

長引く物価高の影響か!?日本の食への節約意識が世界で最も高い結果に… エデンレッド・グローバル調査「FOOD Barometer 2024」を公開

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、エデンレッドグループが日本を含む世界 22 か国 49,990 人のビジネスパーソンを対象に物価上昇とビジネスパーソンのランチの傾向について調べたグローバル調査「FOOD Barometer 2024」の結果をご報告します。

調査背景

各国の 2024 年 8 月の消費者物価指数(前年同月比)は、日本 2.8%、フランス 2.2%、スペイン 2.3%と一時期に比べ落ち着きを見せています。しかし、物価上昇が落ち着き、日本では歴史的賃上げとなった一方で、景気の良さを実感している人は、そう多くはないのではないのでしょうか。10 月には 1,392 品目にもものぼる食品の値上げやガス代・電気代の値上がりもあつたばかり。依然、賃金の伸びが、物価上昇に追いつかない状況にあり、今月発表された 8 月の実質賃金は、3 か月ぶりにマイナスに転じました。今後の物価動向が、ビジネスパーソンの消費マインドにも大きな影響を及ぼすことは間違いありません。そこで、エデンレッドグループが毎年実施しているグローバル調査「FOOD Barometer」の 2024 年版では、昨年につき、物価上昇をテーマとし、ビジネスパーソンの節約意識に与える影響や食の健康、フードロスに対する意識を調査。物価高が長引く中、日本人は顕著に「食料品」の節約意識が高く、ランチ選びでも質より“価格”重視である現状が明らかとなりました。

調査サマリー

- 世界で最も食料品の節約意識が高い国は、日本
- 日本のビジネスパーソンの約 8 割が、今後も「食料品」が値上がりすると強く感じており、世界平均の約 1.4 倍と高い数値に
- 日本はほとんどの費目で世界平均よりも値上がりすると感じており、節約志向が顕著
- ランチ選びの基準、日本は世界各国と比較し、料理の質や健康面を重視する人が顕著に少ない傾向
- 日本でフードロスに対し強い関心を持っている人はわずか 4 割。世界平均の半数ほどであり、顕著に低い数値



【調査概要】

調査名 : FOOD Barometer 2024

調査主体 : 株式会社エデンレッドジャパン含むエデンレッドグループ

調査方法 : WEB アンケート方式

調査期間 : 2024 年 9 月

調査対象 : 世界 22 개국 49,990 人のチケットレストラン導入企業の従業員及び 1,491 人のレストラン経営者

※対象国は日本、フランス、イタリア、スペイン、ドイツ、ベルギー、ポルトガル、スウェーデン、オーストリア、チェコ、ルーマニア、スロバキア、フィンランド、ブルガリア、ポーランド、トルコ、ギリシャ、ブラジル、チリ、コロンビア、ペルー、ウルグアイ

※本リリースでは、従業員を対象にした調査結果を活用し、日本との比較を考察しています。

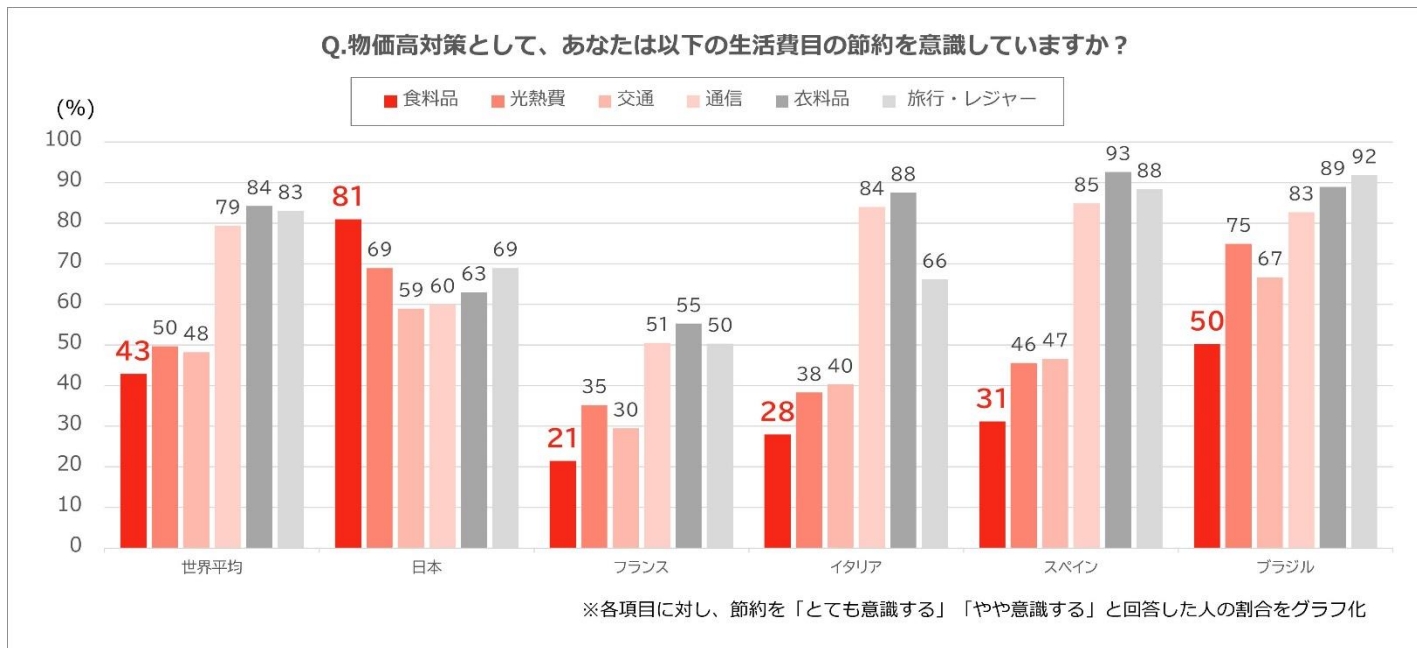
■参考:「FOOD Barometer 2023」 <https://edenred.jp/notice/press-release/20231026/>

