



2020年6月26日
株式会社リクルートライフスタイル

緊急事態宣言解除後の外食実態調査 外食意向「再開するつもり」は54.0%、「当分は控える」が34.1% お店選びで気にすることの上位は、 「席の間隔が空いているか」「換気がされているか」

株式会社リクルートライフスタイル（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：浅野 健）の調査・研究機関「ホットペッパー グルメ外食総研」は、男女1,032人を対象に緊急事態宣言中と解除後の外食の実態や、消費者心理について調査を実施しましたので、結果をお知らせいたします。

調査実施の背景と結果サマリ

<背景>

緊急事態宣言解除後、徐々に営業を再開する飲食店が増えています。「ホットペッパー グルメ外食総研」は、消費者の最新の外食の実態と、その背景にある心理を明らかにすることで少しでも飲食店の皆さまのお役に立ち、消費者の皆さまが少しでも安心して飲食店をご利用いただけるようになればという思いで今回の調査を実施いたしました。

<調査結果サマリ>

- 現在外食実施意向については、外食を再開するつもり（「以前と変わりなく」と「以前より頻度低く」の計）の人は54.0%。一方で「当分は控える」という人は34.1%。特に30・40代女性は「当分は控える」と回答した人が4割超と多く見られたのに対し、「以前と変わらぬ頻度で行く」と回答した人が一番多かったのは40・50代男性で共に21.7%。
- お店選びの際に感染対策で気にすることは、男女共通で1位「席の間隔が空いているか」（男性43.6%、女性64.4%）、2位「換気がされているか」（男性37.3%、女性62.3%）。全体的にどの項目においても女性の方が気にする割合が高い傾向にあり、男性は「特にない」が22.6%。
- 緊急事態宣言中の食生活で良かった点の1位は「家族との食事が増えたこと」30.9%、悪かった点の1位は「外食ができなくなっておいしいものが食べられなくなったこと」24.3%。
- 自粛生活中、外食について恋しかった体験は、1位が「自炊では難しい料理（注）を食べる」とが38.2%、2位は「食事相手との会話」が37.2%。料理だけでなく、同じ料理を食べながらの食事相手とのコミュニケーションなどについても上位にランクイン。

（注）家では調理するのが難しい食材や本格多国籍料理など

「ホットペッパー グルメ外食総研」研究員からの解説



飲食店が徐々に営業再開する中、外食を再開（以前と変わりなく・以前より頻度低く）するつもり・させたと回答した人は54.0%と過半数であった一方、「当分は控える」という人も34.1%と一定割合いました。調査では他に衛生意識に関することや自粛中の食生活についても聞いていますが、いずれの設問でも女性の方が男性よりスコアが高い傾向です。特に30・40代女性では、自粛中の不満として「自炊に飽きた」「（外食での）自炊では難しい料理が恋しい」という回答が多いなど女性は自粛意識が高い一方で、外食ができないストレスも大きい実情がうかがえます。また、自粛期間中にあらためて恋しいと思った体験の上位は、「料理の技術」「コミュニケーション」に集約され、この2つが外食の魅力であるとあらためて認識しました。

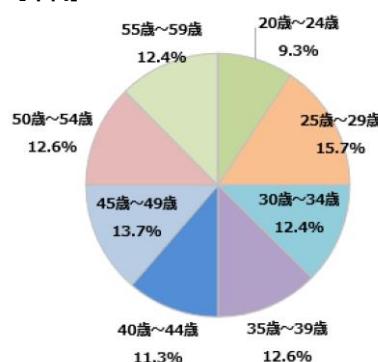
「ホットペッパー グルメ外食総研」 上席研究員 稲垣 昌宏

【本件に関するお問い合わせ先】 株式会社リクルートライフスタイル 広報担当 鈴木 友恵
TEL : 070-1479-6326 E-mail : tomoe_suzuki@r.recruit.co.jp

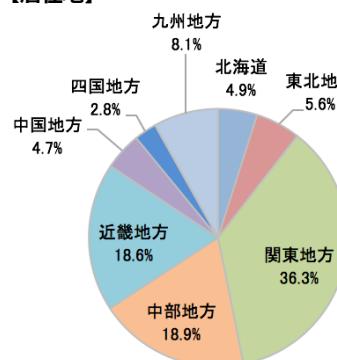
調査概要

- 調査名：「緊急事態宣言解除後の外食実態調査」
- 調査方法：インターネットによる調査
- 調査対象：全国47都道府県に住む20～59歳の男女（マクロミルの登録モニター）
- 調査時期：2020年6月8日（月）～2020年6月9日（火）
 - ※参考 東京アラート発令期間：6月2日（火）～6月11日（木）
- 有効回答数：1,032件（男性516件、女性516件）

