

2025 年 11 月 20 日

電通、「食生活に関する生活者調査 2025」を実施

— 「パートナー（配偶者・恋人）には料理ができてほしい」と考える人は昨年比 3 割減少—
料理は“作ってもらうもの”から“都合がつく人が作るもの”へ

株式会社電通（本社：東京都港区、代表取締役 社長執行役員：佐野 傑）において、日本の食生活の「今」を知り、「これから」を共創する国内電通グループ横断プロジェクト「電通 食生活ラボ」は、全国 15～79 歳の 1300 人を対象に、「食生活のイマとキザシ」を把握する「食生活に関する生活者調査 2025」（以下「本調査」、調査期間：2025 年 9 月 2 日～9 月 4 日）を実施しました。

本調査は、物価高騰などの社会的な潮流を踏まえ、日本の食生活における生活者の意識や実態、満足度、トレンドなどを把握する目的で 2022 年から毎年行っており、今回で 4 回目となります。本調査で得られた主なファインディングスは次のとおりです。（詳細は次ページ以降を参照）

【主なファインディングス】

- ① 「パートナー（配偶者・恋人）には料理ができてほしい」と考える人は、昨年比で 3 割減少。
- ② 料理をするのを面倒に感じる人は 64.0%で、直近 4 年間で増加傾向。一方で、週 1 回以上料理をする人は 67.6%で、2024 年から 6.7 ポイント増。外食する頻度が昨年より減った人も、2024 年から 6.7 ポイント増。
- ③ 自炊と出来合いの食事（出前や惣菜、弁当、冷凍食品など）の利用が半々程度の人は、昨年と比べて増加。
- ④ 平日の食事には休日より「やさしさ※」を求めており、休日の食事には平日より「楽しさ※」を求めている。

注）本調査における構成比（％）は小数点第 2 位以下を四捨五入しているため、合計しても 100%にならない場合があります。

※ 「電通 食生活ラボ」独自の感情区分（「楽しさ」「力強さ」「好奇心」「ぬくもり」「やさしさ」「賢さ・同調性」）を回答項目から抽出。

【各ファインディングスの詳細】

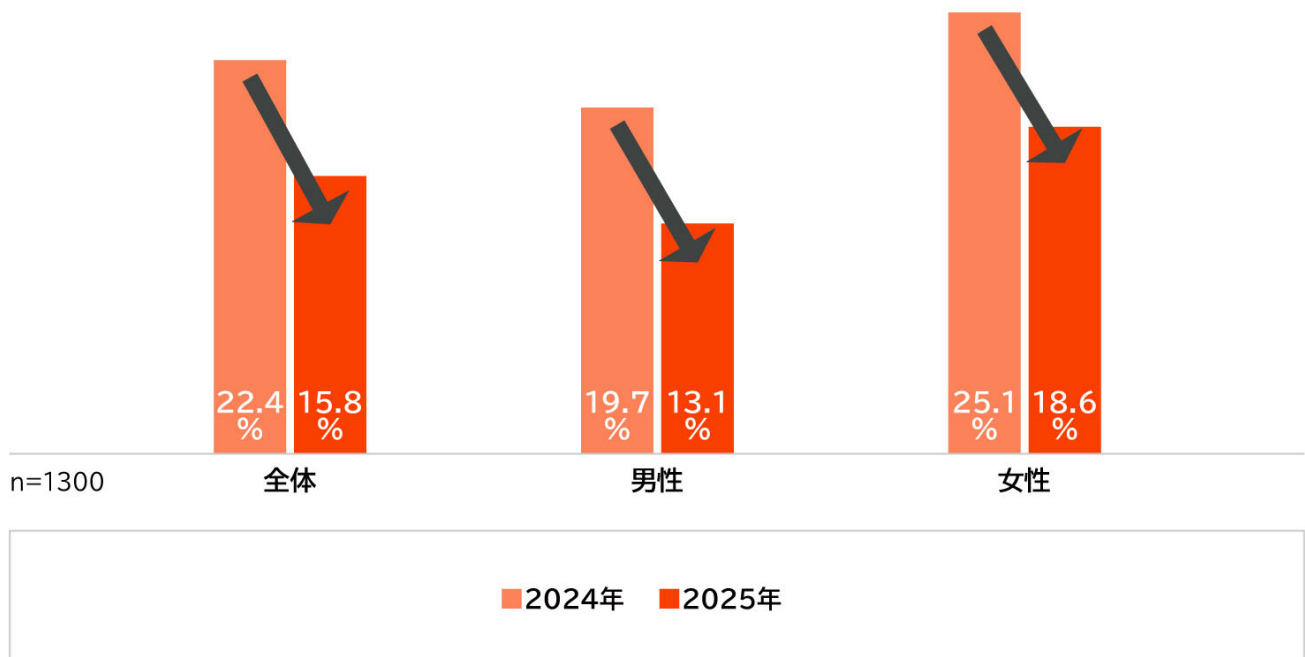
① 「パートナー（配偶者・恋人）には料理ができてほしい」と考える人は、昨年比で3割減少。

