

2024年9月18日
株式会社エデンレッドジャパン

歴史的賃上げでも…8割以上が「お小遣いが増えていない」！ 「ビジネスパーソンのランチ実態調査 2024」

物価高・値上げの影響により「平均ランチ代」は昨年より上昇も、
ランチ欠食率は過去最高に…

全国 25 万店舗以上の飲食店やコンビニで毎日利用できる食の福利厚生サービス「Ticket Restaurant®(チケットレストラン)」を提供する株式会社エデンレッドジャパン(本社:東京都港区 代表取締役: 天野総太郎)は、20~50 代のビジネスパーソン 600 名を対象にしたランチの実態調査を 2022 年より毎年行っています。第 3 回目となる 2024 年度は、今年 10 月 1 日に予定されている秋の値上げを前に、家計の状況やランチ事情について調査しましたので、発表いたします。

調査背景

賃上げ率が 33 年ぶりとなる 5%台に達した 2024 年の春闘。夏のボーナスも大きく伸びたことで、6 月・7 月の実質賃金は 2 ヶ月連続でプラスとなり、今まさに賃金と物価の好循環が回り始めている状況です。一方で、来月 10 月に予定されているのが、アイスクリームやチョコレート・冷凍食品など 1,392 品目にもものぼる食品の値上げ。昨年よりも値上げ品目数は少ないものの、平均値上げ率は、2022 年の 14%、2023 年の 15%と比べて、17%と高い数値となっています(株式会社帝国データバンク調べ)。依然として暮らしへの影響は大きいと考えられる中、賃上げ以降、ビジネスパーソンの景況感やランチ事情はどう変化しているのか、家計やランチへの影響を調査しました。

調査サマリー

- 歴史的賃上げの今年も…「家計が苦しい」は**約 8 割**に！
また、1 年前から「お小遣いが増えていない」も **8 割以上**に達していることが判明
- 「節約を意識している」も **8 割以上**…！意識している節約項目は、昨年に引き続き、**断トツ1位で「食費」**
- ランチ代の全体平均は424円と**昨年より 24 円アップ**。値上げの影響が浮き彫りに！
一方で、**3 人に 1 人**が、昨年よりもランチ代を減らしている厳しい現状も…
- 4 人に 1 人**が、勤務日にランチを食べないことがあると回答。
欠食率は昨年・一昨年よりも悪化し、26.7%と**過去最高の数値**に。
- ランチを食べないと仕事へ悪影響あり、は**半数以上**！最も多いのが「**集中力の低下**」
ランチの欠食は、**ビジネスパーソンのパフォーマンスに深刻な影響**も…
- およそ 7 割**が、金額を理由にランチで食べたいメニューを我慢した経験あり
- 4 人に 1 人**が、昨年よりもランチの質が悪化したと回答。
最も多かった変化が、「**食事のバリエーション**」の減少

【調査概要】

調査名：ビジネスパーソンのランチ実態調査 2024

調査主体：株式会社エデンレッドジャパン

調査方法：WEB アンケート方式

調査期間：2024 年 9 月 3 日～2024 年 9 月 4 日

調査対象：全国 20～50 代のビジネスパーソン男女(N=600) ※年代・性別均等割付

参考:「ランチ実態調査 2022」<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000036.000056034.html>

「ランチ実態調査 2023」<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000044.000056034.html>

※本リリース内容を掲載いただく際は、「出典:エデンレッドジャパン調べ」と明記をお願いいたします。

【調査結果】

歴史的賃上げの今年も…「家計が苦しい」は約 8 割に！

また、1 年前から「お小遣いが増えていない」も 8 割以上に達していることが判明

歴史的賃上げとなった 2024 年の賃上げ。そこで、まずは賃上げの家計への影響を調べるため、今年家計が苦しいと感じるかどうかを聞いたところ、「苦しいと感じる」との回答は、意外にもおよそ8割(79.3%)に達し、4 割以上(44.0%)の人が「昨年よりさらに苦しい」と感じていることが明らかとなりました(図 1)。