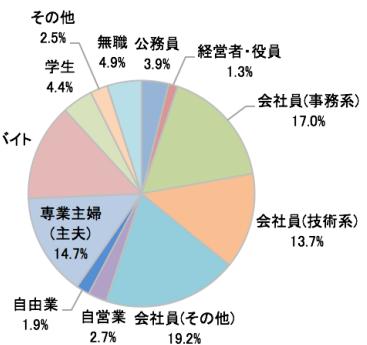
【年代】



【居住地】



【職業】



調査結果

◆6月上旬現在の外食実施意向について、外食を再開するつもり（「以前と変わりなく」・「以前より頻度低く」の計）の人は54.0%（注）。一方で「当分は控える」という人は34.1%。特に30・40代女性は「当分は控える」と回答した人が4割超と多く見られた。一方で、「以前と変わらぬ頻度で行く」と回答した人が一番多かったのは40・50代男性でともに21.7%。

Q 6月上旬現在、外食に行こうと思いますか？（昨年までの外食頻度と比較）（単一回答、n= 男性516、女性516）

全体	変わらない 頻度で行く つもりだ／ 行っている	頻度を減ら して行くつ もりだ／ 行っている (※)	当分は様子 を見て外食 は控える	政府や自治 体からの自 由要請完全 解除やワク チン開発な ど、安全が 公になるま では控える	もう外食に は行かない つもりだ	もともと外 食はしない	
全体 (%)	1,032	14.8	39.1	34.1	2.4	1.4	8.1
男性	516	18.6	37.4	28.9	3.1	1.4	10.7
女性	516	11.0	40.9	39.3	1.7	1.4	5.6
男性/20代	129	15.5	44.2	26.4	2.3	0.0	11.6
男性/30代	129	15.5	39.5	30.2	5.4	3.1	6.2
男性/40代	129	21.7	34.1	31.8	0.8	0.8	10.9
男性/50代	129	21.7	31.8	27.1	3.9	1.6	14.0
女性/20代	129	12.4	45.7	34.1	2.3	1.6	3.9
女性/30代	129	9.3	45.0	41.9	0.0	0.8	3.1
女性/40代	129	11.6	36.4	43.4	1.6	0.8	6.2
女性/50代	129	10.9	36.4	38.0	3.1	2.3	9.3

※「頻度を減らして行くつもりだ／行っている」は、「頻度をやや減らして」と「頻度をかなり減らして」の回答の合算
(注)四捨五入の関係で上表の数値の単純合計と異なる

調査結果

◆外食に行く際には「感染しないか不安」と回答した人が男女共に6割超え。特に20・40代女性では7割超と多く見られた。次いで、男女共に「まだ自粛すべきだと思うから」が高く、それぞれ男性44.9%、女性61.6%。

Q 「もう行かない」「まだ控える」「頻度を減らす」と回答した理由で大きいのは何ですか？（最大3つまで選択）
 (外食意向について「もう行かない」「当分は控える」「安全が公になるまで控える」「頻度を減らす」と回答した人
 n=男性365、女性430)

	【男性】理由 TOP 5	%
1	感染しないか不安だから	64.4
2	まだ自粛すべきだと思うから	44.9
3	収入が減ったから	17.3
4	周りの目が気になるから	16.4
5	店の衛生対策の進み具合を見て、しっかりした店を選ぶつもりだから	13.7

	【女性】理由 TOP 5	%
1	感染しないか不安だから	69.3
2	まだ自粛すべきだと思うから	61.6
3	店の衛生対策の進み具合を見て、しっかりした店を選ぶつもりだから	18.1
4	収入が減ったから	16.3
5	周りの目が気になるから	11.9

※全9選択肢のうち、上位5項目を紹介

◆今後のお店選びの際に衛生面で気にするポイントは、男女共に「席の間隔が空いているか」が1位（男性43.6%、女性64.4%）。次いで多いのが「換気がされているか」（男性37.3%、女性62.3%）と「店内の消毒が定期的にされているか」（男性37.1%、女性57.0%）。女性に関してはTOP10の全項目が20%超え。