- 「パートナー（配偶者・恋人）」には料理ができてほしい」と考える人は、全体で 15.8%。男性は 13.1%、女性は 18.6%。男女ともに減少傾向で、昨年（2024 年）と比べて、男性は 6.6 ポイント減少（19.7%→13.1%）、女性は 6.5 ポイント減少（25.1%→18.6%）。【図表 1】
- 「料理が上手な人は素敵だと思う」人は、全体で 27.0%。2 年前（2023 年）と比べて、男女ともに約 10 ポイント減少。（男性 29.1%→19.7%、女性 44.9%→34.3%）【図表 2】

【図表 1】

Q. あなたご自身の「食」や「食生活」周りについて、「当てはまる」と思うものを、全てお知らせください。

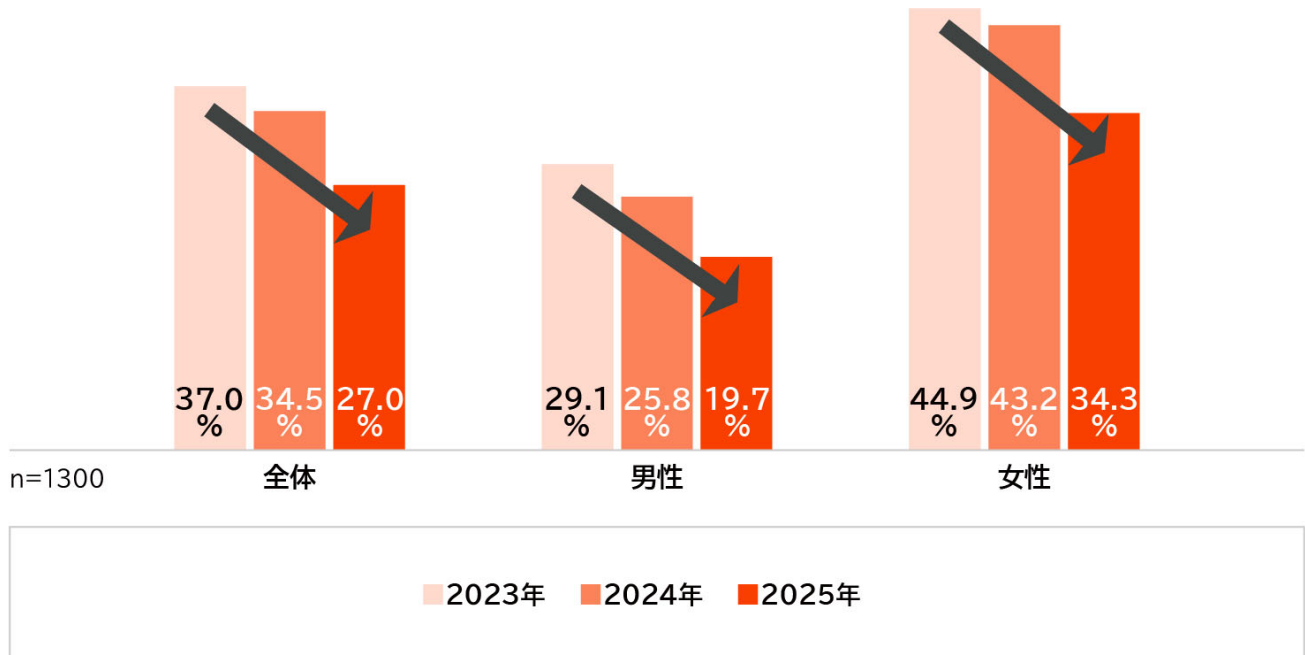
パートナー（配偶者・恋人）には料理ができてほしい



【図表 2】

Q. あなたご自身の「食」や「食生活」周りについて、「当てはまる」と思うものを、全てお知らせください。

料理が上手な人は素敵だと思う



- ② 料理をするのを面倒に感じる人は 64.0%で、直近 4 年間で増加傾向。一方で、週 1 回以上料理をする人は 67.6%で、2024 年から 6.7 ポイント増。外食する頻度が昨年より減った人も、2024 年から 6.7 ポイント増。
