

2022年1月26日



テーブルトップオーダー利用経験率は73.4%
今後セルフオーダー（自分のスマホ利用）「利用したい」42.7%
いずれか取り入れている外食店「良い印象」61.4%
テーブルトップオーダー・セルフオーダーの利用実態・意向調査（2021年12月実施）

株式会社リクルート（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：北村 吉弘）の外食市場に関する調査・研究機関「ホットペッパーグルメ外食総研」（<https://www.hotpepper.jp/ggs/>）は、コロナ禍や飲食店の人手不足で注目されているテーブルトップオーダー（座席に設置された専用端末を操作しての注文）やセルフオーダー（QRコードやアプリを活用して消費者自身のスマートフォンでの注文）について、消費者へのアンケートを実施しましたので、その結果を発表いたします。

<要約>

POINT1 外食店でのテーブルトップオーダーの利用経験率は73.4%、 セルフオーダーの利用経験率は26.0%

・・・P3-4

▶テーブルトップオーダー（座席に設置された専用端末を操作しての注文）の利用経験がある人は73.4%。うち15.8%はコロナ禍以降に利用したと回答し、コロナ禍でのニーズの高まりを感じさせられる。

▶セルフオーダー（QRコードやアプリを活用して消費者自身のスマートフォンでの注文）の利用経験がある人は26.0%。20代女性（47.1%）、20代男性（41.7%）で4割を超える。若年層ほど利用経験率が高い傾向。

POINT2 今後の利用意向、テーブルトップオーダーは70.1%、セルフオーダーは42.7%が 「利用したい」

・・・P5-6

▶今後テーブルトップオーダーを「利用したい・計」70.1%。20・30代女性で特に高い利用意向。

▶今後セルフオーダーを「利用したい・計」42.7%。これまでの利用経験と同様に若年層ほど今後の利用意向も高い傾向。

POINT3 利用したい理由、「自分の都合の良いタイミングでオーダーできるから」63.7%、 取り組んでいる外食店の印象「良い印象である」61.4%

・・・P6-8

▶外食店でテーブルトップオーダーやセルフオーダーを利用したい理由、「自分の都合の良いタイミングでオーダーできるから」63.7%、「店員を都度呼ぶことに気が引けるときがあるから」42.6%、等。

▶テーブルトップオーダーやセルフオーダーに取り組んでいる外食店の印象、「良い印象である・計」61.4%、「悪い印象である・計」は3.1%で極少。

本件に関する
お問い合わせ先

株式会社リクルート ホットペッパーグルメ外食総研
<https://www.hotpepper.jp/ggs/> Eメール問い合わせ：hpg_gs@waku-2.com

2022年1月26日

調査概要と回答者プロフィール

- ◎調査名 外食市場調査（2021年11月度）
 ◎調査方法 インターネットによる調査

首都圏、関西圏、東海圏における、夕方以降の外食および中食のマーケット規模を把握することを目的に実施した調査（外食マーケット基礎調査）の中で、外食店でのテーブルトップオーダー・セルフオーダーの利用状況や利用意向とその理由、テーブルトップオーダー・セルフオーダーに取り組んでいる外食店の印象などを聴取。

- ◎調査対象 首都圏（東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県、茨城県）、関西圏（大阪府、京都府、兵庫県、奈良県、滋賀県）、東海圏（愛知県、岐阜県、三重県）に住む20～69歳の男女（株式会社マクロミルの登録モニター）

■事前調査

- ①調査目的 本調査の協力者を募集するために実施
 ②調査時期 2021年10月20日（水）～2021年11月1日（月）
 ③調査対象 首都圏、関西圏、東海圏に住む20～69歳の男女（株式会社マクロミルの登録モニター）
 ④調査内容 本調査への協力意向、普段の外食頻度、普段の中食頻度
 ⑤配信数 482,052 件
 ⑥回収数 34,247 件
 ⑦本調査対象者数 16,755 件

- ◆本調査対象者の割付について
- ・本調査では、回答者の偏りをできるだけなくするために、割付を行って回収した。
 - ・性年代別10区分×地域別25区分（首都圏地域13区分、関西圏地域8区分、東海圏地域4区分）=250セルについて、平成30年人口推計（総務省）に基づき割付を行った。
 - ・本調査の目標回収数は、首都圏4,000s、関西圏2,000s、東海圏2,000s、合計8,000sとした。

