

2024年4月22日
株式会社マルハン 東日本カンパニー

【偏愛】こそ、現代日本人の「幸福の源」！
何かをこよなく愛する「偏愛者」の
3人に2人(66.6%)が幸福感を感じている！

- 人生100年時代を乗り越える！【偏愛】に関する意識調査結果 -

株式会社マルハン(本社:京都・東京)の東日本カンパニー(社長:韓 裕:以下マルハン東日本)は、今月より始動した次世代のファン獲得・育成を目指した「ヲトナ基地プロジェクト」の一環として、全国1,000人を対象とした【偏愛】に関する意識調査を実施しました。

本調査は、マルハン東日本が注目する【偏愛】という言葉にフォーカスし、「他人からの評価に関わらず、自分にとって非常に大きな意味や価値を感じる対象(モノ / コト / テーマなど)を持った人たち」を特定のスクリーニング条件* から抽出し、その意識と行動を明らかにしたものです。

本調査からは、日本人の2割以上が【偏愛】の対象を持っており、【偏愛】を持っている人は幸福感や自己肯定感が高い傾向も見られ、【偏愛】を通じて他者とのコミュニケーションや健康や仕事を充実させている、といった【偏愛】の持つポジティブな価値が明らかにされました。

本調査からわかった主なトピックは以下の通りです。

- 【1】 日本人の5人に1人は偏愛人:20.6%の人が、何らかの【偏愛】を持っている
- 【2】 三つ子の魂百まで:小学校までに目覚めた人は【偏愛】エリート
- 【3】 恋愛より偏愛 !?:「偏愛者」は、自由な時間を目一杯【偏愛】に注ぎ込む
- 【4】 偏愛者は自分に満足している ! :偏愛者は、幸福感や自己肯定感が高い傾向に
- 【5】 偏愛はコミュニケーションツール:【偏愛】は人との距離をグッと近づけてくれる
- 【6】 偏愛は人生の燃料:【偏愛】は仕事や健康にも好影響を与える
- 【7】 偏愛応援社会は未だ発展途上:【偏愛】を後押しし、好きなことを好きと言える世の中へ

- 日本人の 5 人に 1 人は偏愛人:20%以上が偏愛を持っていた

本調査では、日本人の 20.6%が【偏愛】と呼べる対象(モノ/コト/テーマなど)を持っている偏愛者であることがわかりました。年代別では 20 代が最も多く(34.9%)、年代と共に【偏愛】を持つ人の割合は少なくなります。また、「小学校卒業までに【偏愛】の対象を見つけられた人」は偏愛者全体の 18.8%を占めており、この人たちは「中学生以降になってから偏愛を持った人」や「偏愛を持たない人(非偏愛者)」に比べて、「自信を持って【偏愛】と呼べるものがある」と考えている割合が多く、「【偏愛】のための研究・表現・収集・応援・情報発信・共感者獲得といった行動」を取っている比率も高いことがわかりました。より早い段階で【偏愛】の対象を発見できると、成長してからも永くその【偏愛】が続いていく可能性が高まると考えられるでしょう。

- 「偏愛」が人生を豊かに:自己肯定感を高める「偏愛」の力

偏愛者の 3 人に 2 人は「私はいま幸せだ(66.6%)」と感じており、自己肯定感に関連する質問についても、非偏愛者に対して該当率が高いという結果が得られました。特に、他の世代と比較して自己肯定感が低い傾向にあるとされる Z 世代(20 代)においても、「いまの自分が好きだ(49.0%)」「自分自身に満足している(48.0%)」「自分に対して自信を持っている(45.0%)」「友人が多い(36.0%)」と回答した割合は、Z 世代・非偏愛者の 2 倍以上に達しました。

- 偏愛はコミュニケーションツール:「偏愛」は人との距離をグッと近づけてくれる

加えて、【偏愛】は、人との距離を縮めてくれるコミュニケーションツールであることも明らかになりました。偏愛者には、「初対面でも打ち解けることができた(75.6%)」「自分のことをより深く知ってもらえた(57.6%)」「親しい友人や仲間が増えた(55.8%)」など、【偏愛】が人間関係を円滑してくれたという経験を持つ人が多く、なかでも Z 世代(20 代)では、「【偏愛】を通じて、他の人に自分の事をより深く知ってもらえた経験がある(66.0%)」「【偏愛】について熱く語る友人を見て、その友人のことをより好きになった経験がある(58.0%)」という質問で、偏愛者全体平均よりも高い傾向が見られました。