- 料理をするのを面倒に感じる人（「B（料理をするのを面倒に感じる）」に近い」「どちらかというとも B に近い」の合計）は 64.0%。2022 年（53.0%）、2023 年（58.5%）、2024 年（62.8%）と、直近 4 年間で増加傾向。【図表 3】
 - 週 1 回以上料理をする人（「ほぼ毎日する」「平日のみする」「休日のみする」「週 1 回以上はする」の合計）は 67.6%。2024 年から 6.7 ポイント増加（60.9%→67.6%）。【図表 4】
 - 外食する頻度が昨年より減少した人（「昨年に比べて、外食頻度は多少減った」「昨年に比べて、外食頻度はとても減った」の合計）は 21.3%。2024 年から 6.7 ポイント増加（21.3%→28.0%）。【図表 5】

【図表 3】

Q.ここ数年のあなたの食生活の傾向や実態、食事に対する意識として、A⇔B のどちらに近いですか。それぞれ、当てはまるものをお知らせください。

【A】料理をするのを嬉しく感じる 【B】料理をするのを面倒に感じる

n=1300

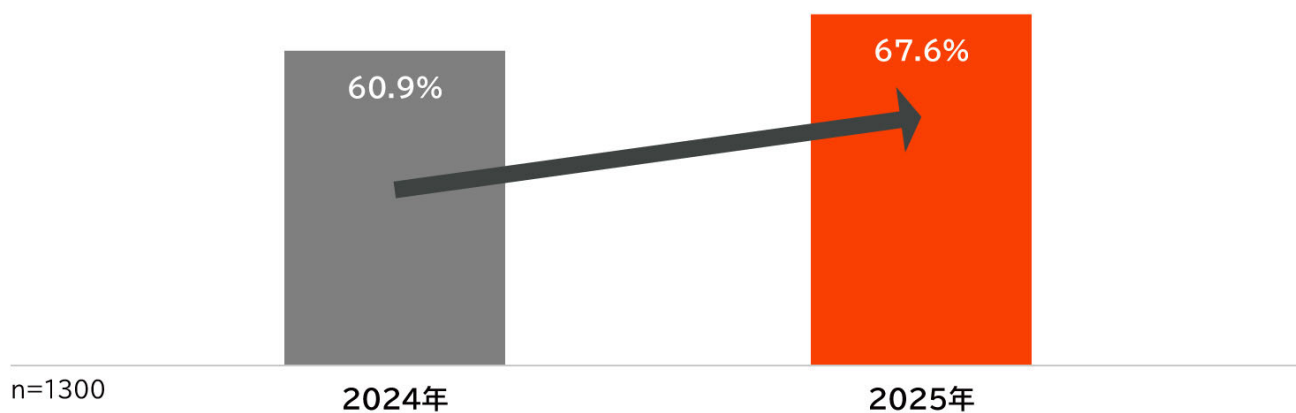


■ Aに近い計(Aに近い+どちらかというAに近い) ■ Bに近い計(Bに近い+どちらかというBに近い)

