



「一人で食べたい」上司 vs 「交流したい」若手 新生活に押さえておきたい 【職場ランチの最新事情】

株式会社コロワイド(本社:神奈川県横浜市、代表取締役社長 野尻公平)は、“食”の総合プロデュース会社として外食産業を取り巻く変化や消費者動向を捉え、最新トレンドを発信する「コロワイド総研」を運営しています。

このたび、第2弾として新生活に合わせ、20~60代の男女500人を対象に「職場のランチに関する調査」を実施しました。本リリースでは、その結果をご紹介します。

「職場のランチに関する調査」

POINT① ランチ外食頻度は平均週 1.1 回、“ほとんど外食しない”が最多も一部に“ほぼ毎日”利用層も

POINT② ランチ外食の平均支出は 808 円、1,200 円前後が“心理的上限”に

POINT③ 約 7 割が“一人ランチ”志向も、若手は交流に積極的！職場ランチの“誘う・誘われる”に世代差

■ランチ外食頻度は平均週 1.1 回、“ほとんど外食しない”が最多も一部に“ほぼ毎日”利用層も

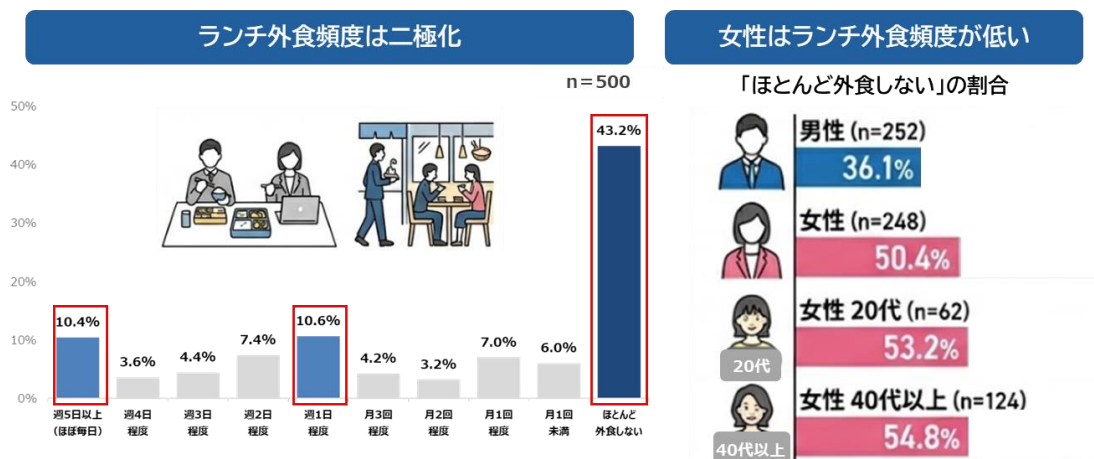
仕事がある日のランチ外食頻度については、「ほとんど外食しない」(43.2%)が最多となり、男性(36.1%)に比べて女性(50.4%)の方が外食頻度が低い傾向が見られた。一方で、「週 1 日程度」(10.6%)と「ほぼ毎日」(10.4%)がほぼ同水準となっており、利用頻度の二極化も確認される。

性年代別では、20~40代男性において外食頻度が相対的に高く、ランチ外食が日常的な選択肢として定着している様子がうかがえる。一方、20代女性(53.2%)、40代以上女性(54.8%)では「ほとんど外食しない」との回答が過半数を占め、内食・中食中心のランチスタイルが主流となっている。