- 偏愛応援社会は未だ発展途上:「偏愛」を後押しし、好きなことを好きと言える世の中へ

多くの偏愛者は、世の中が以前と比べて【偏愛】が肯定的に受け止めるようになったと感じている(38.8%)一方で、偏愛者のなかには「自分の【偏愛】を熱く説明してしまい、他人に引かれてしまった経験がある(35.8%)」「後ろめたい気持ちを持って【偏愛】に関する活動を行った経験がある(31.4%)」など、自らの【偏愛】に関連してネガティブな感情を伴う経験をしている人も少なくないことも明らかになりました。ネガティブな経験をしている割合は Z 世代(20 代)で特に高めでした。また、およそ 4 割の偏愛者が、家族や友人などの周囲の人たちに対して自分の【偏愛】を表明することに抵抗を感じており(39.6%)、その理由は、「理解されないと思うから(41.9%)」「共感されないと思うから(38.4%)」「恥ずかしいから(29.3%)」「誤解されたくないから(22.2%)」など、外部からの反応・評価を気にしていることが伺えます。【偏愛】が広く受け容れられつつあるものの、「好きなことを、堂々と好きと言える世の中の雰囲気づくり」が、まだまだ求められているのかもしれない。

マルハン東日本では、「何かに熱中し、毎日を熱狂的に生きる大人たち」を、「ヲタク」と「大人」を掛け合わせた造語である「ヲトナ」と定義し、大好きなコトやモノを持って自分の時間を充実させている「ヲトナ」たちを応援しています。「好きなこと、好きなものを堂々と『好き』と言える社会」をつくるため、今後も「ヲトナ基地プロジェクト」を推進していきます。

マルハン東日本は「ヲトナ基地プロジェクト」を通じて、これらの課題解決とカンパニーの理念である「人とつながりの

力で、人生 100 年時代に生きるヨロコビを創造する。」の実現を目指します。

* 本調査では、【偏愛】の有無を判別する独自のスクリーニング質問を通じて「偏愛者」を選定しています。「あなたには、自信を持って【偏愛】と呼べる対象(モノ / コト / テーマなど)がありますか？」など 10 の質問に対し、それぞれ 5 段階(「非常によくあてはまる」「よくあてはまる」「どちらともいえない」「どちらかといえば、あてはまらない」「全くあてはまらない」など)で回答し、6 問以上で上位 2 段階に回答した人を「偏愛者」と定義しています。また、上位 2 段階への回答が 5 問以下だった人を「偏愛者」との比較対照群として「非偏愛者」としました。

▶調査概要

調査方法:インターネット調査

調査期間:2024 年 3 月 13 日~3 月 22 日

調査対象者:偏愛者 500 人 / 対照群 500 人(ともに全国・男女)

▶調査結果詳細

各項目の詳細は以下の通りです。

【1】日本人は偏愛人:20.6%の人が、何らかの「偏愛」を持っている

20 代から 60 代の日本人男女の 2 割以上が【偏愛】と呼べる対象(モノ/コト/テーマなど)を持っていることが明らかになりました。年代別では 20 代で 34.9%、30 代で 24.9%、40 代で 18.5%と若い年代ほど何らかの【偏愛】を持つ傾向が強いことがわかりました。Z 世代を中心に注目されている【偏愛】という概念ですが、この調査からも【偏愛】が若年層で浸透していることを物語ります。

▶年代別の【偏愛】を持つ人の割合

スクリーニング質問・10 問のうち、「非常によくあてはまる」もしくは「どちらかといえば、あてはまる」のいずれかに回答した質問数が 6 問以上だった人の割合を算出。

	全体 (N=6,722)	20 代 (N=833)	30 代 (N=1,420)	40 代 (N=1,360)	50 代 (N=1,364)	60 代 (N=1,745)
【偏愛】を持つ人 = 偏愛者の割合	20.6 %	34.9 %	24.9 %	18.5 %	17.7 %	14.1 %

【2】三つ子の魂百まで:小学校までに目覚めた人は【偏愛】エリート

【偏愛】の対象を「12 歳(小学校卒業)までに見つけられた偏愛者(N=94)」と「13 歳(中学校入学後)以降で見つけた偏愛者(N=406)」と比較しました。「自信を持って【偏愛】と呼べるものがあるか?」という質問に対して「非常によくあてはまる」と回答した割合を見ると、小学校以前:中学校以降=45.7%:31.5%。また、「【偏愛】に関して研究・表現・収集・応援・情報発信・共感者獲得などの行動を取っているか?」という質問に対しても、「非常によくあてはまる」と回答したのは小学校以前:中学校以降=30.9%:20.4%という結果になりました。早くから【偏愛】の対象を見つけられた偏愛者は、自分の【偏愛】に自信を持ち、その【偏愛】をさらに深めようという行動も伴った「偏愛エリート」と呼べるかもしれません。

▶【偏愛】の対象に出会った年齢と、【偏愛】に関する意識・行動の関係

偏愛者(N=500)を「偏愛の対象に出会った年齢」で「小学校卒業まで(12 歳以下:N=94)」と「中学校入学以降(13 歳以上:N=406)」に分類し、「自身

を持って偏愛と呼べるものを持っているか?」「偏愛に関して研究・表現・収集・応援・情報発信・共感者獲得などの行動を取っているか?」「1 週間のうち、偏愛や趣味にかける平均時間」を比較した。