【図表 4】

Q. あなたは、普段「料理」をしますか。

週1回以上料理をする人

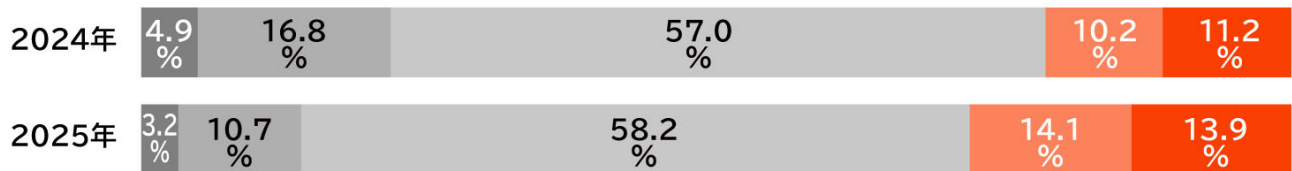


【図表 5】

Q. 外食頻度の変化についてお知らせください。

昨年と比べて外食頻度が減った人

n=1300



■ 昨年と比べて、外食頻度はとても増えた ■ 昨年と比べて、外食頻度は多少増えた
 ■ 昨年と比べて、外食頻度は変わらない ■ 昨年と比べて、外食頻度は多少減った
 ■ 昨年と比べて、外食頻度はとても減った

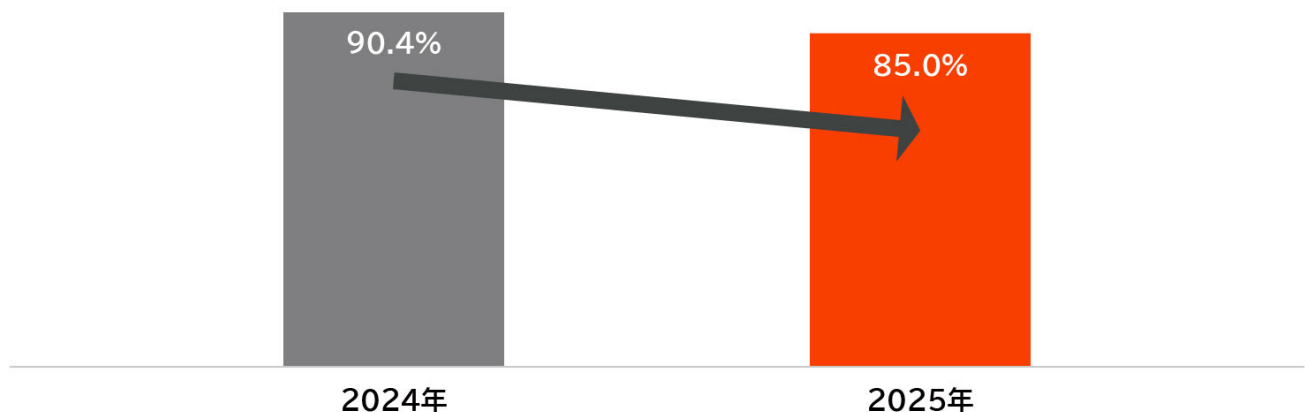
③ 自炊と、出来合いの食事（出前や惣菜、弁当、冷凍食品など）の利用が半々程度の方は、昨年と比べて増加。

- 週1回以上料理している人の中で、手作りが多い人（「ほとんど一から手作り」「手作りが多く、メニュー用調味料やミールキットなども使う」「手作りが多いが、デリバリー（宅配）や惣菜や弁当、冷凍食品も少し使う」の合計）は、85.0%。2024年から5.4ポイント減少（90.4%→85.0%）。【図表6】
- 「手作りと、デリバリー（宅配）や惣菜や弁当、冷凍食品などの利用が半々程度」の方は、10.4%。2024年から3.5ポイント増加（6.9%→10.4%）。【図表7】

