

外食を伴う出会いの方法、コロナ禍で「合コン」激減

「合コン類（婚活パーティー等含む）」、利用率・有効率とも「居酒屋」が王道
相手をよく知る方法として外食・飲酒が有効、特に女性20～50代で

外食を伴う出会いの方法についての調査（2023年4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、以下リクルート）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、首都圏・関西圏・東海圏での外食を伴う出会いの方法についてアンケートを実施しました。その結果を発表いたします。

<要約>

POINT1 コロナ禍中に「合コン」が激減していた。「アプリ」は存在感を増す …… P3-5

▶配偶者やパートナーと出会う方法について、コロナ禍以前の利用率が最も高かったのは「外食での合コン」で10.8%（広義の外食での合コンや婚活パーティー等の利用率を合算した「合コン類・計」では13.5%）。しかし、コロナ禍以降では同2.2%（「合コン類・計」4.0%）と激減。

▶パートナーを探していたことがあった人に限ると、「合コン類・計」の利用率は32.1%（コロナ禍以前）、14.4%（コロナ禍以降）。コロナ禍以降で最も利用率の高い方法は「アプリ等での外食をきっかけとするマッチング」（16.2%）で、次いで「アプリ等での外食以外をきっかけとしたマッチング」（12.2%）で、「外食での合コン」（8.6%）は利用率4位。若年層で「アプリ等での外食をきっかけとするマッチング」の利用率が高い。

POINT2 「合コン類・計」での利用飲食店ジャンル、「居酒屋」が利用率最高で56.5% …… P5-6

▶「合コン類・計」利用者の、利用した飲食店のジャンルは、1位「居酒屋」（56.5%）、2位「フレンチ・イタリアン料理店」（29.1%）、3位「レストラン、食堂、ダイニング」（25.6%）。

▶そのうち、出会いに有効であった飲食店のジャンルは、1位「居酒屋」（65.1%）、2位「喫茶店・カフェ」（61.4%）、3位「フレンチ・イタリアン料理店」（60.7%）。利用率の高い出会い方法が、おおむね有効率も高い傾向であり、居酒屋は合コンの王道と言えそう。

POINT3 コロナ禍をきっかけに、配偶者やパートナーの存在をより大事に考えるようになった38.1%。

女性20～50代では、相手をよく知る方法として外食や飲酒が有効との認識が強い …… P6-8

▶コロナ禍をきっかけに、配偶者やパートナーの存在をより大事に考えるようになった「当てはまる」「どちらかという当てはまる」計38.1%、「どちらかという当てはまらない」「当てはまらない」計29.2%を上回る。

▶相手をよく知る方法として、外食や飲酒は有効と思うかどうかを尋ねると、外食「当てはまる・計」58.4%、飲酒「当てはまる・計」47.1%、どちらも「当てはまらない・計」を上回る。女性20～50代は「当てはまる・計」が6割台（外食）、5割台（飲酒）と有効性の認識が強い。

本件に関する
お問い合わせ先

<https://www.recruit.co.jp/support/form/>

調査概要と回答者プロフィール

- ◎調査名 外食市場調査（2023年3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、配偶者やパートナーの状況や、配偶者やパートナーと出会う方法やイベントの利用状況、広義の合コンや婚活パーティーで利用した外食のお店のジャンルやシチュエーション、配偶者やパートナーとの出会いについての考え方を聴取。
- ◎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 2023年2月15日（水）～2023年2月28日（火）
- 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 480,074 件
- ⑥回収数 31,607 件
- ⑦本調査対象者数 14,159 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、令和2年国勢調査人口（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。