■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】

◆世界で最も食料品の節約意識が高い国は、日本

日本が節約を意識していると回答した割合が 1 番多かった費目が、「食料品」。世界平均の約 2 倍となる 81%ものビジネスパーソンが食料品の節約を意識しており、世界で最も食料品の節約意識が高い国となりました(昨年は 2 位)。一方、他国は昨年から引き続き、衣料品(84%)、旅行・レジャー(83%)とおしゃれや娯楽に対する節約意識が高く、食料品(43%)、光熱費(50%)はさほど高くない傾向に。日本、世界ともに食料品の物価上昇は落ち着きを見せていることから、日本は特に、生活が苦しくなると食や光熱費など生活に直結する費目から抑える傾向にあることがうかがえます。

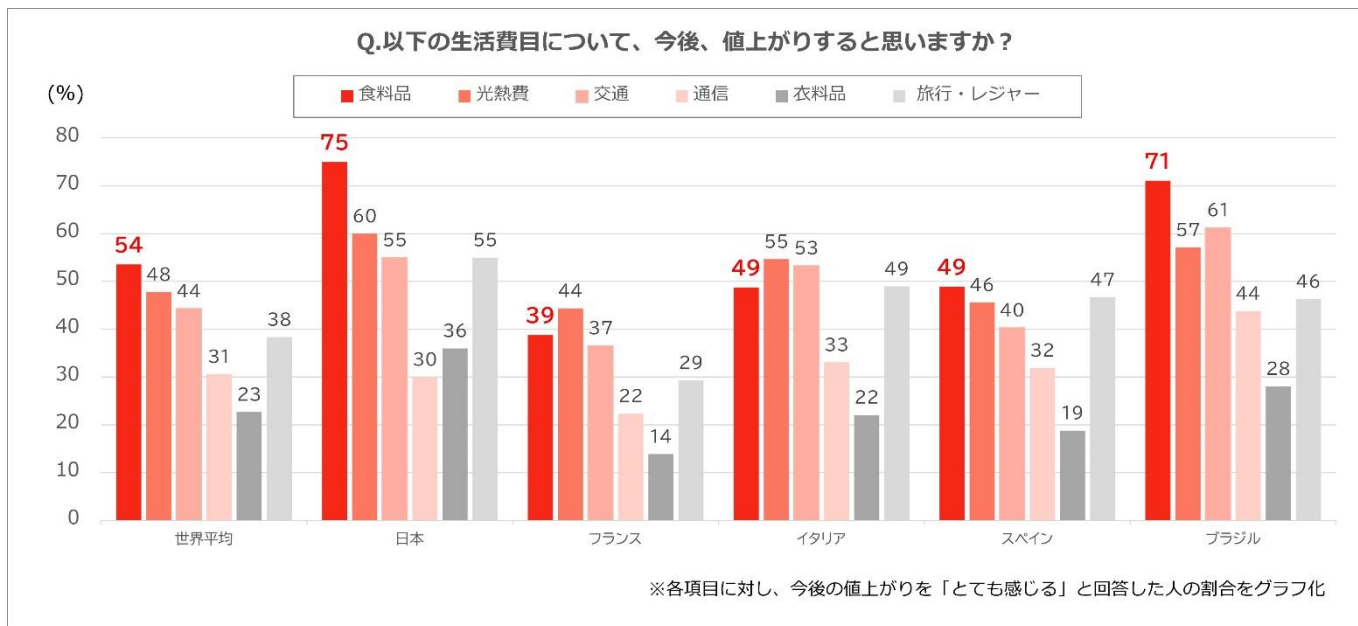


「食料品」の節約意識が高い国ランキング

順位	国名	食料品の節約を意識する人の割合
1位	日本	81%
2位	スロバキア	60%
3位	ギリシャ	56%
4位	チェコ	55%
5位	ベルギー	53%
	世界平均	43%