【図表 6】

Q. 次の中で、あなたのご自宅でご自分でされる料理の内容として、近いものをお知らせください。

手作りが多い人

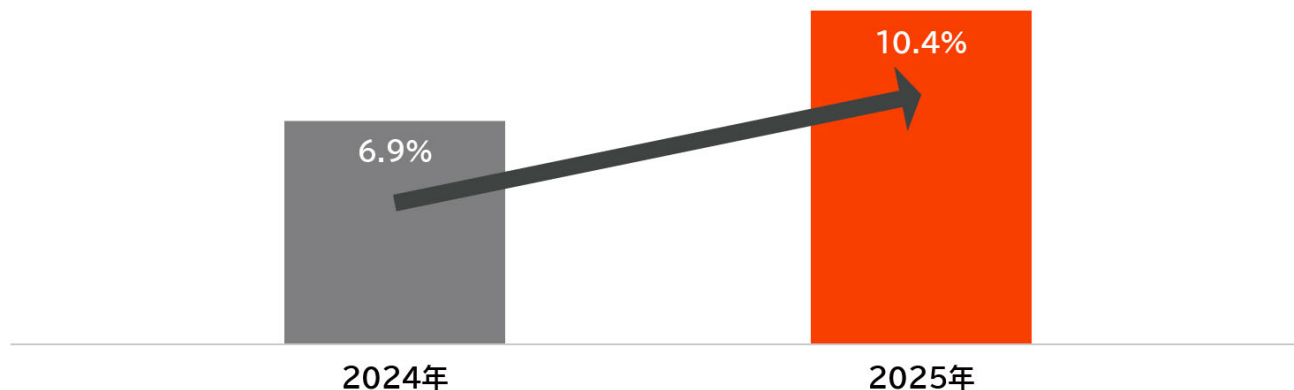


※n数は、週1回以上料理をしている人（2024年は792、2025年は747）

【図表 7】

Q. 次の中で、あなたのご自宅でご自分でされる料理の内容として、近いものをお知らせください。

手作り、デリバリー(宅配)や惣菜や弁当、冷凍食品などの利用が半々程度の人



※n 数は、n 数は、週 1 回以上料理をしている人（2024 年は 792、2025 年は 747）

④ 平日の食事には休日より「やさしさ」を求めており、休日の食事には平日より「楽しさ」を求めている。

- 平日と休日の食事（朝食・昼食・夕食）に対する感覚についての質問に対する回答をもとに、「電通 食生活ラボ」独自の感情区分（「楽しさ」「力強さ」「好奇心」「ぬくもり」「やさしさ」「賢さ・同調性」）を抽出。

【図表 8】

- 平日の食事では「食べる人の健康や好みに寄り添った料理を選びたい」「体に負担の少ない、まろやかで安心感のあるものを食べたい」「食べやすく配慮された料理を食べたい」といった“やさしさ”に関する項目が、休日の食事よりも高い傾向にある。平日の朝食は休日に比べて 4.8 ポイント、昼食は 3.6 ポイント、夕食は 4.5 ポイント高かった。【図表 9】
- 休日の食事は「気分が高まる食事をしたい」「五感を使い心が満たされる食事をしたい」「ワクワク楽しませてくれる食事をしたい」といった“楽しさ”に関する項目が、平日の食事よりも高い傾向にある。休日の朝食は平日に比べて 3.2 ポイント、昼食は休日 3.5 ポイント、夕食は 1.2 ポイント高かった。【図表 10】

【図表 8】「電通 食生活ラボ」独自の感情区分

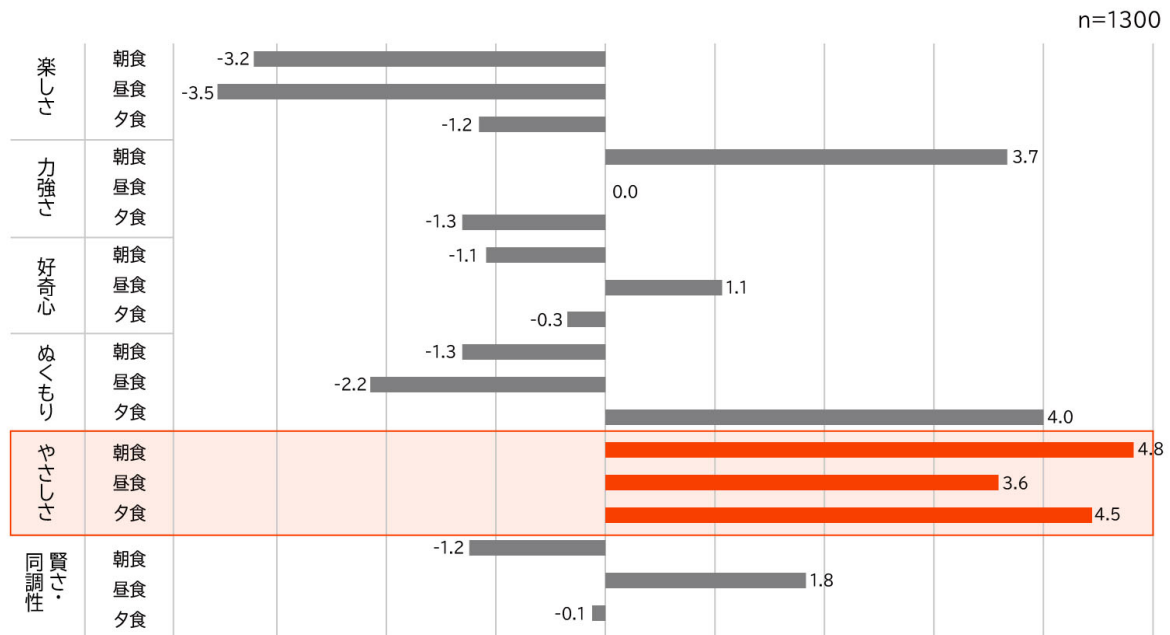
設問「『朝食』『昼食』『夕食』『間食』『夜食』のそれぞれに関して、あなたはどのように捉えていますか？当てはまるものをそれぞれお知らせください」の回答をもとに、「電通 食生活ラボ」独自の感情区分を抽出。