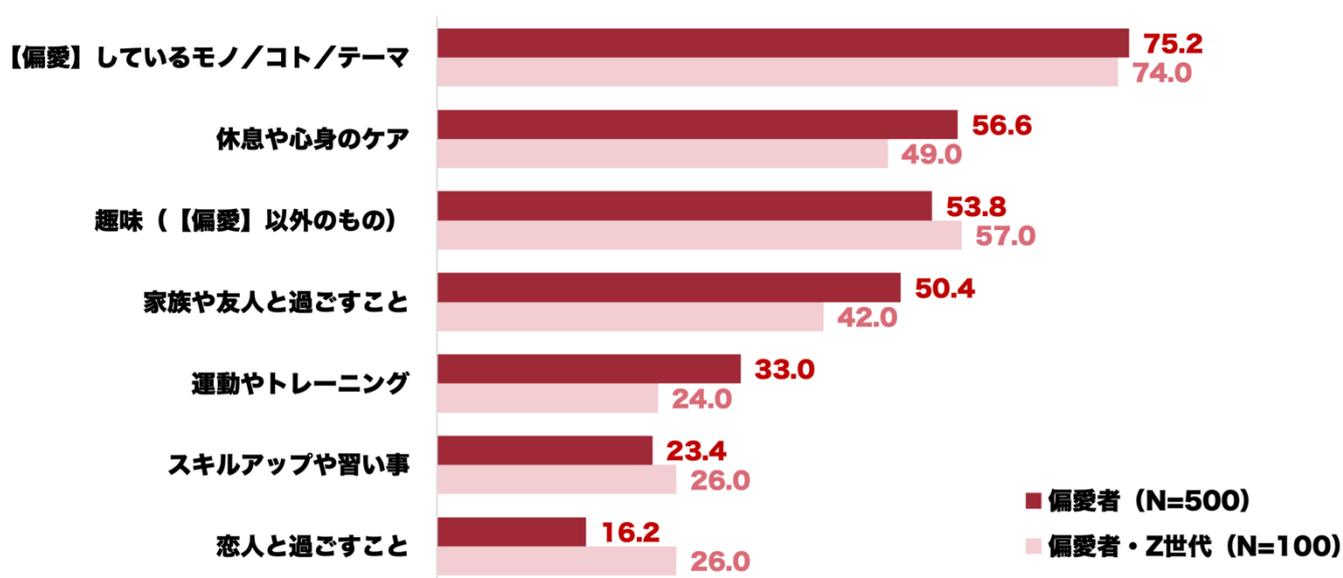
	小学校入学以前に 【偏愛】の対象と出会った偏愛者 (N=94)	小学校入学以前に 【偏愛】の対象と出会った偏愛者 (N=406)
sc 1 「あなたには、自信を持って【偏愛】と呼べる対象 (モノ/コト/テーマなど) がありますか?」という質問に対し、 「非常によくあてはまる」と回答した比率	45.7 %	31.5 %
sc 5 「あなたは、自分自身の【偏愛】の対象 (モノ/コト/テーマなど) に関して、 研究・表現・収集・応援・情報発信・共感者獲得などの 行動を行っていますか?」という質問に対して、 「非常によくあてはまる」と回答した比率	30.9 %	20.4 %
q 3 あなたは、自分の【偏愛】や趣味に対して、 一週間にどのくらい時間を使っていますか?	13.31 時間	12.09 時間

【3】恋愛より偏愛 !?:「偏愛者」は、自由な時間を目一杯「偏愛」に注ぎ込む

自由な時間があるとき、偏愛者が使いたいのは何か。複数回答(MA 方式)では、「【偏愛】しているモノ / コト / テーマ (75.2%)」「休息や心身のケア(56.6%)」「趣味(【偏愛】以外のもの)(53.8%)」「家族や友人と過ごすこと(50.4%)」が上位で、「恋人と過ごすこと(16.2%)」はわずか。また、その中で最も時間を使いたいもの(SA)では「【偏愛】しているモノ / コト / テーマ(39.2%)」が2 位以下に2 倍以上の差をつけ、「恋人と過ごすこと(3.6%)」の10 倍以上に。偏愛者は「恋愛より【偏愛】」と言っていいでしょう。また、「1 週間のうちで【偏愛】や趣味にかける時間」を比較すると、対照群の9.51 時間に対して偏愛者は12.32 時間と約3 時間上回りました。