ランチ外食の平均頻度は男性が週 1.4 回、女性が週 0.8 回、全体では週 1.1 回となった。

仕事がある日のランチ外食頻度

ランチ外食頻度は平均週1.1回
「ほとんど外食しない」が最多も一部に「ほぼ毎日」利用層も



■ランチ外食の平均支出は 808 円、1,200 円前後が“心理的上限”に

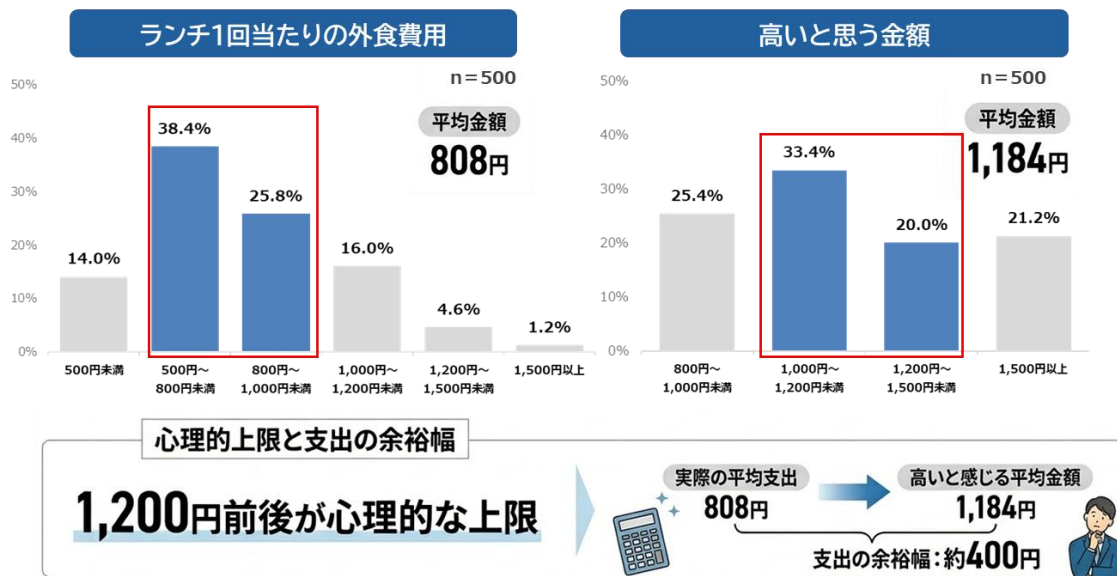
ランチ 1 回あたりの外食費用については、「500 円～800 円未満」(38.4%)が最も多く、次いで「800 円～1,000 円未満」(25.8%)となった。平均金額は 808 円となり、ランチ外食は 1,000 円未満に収める傾向が主流であることが分かった。

一方で、高いと感じる金額については「800 円～1,000 円未満」(33.4%)が最多、次いで「500 円～800 円未満」(25.4%)となり、平均は 1,184 円という結果となった。

実際の支出と高いと感じる金額には約 400 円の差があり、ある程度の余裕幅があることが分かる。一方で、これ以上の支出には慎重な姿勢も見られ、職場ランチにおける外食費用は 1,200 円前後が心理的な上限となっていることが示唆される。

ランチ外食の費用感

ランチ外食の平均支出は808円、1,200円前後が“心理的上限”に



■約 7 割が“一人ランチ”志向も、若手は交流に積極的！職場ランチの“誘う・誘われる”に世代差

「一人ランチ」が主流も、20 代男性の 41.0%は“誰かと食べたい”

職場でのランチについては、全体の 68.8%が「一人で食べたい」と回答した。性別・年代を問わず、「一人で食べたい」意向が多数を占めており、ランチ時間を業務から切り離された回復時間として確保したい意識がうかがえる。