楽しさ	気分が高まる食事をしたい
	五感を使い心が満たされる食事をしたい
	ワクワク楽しませてくれる食事をしたい
力強さ	思ってもみなかった体験ができる食事をしたい
	気持ちや体をシャキッとさせたい
	食事を通じて刺激的な体験をしたい
好奇心	新しい味や食べ方を、自分から進んで取り入れたい
	元気が湧くような力強い味わいを楽しみたい
	洗練された逸品を食べたい
ぬくもり	自分の好きなものを、のびのびと楽しみたい
	ほっとする料理を食べたい
	親しみのある定番のものを食べたい
やさしさ	食べる人の健康や好みに寄り添った料理を選びたい
	体に負担の少ない、まろやかで安心感のあるものを食べたい
	食べやすく配慮された料理を食べたい
賢さ・同調性	素材の組み合わせや味のアクセントに、クリエイティビティがあるものを食べたい
	食文化や背景にストーリーのある料理を楽しみたい
	大衆的なものを食べたい

【図表 9】

Q.「朝食」「昼食」「夕食」「間食」「夜食」のそれぞれに関して、あなたはどのように捉えていますか？当てはまるものをそれぞれお知らせください。

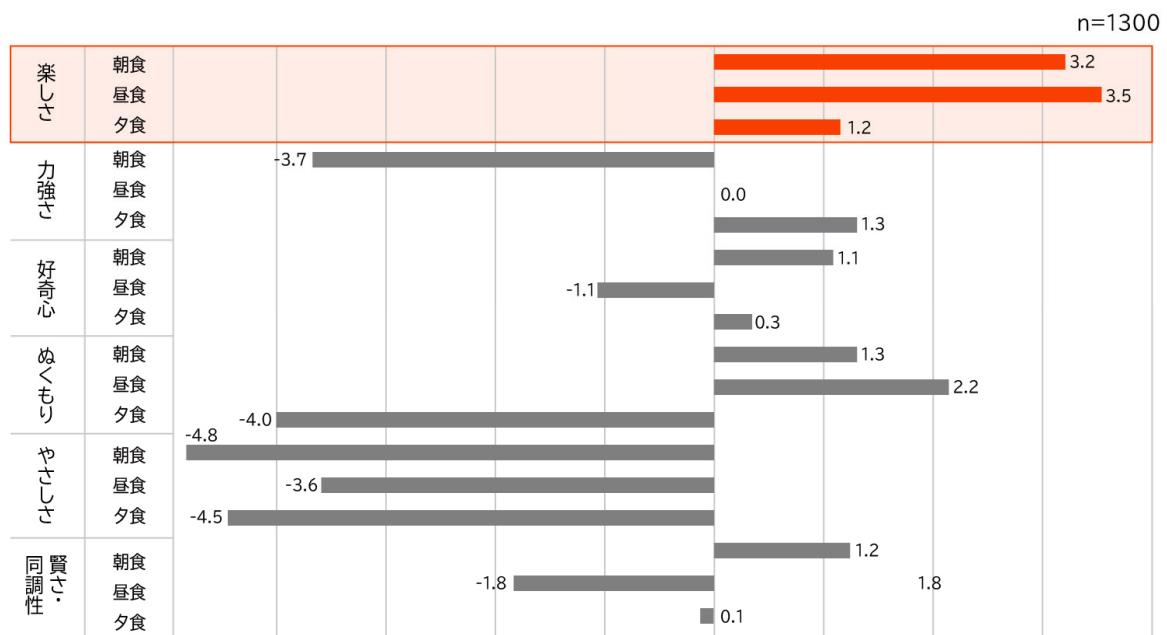
「平日と休日の各食事に対する意識の差分」(平日のスコア-休日のスコア)



