

一般社団法人 日本即席食品工業協会（理事長：井田 純一郎）では、このたび首都圏および阪神圏に住む12歳以上の男女814人を対象に、調査票を用いた直接面接法による、「即席めんの摂取・購入状況および意識調査」を行いました（平成20年10月25日～11月9日）。

昭和33年に誕生した即席めんは、平成5年（1993年）に国内生産数量が50億食を超えて以来、ますます増え、平成19年度（2007年）には53.5億食に達するなど、世紀をまたいで“国民食”としての地位を固めています。

この調査は、即席めんの摂取状況を探り、経年的変化を見ながら即席めんがどのように食べられているかを把握するため、実施したものです。

なお、分析では2004年、2006年に実施した同様の調査との比較を行い、その変化についても分析しました。ただし、前回と質問内容が異なる場合は、その違いを説明した上で比較を行っています。

調査結果は以下の通りです。

## 【1】即席めんの摂取状況

### (1) 現在、主食として食べているもの

～昼食は即席めん、という日本人が過半数！～

- 『朝食』は「パン」（68.8%）と「ごはん」（54.1%）がほとんど
- 『昼食』は「ごはん」（80.8%）に次いで「即席めん」（53.2%）
- 『夕食』は「ごはん」（96.1%）が圧倒的多数

現在、主食として食べているものを、『朝食』『昼食』『夕食』に分けて聞きました（複数回答）。まず『朝食』については、「パン」が68.8%で最も多く、次いで「ごはん」（54.1%）が続く。この2種類が回答のほとんどを占めています。その他の食べ物をあげる割合はいずれも少なく、「即席めん」は2.5%にとどまりました。なお、「主食は食べない」という人も7.9%います。

地区別でみると、いずれも「パン」（首都圏68.2%、阪神圏70.0%）がほぼ同率で最も多いのですが、続く「ごはん」は《首都圏》（60.7%）が《阪神圏》（41.4%）を大きく上回り、《阪神圏》で「パン」との差が大きいのが目につきます。

性別でみると、いずれも「パン」が最も多く、その割合は《女性》（76.5%）の方が《男

性》(61.1%)より高いのが目立っています。また《男性》は「主食は食べない」(10.8%)が1割強と、《女性》(4.9%)の倍以上となっています。



次いで、『昼食』の状況をみると、「ごはん」が80.8%を占めて最も多く、次いで「即席めん」が53.2%で続いています。以下、「うどん」(48.0%)、「スパゲティ」(34.8%)、「パン」(32.7%)、「生ラーメン」(28.5%)、「日本そば」(28.4%)、「生焼きそば」(24.3%)などが続き、『朝食』に比べてバラエティに富んでいます。これをみる限り、日本人の2人に1人強が昼食に即席めんを主食として食べていることになり、即席めんがすっかり“日本人の国民食”として定着していることがわかります。

地区別でみると、《阪神圏》は「ごはん」(首都圏78.1%、阪神圏86.1%)、「即席めん」(同51.7%、56.1%)がやや高く、この2つ以外の品目は《首都圏》が《阪神圏》を上回っています。



『夕食』については、「ごはん」(96.1%)をほとんどの人があげており、圧倒的に多くなっています。なお「即席めん」は1割強(12.3%)でした。

●前回、前々回の調査結果と比較すると、全体的な傾向に大きな変化はありませんが、『朝食』では「ごはん」(前々回51.7%→前回43.5%→今回54.1%)が前回より10ポイント強増えて、再び5割を超えましたまた、『朝食』と『夕食』で「即席めん」が今回微増(朝食:同1.7%→1.3%→2.5%、夕食:同10.5%→8.6%→12.3%)しています。

## (2) 即席めんは主食、副食、間食のどれか

～『袋めん』を主食と考える人が半数に達する～

- 『袋めん』……………「主食」59.6%、「副食」15.1%、「間食」14.6%
- 『カップめん』………「主食」43.7%、「副食」21.4%、「間食」24.9%

即席めんは自分にとってまず第一に主食か、それとも副食(おかず)あるいは間食(お

やつ・夜食)かを、『袋めん』『カップめん』それぞれについて聞きました。



まず、『袋めん』についてみると、「主食」とする人が59.6%と約6割を占めており、「副食」(15.1%)、「間食」(14.6%)を大きく上回っています。一方、「食べない」(10.7%)という人も1割程度みられました。

