

報道関係者 各位

ご飯盛り付けロボットに関する調査2024/鈴茂器工 外食利用者の3人に1人がご飯盛り付けロボットを認知、使用経験率は15.9% ～「気を遣う」「衛生」「効率」「わくわく感」から今後も使用したいと期待！～

鈴茂器工株式会社（本社：東京都中野区、代表取締役社長：鈴木美奈子、以下 鈴茂器工）は、全国の20歳～69歳の男女400名を対象にご飯盛り付けロボットに関する調査（2024年）を実施しました。飲食店などの外食産業やホテルなどの宿泊業、給食事業を中心に人手不足対策の打ち手としても導入が進んでいるご飯盛り付けロボットに関する実態調査を実施いたしましたので傾向をまとめ発表いたします。

調査結果サマリー

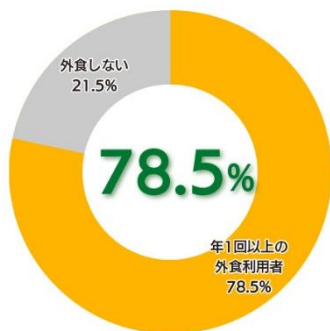
- ご飯盛り付けロボットの認知率34.1%、使用経験率15.9%（年1回以上の外食利用者）
使用経験率は外食頻度が高いほど上昇する傾向がみられ、週1回以上の外食利用者では30.1%と3割を越える結果となった。浸透が進み普及の壁と言われるキャズムをいよいよ超えたか？
- 今後の使用意向については、年1回以上の外食利用者で44.3%・使用経験あり者では82.0%と8割を越える結果となった。使用意向理由では、「気を遣う」「衛生」「効率」「わくわく感!？」など、外食産業の課題である人手不足の影響によるオペレーションへの配慮、気遣いのコメントが多く見られた。
- ご飯盛り付けロボットの認知者にとっては「人手不足の解消に役立つ」「衛生的」は2大メリット。外食利用の際に、「自分の食べたい分だけ適量食べられる」「温かいご飯が食べられる」ことはどの層にとっても魅力に感じられている。「しゃもじを使わないこと」や「誰でも簡単に使える」点を評価する層もあり、今後の普及もますます期待される結果となった。



調査概要

全国の20～69歳の男女400名にWEBアンケートを実施したところ年1回以上の外食利用者は78.5%（N=314）となった。

年1回以上の外食利用者（N=314）



	N	%
週に1回以上	73	18.3%
月に数回	113	28.3%
半年に数回	62	15.5%
年に数回	66	16.5%
外食しない	86	21.5%
	400	

調査対象：20歳～69歳の男女/全国（N=400）
鈴茂器工 ご飯盛り付けロボットに関する調査（2024）

調査手法：インターネットリサーチ

調査対象：20～69歳の男女

調査期間：2024年7月19日～20日

有効回答数：

本調査400サンプル / 年1回以上外食者314サンプル

ご飯盛り付けロボット定義：

Googleなどで「ご飯盛り付けロボット・ライス盛り付けロボット・おかわりロボ」と画像検索をした際に表示されるような製品群。

本調査では、上記の定義を設問時に掲載。

特定の製品の画像提示は無し。

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります。

<引用・転載時のクレジット表記のお願い>

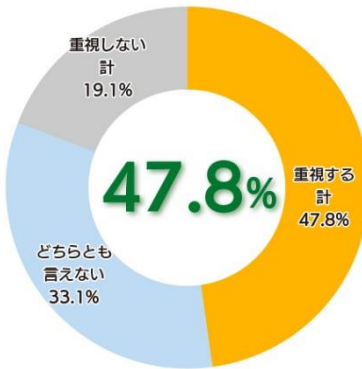
本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

<例>「鈴茂器工株式会社実施した調査によると…」本リリース記載以外の調査データについてのお問い合わせや確認については、担当までご連絡をお願いいたします。

◆調査対象について

年1回以上の外食利用者（N=314）を基本として、**外食頻度・外食利用の際にご飯を重視する層（N=150）**・**外食で提供されるご飯のがっかり経験あり（N=147）**・**ご飯盛り付けロボット認知/使用経験**などの軸で傾向をまとめていく。