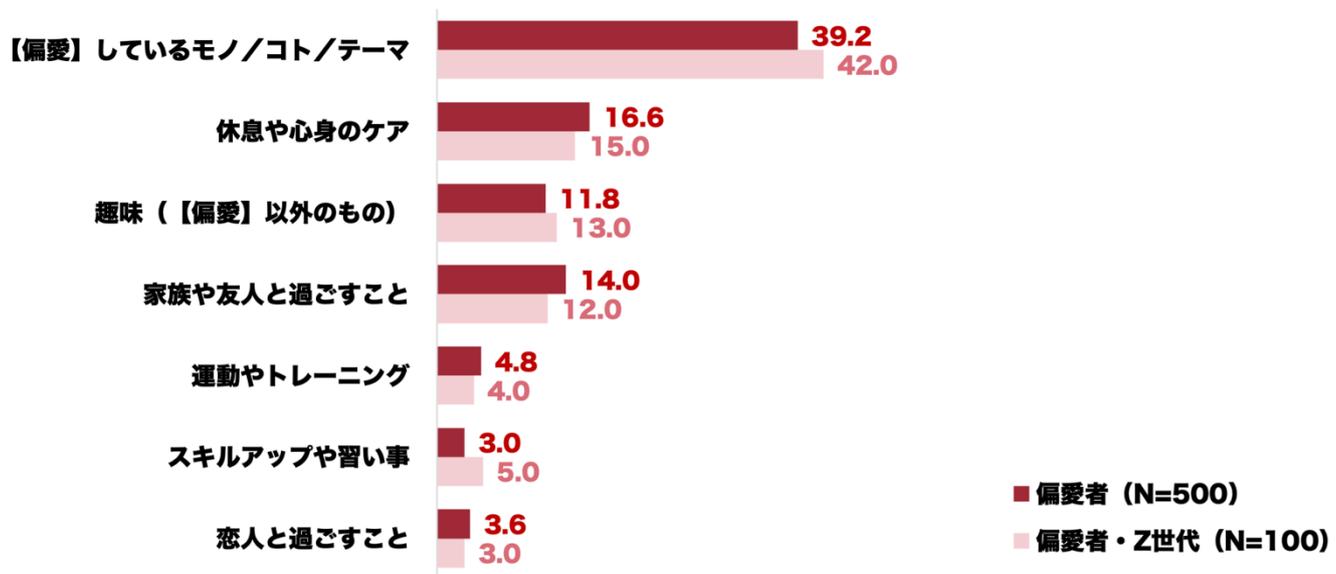
▶偏愛者における自由時間がある場合の優先項目(複数回答:単位 %)

偏愛者(N=500)について、自由な時間がある場合に優先的に使いたい項目を明らかにした。当てはまるもの全てを回答する MA 方式。



▶偏愛者における自由時間がある場合の最優先項目(単一回答:単位 %)

偏愛者(N=500)について、自由な時間がある場合に最も優先的に使いたい項目を明らかにした。最もあてはまるものを回答する SA 方式。



▶【偏愛】や趣味にかかる週平均時間の比較

偏愛者(N=500)と非偏愛者(N=500)で、1週間のうちで【偏愛】や趣味にかかる時間を比較した。

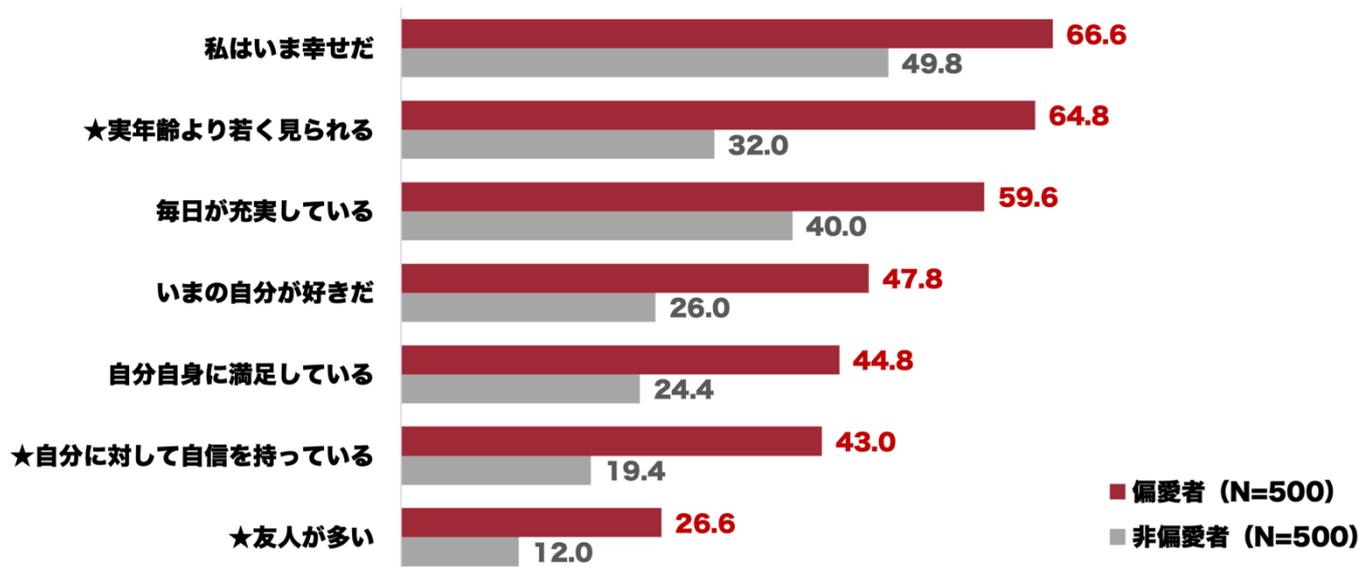
		偏愛者 (N=500)	非偏愛者 (N=500)
q3	あなたは、自分の【偏愛】や趣味に対して、一週間にどのくらい時間を使っていますか？	12.32 時間	9.51 時間

