

【ナッシュ】利用者41人アンケート 調査レポート

ナッシュ利用者41人に聞いた、満足度・良かった点・不満点・解約理由のすべて

調査期間 2026年8月5日～8月24日

有効回答 n=41

調査手法 ランサーズ・Googleフォーム

実施 飲食のコンシェルジュ編集部

1. 調査結果サマリー：わかった5つのこと

ナッシュの満足度は「メニューの豊富さ」が最も高く（平均4.07／5点・不満0人）、最も低いのは「価格・コスパ」（平均3.27）。ただし解約の引き金になっているのは価格ではなく味・食感への不満と飽きで、解約者18人の44.4%を占めた。

3.56

総合満足度
(5点満点／n=41)

65.9%

他人に勧めたい
(27人／41人)

78.0%

冷凍庫に困った
経験あり (32人)

44.4%

解約理由の最多は
「味・飽き」(8/18人)

- 強みは「メニューの豊富さ」1点に集約。**5項目中で唯一「不満」回答が0人（満足以上80.5%）。選んだ理由でも46.3%で1位。
- 弱みは「価格」より「味のばらつき」。**悪かった点の自由記述で味・食感に触れた人は46.3%（19人）。特に「解凍すると水っぽい・べちゃっとする」という副菜・揚げ物への指摘が複数。
- 味の評価が継続を分ける。**味を「やや不満」とした8人のうち7人（87.5%）がすでに解約。継続者と解約者の平均スコア差は味+0.57点。
- 冷凍庫問題は「起きる前提」で設計すべき。**78.0%が困った経験あり。一人暮らしでは36.4%が「入りきらず注文数を減らした・やめた」に該当（その他世帯は16.7%）。
- 解約・スキップ手続きは概ね簡単だが4割強がつまずく。**手続き経験者33人のうち「とても簡単」54.5%に対し、「やや手間」39.4%+「かなり分かりにくかった」6.1%。

2. 回答者プロフィール（n=41）

回答者は女性63.4%・会社員53.7%が中心。世帯は「夫婦二人暮らし」34.1%と「一人暮らし」26.8%で6割を占め、共働き・単身の時短ニーズ層が母集団の中核。

性別

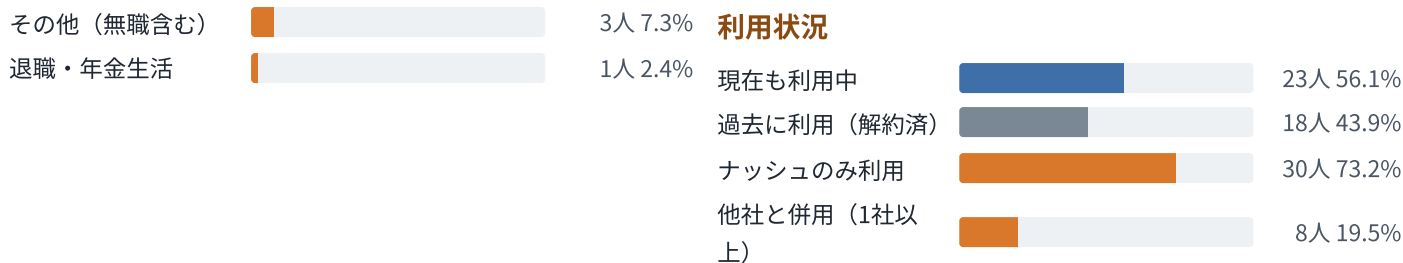
女性		26人 63.4%
男性		15人 36.6%

職業

会社員（正社員）		22人 53.7%
自営業・フリーランス		9人 22.0%
パート・アルバイト		3人 7.3%
専業主婦・主夫		3人 7.3%

家族構成

夫婦二人暮らし		14人 34.1%
一人暮らし		11人 26.8%
夫婦+未就学児		6人 14.6%
夫婦+高校生以上		4人 9.8%
高齢の親と同居		3人 7.3%
同棲・婚約者と同居		2人 4.9%
夫婦+小中学生		1人 2.4%



利用歴の内訳：1ヶ月未満2人／1～3ヶ月7人／3～6ヶ月5人／6ヶ月～1年4人／1～2年4人／2年以上1人／解約済18人。解約者が43.9%含まれるため、良い面・悪い面の双方が拾える構成になっている。