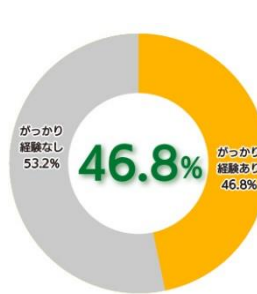
外食利用の際にご飯を重視する層（N=150）



	N	%
とても重視する	31	9.9%
重視する	119	37.9%
どちらとも言えない	104	33.1%
あまり重視しない	49	15.6%
重視しない	11	3.5%
計	314	

調査対象：年1回以上の外食利用者（N=314）
株式会社 飯盛り付けロボットに関する調査（2024）

がっかり経験あり（N=147）



	N	%
ご飯（ライス）が固かった	49	15.6%
食べたい量よりも多い/少ないご飯（ライス）が提供された	46	14.6%
ご飯（ライス）がべちゃっとしていた	42	13.4%
ご飯（ライス）が乾いていた	35	11.1%
ご飯（ライス）が冷えていた	26	8.3%
お茶碗のふちにご飯粒が付いていた	25	8.0%
ご飯がふんわりふっくら丸く盛られていなかった	20	6.4%
他人の手が触れていた	16	5.1%
異物が混入していた	12	3.8%
その他	13	4.1%
「がっかりしてしまったこと」や「困ってしまったこと」はない	167	53.2%
計	314	

調査対象：年1回以上の外食利用者（N=314）
株式会社 飯盛り付けロボットに関する調査（2024）

調査項目

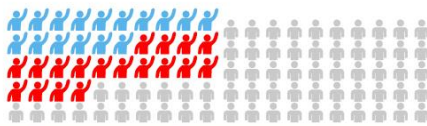
- 外食頻度
- ご飯重視度
- ご飯盛り付けロボット認知/使用経験
- ご飯盛り付けロボットの情報接触頻度
- ご飯盛り付けロボット魅力点
- ご飯盛り付けロボットのメリット
- ご飯盛り付けロボット使用意向
- 使用意向理由（自由記述）
- 外食の際にご飯でがっかりしたこと

◆【ご飯盛り付けロボット認知/使用経験率 等の浸透状況について】

年1回以上の外食利用者のご飯盛り付けロボットの認知率**34.1%**・使用経験率**15.9%**という結果となった。外食頻度が高いほど使用経験率が高まる傾向がみられ、週1回以上の外食利用者では**30.1%**と3割を越える結果となった。浸透が進み普及の壁と言われるキャズムをいよいよ超えたか？

ご飯盛り付けロボット認知率 **34.1%** (N=107)

ご飯盛り付けロボット使用経験率 **15.9%** (N=50)



ご飯盛り付けロボットの使用経験率については、外食頻度と比例して

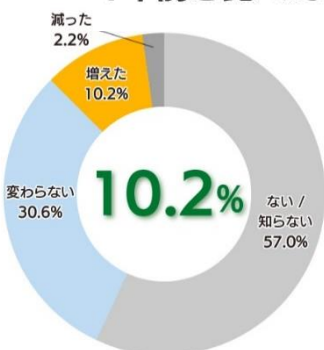
年1回以上の外食利用者（N=314）**15.9%**
半年に数回以上（N=248）**19.8%**
月に数回以上（N=186）**23.7%**
週1回以上の外食利用者（N=73）**30.1%**
と経験率が高くなる傾向が見られた。

これは、ご飯盛り付けロボットが飲食店（定食屋）やレストランなど**“日常での外食の場”**と、ホテルのビュッフェ・バイキング、空港ラウンジなど**“観光・旅行シーンの外食の場”**といったセルフサービスのシーンの広がりから、接触機会が増えたと推測される。

	年1回以上の外食利用者 (N=314)		半年に数回以上 (N=248)		月に数回以上 (N=186)		週1回以上 (N=73)	
	N	%	N	%	N	%	N	%
使ったことがある	50	15.9%	49	19.8%	44	23.7%	22	30.1%
使ったことはないが知っている	57	18.2%	46	18.5%	32	17.2%	10	13.7%
使ったことはない / 知らない	207	65.9%	153	61.7%	110	59.1%	41	56.2%
計	314		248		186		73	