【4】偏愛者は自分に満足している！：偏愛者は、幸福感や自己肯定感が高い傾向に

偏愛者の3人に2人は「私はいま幸せだ(66.6%)」と感じ、自己肯定感が高いことがわかりました。「実年齢よりも若く見られる(64.8%)」「自分に対して自信を持っている(43.0%)」「友人が多い(26.6%)」の3項目は非偏愛者の2倍以上になっている。また、一般的に他の世代と比較して自己肯定感が低いと言われるZ世代(20代)においても、「いまの自分が好きだ(49.0%)」「自分自身に満足している(48.0%)」「自分に対して自信を持っている(45.0%)」「友人が多い(36.0%)」の4項目で非偏愛者の2倍以上のスコアを記録しました。

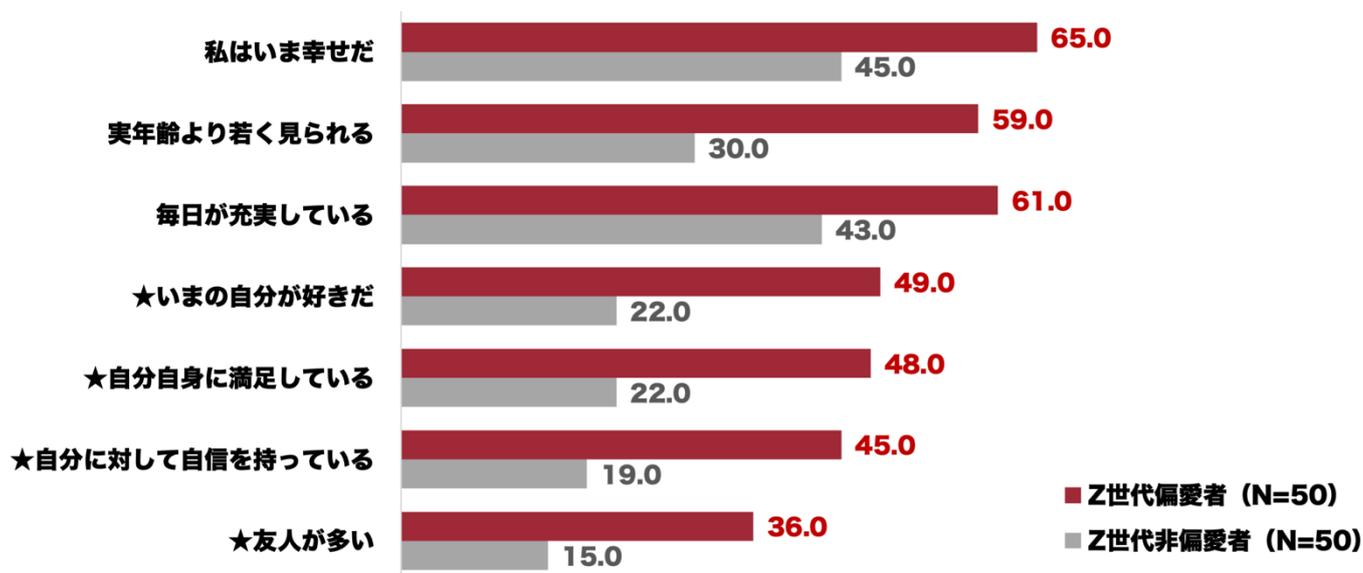
▶幸福感や自己肯定感に関わる質問に対する偏愛者と非偏愛者の回答の比較(複数回答:単位 %)

幸福感や自己肯定感を分解した質問について、偏愛者と非偏愛者の回答を比較した。★が付いた質問は、偏愛者が非偏愛者の2倍以上のスコアをマークした項目。当てはまるもの全てを回答する MA 方式。



▶自己肯定感に関わる質問に対するZ世代偏愛者とZ世代非偏愛者の回答の比較(複数回答:単位 %)

Z世代に注目し、幸福感や自己肯定感を分解した質問への回答を、偏愛者と非偏愛者で比較した。★が付いた質問は、偏愛者が非偏愛者の2倍以上のスコアをマークした項目。当てはまるもの全てを回答するMA方式。