Q 今後、外食のお店選びをする際に気にすることはありますか？（複数回答）

(外食意向について、「もう外食には行かない」と回答した人を除く n=男性509、女性509)

	【男性】お店選びで気にするポイント TOP10	%
1	席の間隔が空いているか	43.6
2	きちんと換気がされているか	37.3
3	店内の消毒が定期的にされているか	37.1
4	店内に手指消毒用に消毒液（消毒用アルコール等）が用意されているか	32.4
5	従業員のマスク着用が徹底されているか	29.9
6	パーテーションの仕切りやお客さま同士が対面にならないなどの工夫がされているか	25.1
7	従業員の健康チェックがきちんとされているか	19.3
8	大皿やビュッフェスタイルではなく、個人ごとに料理が提供されているか	14.7
9	キャッシュレスの導入など、支払いが早く済み、接触が少ないようになっているか	12.6
10	カウンターと厨房の間に飛沫防止シートが貼られているなどの対策があるか	12.0
	特になし	22.6

	【女性】お店選びで気にするポイント TOP10	%
1	席の間隔が空いているか	64.4
2	きちんと換気がされているか	62.3
3	店内の消毒が定期的にされているか	57.0
4	従業員のマスク着用が徹底されているか	56.0
5	店内に手指消毒用に消毒液（消毒用アルコール等）が用意されているか	53.8
6	従業員の健康チェックがきちんとされているか	41.3
7	大皿やビュッフェスタイルではなく、個人ごとに料理が提供されているか	36.5
8	パーテーションの仕切りやお客さま同士が対面にならないなどの工夫がされているか	36.0
9	予約制など、密にならない人数しか受け入れない体制になっているか	25.1
10	カウンターと厨房の間に飛沫防止シートが貼られているなどの対策があるか	20.6
	特になし	9.0

※全17選択肢のうち、上位10項目を紹介

調査結果

◆自粛中の食生活で良かった点は「家族との食事が増えた」が30.9%で1位。悪かった点は「外食ができなくなつておいしいものが食べられなくなつたから」が24.3%で1位。男女共に20代は「自炊を楽しめた」一方で女性30・40代では「自炊に飽きた」との回答が多く見られた。また、男女共に20代で「食費が安く済んだから」の回答が3割超と多く見られ、「食費がかさんだ」と回答したのは30・40代女性で3割超と多く見られた。

Q 緊急事態宣言中の食生活で良かったこと、悪かったこと（複数回答）（n=男性516、女性516）

良かった点 TOP 5		%
1	家族との食事が増えた	30.9
2	付き合いの外食をしなくて済んだ	23.7
3	食費が安く済んだ	23.2
4	テイクアウトが楽しめた	20.4
5	自炊の方が楽しめた	13.5

※全13選択肢のうち、上位5項目を紹介

悪かった点 TOP 5		%
1	外食ができなくなつておいしいものが食べられなくなつた	24.3
2	食費がかさんだ	22.5
3	同じメニューの繰り返しになつてしまい、飽きた	19.6
4	外食ができなくなつて手間や時間が増えた	17.5
5	太つたり不健康になった	15.7

※全16選択肢のうち、上位5項目を紹介

◆恋しかった外食シーンは男女共に「知人、友人との普段の外食」が1位。次いで男性は「仕事帰りの食事や飲み会」、女性は「女子会、ママ会」。男性は仕事仲間との外食が、女性は友人や家族などとの外食が恋しかったという結果に。

Q、自粛生活中に恋しかったのはどのような外食ですか？（複数回答）

（外食意向について、「もともと外食はしない」と回答した人を除く n=男性461、女性487）

	【男性】恋しかった外食シーンTOP5	%
1	知人、友人との普段の外食	26.7
2	仕事帰りの食事や飲み会	22.8
3	同僚、仕事仲間との打ち上げ	21.9
4	歓迎会、送別会	20.8
5	ひとりで外食	12.6

※全23選択肢のうち、上位5項目を紹介

	【女性】恋しかった外食シーン TOP5	%
1	知人、友人との普段の外食	45.4
2	女子会、ママ会	40.0
3	子供(注)を含む、家族・親族の普段の外食	22.2
4	普段のデート	17.0
5	子供(注)を含む、家族・親族の誕生日、記念日	14.4