調査対象：年1回以上の外食利用者（N=314）
株式会社 飯盛り付けロボットに関する調査（2024）

1年前と比べて増えた（N=32）



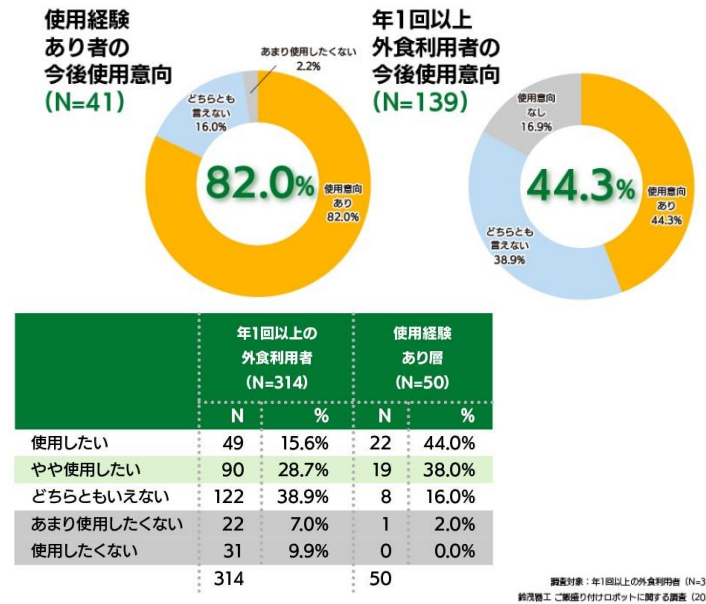
	N	%
増えた	32	10.2%
変わらない	96	30.6%
減った	7	2.2%
ない / 知らない	179	57.0%
計	314	

調査対象：年1回以上の外食利用者（N=314）
株式会社 飯盛り付けロボットに関する調査（2024）

また、ご飯盛り付けロボットに関しては、**従来の厨房機器と異なり外食利用時、セルフサービス等でお客様自身が目にする機会も多く**、利用者からのSNSの投稿やWEBニュースなどでも取り上げられる機会が増えていると感じられる。

その影響も少なからずあり、ご飯盛り付けロボットの見聞きする頻度を1年前と比べてどの程度変化しているかを聞いた設問では、**10.2%の人が1年前と比べて増えたと回答している。**

◆【年1回以上外食利用者は半数近く、使用経験者8割以上が「また使用したい!」】
今後の使用意向については、**年1回以上の外食利用者で44.3%・使用経験あり者では82.0%と8割以上が使用したいと回答した。**使用意向理由では、「気を遣う」「衛生」「効率」「わくわく感!？」など、外食産業の課題である人手不足の影響によるオペレーションへの配慮、気遣いのコメントが多く見られた。



	年1回以上の外食利用者 (N=314)		使用経験あり層 (N=50)	
	N	%	N	%
使用したい	49	15.6%	22	44.0%
やや使用したい	90	28.7%	19	38.0%
どちらともいえない	122	38.9%	8	16.0%
あまり使用したくない	22	7.0%	1	2.0%
使用したくない	31	9.9%	0	0.0%
	314		50	

調査対象：年1回以上の外食利用者 (N=314)
鈴洗精工 ご飯盛り付けロボットに関する調査 (2024)

ご飯盛り付けロボットの今後使用意向は、年1回以上の外食利用者で、**使用意向あり 44.3%**
使用意向なし 16.9%
どちらとも言えない 38.9% となった。
一方で、ご飯盛り付けロボット使用経験者の使用意向についてはN=50と少ないながらも**使用意向あり 82.0%**
使用意向なし 2.0%
どちらとも言えない 16.0%
という今後使用意向の割合が高い結果となった。

使用意向なしの回答者の主な回答としては、「ロボットになじみがない・知らない」「自分でできる」などの回答や、「人の手による温かみ」を期待する声もみられた。
どちらとも言えないの回答者の声は、「経験したことがないからわからない」という回答が多くみられた。