【5】偏愛はコミュニケーションツール:「偏愛」は人との距離をグッと近づけてくれる

【偏愛】は、人との距離を縮めてくれるコミュニケーションツールであることがわかりました。「初対面でも打ち解けることができた(75.6%)」「自分のことをより深く知ってもらえた(57.6%)」「親しい友人や仲間が増えた(55.8%)」など、【偏愛】が人間関係を円滑してくれたという経験を持つ人が多くなっています。Z世代(20代)においては、【偏愛】を通じて、他の人に自分の事をより深く知ってもらえた経験がある(66.0%)」「【偏愛】について熱く語る友人を見て、その友人のことをより好きになった経験がある(58.0%)」が、偏愛者全体の平均よりも高い傾向が見られました。

▶【偏愛】がもたらすポジティブな効果:コミュニケーション(複数回答)

偏愛を持つことでコミュニケーションにどのようなポジティブな影響があるかを明らかにした。当てはまるものを全てを回答する MA 方式。

	偏愛者・全世代 (N=500)	偏愛者・Z世代 (N=100)
q 10 【偏愛】を通じて、 他の人に自分の事をより深く知ってもらえた経験がある	57.6 %	66.6 %
q 10 【偏愛】をきっかけに、 新しい友人や仲間が増えた経験がある	55.8 %	53.8 %
q 10 【偏愛】をきっかけに、 より深く他人と仲良くなった経験がある	53.6 %	52.0 %
q 10 初対面の人に、自分の【偏愛】を語って 仲良くすぐ打ち解けた経験がある	51.4 %	52.0 %
q 10 【偏愛】について熱く語る友人を見て、 その友人のことをより好きになった経験がある	48.2 %	58.0 %

【6】偏愛は人生の燃料:「偏愛」は仕事や健康にも好影響を与える

【偏愛】は単なる趣味の域を超えて、その人の人生そのものをより良いものに変えてくれる存在のようです。「仕事など他のことにもやる気が満ち溢れた経験がある(71.8%)」「心や体が健康になったと感じた経験あり(55.8%)」「人生が好転した経験あり(47.0%)」など、【偏愛】がもたらす良い影響を感じ取っている人が多いことがわかります。この傾向は、特に Z 世代(20代)で顕著でした。また、年収に関しても、偏愛者の方が非偏愛者に比べて 600 万円以上が占める割合が高いことがわかりました。【偏愛】が人生を充実させ、仕事にも好影響を与えた結果、収入という形で現れていると推測されます。

▶【偏愛】がもたらすポジティブな効果:健康や人生の充実度(複数回答)

偏愛を持つことで人生のさまざまな場面にどのようなポジティブな影響があるかを明らかにした。当てはまるものを全てを回答する MA 方式。

	偏愛者・全世代 (N=500)	偏愛者・Z世代 (N=100)
q 10 【偏愛】を行うことで、 仕事など他のこともやる気が満ち溢れた経験がある	71.8 %	78.0 %
q 10 【偏愛】をきっかけに、 心や体が健康になったと感じた経験がある	55.8 %	64.0 %
q 10 【偏愛】がきっかけに、 人生が好転した経験がある	47.0 %	53.0 %

▶【偏愛】がもたらす効果:経済性

偏愛者と非偏愛者で個人年収を比較。年収区分は「600 万円以上」「800 万円以上」「1,000 万円以上」で設定した。

		偏愛者 (N=500)	非偏愛者 (N=500)
q 1	個人年収 600 万円以上と回答した割合	20.4 %	13.8 %
q 1	個人年収 800 万円以上と回答した割合	10.0 %	7.4 %
q 1	個人年収 1,000 万円以上と回答した割合	5.0 %	3.4 %

【7】偏愛応援社会は未だ発展途上:「偏愛」を後押しし、好きなことを好きと言える世の中へ

多くの偏愛者は、世の中が以前と比べて【偏愛】を肯定的に受け止めるようになったと感じています(38.8%)。一方で、偏愛者のなかには「自分の【偏愛】を熱く説明してしまい、他人に引かれてしまった経験がある(35.8%)」「後ろめたい気持ちを持って【偏愛】に関する活動を行った経験がある(31.4%)」など、自らの【偏愛】に関連してネガティブな感情を伴う経験をしている人も少なくないこともわかりました。ネガティブな経験をしている割合は Z 世代(20 代)で特に高めです。また、およそ 4 割の偏愛者が家族や友人などの周囲の人たちに対して、自分の【偏愛】を堂々と表明することに抵抗を感じる(39.6%)という空気があることもうかがえます。理由を見ると、「理解されないと思うから(41.9%)」「共感されないと思うから(38.4%)」「恥ずかしいから(29.3%)」「誤解されたくないから(22.2%)」など、外部からの反応・評価を気にかけている偏愛者が多いようです。

▶【偏愛】の受容度の変化に対する認識

【偏愛】の受容度の変化をどのように感じているかを、偏愛者と非偏愛者で比較した。

		偏愛者 (N=500)	偏愛者・Z世代 (N=50)	非偏愛者 (N=500)
q 5	日常生活の中で【偏愛】が肯定的に受け止められるようになってきていると感じる	38.8 %	51.0 %	10.4 %