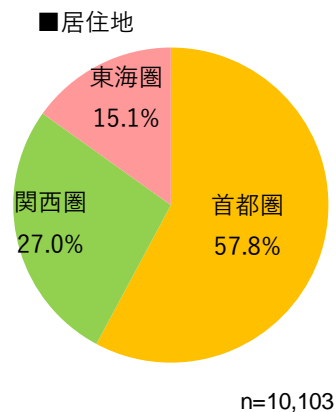
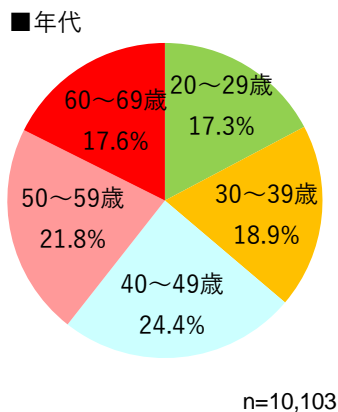
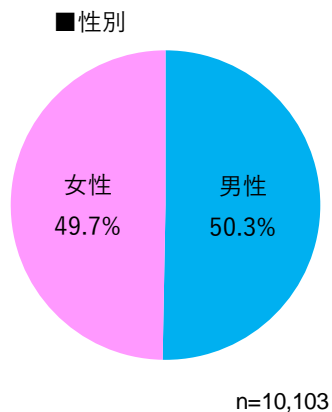
■本調査

- 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 2023年3月31日（金）～2023年4月10日（月）
- ③配信数 12,844 件
- ④回収数 10,114 件 （回収率 78.7 %）
- ⑤有効回答数 10,103 件 （首都圏 5,161 件、関西圏 2,627 件、東海圏 2,315 件）

※回収された票のうち、自由回答コメントから、趣旨に合わないと判断された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、令和2年国勢調査人口（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 10,103 件（首都圏 5,843 件、関西圏 2,732 件、東海圏 1,528 件）