3. 満足度スコア：強みと弱みが明確に分かれた

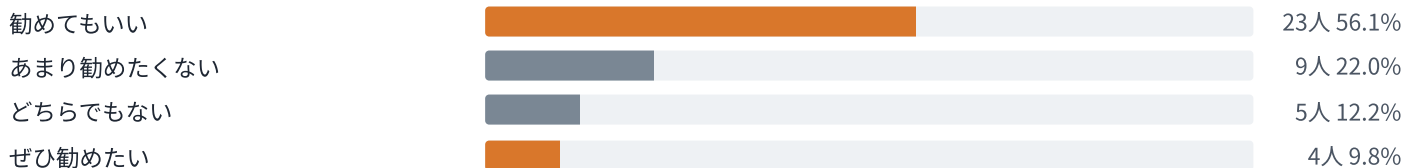
5段階評価（とても満足5点～とても不満1点）の平均は、メニューの豊富さ4.07 > 配送・使いやすさ3.90 > 味3.71 > サポート3.47 > 価格・コスパ3.27。「メニューの豊富さ」だけが不満回答ゼロで、ナッシュの中核価値であることがデータで確認できた。

評価項目	平均点	満足以上	不満	回答分布（左＝とても満足）
メニューの豊富さ	4.07	80.5%	0.0%	27% 54% 20%
配送・使いやすさ	3.90	68.3%	7.3%	29% 39% 24%
味・美味しさ	3.71	68.3%	19.5%	22% 46% 12% 20%
総合満足度	3.56	53.7%	7.3%	10% 44% 39%
サポート対応 (n=30)	3.47	30.0%	3.3%	15% 49% 未利用27%
価格・コスパ	3.27	39.0%	19.5%	10% 29% 42% 17%

■ とても満足 ■ 満足 ■ 普通 ■ やや不満 ■ 不満 ■ 利用したことがない

※満足以上＝「とても満足」＋「満足」。サポートのみ「利用したことがない」11人を除く有効n=30で算出。

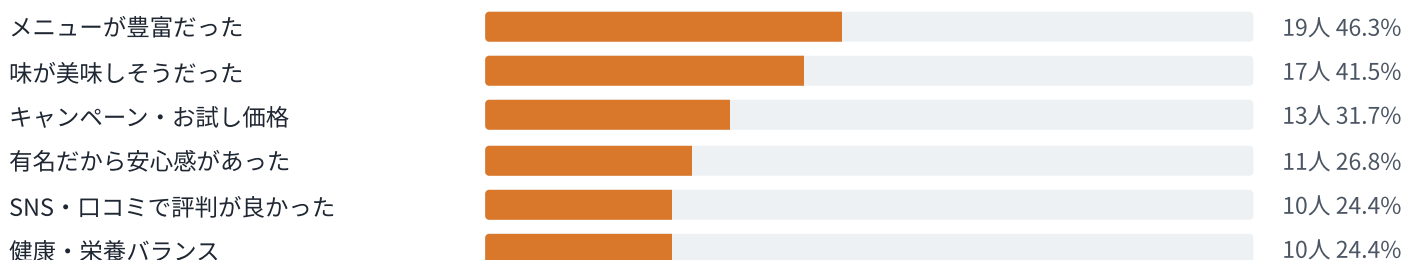
他人に勧めたいか



推奨意向（ぜひ＋勧めてもいい）は65.9%。一方で「あまり勧めたくない」22.0%は、味を「やや不満」と答えた層に集中している（8人中6人）。

4. なぜナッシュを選んだのか（複数回答・3個まで）

選定理由の1位は「メニューが豊富だった」46.3%、2位「味が美味しそうだった」41.5%。価格の安さは19.5%にとどまり、価格訴求よりメニュー数と味への期待で選ばれていることがわかる。



価格が安かった		8人 19.5%
配送エリア・時間が合った		1人 2.4%
他社と比較して一番良かった		1人 2.4%

ギャップ分析：期待と実感のズレ

「味が美味しそう」で選んだ人は41.5%いるのに対し、実際の味の満足度は平均3.71で、19.5%が「やや不満」。つまり味は入口の期待値が最も高く、同時に落胆も生みやすい項目。はじめから「味には当たり外れがある」と考えて、少ない食数から試すほうが失敗が少ない。

5. 良かった点（自由記述41件のキーワード分析）

良かった点で最も多く語られたのは「レンジで温めるだけの時短・手軽さ」53.7%（22人）。次いで「栄養バランス・健康」41.5%、「メニューの豊富さ・飽きない」36.6%。味そのものを褒める記述は9.8%にとどまり、ナッシュの評価は"味"ではなく"手軽さ×栄養×選択肢"で成立している。