▶【偏愛】がもたらすネガティブな効果:コミュニケーション(複数回答)

偏愛を持つことでどのようなネガティブな影響があるかを明らかにした。当てはまるものを全てを回答する MA 方式。

		偏愛者・全世代 (N=500)	偏愛者・Z世代 (N=100)
q 10	自分の【偏愛】を熱く説明してしまい、 他人に引かれてしまった経験がある	35.8 %	47.0 %
q 10	後ろめたい気持ちを持って 【偏愛】に関する活動を行った経験がある	31.4 %	46.0 %
q 10	【偏愛】をきっかけに、 人生が暗転・破滅した経験がある	22.2 %	36.0 %

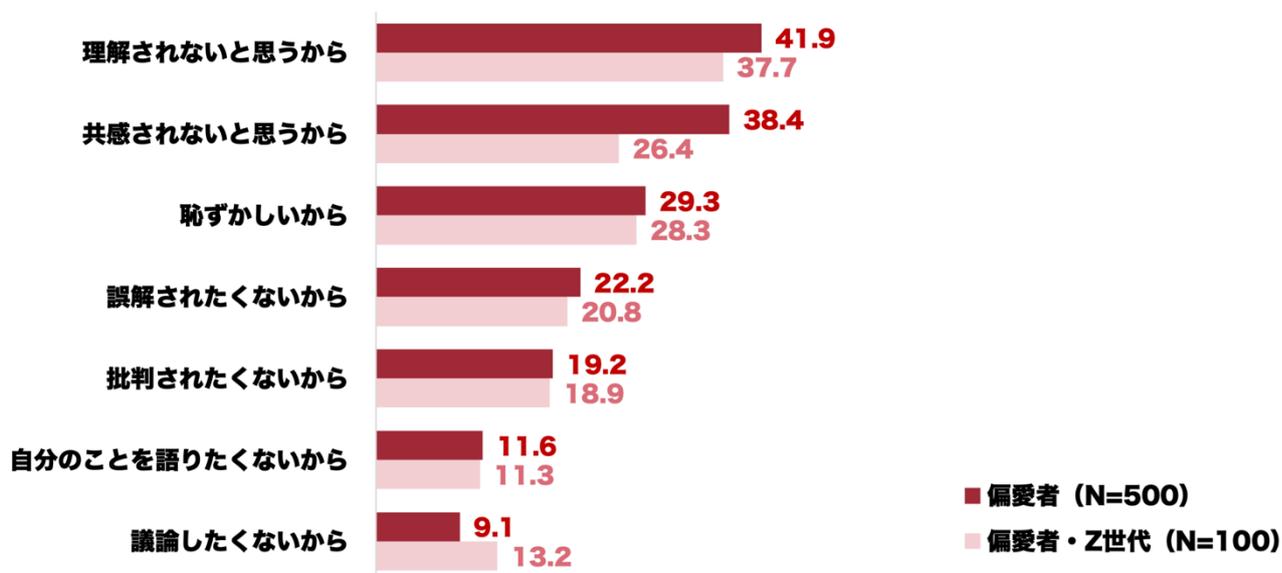
▶自身の【偏愛】を公言することへの心理的ハードル

偏愛者において、自身の【偏愛】を家族・友人・恋人・知人といった周囲の人たちに対して公言することの心理的ハードルの程度を明らかにした。

		非常によくあてはまる	どちらかといえば、 あてはまる	どちらともいえない	どちらかといえば、 あてはまらない	全くあてはまらない
q 12 自分の【偏愛】について、 家族・友人・恋人・知人を含めた他人に対して 「言いたいけど言えない」という気持ちがある	偏愛者 (N=500)	10.0 %	29.6 %	14.8 %	16.4 %	29.2 %
	偏愛者・Z世代 (N=500)	13.0 %	40.0 %	16.0 %	10.0 %	21.0 %

▶自身の【偏愛】を公言することへの心理的ハードルをもたらす理由(複数回答:単位 %)

偏愛者において、自身の【偏愛】を公言することの心理的ハードルを生む理由を明らかにした。



● 「偏愛者」の定義

本調査では、【偏愛】の有無を判別する独自のスクリーニング質問を通じて「偏愛者」を選定しています。「あなたには、自信を持って【偏愛】と呼べる対象(モノ / コト / テーマなど)がありますか？」など 10 の質問に対し、それぞれ 5 段階(「非常によくあてはまる」「よくあてはまる」「どちらともいえない」「どちらかといえば、あてはまらない」「全くあてはまらない」など)で回答し、6 問以上で上位 2 段階に回答した人を「偏愛者」と定義しています。また、上位 2 段階への回答が 5 問以下だった人を「偏愛者」との比較対照群として「非偏愛者」としました。