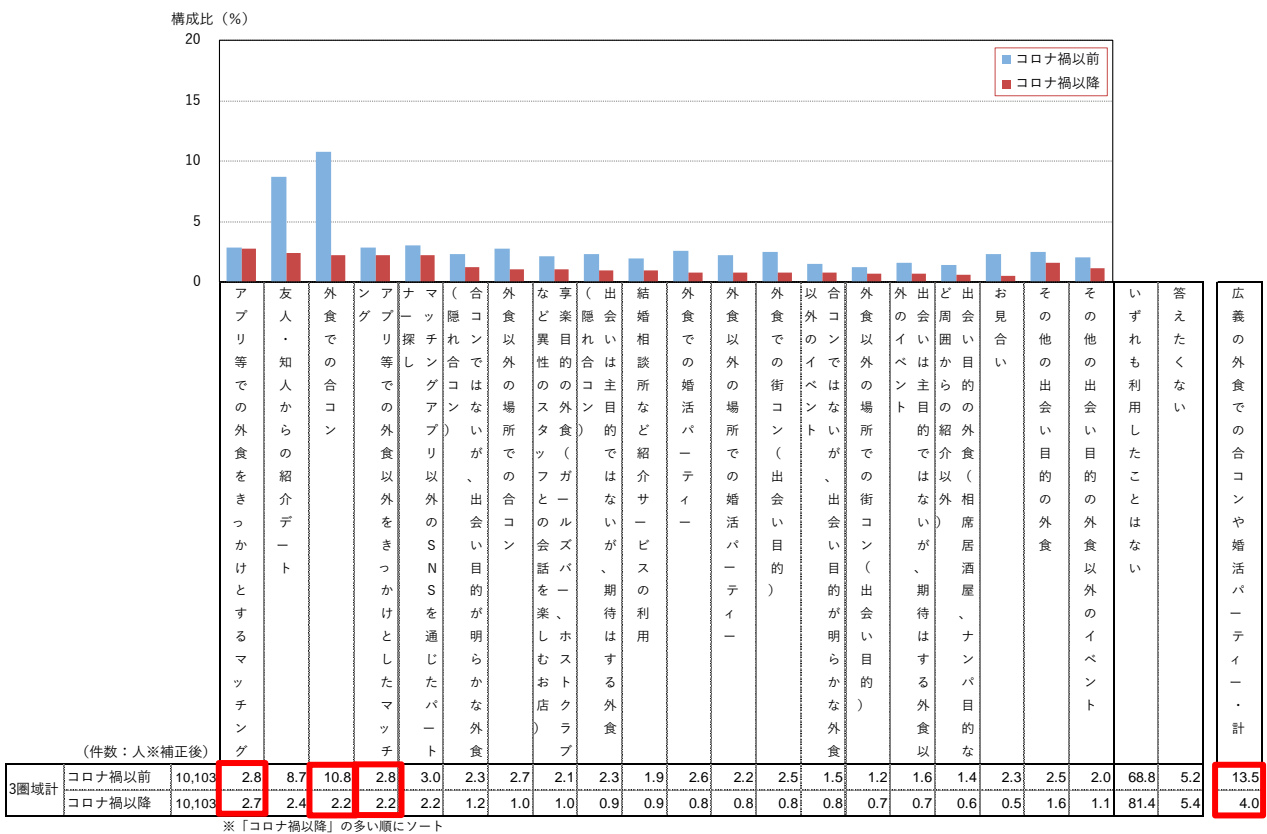
◆回答者プロフィール（ウェイトバック後）



1. コロナ禍中に「合コン」が激減していた。「アプリ」は存在感を増す

政府が「異次元の少子化対策」を打ち出し、子育て支援に限らない打ち手の重要性も指摘される中、男女の出会いに対し外食が果たす役割に注目して消費者アンケートを行った。まずはコロナ禍以前とコロナ禍以降（コロナ禍中を含む）の配偶者やパートナーと出会う方法（外食以外も含む）について、利用状況を尋ねた。コロナ禍以前の利用率が最も高かったのは「外食での合コン」で10.8%（広義の外食での合コンや婚活パーティーの利用率を合算した「合コン類・計」では13.5%）。しかし、コロナ禍以降では同2.2%（「合コン類・計」4.0%）と激減している。「合コン」自体の人气が下がったという理由もあるのかもしれないが、コロナ禍で対面での飲食がしづらかった影響は大きそうだ。一方でコロナ禍以前はさほど目立った方法ではなかったマッチング「アプリ」については、「アプリ等での外食をきっかけとするマッチング」が僅差ではあるものの、コロナ禍以降は利用率が最も高く2.7%（類似の「アプリ等での外食以外をきっかけとしたマッチング」は同2.2%）と、存在感が増している状況だ。なお、出会う方法はどれも、コロナ禍以降の利用率が縮小しており、市場がシュリンクしたことは明らかだ。外食と同様に今後は回復傾向になるかどうか注目される。

配偶者やパートナーと出会う方法やイベントの利用状況（全体／それぞれ複数回答）



※「広義の外食での合コンや婚活パーティー・計（解説内は「合コン類・計」と略記）」：「外食での合コン」「外食での婚活パーティー」「外食での街コン（出会い目的）」「合コンではないが、出会い目的が明らかな外食（隠れ合コン）」「出会いは主目的ではないが、期待はする外食（隠れ合コン）」のいずれかを回答した人を集計