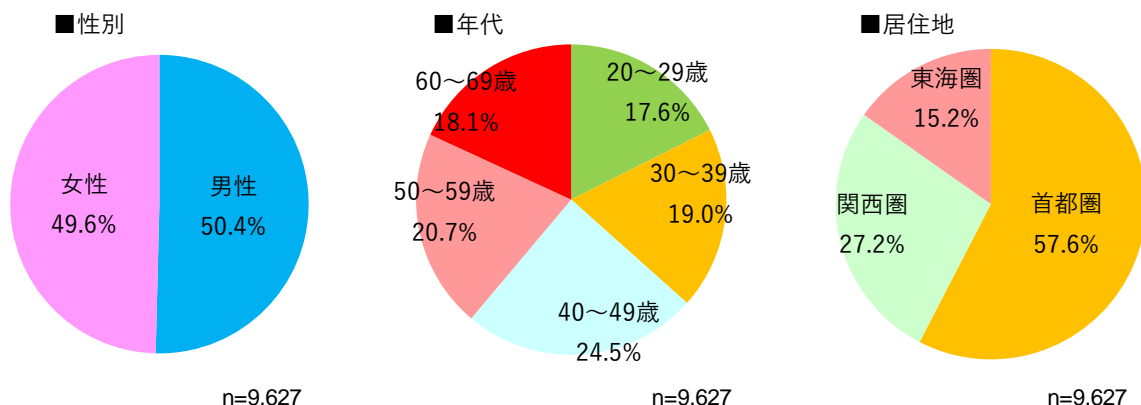
■本調査

- ①調査方法 事前調査で本調査への協力意向が得られたモニターの中から、脱落率を加味して設定した必要数をランダムに抽出し、本調査の案内メールを通知。
 ②調査期間 2021年12月1日（水）～2021年12月8日（水）
 ③配信数 12,158 件
 ④回収数 9,736 件（回収率 80.1%）
 ⑤有効回答数 9,627 件（首都圏 4,908 件、関西圏 2,538 件、東海圏 2,181 件）

※回収された票のうち、自由回答コメントから、趣旨に合わないと思われる票を無効としたほか、事前調査時の普段の外食・中食頻度の回答と、本調査時の1カ月間の外食・中食回数が著しく乖離している場合、事前調査時の住所と、本調査時の住所が、圏域を越えて変わっている場合を無効とした。

- ◆集計方法について
- ・本調査結果は、平成30年人口推計（総務省）における割付（性年代別10区分×地域別25区分=250セル）別の構成比に合わせてサンプル数を補正したウェイトバック集計を行っている。
 - ・補正後のサンプル数は次の通り。
 3圏域・計 9,627 件（首都圏 5,545 件、関西圏 2,615 件、東海圏 1,467 件）

◆回答者プロフィール（ウェイトバック後）



2022年1月26日

1. 外食店でのテーブルトップオーダーの利用経験率は73.4%

外食店における人手不足やコロナ禍での消費者の非接触ニーズの高まりを背景に注目されている、テーブルトップオーダー（座席に設置された専用端末を操作しての注文）やセルフオーダー（QRコードやアプリを活用して消費者自身のスマートフォンでの注文）について調査した。居酒屋チェーン等では比較的以前から導入が進んでいたテーブルトップオーダーについては、73.4%が「利用したことがある」という結果。うち15.8%はコロナ禍以降に利用したと回答し、コロナ禍でのニーズの高まりを感じさせられるデータとなっている。性年代別では、20代女性（81.8%）と30代女性（80.6%）で8割を超える高い経験率となっている一方で、60代女性（64.6%）では他の性年代に比べて経験率が低い。