さらに、お小遣いの増減について聞くと、「変わらない・やや減った・かなり減った」と回答した人が 8 割以上(84.6%)となり、ほとんどの人が増えていないことが判明(図 2)。また 5 人に 1 人はお小遣いが減っていることから、賃上げによる生活への影響はまだまだ限定的であることがうかがえ、今後も継続的な賃上げが求められるのではないのでしょうか。

図 1) 今年(2024 年)は昨年より
家計が苦しくなっていると感じますか。

(n=600)

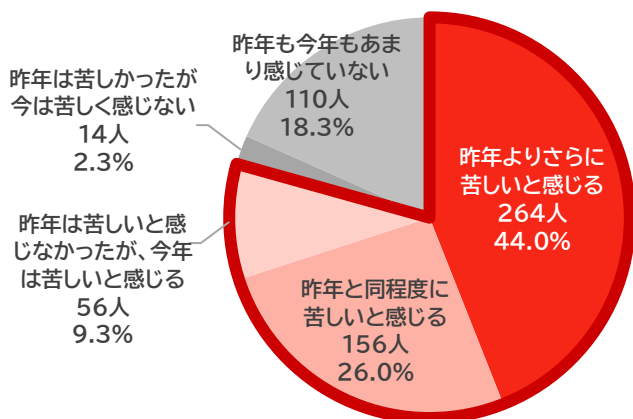
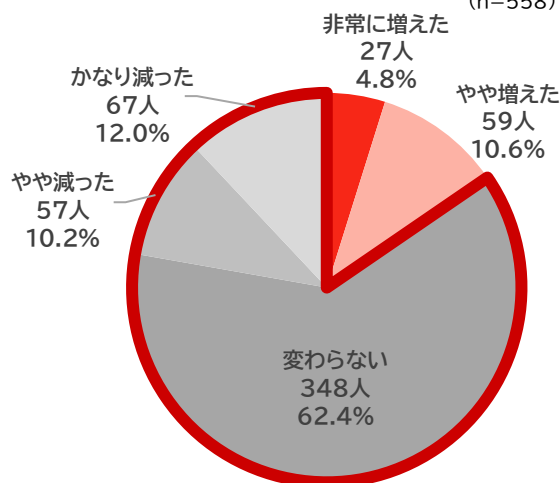


図 2) 1 年前と比較し、ご自身が使える
お小遣いは増えましたか。

(n=558)



「節約を意識している」も 8 割以上…！
意識している節約項目は、昨年に引き続き、断トツ1位で「食費」

家計が苦しく、お小遣いが増えていない人が多い中、節約状況についても調査しました。ここ 1 年、節約を意識しているかどうか聞くと、「とても意識している・やや意識している」人は、8 割以上(84.9%)という結果に(図 3)。また節約を意識する項目を聞くと、2022 年、2023 年と続き今年も「食費(73.1%)」が断トツ 1 位となりました(図 4)。
食品の値上げラッシュとなる 10 月以降は、さらなる食費の節約に迫られそうです。

図 3) ここ1年、節約を意識していますか。

(n=600)