気を遣う層
人手を介さなくて良いのは、忙しい店員さんに気を使わなくてよい (男性40代/認知)
相手が人だとおかわりにくい (男性50代/認知)
店員に頼まなくても自分で好きな量よそれるから (男性30代/使用経験あり)
店が混雑している時にご飯のおかわりで店員を呼ぶのは申し訳ないので、このロボットがあれば自分の食べたいタイミングでご飯のおかわりが出来るから (男性50代/認知)

衛生面
衛生的、人が触ったしゃもじを使わなくて良い、人によっては盛り方が汚く、ジャーの周囲が汚いことがある、時短に繋がる (女性50代/使用経験あり)
衛生的であることと便利で抵抗なく利用できるから (男性50代/認知)

調査対象：年1回以上の外食利用者 (N=314)
鈴洗精工 ご飯盛り付けロボットに関する調査 (2024)

ご飯盛り付けロボットの認知者/使用経験あり者の使用意向をみると「**気を遣う層**」「**衛生面**」「**効率**」「**わくわく感**」と大きく4つの傾向に分類できた。
分類されないものとしては、「**盛り付けがキレイになる**」「**おいしそう**」など、**見た目やおいしさに関わる要素**のコメントも見られた。



効率
いちいち自分でよそうより、機械でパツと盛り付けてもらった方が簡単だし、早い (女性30代/認知)
いちいち、ご飯の量を説明する必要がない (男性60代/認知)
人件費も削減できるしエンタメ性があるから楽しいから (女性20代/使用経験あり)
ご飯の盛り付けで炊飯器のお米を潰してしまう人は多いので、機械でよそった方が不満がない。また、それ以外の作業に人を回せるので、人手が少なくてもすむ (女性40代/認知)

わくわく感
楽しそう (女性20代/認知)
一度は試してみたいとわくわくする (男性30代/認知)

調査対象：年1回以上の外食利用者 (N=314)
鈴洗精工 ご飯盛り付けロボットに関する調査 (2024)

特に、**<気を遣う層>**は**昨年の調査時点(2023年)ではあまり出てこなかったコメントで外食産業の人手不足の課題の影響が如実に表れていると感じ取れた。**

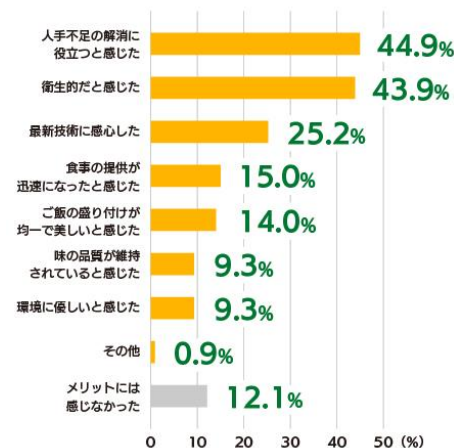
また、衛生面に分類されている「人が触ったしゃもじを使わなくて良い」・「ご飯の盛り方や提供環境の清潔さ」に貢献している点もご飯をおいしく味わうためには重要な要素であり、ご飯盛り付けロボットが使用経験者を中心に評価されている点と言える。



◆【ご飯盛り付けロボットのメリット/魅力について】

ご飯盛り付けロボットの認知者にとっては「**人手不足の解消に役立つ**」「**衛生的**」は**2大メリット**。外食利用の際に、「自分の食べたい分だけ適量食べられる」「温かいご飯が食べられる」ことはどの層にとっても魅力に感じられている。「しゃもじを使わないこと」や「誰でも簡単に使える」点を評価する層もあり、今後の普及もますます期待される結果となった。

ご飯盛り付けロボットメリットランキング (認知者 N=107)



ご飯盛り付けロボット 認知者 (N=107)	
	N %
人手不足の解消に役立つと感じた	48 44.9%
衛生的だと感じた	47 43.9%
最新技術に感心した	27 25.2%
食事の提供が迅速になったと感じた	16 15.0%
ご飯の盛り付けが均一で美しいと感じた	15 14.0%
味の品質が維持されていると感じた	10 9.3%
環境に優しいと感じた	10 9.3%
その他	1 0.9%
メリットには感じなかった	13 12.1%
107	