外食店でテーブルトップオーダーを利用した経験の有無（全体／単一回答）

		(構成比：%)					コロナ禍より前に利用したことがある・計	コロナ禍以降に利用したことがある・計	利用したことがある・計
		コロナ禍より前に何度も利用したことがある	コロナ禍より前に一度くらいは利用したことがある	コロナ禍以降によく利用するようになった	コロナ禍以降に一度くらいは利用したことがある	まだ利用したことはない			
凡例（件数：人※補正後）									
3圏域計 (n=9,627)		48.4	9.2	9.8	6.0	26.6	57.6	15.8	73.4
性年代別	男性／20歳代 (n=865)	43.1	13.4	9.1	7.0	27.4	56.5	16.1	72.6
	男性／30歳代 (n=929)	50.9	9.0	8.3	5.1	26.7	59.9	13.4	73.3
	男性／40歳代 (n=1,195)	53.6	6.8	8.3	5.6	25.7	60.4	13.9	74.3
	男性／50歳代 (n=1,010)	49.8	6.8	6.6	5.3	31.6	56.5	11.8	68.4
	男性／60歳代 (n=852)	46.5	7.7	9.1	5.9	30.8	54.2	15.0	69.2
	女性／20歳代 (n=828)	50.8	9.3	14.7	7.0	18.2	60.1	21.7	81.8
	女性／30歳代 (n=900)	54.0	8.6	11.5	6.6	19.4	62.6	18.0	80.6