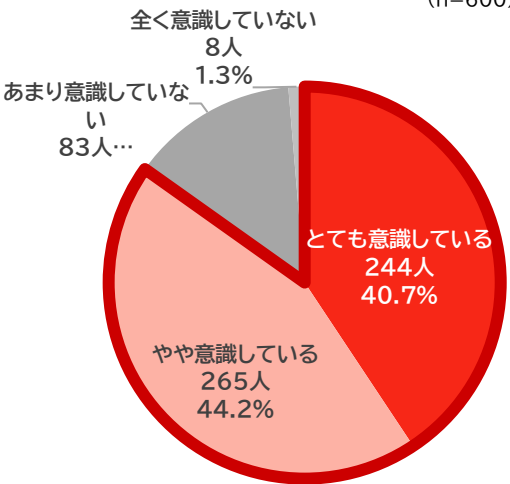
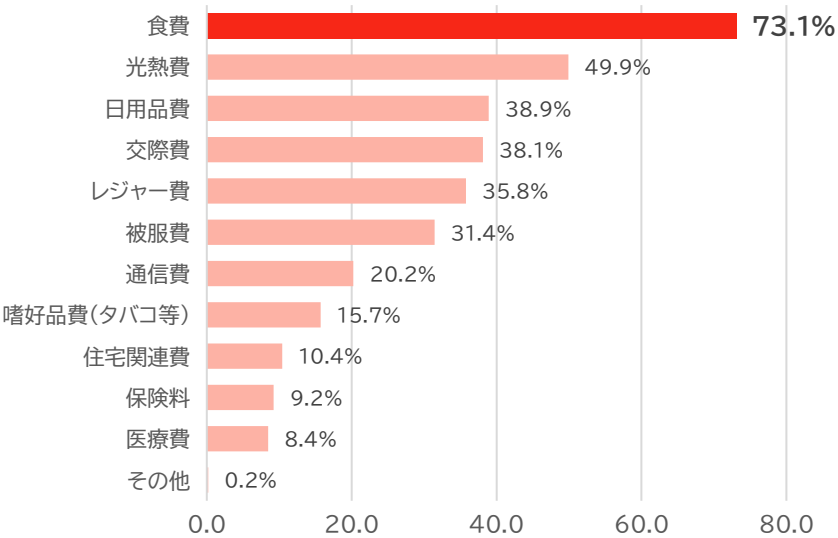


図 4) ここ1年、生活費の中で節約を意識している項目

(n=509、複数回答)



ランチ代の全体平均は424円と昨年より 24 円アップ。値上げの影響が浮き彫りに！
一方で、3 人に 1 人が、昨年よりもランチ代を減らしている厳しい現状も…

ここ最近の勤務日のランチ代平均は、424 円と昨年の 400 円より 24 円アップ(図 5)。特に飲食店のランチ代平均はここ 2 年で705 円から 929 円と 200 円以上高騰しています。一方で、ここ 1 年、勤務日に使えるランチ代に変化があったかを聞くと、3 人に 1 人(32.5%)が「減った／やや減った」と回答(図 6)。円安や原材料費高騰の影響によりランチ代が上昇しているにもかかわらず、賃上げがあってもお小遣いが増えていないことから、使えるランチ代は減少傾向に。より厳しさを増すビジネスパーソンへの懐事情が浮き彫りとなりました。

図 5) 平均ランチ代の推移

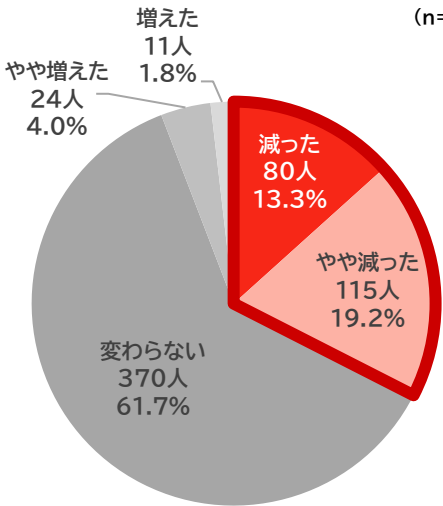
平均ランチ代	
2024年	424円
2023年	400円
2022年	436円

参考: 内容別平均ランチ代

内容別平均ランチ代 (2024年)	
持参した弁当	320円
コンビニ・スーパー	478円
ファストフード店	700円
飲食店	929円

図 6) 昨今の物価高や値上げにより、ここ 1 年勤務日に使えるランチ代に変化はありましたか？

(n=600)



4人に1人が、勤務日にランチを食べないことがあると回答。
欠食率は昨年・一昨年よりも悪化し、過去最高の数値に。

4人に1人(26.7%)が、勤務日にランチを食べないことがあると回答し(図7)、ランチの質が悪化するだけでなく、ランチの欠食率は昨年(25.3%)・一昨年(23.7%)よりも増加し、過去最高となったことが明らかとなりました(図8)。また、ランチを食べないことがある人にその頻度を聞いたところ、週2回以上食べない人が半数に上っていることから(図9)、ランチを定期的に食べないことが習慣化している人も多いと考えられます。