(注) 子供=19歳以下の未成年

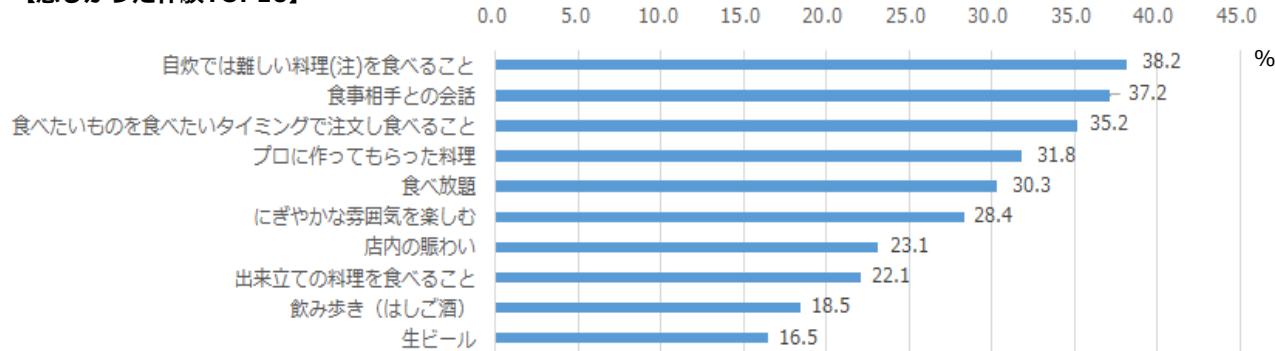
※全23選択肢のうち、上位5項目を紹介

◆恋しかった体験1位は「自炊では難しい料理を食べること」38.2%、2位は「食事相手との会話」で37.2%。TOP10には「料理の技術」と「食事中のコミュニケーション」がランクイン。

Q、自粛生活中、外食においてどのような体験が恋しかったですか？（複数回答）

（外食意向について、「もともと外食はしない」及び「特になし」と回答した人を除く n=男性367、女性429）

【恋しかった体験TOP10】



(注) 家では調理するのが難しい食材や本格多国籍料理など

※全19の選択肢のうち上位10項目を紹介

◆飲食店の皆さま向けに「感染対策ポスター」を無償提供

「ホットペッパーグルメ外食総研」では、新型コロナウイルスの感染拡大防止に取り組む飲食店の皆さま向けに、お客さまに安心して飲食していただくために店舗で行っている感染防止対策をお知らせするポスターをご用意しております。

費用は無料、どなたでもお使いいただけます。お店によって取り組む内容が異なることも考えられることから、必要な内容をカスタマイズいただけるようになっています。

例えば、「席間隔を空ける」「1時間に1回換気」「お客さまの入れ替え時に全席消毒」といった感染防止対策、またはテイクアウトの告知など、各店のお客さまを思っての取り組みをぜひ、お客さまに見える形で発信していただければと思っております。

https://www.hotpepper.jp/ggs/seminar/article/column/_20200605

※2019年6月調査時点 (株) 東京商工リサーチ調べ

◆「テイクアウト」特集

全国の、テイクアウトを実施する飲食店を紹介しています。お住まいの地域の店舗を探すことができたり、お店のテイクアウトメニューを確認することができます。

<https://www.hotpepper.jp/takeout/>

◆「お食事券」特集

事前に購入し後日店舗で使える「お食事券」をご紹介。先払いにより、お気に入りの飲食店を応援することができます。たまたまポイントまたはクレジットカードで購入いただけます。

https://www.hotpepper.jp/support_ticket/



▲「感染対策ポスター」イメージ



▲「お食事券」特集ページイメージ

「ホットペッパーグルメ外食総研」とは

『ホットペッパーグルメ』が運営する、外食市場の調査・研究機関。

外食市場はさまざまな課題を抱え、外食産業内はもとより、内食・中食との競争も激化しています。

「ホットペッパーグルメ外食総研」は、リクルートライフスタイルが持つ顧客接点を活かして、外食産業の調査・研究活動を行っています。外食市場の変化や兆しを見つけ、発信することで、外食産業の発展に貢献することを目指しています。

「ホットペッパーグルメ外食総研」 <https://www.hotpepper.jp/ggs/>