	女性／40歳代 (n=1,168)	50.9	9.9	10.9	4.3	23.9	60.8	15.2	76.1
	女性／50歳代 (n=986)	45.2	10.7	10.3	6.7	27.2	55.9	16.9	72.8
	女性／60歳代 (n=893)	36.2	11.0	9.8	7.7	35.4	47.2	17.4	64.6
圏域別	首都圏 (n=5,545)	47.9	9.8	10.5	6.3	25.5	57.7	16.9	74.5
	関西圏 (n=2,615)	49.0	8.5	8.0	5.7	28.7	57.6	13.8	71.3
	東海圏 (n=1,467)	48.9	8.5	9.8	5.4	27.5	57.4	15.1	72.5

※「コロナ禍より前に利用したことがある・計」：「コロナ禍より前に何度も利用したことがある」「コロナ禍より前に一度くらいは利用したことがある」のいずれかを回答した人を集計

※「コロナ禍以降に利用したことがある・計」：「コロナ禍以降によく利用するようになった」「コロナ禍以降に一度くらいは利用したことがある」のいずれかを回答した人を集計

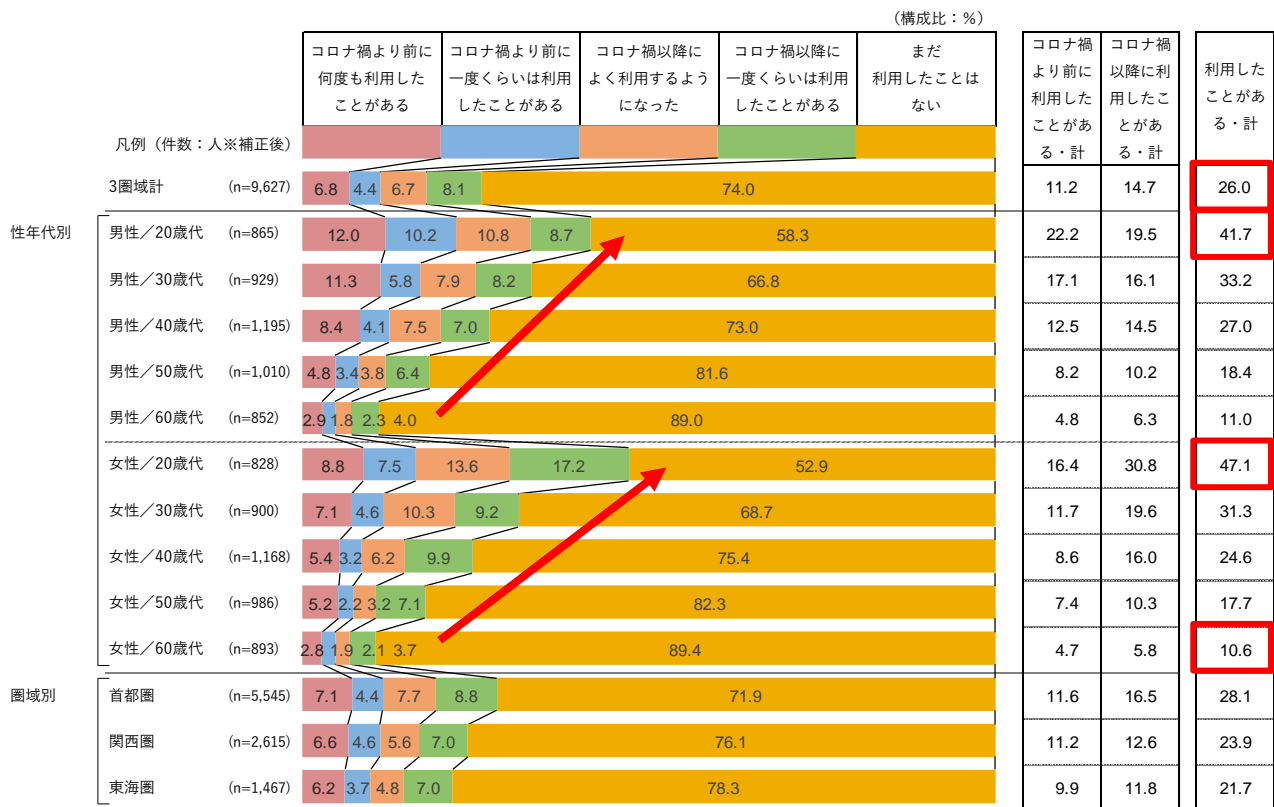
※「利用したことがある・計」：「コロナ禍より前に何度も利用したことがある」「コロナ禍より前に一度くらいは利用したことがある」「コロナ禍以降によく利用するようになった」「コロナ禍以降に一度くらいは利用したことがある」のいずれかを回答した人を集計