図7) 勤務日にランチを食べないことは
ありますか？ (n=600)

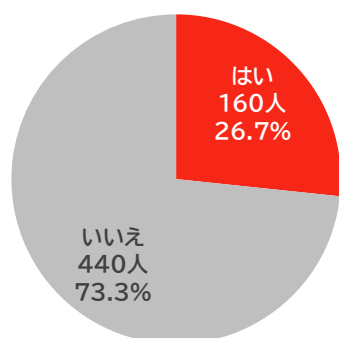
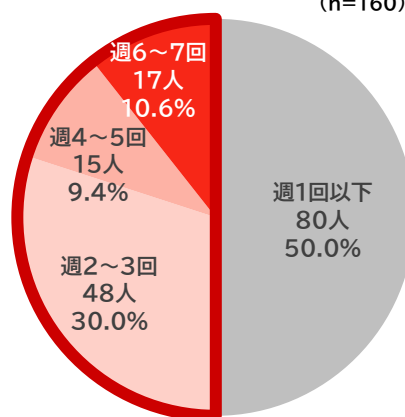


図8) ランチ欠食率の推移

ランチ欠食率	
2024年	26.7%
2023年	25.3%
2022年	23.7%

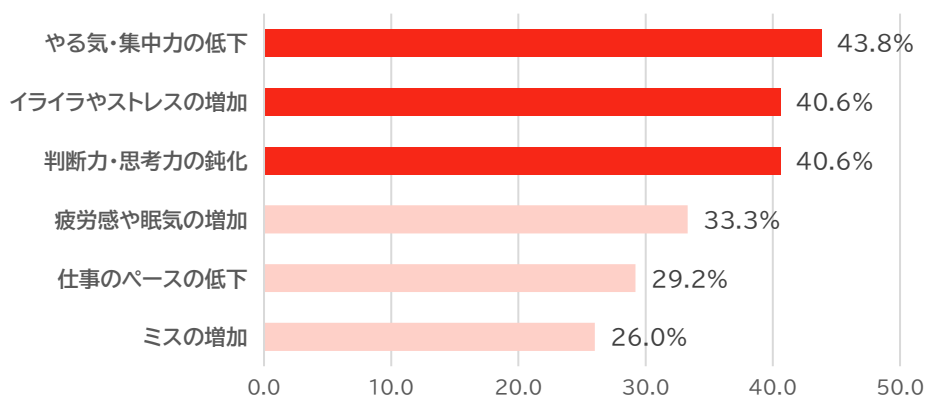
図9) ランチの欠食頻度
(n=160)



ランチを食べないと仕事へ悪影響あり、は半数以上！最も多いのが「集中力の低下」
ランチの欠食は、ビジネスパーソンのパフォーマンスに深刻な影響も…

ランチを食べない人に仕事へどのような影響があるか聞いてみると、半数以上(53.7%)の人に悪影響があることが判明。最も多かったのが「やる気・集中力の低下(43.8%)」、続いて「イライラやストレスの増加」「判断力・思考力の鈍化」(ともに40.6%)という結果となり(図10)、ランチの欠食がビジネスパーソンのパフォーマンスに悪影響を及ぼし、生産性低下につながりかねないことが浮き彫りとなりました。

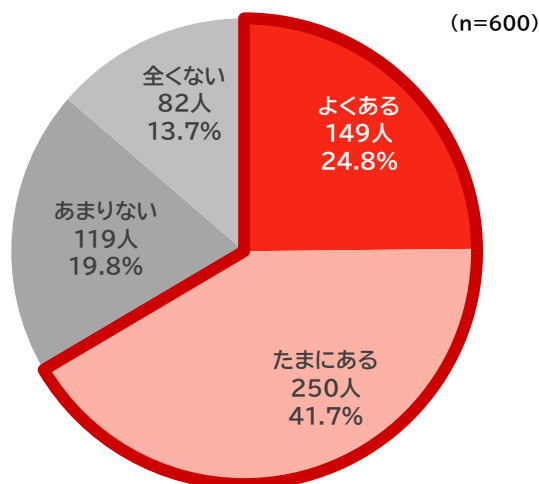
図10) ランチを食べなかった際の仕事への影響について、
すべて教えてください (n=96、複数回答)