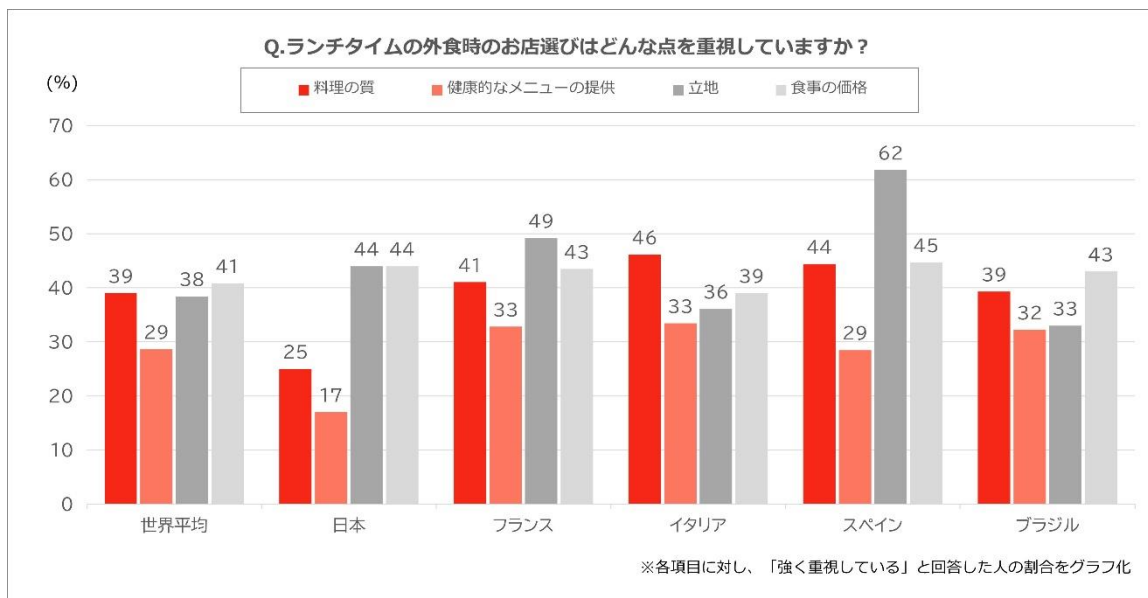
◆日本のビジネスパーソンの約 8 割が、今後「食料品」が値上がりすると強く感じており、世界平均の約 1.4 倍と高い数値に
 ◆日本はほとんどの費目で世界平均よりも値上がりすると感じており、節約志向が顕著

今後値上がりすると思う費目について聞いたところ、日本で 1 番多かったのは、「食料品」で 75%。昨年から引き続き、他国と比較しても高い数値となりました。日本の調査が行われた 9 月は、秋の値上げラッシュが始まったタイミングであり、10 月には食料品の値上げも控えていたことから、高い数値につながったと推察されます。さらに日本は、食料品だけでなく、光熱費、交通、衣料品といったほとんどの費目で世界平均を超えており、節約志向が高い国だと言えます。