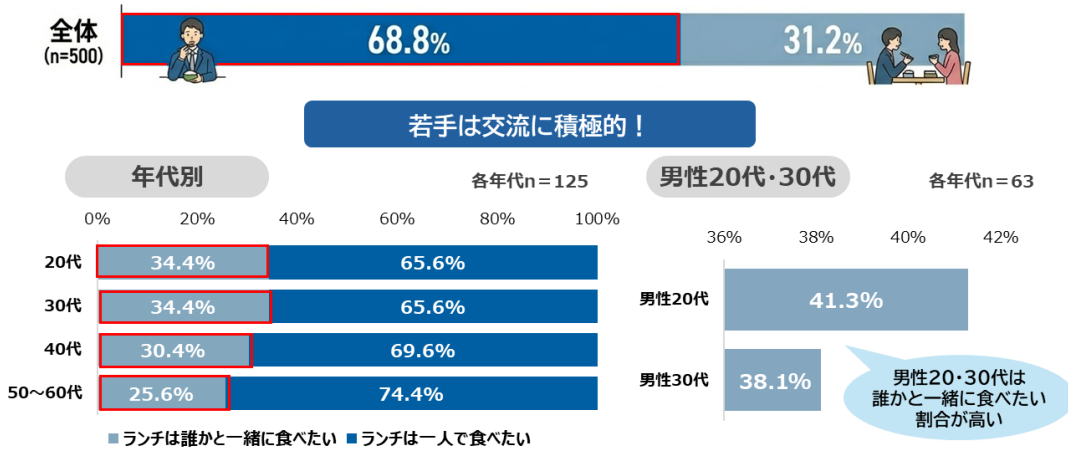
一方で、年代が低いほど「誰かと一緒に食べたい」とする割合は高く、20 代と 30 代では 34.4%と一定数存在するのに対し、50～60 代では 25.6%にとどまり、年齢が上がるにつれて個食志向が強まる傾向がみられる。また、男性 20 代では 41.3%、男性 30 代では 38.1%が「誰かと一緒に食べたい」と回答しており、他の層と比較して高い水準となっている。

これらの結果から、職場ランチは全体として“個の時間”として捉えられている一方で、若年層、特に男性 20～30 代においてはコミュニケーション機会としてのニーズも根強く存在していることが明らかとなった。

職場でのランチは一人？誰かと？

約7割が“一人ランチ”志向も、若手は交流に積極的！

ランチは「一人で食いたい」VS「誰かと一緒に食いたい」



20代の約3割が「上司を誘いたい」、若年層ほど高い交流意欲

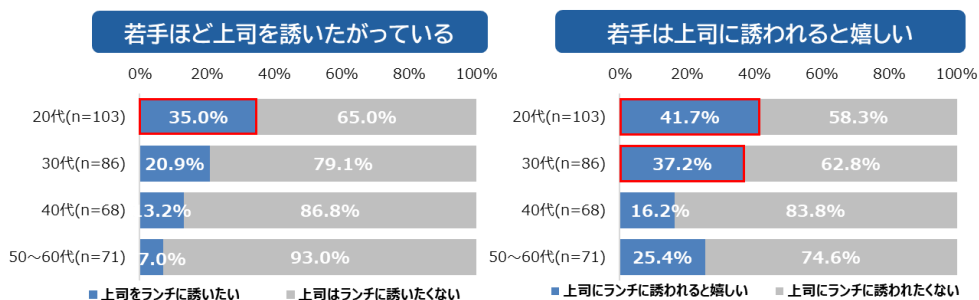
職場ランチにおける「誘う・誘われる」意識を調査したところ、20~30代の若手層では、上司とのコミュニケーションを前向きに捉える傾向が見られた。特に20代では、35.0%が「上司をランチに誘いたい」と回答し、他の世代と比較して高い意欲を示した。また、「上司にランチに誘われると嬉しい」と回答した割合は20代(41.7%)、30代(37.2%)と、若手層で高い傾向が見られた。さらに、同僚(先輩・後輩含む)とのランチでも、20代の52.8%が「誘われると嬉しい」と回答しており、他年代より高い結果となった。

一方、上司世代にあたる40代以上では、自ら声をかけることに対して慎重な姿勢が見られた。「部下をランチに誘いたくない」とする割合は男性40代以上で74.6%に達した。背景には、ハラスメントへの配慮や、部下の負担になりたくないという意識もあると考えられる。