時短・手軽さ（レンジ調理）		22人 53.7%
栄養バランス・健康		17人 41.5%
メニューが豊富・飽きない		15人 36.6%
容器を捨てるだけ・洗い物なし		7人 17.1%
味が良い		4人 9.8%

※1つの回答に複数のキーワードが含まれるため合計は100%を超える。

利用者の声（良かった点）

「容器を捨てるだけで片付けが終わるので、キッチンが散らからずストレスがない。」

にあまるさん／男性・夫婦二人暮らし・利用2年以上・総合「満足」

「帰宅後、すぐに食べられるものが冷凍庫にあるということが精神的にとっても楽に感じていました。同じ容器形状であれば重ねられるので思ったよりゴミがかさばりませんでした。」

たなかさん／女性・夫婦＋未就学児・解約済・総合「満足」

「和洋中のメニューが豊富で飽きずに利用出来る事と味わいが美味しい事が良かった点です。」

男性・一人暮らし・利用6ヶ月～1年・総合「とても満足」

「メニューが一般的なものとは一味違っていて、バラエティにも富んでおり、毎回配送が楽しみでした。」

takusyun-tさん／男性・夫婦＋高校生以上・利用3～6ヶ月・総合「満足」

「栄養バランスが整っていて、特にタンパク質への配慮がとてもよくなされていました。普段の食事ではタンパク質が不足しがちで、その点では助かりました。」

さゆりさん／女性・高齢の親と同居・解約済・総合「満足」

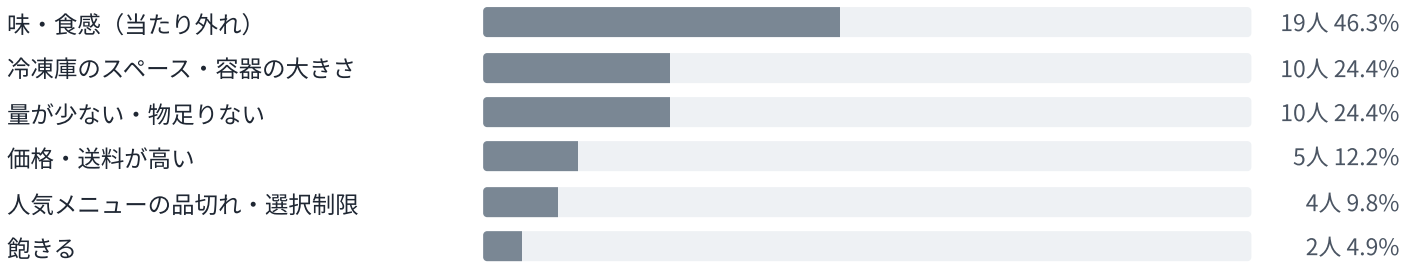
「夫婦ともに仕事が忙しく、夕食の準備や片付けが大きな負担になっていましたが、レンジで温めるだけで栄養バランスの取れた食事が用意できる手軽さに非常に助かっています。」

たかささん／男性・夫婦二人暮らし・利用6ヶ月～1年・総合「満足」

6. 悪かった点・改善要望（自由記述41件）

最多は「味・食感」への言及で46.3%（19人）。次いで「冷凍庫のスペース」24.4%、「量が少ない・物足りない」24.4%、「価格が高い」12.2%。特に「解凍すると水っぽい・べちゃっとする」という食感の指摘が副菜と揚げ物に