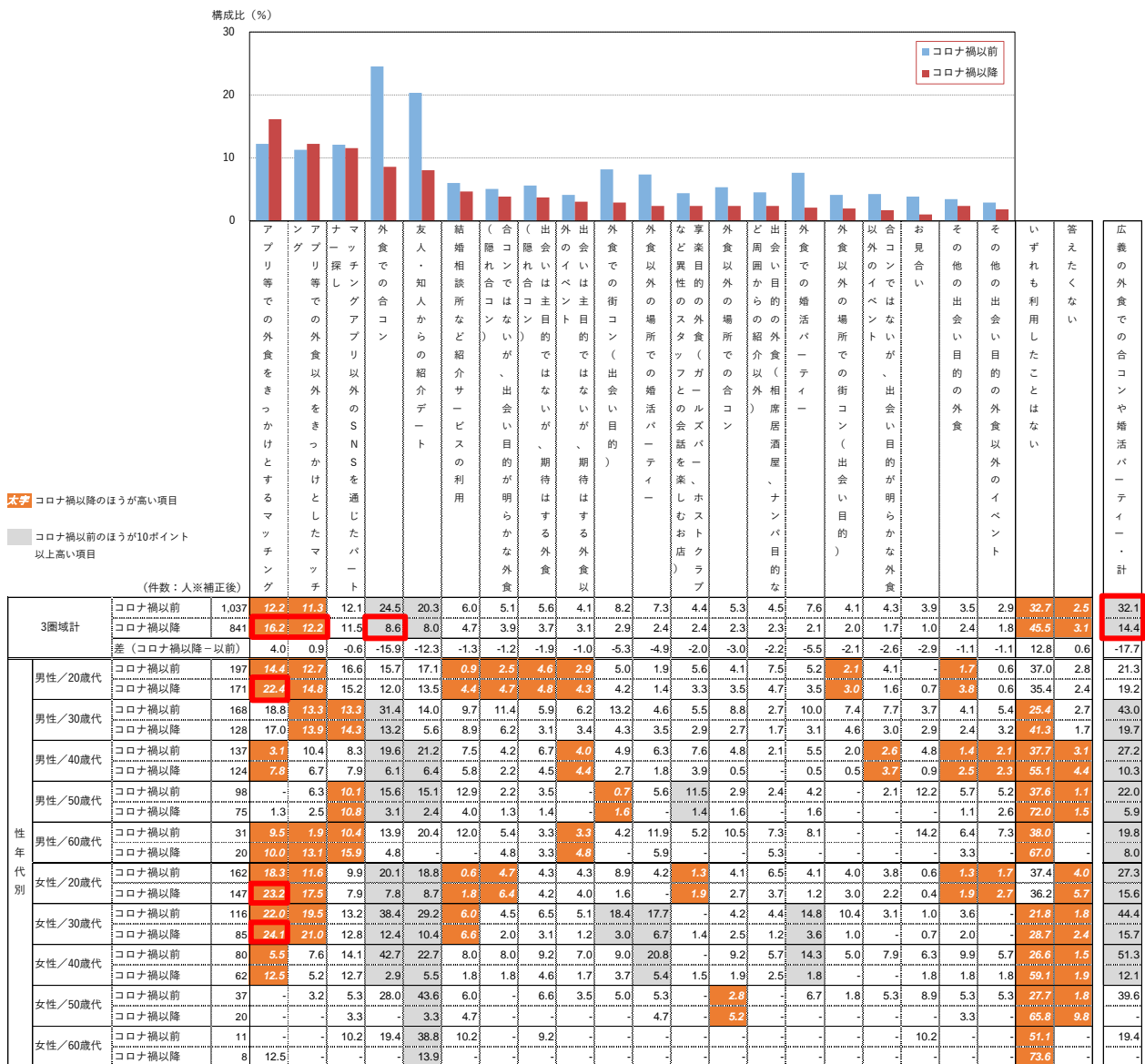
※「コロナ禍以前」：2019年2月まで。「コロナ禍以降」：2019年3月以降から2023年3月まで

2. パートナーを探していた場合、コロナ禍以降利用率が高いのは「アプリきっかけで外食」で16.2%

次に、コロナ前後のタイミングでそれぞれパートナーを探していたことがあった人（関心層）に限って集計を行った。当然、出会いの方法やイベントの利用率は全体集計よりも高く、前ページでコロナ禍以前13.5%、コロナ禍以降4.0%だった「合コン類・計」は、順に32.1%、14.4%となっている。コロナ禍以降で最も利用率の高い方法は「アプリ等での外食をきっかけとするマッチング」(16.2%)で、次いで「アプリ等での外食以外をきっかけとしたマッチング」(12.2%)で、「外食での合コン」(8.6%)は利用率4位となっている。「アプリ等での外食をきっかけとするマッチング」の利用率が高い性年代別は、男性では20代(22.4%)、女性では30代(24.1%)、ただし、サンプル数が少ないため参考値)、20代(23.2%)等で、若年層で利用率が高い傾向だ。

関心層の配偶者やパートナーと出会う方法やイベントの利用状況／コロナ禍以前・コロナ禍以降（それぞれの時期で「配偶者やパートナーがいない時があり、探していたことがあった（関心層）」と回答した人／それぞれ複数回答）

