

発行元：株式会社ジーコム

福岡市中央区天神4丁目1-1 第7明星ビル7F

TEL 092-761-0221

FAX 092-761-0228

URL：<https://www.gcom-net.co.jp/>

E-mail：[inq@gcom-net.co.jp](mailto:inq@gcom-net.co.jp)