調査対象：年1回以上の外食利用者/ご飯盛り付けロボット認知者 (N=107)
鈴茂器工 ご飯盛り付けロボットに関する調査 (2024)

「ご飯盛り付けロボットが導入されていることで、メリットに感じたことを選んでください」と3つまでの複数回答で聞いたところ、ご飯盛り付けロボットの認知者にとっては、**9割近くが何かしらのメリットを感じられていることがわかった。**

特に、「**人手不足の解消**」や「**衛生的**」という見て・体感できるメリットが大きく**上位2つとなったが、機械化による、スピードのアップや品質の安定、廃棄ロスの削減などの環境面への配慮などもメリットとして少なからず浸透していることが感じられる結果となった。**

年1回以上の外食利用者の7割以上がご飯盛り付けロボットについて魅力を感じており、各層において共通して評価されている点としては、「**自分の食べたい分だけ適量盛れること**」を重視している点があげられる。これは、外食の際のご飯の「**がっかり経験**」を聞く設問において、「**ご飯の食感(固い・べちゃっと・乾いて・冷えて)に関すること**」が上位を占め、2位には**量に関する項目(食べたい量よりも多い・少ない)**がランクインしていた点と連動している結果と言える。

「**温かいご飯を食べられる**」は、**ご飯重視層**や**がっかり経験あり層**、**ご飯盛り付けロボット使用経験あり層**でも高い魅力点となっている。**炊飯ジャーの都度開閉によるわずらわしさ・不満**が**ご飯盛り付けロボットによって解消され、「温かいご飯がふんわりふっくら盛り付けられている」という体験の機会が増えることにより、今以上のご飯盛り付けロボットの浸透が見込まれる結果となった。**

ご飯盛り付けロボット各層別魅力点

調査対象：年1回以上の外食利用者 (N=314)
鈴茂器工 ご飯盛り付けロボットに関する調査 (2024)

	年1回以上の外食利用者 (N=314)		ご飯重視層 (N=150)		がっかり経験あり層 (N=147)		ご飯盛り付けロボット認知者 (N=107)		使用経験あり者 (N=50)	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
自分の食べたい分だけ適量盛れる	120	38.2%	60	40.0%	60	40.8%	45	42.1%	20	40.0%
機械が盛り付けてくれることで人の手を極力介さない	72	22.9%	35	23.3%	42	28.6%	34	31.8%	17	34.0%
しゃもじを使わなくて良い	81	25.8%	40	26.7%	47	32.0%	41	38.3%	23	46.0%
飛び散らかりが少ない	55	17.5%	33	22.0%	35	23.8%	25	23.4%	12	24.0%
炊飯ジャーのように都度、蓋を開閉しなくて良い	86	27.4%	45	33.0%	47	32.0%	35	32.7%	20	40.0%
温かいご飯を食べられる	110	35.0%	64	42.7%	65	44.2%	36	33.6%	22	44.0%
センサーでボタンを触れることなく押せて衛生的(非接触)	82	26.1%	49	32.7%	49	33.3%	36	33.6%	20	40.0%
素早く盛り付けできる	89	28.3%	47	31.3%	46	31.3%	38	35.5%	22	44.0%
ご飯をバラバラふっくら盛り付けてくれる	78	24.8%	48	32.0%	42	28.6%	31	29.0%	14	28.0%
誰でも(お年寄りや子供、海外からの旅行者なども)簡単に使える	81	25.8%	49	32.7%	49	33.3%	35	32.7%	15	30.0%
機械で盛り付ける楽しさ(エンタメ性)がある	42	13.4%	22	14.7%	25	17.0%	21	19.6%	12	24.0%
その他	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
あてはまるものはない	77	24.5%	27	18.0%	22	15.0%	10	9.3%	0	0.0%
	314		150		147		107		50	

<引用・転載時のクレジット表記のお願い>

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。
<例>「鈴茂器工株式会社が実施した調査によると…」本リリース記載以外の調査データについてのお問い合わせや確認については、担当までご連絡をお願いいたします。