※「関心層」：「配偶者やパートナーがいない時があり、探していたことがあった」を回答した人を集計



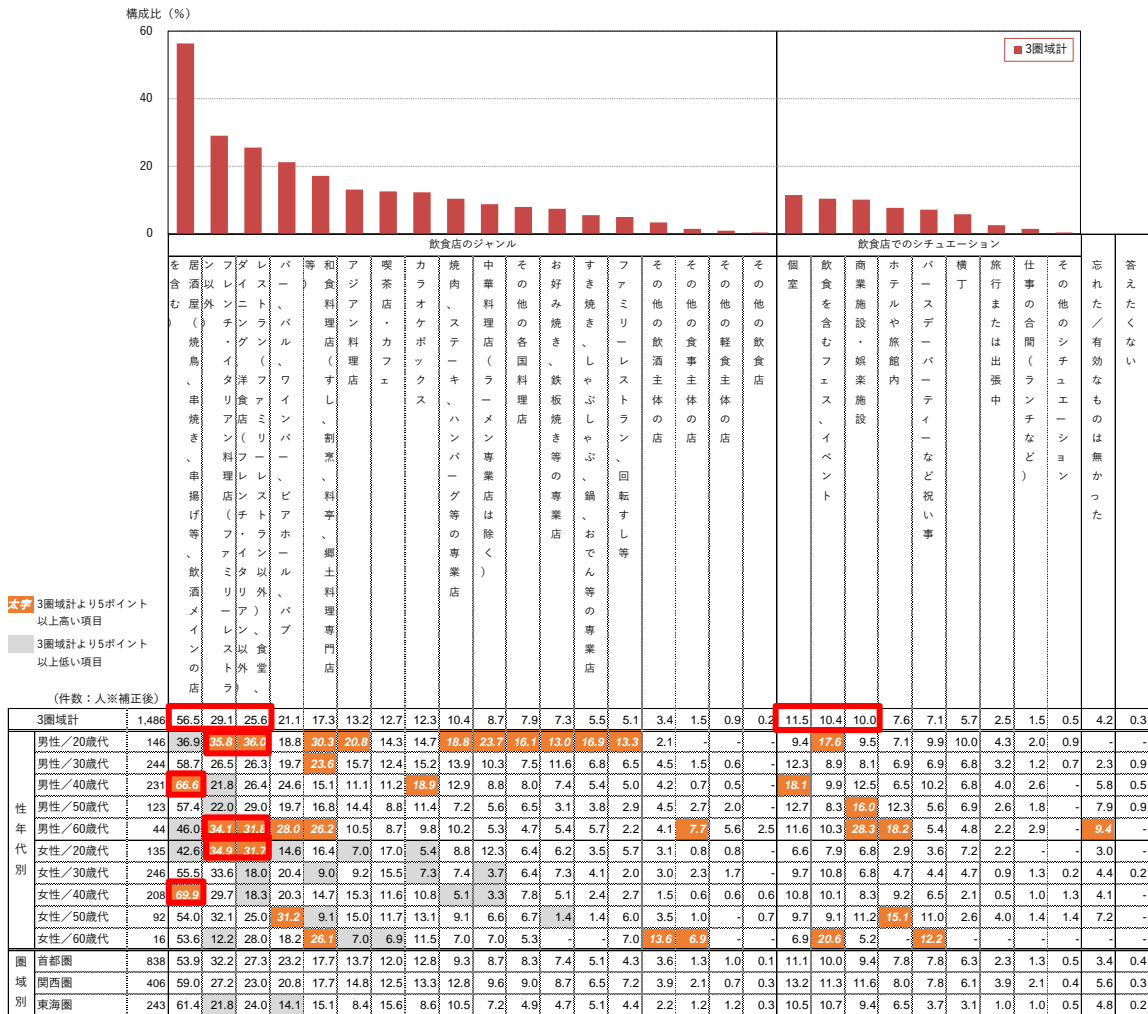
※「広義の外出での合コンや婚活パーティー・計（解説内は「合コン類・計」と略記）」：「外出での合コン」「外出での婚活パーティー」「外出での街コン（出会い目的）」「合コンではないが、出会い目的が明らかな外出（隠れ合コン）」「出会いは主目的ではないが、期待はする外出（隠れ合コン）」のいずれかを回答した人を集計

※「コロナ禍以前」：2019年2月まで。「コロナ禍以降」：2019年3月以降から2023年3月まで

3. 「合コン類・計」での利用飲食店ジャンル、「居酒屋」が利用率最高で56.5%

広義の外出での合コンや婚活パーティー（「合コン類・計」）の利用者に、利用した飲食店のジャンルやシチュエーションを尋ねた。利用ジャンルのトップ3は1位「居酒屋」（56.5%）、2位「フレンチ・イタリアン料理店」（29.1%）、3位「レストラン、食堂、ダイニング、洋食店」（25.6%）であった。利用シチュエーションのトップ3は僅差だが、1位「個室」（11.5%）、2位「飲食を含むフェス・イベント」（10.4%）、3位「商業施設・娯楽施設」（10.0%）となっている。性年代別では、40代男女で「居酒屋」、20代男女と60代男性（サンプル数が少ないため参考値）で「フレンチ・イタリアン料理店」「レストラン、食堂、ダイニング、洋食店」の利用率が目立って高かった。