集中している。



利用者の声（悪かった点）と、考えられる対処法

利用者の声（そのまま引用可）	考えられる対処法
「とにかく味がおいしくありません。特に副菜が解凍すると水っぽくなり素材の味が残念になっていることが多々ありました。」 ゆうみさん／女性・夫婦＋未就学児・解約済	初回は6食プランにして、主菜がメインのメニューから選ぶ。副菜の食感が気になる場合は加熱時間を10～20秒短くして様子を見る。
「揚げ物メニューは冷凍のため温めた時にどうしてもべちゃっとしてしまうので食感が微妙です。」 chi_12さん／女性・一人暮らし・利用1ヶ月未満	冷凍宅配弁当という商品特性上の制約。揚げ物中心に選ばず、煮込み・炒め・グリル系を軸に選ぶと満足度が上がりやすい。
「10食分などのまとめ買いをすると、紙容器がそれなりのかさになるため、我が家の冷凍庫の冷凍室が一気に圧迫される点です。」 たかさんさん／男性・夫婦二人暮らし・利用6ヶ月～1年	注文前に冷凍庫の空き段数を実測しておく。6食・8食・10食で必要なスペースは大きく変わる。
「冷凍庫を占領してしまい、他のものが入らず、家族に怒られた」 女性・夫婦＋高校生以上・利用1～3ヶ月	家族世帯は6食＋配送間隔を2～3週に設定して在庫を持ちすぎない運用にする。
「1食の品数は多いですがそれぞれが少なめに入っていると感じました。もう少しおかずの量が多いと嬉しかったです。」 たなかさん／女性・夫婦＋未就学児・解約済	ご飯・味噌汁は別途用意する前提。夕食に使うなら主食を足す、昼食なら単体でも足りるという声が多い。
「サブスク形式での注文しかできない。最大で3週間サイクルなので毎回スキップ作業が発生する。」 女性・一人暮らし・利用1～2年	都度購入ができない仕組みを理解したうえで申し込む。スキップの通知が来るタイミングを把握しておく。
「人気メニューはすぐ品切れになってしまうのがデメリットです！」 User 148さん／女性・夫婦二人暮らし・利用1～3ヶ月	メニュー更新のタイミングを把握し、配送確定日より早めに選ぶ。

7. 継続者 vs 解約者：何が明暗を分けたか

継続者23人と解約者18人を比較すると、全項目で継続者のスコアが高く、差が最も大きいのは「配送・使いやすさ」+0.62点、次いで「価格・コスパ」+0.58点、「味」+0.57点。とりわけ味を「やや不満」と答えた8人のうち7人（87.5%）がすでに解約しており、味の評価が継続可否を強く分けている。

評価項目	継続者 n=23	解約者 n=18	差
配送・使いやすさ	4.17	3.56	+0.62
価格・コスパ	3.52	2.94	+0.58
味・美味しさ	3.96	3.39	+0.57
総合満足度	3.78	3.28	+0.50
メニューの豊富さ	4.22	3.89	+0.33

解約理由の内訳（解約済18人を自由記述から分類）

味が合わない・飽きた		8人 44.4%
生活の変化（引越・自炊再開・多忙）		4人 22.2%
価格・家計負担		3人 16.7%
冷凍庫に入らない		1人 5.6%
配送サイクルが合わない		1人 5.6%
その他・理由の明示なし		1人 5.6%

注目：解約者にもポジティブな声が多い

解約済18人のうち、総合満足度で「満足」以上と答えた人は8人。「サービス自体に不満があったわけではない」「必要になったらまた利用したい」という声が複数あり、**解約＝失敗ではなく、生活の変化に合わせた一時的な離脱**というケースが少なくない。

- 「引っ越しを機にやめてそのままになっている。サービス自体に不満があったわけではない。」
ゆうさん／男性・夫婦二人暮らし・解約済

「おいしくないで解約しました。定期購入縛り等なくスムーズに解約できたのはすごく良かったです。」
女性・解約済／総合「普通」

8. 冷凍庫スペース問題：78%が経験、一人暮らしで深刻

冷凍庫のスペースに困った経験があるのは78.0%（32人）。うち22.0%（9人）は「入りきらず注文数を減らした・やめた」と回答。一人暮らしでは11人中4人（36.4%）が深刻レベルで、その他世帯の16.7%を大きく上回る。

たまにある（やりくりすれば入る）		23人 56.1%
よくある（注文数を減らした・やめた）		9人 22.0%
特に困っていない		9人 22.0%

世帯	よくある	たまにある	困っていない
一人暮らし（n=11）	4人 36.4%	4人 36.4%	3人 27.3%
その他世帯（n=30）	5人 16.7%	19人 63.3%	6人 20.0%

- 「一人暮らしだと冷凍庫のサイズが小さいため何個入るかちゃんと考えて注文しなければいけないです。（1週間3食分頼みたくても入りきらないため断念しました）」
chi_12さん／女性・一人暮らし・利用1ヶ月未満

「とにかく冷凍庫の場所を取る。もう少し薄型にしてほしい。」
女性・一人暮らし・解約済

9. スキップ・解約手続きの実態

スキップまたは解約を実際に経験した33人のうち、「とても簡単だった（ネットで完結）」は54.5%。一方で「やや手間だった」39.4%+「かなり分かりにくかった」6.1%で、4割超が何らかのつまずきを感じている。



10. 他社比較で語られたこと

他社と比較した回答者に共通するのは「メニューの豊富さと選択自由度はナッシュが上、価格・送料は他社より高め」という評価軸。「高いが納得できる」と「高いので続かない」に二分している。