《首都圏》の方が「主食」(首都圏64.6%、阪神圏50.0%)ととらえている人が多く、《阪神圏》ではその分「副食」(同10.9%、23.2%)と「間食」(同11.4%、20.7%)の割合が高くなっています。

性別でみると、《女性》はおよそ7割が「主食」(69.4%)としており、《男性》(49.8%)より20ポイント近く高くなっています。これは、男性の方が女性より食べる量が多く、「主食」としては物足りないと考える人が多いためと考えられます。一方《男性》は「主食」ととらえる人が《40代》(58.8%)、《60歳以上》(54.4%)では過半数を占めています。



次いで、『カップめん』についてみると、「主食」(43.7%)がやはり一番多いものの、「間食」(24.9%)ととらえている人も少なくなく、『袋めん』(主食:59.6%、間食:14.6%)に比べ、“『カップめん』はおやつ・夜食”というイメージが高いことがうかがえます。なお「食べない」という人は10.0%でした。

地区別でみると、《首都圏》は「主食」(首都圏46.3%、阪神圏38.9%)の割合が高く、《阪神圏》は「副食」(同19.1%、25.7%)、「間食」(同24.3%、26.1%)とする割合がやや高めです。

性別でみると、《女性》は「主食」(56.1%)が6割近くを占めていますが、《男性》は「主食」(31.3%)、「副食」(29.3%)、「間食」(32.3%)がいずれも3割前後と分散しています。

- 前回、前々回の調査結果と比較すると、『袋めん』では「主食」(前々回51.3%→前回50.3%→今回59.6%)がやや増加し、「食べない」(同11.5%→20.7%→10.7%)は減少しています。『カップめん』において大きな変化はみられません。

### (3) この3ヶ月間の即席めんの摂取状況

～9割近くの人がこの3ヶ月間に即席めんを食べている～

●この3ヶ月間の即席めんの摂取率はほぼ9割（87.5%）

この3ヶ月間の即席めんの摂取の有無をみると、ほぼ9割が「この3ヶ月間に食べた」（87.5%）と答えています。

地区別でみると、「この3ヶ月間に食べた」人の割合は《阪神圏》（92.1%）の方が《首都圏》（85.0%）より高く、性別にみると、摂取率は《男性》（90.8%）の方が、《女性》（84.3%）よりやや高いという結果になりました。

●前々回、前回調査と比較してみると、全体の比率は前々回 88.4%→前回 87.7%→今回 87.5%とほぼ変わりませんが、《男性 12～19歳》（前回 100.0%→今回 91.0%）、《女性 12～19歳》（前回 98.0%→今回 79.4%）、と若い世代で減少しており、《男性 60歳以上》（同 66.7%→82.4%）、《女性 60歳以上》（同 70.8%→80.6%）と高年齢層で増加しているのが目立ちます。

### (4) 即席めんの良さを感じるどころ

#### a) 『袋めん』の良さを感じるどころ

●「調理時間が短い」（67.0%）、「誰でも作れる」（56.2%）、  
「保存がきく」（51.8%）など簡便性を評価  
—また「価格が手頃」（48.5%）なのも大きな理由

この3ヶ月間に袋めんを食べた人に対し、袋めんの良さをどんなところに感じるかを聞きました。

その結果「調理時間が短い」（67.0%）が最も多く、次いで「誰でも作れる」（56.2%）、  
「保存がきく」（51.8%）の3項目を過半数の人があげました。また「価格が手頃」（48.5%）もそれに次ぎ、半数近くの人が上げています。

性別でみると、全体に《女性》の方がさまざまな点で袋めんを評価しており、特に「保

「保存がきく」（男性 42.2%、女性 61.9%）、「いろいろな具を入れて食べる楽しさがある」（同 27.2%、42.3%）、「量がちょうどよい」（同 28.2%、39.5%）は《男性》との差が大きくなっています。一方、《男性》は「誰でも作れる」（61.9%）が《女性》（50.2%）より高めになっています。