【図表 10】

Q.「朝食」「昼食」「夕食」「間食」「夜食」のそれぞれに関して、あなたはどのように捉えていますか？当てはまるものをそれぞれお知らせください。

「休日と平日の各食事に対する意識の差分」(休日のスコア-平日のスコア)



【調査担当者の解説】

本調査を通じて見えてきたのは「心まで含めたやりくり」の実態です。いまや共働きが一般化し、出社回帰が進む中で、家庭内での料理に誰がやるべきかは関係なく、“そのときに都合がつく方が担当する”という、より柔軟な形へと変化している様子が明らかになりました。

また、物価高が続く昨今、外食から足が遠のいていることも分かりました。「家で作るのは面倒。だけど外食は高い。だからやむなく、家で作らねばならない」という家計と家事を天秤にかけて“家で作る”選択をする人が増えてきているのではないのでしょうか。

そうした中で、一から手づくりする料理だけではなく、冷凍食品や惣菜、弁当などを適宜取り入れる“ハイブリットな家庭料理”が定着しつつあります。中でも冷凍食品の活用は、昨今の一大トレンドといっても過言ではなく、今や家庭の食卓でメインを張ることも珍しくありません。冷凍食品に野菜を足してオリジナルのアレンジをするなど、幅広い使い方もここ数年で浸透してきました。新型コロナウイルスの影響が落ち着き、外食が増えた時期もありましたが、物価高によって自炊回帰が進む中で、“出来合いものを上手にやりくりする”のが今のスタイルになりつつあります。

さらに、本調査では、「食事をするタイミングによって料理に求める価値が異なる傾向」が見られました。仕事や学業に追われる平日の食事には「やさしさ」が求められ、忙しい日々の中でも、体と心をいたわりたい様子がみられました。一方で、休日は平日とは違い、心躍る「楽しさ」「ワクワク」といった高揚感を求めており、食体験の中で自分の好奇心を満たそうという様子がみられました。

「時間」「お金」といった限られたリソースの中でやりくりしながら、食事に求める「気持ち」も満たすことが、現代の食生活におけるポイントだと考えます。

【調査概要】

- ・ 目的：日本の食生活における生活者の意識や実態、満足度、トレンドなどを把握
- ・ 対象エリア：全国
- ・ 対象者条件：15～79 歳
- ・ サンプル数：1300
- ・ 調査手法：インターネット調査
- ・ 調査期間：2025 年 9 月 2 日～9 月 4 日
- ・ 調査委託先：株式会社電通マクロミルインサイト

【電通 食生活ラボの概要】

1983 年に始動した食に関する生活者意識や業界トレンドに関する調査レポートのプロジェクトを発展させ、2010 年に発足。食生活に関するさまざまな知見を集積してその専門性を高め、新しい取り組みにチャレンジし続ける国内電通グループ横断のプロジェクト。

公式サイト：<https://www.shoku-lab.com/>

【「食生活に関する生活者調査」ハブページ】

URL：<https://www.dentsu.co.jp/knowledge/shoku/>

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通コーポレートワン ブランディングオフィス 広報室 広報部

河南、長谷川、前橋

Email : koho@dentsu.co.jp

【調査に関する問い合わせ先】

株式会社電通 電通 食生活ラボ

坂井田、大林、増田

Email : shoku-lab@dentsu.co.jp