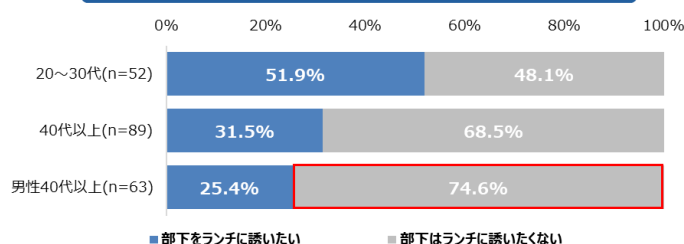
全体として「一人ランチ」志向が強まる一方で、若年層においては、ランチを社内コミュニケーションの機会として積極的に活用したい意向がうかがえる。

職場ランチの“誘う・誘われる”意識調査

20代の約3割が「上司を誘いたい」、若年層ほど高い交流意欲



年代が上がるほど、部下を誘いたくない割合が増加



【「コロワイド総研」からの提言】

本調査では、職場ランチは全体として“一人で過ごす時間”としてのニーズが高い一方、若年層では交流の機会としても活用されている実態が明らかになりました。また、ランチ 1 回あたりの平均支出は 808 円で、1,200 円前後が心理的上限とされることから、気軽にリフレッシュできる場が求められていることが分かります。

こうした背景を踏まえ、外食企業にとっては、1 人でも複数でも入りやすい空間づくりやメニュー構成が、ランチ利用を後押しする要素の一つになると考えられます。

また、職場における孤独感が増す傾向にある現代においては、ランチを活用し、社員が自然に集まり交流できる時間や場を工夫することが、職場のコミュニケーション活性化につながると考えられます。



コロワイド総研

■調査概要

調査日時 : 2026 年 2 月 6 日(金)~2 月 10 日(火)

調査地域 : 全国

調査方法 : インターネット調査

調査人数 : 20~60 代の男女 500 人

対象者条件: 有職者(フルタイム勤務者) / 日勤の方(※夜勤のみの方は対象外)

■引用・転載時のクレジット表記のお願い

本調査を引用・転載する際は、必ず出典を明記ください。

「出典:コロワイド総研「職場のランチに関する調査」2026 年 4 月 22 日公開記事」

■「コロワイド総研」とは

コロワイドは、「外食の世界を、知的刺激でおもしろくしていく。」をコンセプトに、外食産業および関連産業の発展に寄与する情報提供を目的として、「コロワイド総研」を設立しました。

当社はこれまで、多様な外食業態の運営やバリューチェーン全体に関わる事業を通じて知見を蓄積してきました。本総研では、これらの知見を活かし、事業視点と生活者視点の双方から分析・発信を行うことで、外食の新たな価値発見を促し、業界の発展に貢献してまいります。

【会社概要】

社名 : 株式会社コロワイド(英文名称: COLOWIDE CO., LTD.)

本社所在地 : 〒220-8112 神奈川県横浜市西区みなとみらい 2-2-1 ランドマークタワー12F

事業内容 : 1.飲食店の経営 2.各種食料品の仕入販売及び加工販売

設立 : 1963 年 4 月

資本金 : 438 億 14 百万円

店舗数 : 2,602 店舗・524 拠点(2025 年 6 月末時点)

ホームページ: <https://www.colowide.co.jp/>

コロワイドグループは、「すべては、お客様と社員のために」を企業理念に、全国で多様な外食ブランドを展開する“食”の総合プロデュース企業です。居酒屋をはじめ、レストランやデザート、給食事業、食品製造・流通まで幅広く手がけ、グループ一体となっておいしさと安心をお届けしています。

これからも「食への情熱」を原動力に、一人でも多くのお客様に「楽しかった、美味しかった」と感じていただける体験価値の創出に努めてまいります。

※本調査に関する詳細データをご希望の方は、下記お問い合わせ先までお気軽にご連絡ください。

 コロワイドグループ

【本件に関するお問い合わせ】

株式会社コロワイド コロワイド総研

TEL:045-274-5993 MAIL: colowide-lab@colowide.co.jp