#### b) 『カップめん』の良さを感じるどころ

- 『袋めん』に比べ、より「調理時間が短い」（82.5%）が断然のトップ  
「どこでも食べられる」（45.3%）のも大きな魅力

この3ヵ月間にカップめんを食べた人に対し、カップめんの良さをどんなところに感じるかを聞きました。

その結果、前述の『袋めん』と同様に「調理時間が短い」（82.5%）が最も多く、以下「保存がきく」（51.0%）、「誰でも作れる」（50.7%）と、簡便性や価格のアドバンテージをあげる人が過半数を占めています。また、『カップめん』のみ選択肢としてあげた「どこでも食べられる」（45.3%）も半数近い支持を集めています。

『袋めん』と同様、簡便さや価格が評価されていますが、『袋めん』に比べ、「調理時間が短い」（『袋めん』は 67.0%）が 10 ポイント以上高くなっており、“お湯を入れるだけ”というカップめんならではの簡便性が評価されているようです。

性別でみると、《男性》は「どこでも食べられる」（52.8%）が《女性》（36.6%）よりも高く、《女性》は「保存がきく」（男性 41.2%、女性 62.3%）が高くなっています。

#### (5) 好きな即席めんの味

～第1位「しょうゆ味」、第2位「みそ味」、第3位「塩味」～

- 首位の「しょうゆ味」の人気は不動、その間「塩味」（34.7%→41.9%）が台頭し、「みそ味」（49.8%→45.9%）はやや退潮気味

好きな即席めんの味を聞きました。その結果、最も人気があるのは「しょうゆ味」（70.9%）が7割以上で最も多く、以下、「みそ味」（45.9%）、「とんこつ味」（43.8%）、「塩味」（41.9%）が4割台で続いています。そのほかは「焼きそば」（34.3%）、「カレー

味」(25.8%)などの順となっています。

地区別でみると、どちらも「しょうゆ味」が最も多いものの、その他《首都圏》では「みそ味」(首都圏 50.9%、阪神圏 37.2%)、「焼きそば」(同 36.3%、30.6%)、「和風味」(首都圏 12.3%、阪神圏 4.3%)が高くなっています。

性別で見ると、いずれも「しょうゆ味」がトップですが、《男性》は「とんこつ味」(49.5%)が2位、《女性》は「塩味」(47.1%)が2位になっています。

●前々回、前回調査と比べると「しょうゆ味」(前々回 65.9%→前回 66.2%→今回 70.9%)のトップは変わりませんが、「みそ味」(同 41.8%→49.8%→45.9%)、「塩味」(同 42.8%→34.7%→41.9%)、「とんこつ味」(同 41.7%→39.1%→43.8%)と、微妙な変化が認められます。

## 【2】即席めんの購入状況

(1) 普段主に『袋めん』『カップめん』のどちらをよく買うか

●『カップめん』(49.6%)の人が多数派だが  
若い層ほど『カップめん』支持派が多く、《男性20代》では68.1%

普段主に『袋めん』『カップめん』のどちらをよく買うかを聞きました。その結果、「カップめん」(49.6%)が半数近くを占め、「袋めん」(28.6%)は3割ほどで、「買わない」(21.7%)という人も2割強いました。合計した“いずれかを買う”(78.2%)人が8割近くを占めています。

地区別でみると、《首都圏》は「カップめん」(53.0%)が《阪神圏》(43.2%)より高く、その分《阪神圏》では「買わない」(28.2%)割合が《首都圏》(18.4%)よりも高くなっています。

性別で見ても、「カップめん」(男性 53.0%、女性 46.3%)が多い点は変わりませんが、《女性》は「袋めん」(37.7%)が《男性》(19.5%)に比べて18ポイント強多くなっており、《男性》は「買わない」(同 27.6%、15.9%)という人が《女性》より多くなっています。

年齢別に見ると、おおむね年齢が低くなるほど『カップめん』の割合が大きくなっており、《男性12~19歳》では『袋めん』4.5%/『カップめん』62.7%、《男性20代》では同 8.7%/68.1%、《女性12~19歳》では同 5.9%/51.5%、《女性20代》では同 8.7%

／68.1%であるのに対し、《男性 60 歳以上》では同 39.7%／27.9%、《女性 60 歳以上》では同 52.2%／35.8%となっています

●前々回、前回の調査結果と比較すると、「買わない」（前々回 16.1%→前回 16.1%→今回 21.7%）という人が今回増加して 2 割を超えています。

## (2) 即席めんの主な購入場所

●『袋めん』はスーパー（95.7%）に集中、  
『カップめん』はスーパー（76.7%）かコンビニ（55.9%）で

即席めんの主な購入場所を、『袋めん』と『カップめん』の場合に分けて聞きました。まず『袋めん』については、「スーパー」（95.7%）が圧倒的に多くなっています。そのほかの購入場所をあげる人はいずれも多くなく、「ドラッグストア」が 15.0%、「コンビニエンスストア」が 9.9%という結果でした。