「他社と比べてもメニューの種類が豊富で、飽きずに続けられました。価格は少し高めに感じることもありましたが、手軽さや味、栄養バランスを考えると満足できました。」

dskさん／男性・夫婦＋未就学児・利用1～2年

「味はそこまでの差はないですが、1回で注文できる量と金額を考えると、ナッシュが一番コスパが良いです。」

本好きさんさん／男性・夫婦二人暮らし・利用1～2年

「過去に他社の高齢者・健康志向向けの宅食弁当を試したことがありますが、味が全体的に薄くて素っ気なく、途中で飽きてしまいました。」

たかさんさん／男性・夫婦二人暮らし・利用6ヶ月～1年

「1食あたりのコスパは悪くはないものの、配送料が高めに設定されているため、実質的なコスパが悪くなってしまう。」

どらこさん／女性・夫婦＋未就学児・解約済

「他社と比べると割高ですが、大手であることの安心感や総合的な満足度を考えると良いチョイスだと思います。」

ようこさん／女性・夫婦二人暮らし・利用6ヶ月～1年

「わたみの宅食と比較、安めであるが、味を考えると相応かそれ以下と思った。」

女性・夫婦＋高校生以上・解約済

11. 検討者へのアドバイス（読者への提案として最も使える素材）

利用者41人のアドバイスは驚くほど一致しており、「①初回割引で②少ない食数から③冷凍庫の空きを確認してから始める」の3点に集約される。はじめての人はこの順番で進めると失敗しにくい。

1. 少食数から試す（6食プラン推奨の声が複数）「まずは6食プランで味を確認してから継続するか考えることをお勧めします」（ゆうみさん）／「お試しのつもりで最初は6食プランから開始すると良いと思います」（男性・一人暮らし）
2. 初回割引・キャンペーンのタイミングを使う「割引期間に試しに利用してから、本格的に利用するのがおすすめです」（mashさん）／「初回割引のクーポンを利用して試してみるのがおすすめです」（女性・一人暮らし）
3. 注文前に冷凍庫の空きを実測する「初めて注文する際は、ご自宅の冷凍庫の空き容量をあらかじめしっかり確認しておくことを強くおすすめします」（たかさんさん）／「思ったより容器が大きいので、一度にたくさん注文すると失敗する」（ゆうさん）

4. **料金は送料・継続後価格まで見る**「キャンペーンだけで判断するのではなく、送料や継続した場合の料金も含めて確認しておくの良いと思います」（sanaさん）

「おすすめしない」という声も、そのまま掲載します

「はじめはおいしいがだんだんと飽きてきてあまり食べなくなるので要注意。」

you3092さん／男性・一人暮らし・利用1～3ヶ月

「水っぽくなりあまり美味しくなかったのでおすすめしません。」

女性・夫婦＋高校生以上・解約済

「SNSはサクラが多いのかなと思います。お試しもありますが、身近に利用した人がいたら直接聞いてみるのが確実です。」

女性・夫婦二人暮らし・解約済

当編集部は一般社団法人日本唐揚協会が運営しており、特定のサービスを推奨する立場にはありません。否定的な回答も編集せずそのまま掲載しています。

12. 調査概要

本レポートの数値はすべて、飲食のコンシェルジュ編集部（一般社団法人 日本唐揚協会）が独自に実施したアンケートの集計結果です。

項目	内容
調査主体	飲食のコンシェルジュ編集部（一般社団法人 日本唐揚協会）
調査対象	ナッシュを利用したことがある方（現在利用中23人・過去に利用し解約済18人）
調査方法	ランサーズ経由のインターネットアンケート（Googleフォーム）
調査期間	2026年8月5日～8月24日
有効回答数	41件
回答形式	5段階評価（とても満足～とても不満）および自由記述

数値をご覧いただく際の注意

- 有効回答は41件です。ナッシュ利用者全体の傾向を示すものではなく、**本アンケートに回答した41人の結果**としてお読みください。
- 回答はすべて自己申告によるものです。
- 回答者の利用時期には幅があります（1ヶ月未満～2年以上、解約者には数年前に利用していた方を含む）。「だいぶ前の利用なので今は改善しているかもしれません」という回答もあり、**味やメニュー内容に関する記述は回答時点の感想**です。
- 料金・送料・プラン内容・解約手順は本アンケートの調査対象外です。最新の情報は公式サイトでご確認ください。
- 自由記述の引用は、明らかな誤字の修正を除き、原文のまま掲載しています。