◆ランチ選びの基準、日本は世界各国と比較し、料理の質や健康面を重視する人が顕著に少ない傾向

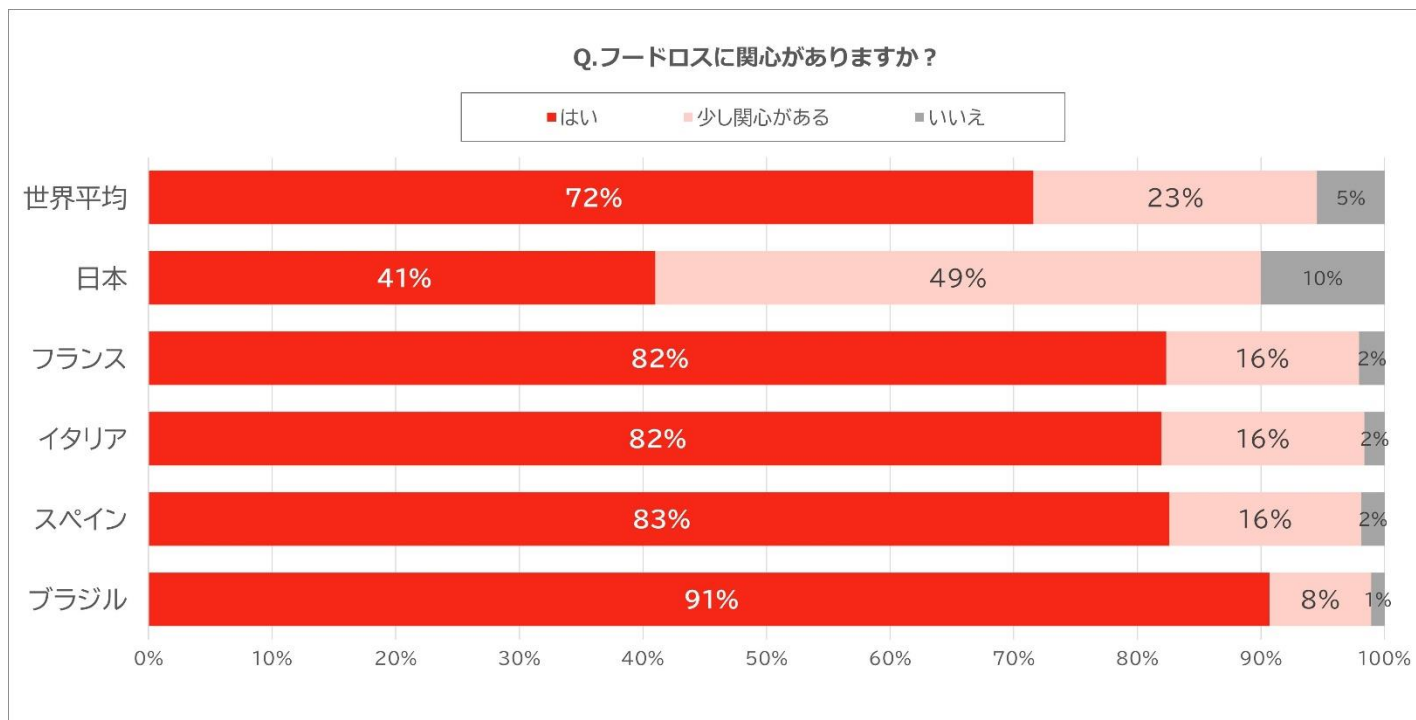
日本人がランチを選ぶ際に重視していると回答した割合が多かった項目は、「立地(44%)」、「食事の価格(44%)」という結果になりました。昨年から引き続き、「料理の質(25%)」、「健康的なメニューの提供(17%)」の割合は、他国と比較しても顕著に低い結果であり、ビジネスパーソンの食への健康意識が課題となっています。物価上昇が続き、ランチの質低下が長期化すれば、健康への悪影響も懸念され、結果的に組織・企業のパフォーマンス低下につながる恐れもあります。このような時だからこそ、企業による食をはじめとする従業員への生活支援が重要となってくるのではないのでしょうか。



◆日本でフードロスに対し強い関心を持っている人はわずか4割。
世界平均の半数ほどであり、顕著に低い数値

昨年から引き続き、今回の調査でも年々意識が高まるフードロスについて調査しました。フードロスに関心があるか聞いたところ、「はい」と回答した日本人はおよそ4割(41%)。一方、他国では、「はい」との回答が8割以上にのぼる国も多く、世界平均は7割以上(72%)となりました。

10月は「食品ロス削減月間」。現在、外食の際の食べ残しを衛生的に持ち帰るためのガイドライン作成に向けた検討会が厚生労働省で開かれるなど、日本でもフードロス削減に向けた取り組みは活発化しています。しかし世界と比較すると、日本でフードロスに関心を持つ人はまだまだ少なく、節約志向の高まりがフードロスへの関心を持つ余裕の無さに、さらに拍車をかけている可能性も考えられます。



【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 のコメント



今年に入り、物価上昇率は落ち着きを見せているものの、日本では3%近くの水準で高止まりしています。今回の調査結果では、各国と比較しても日本人の「食料品」への節約意識の高まりが色濃く見受けられ、ビジネスパーソンへの影響が懸念される結果となりました。

今後の食料品の値上げりに関しても懸念する日本人が未だ多い状況。物価高の影響により、食事の質ではなく価格を重視せざるを得ない状況下であり、栄養面が二の次となっています。昨年と同様の傾向が続いており、長期化することによる健康への影響が心配されます。

そのような中、従業員のサポートとして生活支援系(食事補助/住宅手当など)の福利厚生ニーズが、急拡大しています。弊社の食事補助サービス「チケットレストラン」の新規導入企業数も2021年比で646%まで増加。企業は今、持続的な成長を果たすためにも、「人への投資」の考えのもと従業員が健康で長く働き続けられる環境の整備が求められているのではないのでしょうか。

■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、新規導入企業数は 2021 年比 646%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