※昨年の「ご飯盛り付けロボットに関する調査(2023年)」とは対象者、設問数、内容が異なり単純な時系列比較はできないため参考程度にとどめる。

参考：【ご飯盛り付けロボットに対する「初」の意識調査】鈴茂器工 <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000038.000067066.html>

◆鈴茂器工が提供のご飯盛り付けロボットFuwarica（ふわりか）について 【Fuwaricaは、ご飯盛り付けのニューノーマルに対応したご飯盛り付けロボット】

Fuwarica は、ご飯を練らずに、やさしくほぐし、ボタンを押すだけで定量のご飯をふんわり自動で衛生的に盛り付けることができます。更に、おむすびの製造に対応したオプションの開発や保温・保温機能の強化など、お客様のニーズにお応えし進化を遂げてまいりました。

2023年にはFuwaricaGST-RRRを発売し、これまでの進化を継承しつつ、大型液晶タッチパネルの採用による見やすさ・使いやすさの向上、保温・保温性能の強化、ご飯の残量表示や連続盛り付け機能を備えるなど、ご飯を盛り付ける様々なシーンでより進化してきました。

本体サイズもコンパクトで、100Vのコンセント以外の特別な設備・設置工事もないため、保温ジャーからの置き換えが容易な点も評価されており、人手不足解消に即座に効果を発揮する製品としても高い評価をいただいております。



Fuwarica シリーズ



Fuwaricaシリーズのご紹介

Fuwarica特設サイト <https://www.fuwarica.info/>



ご飯盛り付けロボット Fuwarica 特設サイトでは、実際に導入して活用いただいている様々なカテゴリーの企業様の事例（ユーザー様の声）を掲載しており、随時更新しております。直近は、病院、道の駅、蕎麦銘店、うなぎ銘店など。是非この機会に併せてご確認ください。

会社概要 Company overview

会社名	鈴茂器工株式会社	設立日	1961年1月
英文商号	Suzumo Machinery Co., Ltd.	資本金	11億54,418千円
所在地	東京都中野区中野4-10-1 中野セントラルパークイースト6階	事業内容	米飯加工機械、充填機械、包装資材及び 寿司ロボット及び食品資材等の製造販売など
代表者	代表取締役社長 鈴木 美奈子		

食の「おいしい」や「温かい」を世界の人々へ

1981年に世界初の寿司ロボットを開発し、寿司の大衆化を実現したリーディングカンパニーです。米飯加工ロボットにおいて国内外で高いシェアを占め、お寿司、おにぎり、丼ものなど、世界80か国以上の国々の様々な食のシーンで幅広く利用されています。近年では、寿司ロボットシェアNo.1(出典：富士経済「労働人口不足の未来予測から見たロボット潜在需要に関する考察」)すしロボット販売数量・金額2022年実績)、ご飯盛り付けロボットシェアNo.1(出典：富士経済「労働人口不足の未来予測から見たロボット潜在需要に関する考察」)米飯盛り付けロボット販売数量・金額2022年実績)の獲得や、飲食店において店舗業務の効率化と人手不足対策に大きな貢献を果たしたという点が評価され、第20回外食アワード2023(主催：外食産業記者会)を受賞するなど、業界でも注目を集めております。『食の「おいしい」や「温かい」を世界の人々へ』を掲げ、細分化する食に関するニーズをいち早く捉えて市場にご提案し、常に新しいフードビジネスを開拓する企業として躍進しています。

[URL]

鈴茂器工企業HP <https://www.suzumo.co.jp/>
鈴茂器工企業HP (英語) <https://www.suzumokikou.com/>

[企業公式SNS]

Instagram https://www.instagram.com/suzumo_official/
Facebook https://www.facebook.com/suzumo_official/
YouTube公式チャンネル <https://youtube.com/@suzumojapanofficial5218>
YouTube公式チャンネル (英語) <https://youtube.com/@suzumoglobal3698>



URL: https://youtu.be/EPSwY42I9bc?si=S3ON0e5WB_Xy1yJf