地区別でみると、いずれも「スーパー」（首都圏 95.4%、阪神圏 96.3%）に集中している点は変わりませんが、《首都圏》は「ドラッグストア」（18.3%）が《阪神圏》（8.8%）より 10 ポイント近く高くなっています。

性別でみると、いずれも「スーパー」（男性 94.9%、女性 96.1%）が第一である点は変わりませんが、《男性》は「コンビニエンスストア」（同 21.5%、3.9%）が高く、《女性》は「ドラッグストア」（同 8.9%、18.2%）がやや高くなっています。



一方、『カップめん』の購入場所も、「スーパー」（76.7%）が最も多いものの、『袋めん』（95.7%）に比べると低く、「コンビニエンスストア」（55.9%）で購入する人も過半数に達しています。そのほか、「ドラッグストア」（17.6%）、「100 円ショップ、99 円ショップ」（16.8%）が目立つ程度でした。

地区別でみると、《首都圏》は「スーパー」（首都圏 75.3%、阪神圏 80.2%）が《阪神圏》に比べてやや低く、「コンビニエンスストア」（同 60.1%、46.3%）や「ドラッグストア」（同 20.8%、9.9%）、「100 円ショップ、99 円ショップ」（同 21.2%、6.6%）が《阪神圏》より 10 ポイント以上高くなっています。

性別でみると、《女性》は「スーパー」（89.9%）が約 9 割と圧倒的に高くなっていますが、《男性》は「コンビニエンスストア」（72.1%）の方が「スーパー」（65.1%）よ

り高くなっています。

●前々回、前回調査と比べると、『袋めん』では「コンビニエンスストア」（前々回 15.2% →前回 9.2%→今回 9.9%）がやや利用率を下げ、『カップめん』では、「スーパー」（71.8% →72.1%→76.7）の利用率が上がっています。そのほかでは「ドラッグストア」「100円ショップ、99円ショップ」の利用率が全体的にやや上昇の傾向が見られます。

### (3) 即席めんの1回あたりの購入個数

●『袋めん』は「5個」のまとめ買い、  
「カップめん」は「1個」「2個」と“バラ買い”傾向

即席めんの1回あたりの購入個数を、『袋めん』『カップめん』に分けて聞きました。



まず『袋めん』については「5個」（40.5%）の“まとめ買い”をする人が4割を占めており、そのほかでは「1個」（12.7%）、「2個」（11.0%）が各1割強で、以下「3個」（5.3%）、「10個」（2.4%）が続いています。平均は「3.0個」で、「買わない」とした人（25.1%）を除いた平均は「4.0個」でした。

地区別の平均をみると、《阪神圏》（3.7個）の方が《首都圏》（2.7個）より1個多くなっています。

性別の平均は、《女性》（3.4個）の方が《男性》（2.6個）より0.8個多めです。



『カップめん』については「2個」（27.6%）、「1個」（26.7%）が多く、以下「3個」（18.4%）、「5個」（10.4%）、「4個」（5.2%）などの順で、“まとめ買い”する人は『袋めん』のように多くはありません。なお平均は「2.4個」で、「買わない」（8.2%）を除いた平均は「2.6個」と、『袋めん』に比べるとやや少なめでした。



以上を見る限り、『袋めん』はまとめて買って買い置きしておくもので、『カップめん』は“買い置きしておくため”というよりも、“食べたい時に買う”という意味合いが強いことがうかがえます。



●前回、前々回の調査結果と比較すると、「買わない」とした人が『袋めん』で前々回 22.6%→前回 33.5%→今回 25.1%、『カップめん』で前々回 7.5%→前回 9.7%→今回 8.2 と前回より減少傾向にあります。

## この件に関するお問い合わせ先

---

一般一般社団法人 日本即席食品工業協会 事務局  
〒111-0053 東京都台東区浅草橋 5-5-5 キムラビル  
TEL. 03-3865-0811