およそ 7 割が、金額を理由にランチで食べたいメニューを我慢した経験あり

また、ランチを食べないまいでいかなくとも、ランチで食べたいメニューを我慢したことがあるか聞くと、およそ 7 割(66.5%)が「よくある／たまにある」と回答(図 11)。記録的な値上げラッシュとなった昨年、一昨年と同程度となりました。

図 11) 勤務日のランチを選ぶ際、金額を理由で食べたい食事・メニューを我慢したことがありますか？



4 人に 1 人が、昨年よりもランチの質が悪化したと回答。 最も多かった変化が、「食事のバリエーション」の減少

続いてランチの内容について調べるため、ここ 1 年、勤務日のランチの内容・質に変化が見られるかどうか聞いたところ、4 人に 1 人(25.7%)が「悪化した」と回答しています(図 12)。また、悪化した内容で最も多かったのが、「食事のバリエーション」(図 13)。使えるランチ代が減少したことで、ワンコイン弁当や 1 品ランチなどでいつも済ませてしまうなど、ランチの自由度や選択肢が制限されていることがうかがえる結果となりました。

図 12) ここ 1 年、勤務日のランチの内容・質に変化は見られますか。(n=600)

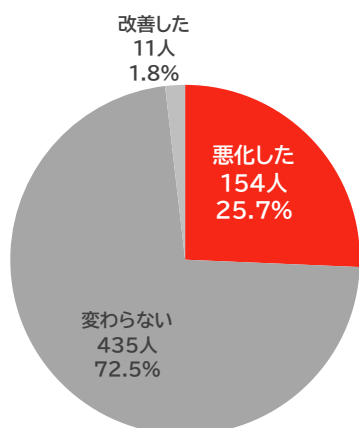
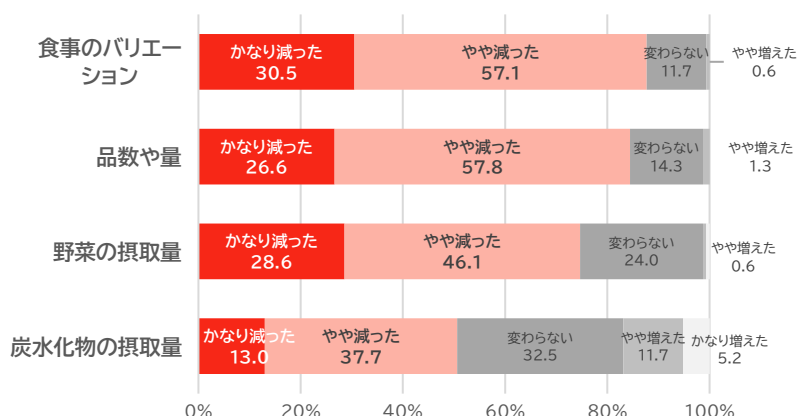


図 13) 勤務日のランチ内容の変化



このように、ランチの欠食が増えているだけでなく、「食べたいメニューを我慢する」「質を落とす」など、いわば“欠食予備軍”も多く存在しており、ビジネスパーソンのパフォーマンスや生産性に大きな悪影響を与えている可能性も考えられます。企業や経営者としての対応が今、求められているのではないのでしょうか。

■総評:株式会社エデンレッドジャパン 代表取締役 天野総太郎



今年の春闘賃上げ率は、バブル期以来の高水準となり、消費回復や成長につながる好循環への期待が高まりました。しかし、その裏側で労働者の約7割が従事する中小企業との格差が顕著になり、日本経済の二極化という課題も浮き彫りになっています。今回の調査結果でも、賃上げの従業員への影響はまだまだ限定的であり、昨今から続く物価高・食品値上げが、ビジネスパーソンの家計やランチ代に大きな影響を及ぼしていることが明確に見て取れる結果となりました。一時期と比べ物価上昇は落ち着きを見せているものの、3人に1人が昨年よりも使えるランチ代が減ったと回答しており、ランチの欠食率は上昇しました。従業員の生産性低下が危惧される中、企業が積極的に日々の生活のサポートを行い、生産性の改善に寄与することは従業員や顧客満足度の向上、そして人材確保や企業価値の向上にもつながるのではないのでしょうか。