2022年1月26日

2. セルフオーダーの利用経験率は若年層ほど高く、20代女性が47.1%で最も高い利用経験率

次に、最近普及してきたセルフオーダー（QRコードやアプリを活用して消費者自身のスマートフォンでの注文）の利用経験を聞いた。導入され始めてからの歴史が浅い分、テーブルトップオーダーに比べると利用経験率は低いものの、すでに26.0%が「利用したことがある」と回答。性年代別では、若年層ほど利用経験率が高い傾向にあり、20代女性（47.1%）、20代男性（41.7%）で4割を超える。一方で60代女性（10.6%）では最も利用経験率が低かった。

外食店でセルフオーダーを利用した経験の有無（全体／単一回答）



※「コロナ禍より前に利用したことがある・計」：「コロナ禍より前に何度も利用したことがある」「コロナ禍より前に一度くらいは利用したことがある」のいずれかを回答した人を集計

※「コロナ禍以降に利用したことがある・計」：「コロナ禍以降によく利用するようになった」「コロナ禍以降に一度くらいは利用したことがある」のいずれかを回答した人を集計

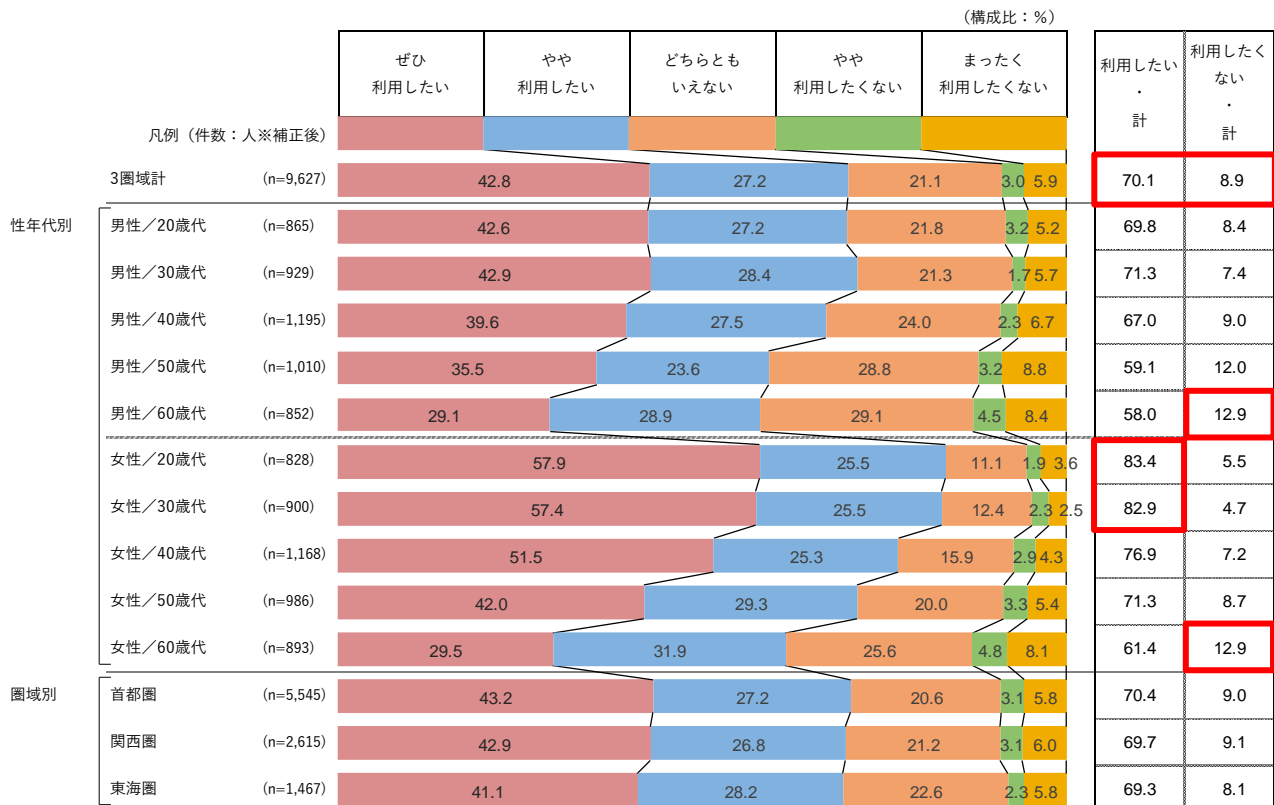
※「利用したことがある・計」：「コロナ禍より前に何度も利用したことがある」「コロナ禍より前に一度くらいは利用したことがある」「コロナ禍以降によく利用するようになった」「コロナ禍以降に一度くらいは利用したことがある」のいずれかを回答した人を集計

2022年1月26日

3. 今後のテーブルトップオーダーの利用意向、70.1%が「利用したい」

今後のテーブルトップオーダーの利用意向を聞いた。「利用したい・計」が70.1%と「利用したくない・計」の8.9%を大幅に上回った。性年代別では、20代女性（83.4%）や30代女性（82.9%）で利用意向が高く、一方で60代男性・60代女性（ともに12.9%）で利用したくない意向が他の性年代よりも高いという結果であった。