		非常によくあてはまる	どちらかといえば、あてはまる	どちらともいえない	どちらかといえば、あてはまらない	全くあてはまらない
sc 1	あなたには、自信を持って【偏愛】と呼べる対象(モノ/コト/テーマなど)がありますか？	18.1 %	30.3 %	14.9 %	11.7 %	25.0 %
sc 2	あなたの【偏愛】は、一般的な趣味や興味関心のカテゴリーには収まりきらない/類型化や説明が難しいと感じることがありますか？	10.4 %	26.9 %	21.3 %	17.4 %	24.0 %
sc 3	あなたは、自分自身の【偏愛】の対象(モノ/コト/テーマなど)に関して、そのモノ/コト/テーマが持つ「魅力」「価値」「社会的意義」「人が魅了される要因」などについて、自分の中の考えをまとめることができますか？	13.6 %	36.1 %	21.3 %	11.3 %	17.7 %
sc 4	あなたは、自分自身の【偏愛】の対象(モノ/コト/テーマなど)に関して、そのモノ/コト/テーマが持つ「魅力」「価値」「社会的意義」「人が魅了される要因」などについて、自分自身の言葉で他の人に説明することができますか？	12.9 %	35.1 %	20.6 %	12.8 %	18.6 %
sc 5	あなたは、自分自身の【偏愛】の対象(モノ/コト/テーマなど)に関して、研究・表現・収集・応援・情報発信・共感者獲得などの行動を行なっていますか？	11.6 %	28.8 %	17.8 %	15.0 %	26.8 %
sc 6	あなたは、自分自身の【偏愛】の対象(モノ/コト/テーマなど)に関して、自分なりに調べたり、表現したり、関連グッズを集めたり、SNSなどで情報発信をしたり、仲間を広げるための行動などにあなた自身の時間・努力・お金などを費やしていますか？	11.0 %	30.2 %	17.1 %	14.8 %	18.6 %
sc 7	あなたは、自分自身の【偏愛】の対象(モノ/コト/テーマなど)に興味・関心を持った理由やきっかけを覚えていますか？	20.2 %	29.8 %	17.4 %	12.2 %	20.4 %
sc 8	あなたは、自分自身の【偏愛】の対象(モノ/コト/テーマなど)に興味・関心を持った理由やきっかけは、あなた自身の個人的経験と深く結びついていますか？	17.1 %	32.1 %	19.8 %	11.5 %	19.5 %
sc 9	あなたは、自分自身の【偏愛】の対象(モノ/コト/テーマなど)について、「これ以上に自分が興味・関心を持つことができる対象(モノ/コト/テーマなど)が現れることはない」と考えていますか？	12.7 %	25.2 %	29.9 %	16.3 %	15.9 %
sc 10	あなたは、自分自身の【偏愛】の対象(モノ/コト/テーマなど)のみに深い興味・関心を持っていると言えますか？	10.6 %	26.7 %	30.0 %	17.7 %	15.0 %

■「ヲトナ基地プロジェクト」とは



マルハン東日本では「何かに熱中し、毎日を熱狂的に生きる大人たち」を、「ヲタク」と「大人」を掛け合わせた造語で「ヲトナ」と定義しました。マルハン東日本が目指す世界観に共鳴し、エキサイティングな人生を楽しむ「ヲトナ」たちが、子どもの頃のようにワクワクした気持ちで楽しいことを企てる「基地」のような場所にしたいという思いを込めて、「ヲトナ基地プロジェクト」と命名しました。本プロジェクトを通じて、大好きなコトやモノを持って自分の時間を充実させている「ヲトナ」たちを応援し、それぞれの生き様を肯定することを宣言します。

中長期プロジェクトとなる「ヲトナ基地プロジェクト」では、第一弾として「偏愛」と「脳汁」をキーワードとする施策を展開しています。2024年5月には都内にて、様々な偏愛を持った人たちが一堂に会し、偏愛にちなんだ食体験に没入できるフードフェス「偏愛横丁(仮)」を開催する予定です。

■会社概要

社名:	株式会社マルハン
所在地:	【東日本カンパニー】〒100-6228 東京都千代田区丸の内 1-11-1PCP 丸の内 28 階 【北日本カンパニー】〒100-6228 東京都千代田区丸の内 1-11-1PCP 丸の内 28 階 【西日本カンパニー】〒602-0822 京都市上京区出町今出川上る青龍町 231 番地 【金融カンパニー】〒100-6228 東京都千代田区丸の内 1-11-1PCP 丸の内 31 階 【グループユニット】〒100-6228 東京都千代田区丸の内 1-11-1PCP 丸の内 31 階
創業:	1957年5月
資本金:	100億円
売上高:	1兆3,196億円(2023年3月期)
従業員:	10,592名(2023年3月期)
事業内容:	パチンコ、ボウリング、アミューズメント、シネマなどレジャーに関する業務の経営、ビルメンテナンス事業、飲食事業、ゴルフ事業、海外金融事業なども経営(グループ含む)