このような状況下で、生活支援系(食事補助/住宅手当など)の福利厚生ニーズは昨今、急拡大しています。今や福利厚生は単に、従業員の生活支援としてだけでなく、経営ソリューションの一つとして、その価値が見直され始めているのです。

■株式会社エデンレッドジャパンが展開する「チケットレストラン」について

エデンレッドジャパンの IC カード「チケットレストラン」は、飲食店やコンビニを「社員食堂」のように利用できる、食の福利厚生サービスです。日本で 35 年以上の実績を誇り、国内最大規模の食事補助ソリューションで、導入実績 3,000 社以上、利用者 15 万人に達します。

2023 年 3 月には Uber Japan と業務提携し、デリバリーサービスにも対応したほか、利用可能店舗数は全国 25 万店舗まで拡大。勤務地や勤務時間に関わらず働く皆様の環境にフレキシブルに対応できる、より便利な食事補助サービスへと進化しています。さらに、昨今の物価上昇トレンドにより賃上げ機運が高まったことで従業員の手取りを実質的に増やす「第3の賃上げ(※)」としての導入や、人材確保・定着を目的に導入されるケースも急増しており、2023 年の新規導入企業数は前年比 247%と大幅に伸長しました。

※「第 3 の賃上げ」とは、実質的に従業員の手取りを増やす効果があり、企業の税負担も抑えられる福利厚生サービスを活用した賃上げのことで、当社が提唱する福利厚生の活用法のひとつです。参照:https://edenred.jp/the3rd_chinage

※IC カード「チケットレストラン タッチ」は、株式会社 NTT ドコモが運営する電子マネー「iD(アイディー)」の端末にかざすだけで利用可能です。「iD」は株式会社 NTT ドコモの商標です。

- ・会社名 :株式会社エデンレッドジャパン
- ・代表 :代表取締役社長 天野 総太郎
- ・所在地 :東京都港区六本木 1-4-5 アークヒルズサウスタワー7 階
- ・事業内容 :Ticket Restaurant®の発行代行
- ・URL :<https://edenred.jp/ticketrestaurant/>



■エデンレッドグループについて



エデンレッドは、働く人々の毎日を支える決済プラットフォームのリーダーで、導入企業約 100 万社、その従業員 6,000 万人、加盟店 200 万店をつなぎ、世界 45 カ国で展開しています。エデンレッドは目的別に決済ソリューションを提供しており、その種類は福利厚生向け(食事券、電子食事カード)、モビリティ向け(燃料カード、通勤バウチャー)、インセンティブ(ギフトカード、従業員エンゲージメントプラットフォーム)、企業間決済(コーポレートペイメント)、サービス(バーチャルカード)など多岐にわたります。従業員の福利厚生と購買力を高め、企業の魅力と利便性を上げ、雇用市場と地域経済を活性化することを目指しています。エデンレッドグループの社員 1.2 万人は、働く世界がより安全かつ効率的で利用者にやさしい経済圏となるよう、日々の業務に取り組んでいます。世界規模の技術基盤により、2023 年はモバイルアプリをはじめオンラインプラットフォームやカードによる取引を中心に、売上金額が約 25 億ユーロを超えました。

エデンレッドはユーロネクスト・パリ証券取引所に上場しており、フランスを代表する 40 銘柄の株価指数「CAC40」に含まれています。

エデンレッド企業ホームページ <https://www.edenred.com/en> (英語 Web サイト)

【本件に関するお問い合わせ先】

エデンレッドジャパン広報事務局 (KMCgroup 内) 担当 : 中村・佐藤
TEL:03-6261-7413 / Mail : info@kmcpr.co.jp