今後、外食店でテーブルトップオーダーを利用したいと思うか（全体／単一回答）



※「利用したい・計」：「ぜひ利用したい」「やや利用したい」のいずれかを回答した人を集計

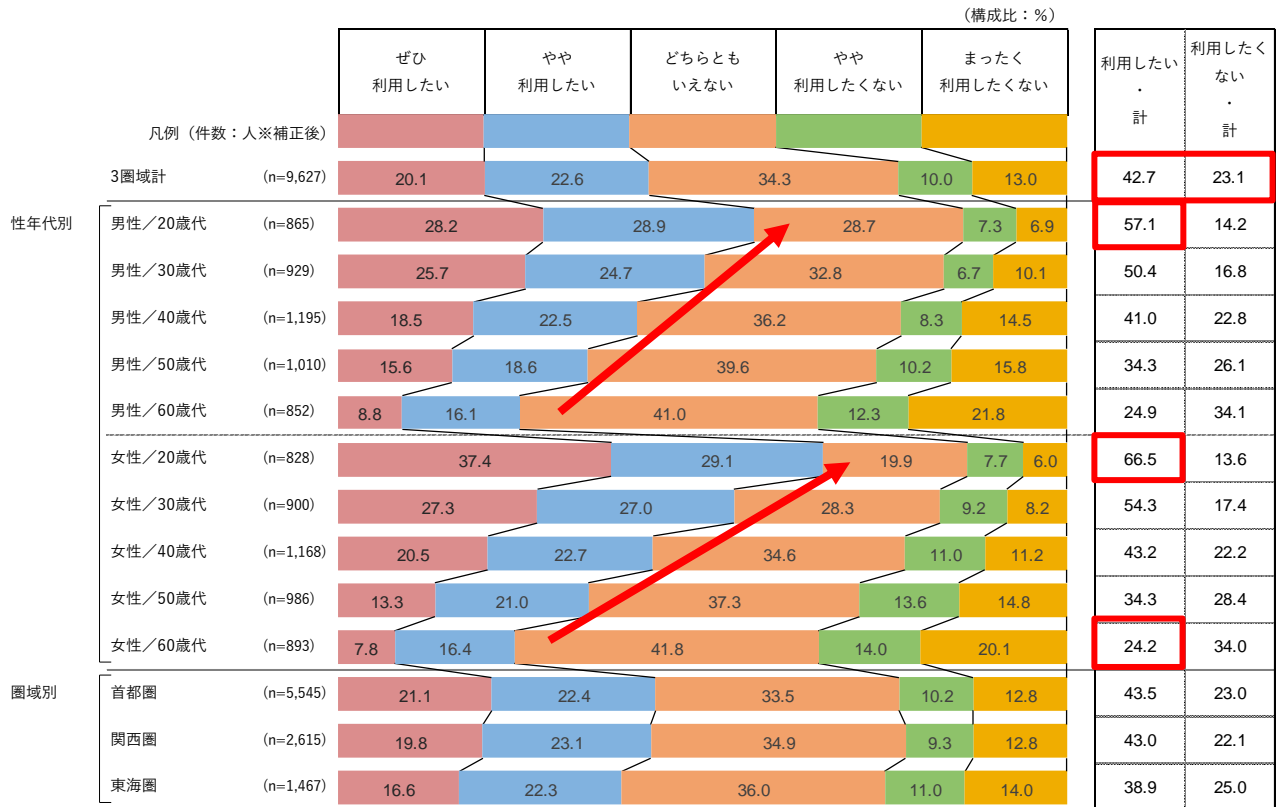
※「利用したくない・計」：「やや利用したくない」「まったく利用したくない」のいずれかを回答した人を集計

4. 今後のセルフオーダーの利用意向、42.7%が「利用したい」。若年層がより積極的

今後のセルフオーダーの利用意向についても聞いた。こちらも「利用したい・計」が42.7%で「利用したくない・計」の23.1%を上回った。性年代別では、20代女性で「利用したい・計」が66.5%と最も高く、一方で60代女性で「利用したい・計」が24.2%と最も低くなっている。前述のこれまでの利用経験と同様に若年層ほど今後の利用意向も高い傾向にあるが、男性よりも女性でよりはっきりと世代間の差がある傾向が見られる。

2022年1月26日

今後、外食店でセルフオーダーを利用したいと思うか（全体／単一回答）



※「利用したい・計」：「ぜひ利用したい」「やや利用したい」のいずれかを回答した人を集計

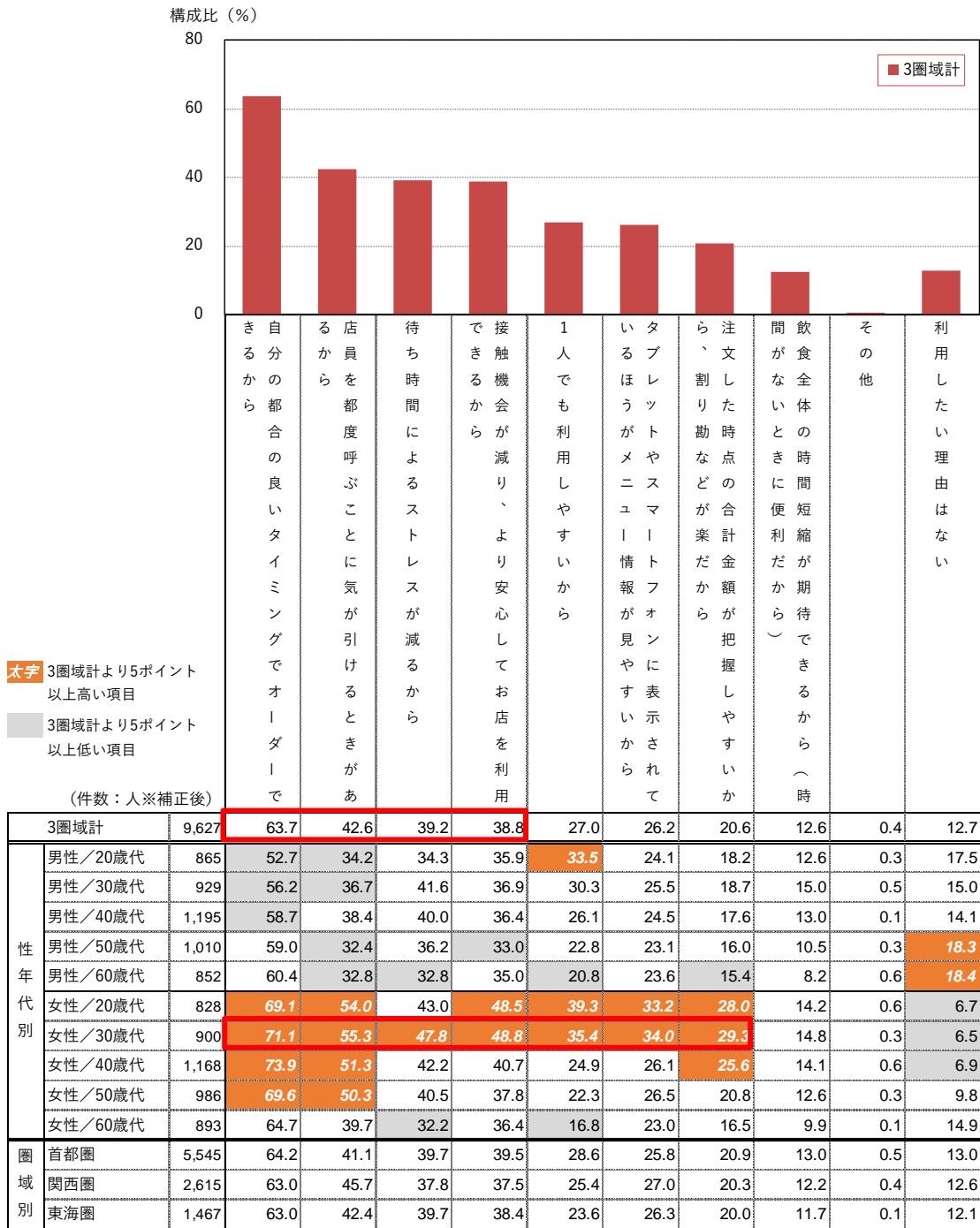
※「利用したくない・計」：「やや利用したくない」「まったく利用したくない」のいずれかを回答した人を集計

5. 利用したい理由、トップは「自分の都合の良いタイミングでオーダーできるから」63.7%

今後、外食店でテーブルトップオーダーやセルフオーダーを利用したい理由を聞いた。「自分の都合の良いタイミングでオーダーできるから」が63.7%で最も割合が高く、2番目に「店員を都度呼ぶことに気が引けるときがあるから」で42.6%、3番目に「待ち時間によるストレスが減るから」で39.2%、4番目に僅差で「接触機会が減り、より安心してお店を利用できるから」が38.8%と続いた。全体的に男性よりも女性でテーブルトップオーダーやセルフオーダーのメリットを感じている人が多く、特に30代女性では利用したい理由を複数選択する傾向が見られた。

2022年1月26日

今後、外食店でテーブルトップオーダー・セルフオーダーを利用したい理由（全体／複数回答）



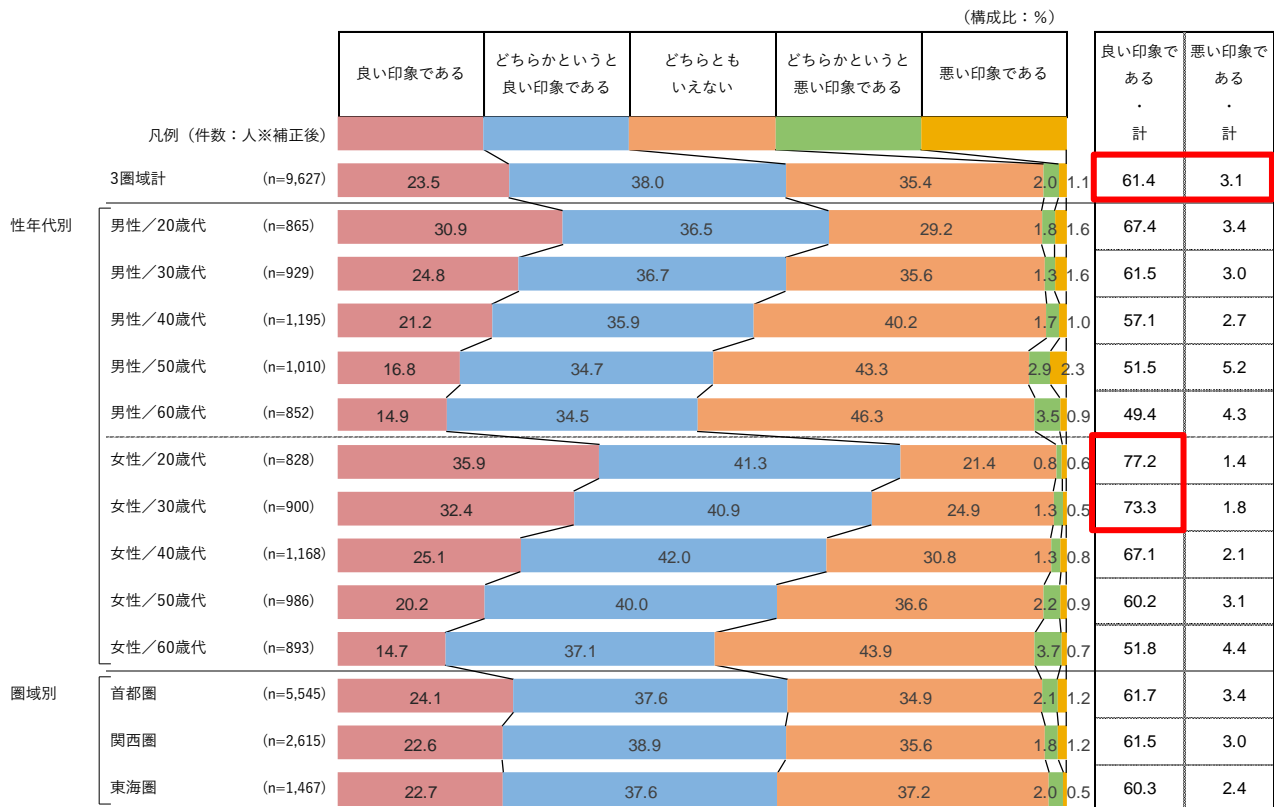
6. 取り組んでいる外食店の印象「良い印象である」61.4%

テーブルトップオーダーやセルフオーダーに取り組んでいる外食店の印象については、「良い印象である・計」が61.4%で、「悪い印象である・計」は3.1%で極少であった。性年代別では、20代女性（77.2%）と30代女性（73.3%）で7割以上が「良い印象である」と回答している。テーブルトップオーダーやセルフオーダーについては、若年層で利用経験・今後の利用意向ともに割合が高い傾向にあるが、高齢層でも

2022年1月26日

メリットを感じている人は一定数いるため、デバイスの普及や機器の操作に慣れる人が増えてゆくに連れて、高齢層にも徐々に浸透して行く可能性があると考えられる。

テーブルトップオーダー・セルフオーダーに取り組んでいる外食店の印象（全体／単一回答）



※「良い印象である・計」：「良い印象である」「どちらかという良い印象である」のいずれかを回答した人を集計

※「悪い印象である・計」：「どちらかという悪い印象である」「悪い印象である」のいずれかを回答した人を集計

リクルートグループについて

1960年の創業以来、リクルートグループは、就職・結婚・進学・住宅・自動車・旅行・飲食・美容などの領域において、一人一人のライフスタイルに応じたより最適な選択肢を提供してきました。現在、HRテクノロジー、メディア&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、4万6,000人以上の従業員とともに、60を超える国・地域で事業を展開しています。2020年度の売上収益は2兆2,693億円、海外売上比率は約45%になります。リクルートグループは、新しい価値の創造を通じ、社会からの期待に応え、一人一人が輝く豊かな世界の実現に向けて、より多くの『まだ、ここがない、出会い。』を提供していきます。

詳しくはこちらをご覧ください。

リクルートグループ：<https://recruit-holdings.com/ja/>

リクルート：<https://www.recruit.co.jp/>