利用した飲食店のジャンルやシチュエーション（広義の外出での合コンや婚活パーティーの利用経験があると回答した人／複数回答）

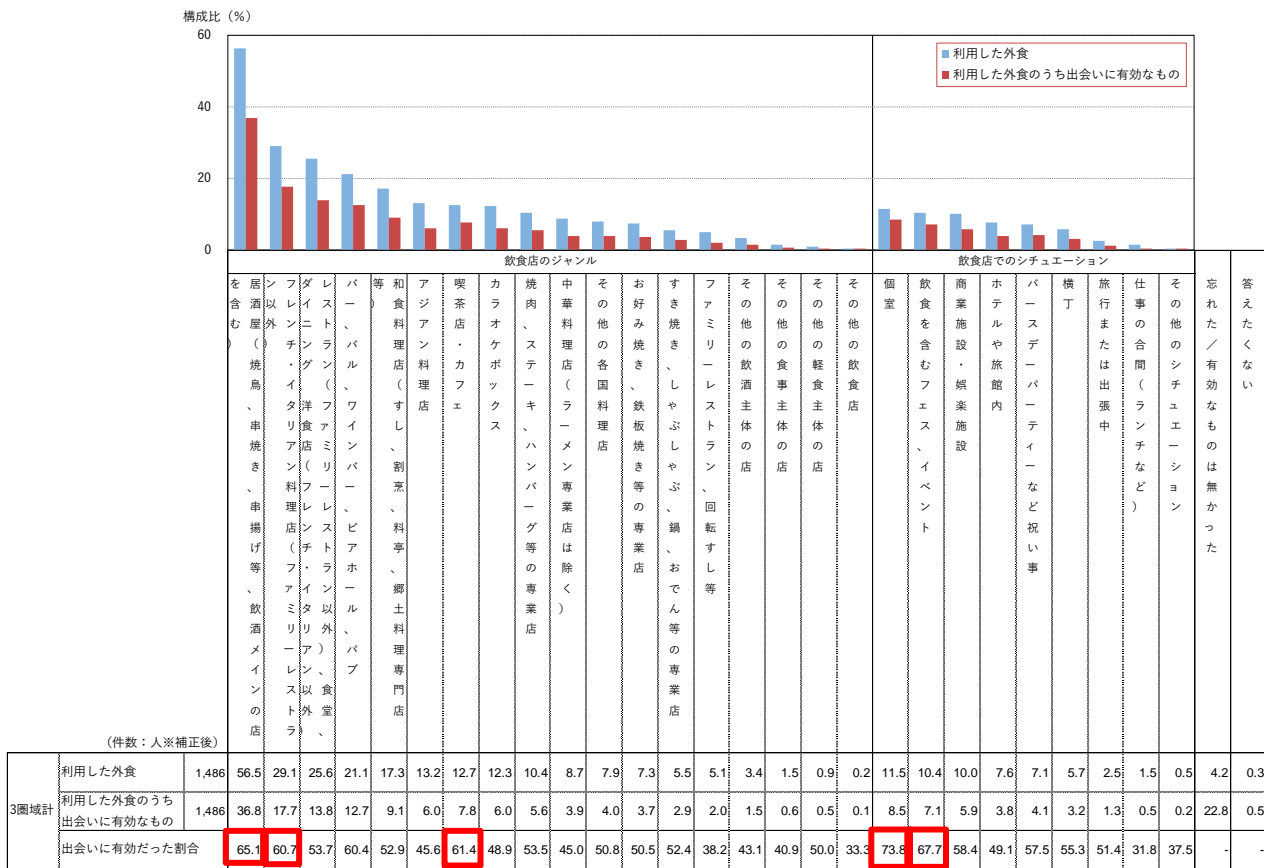


※「3圏域計」の多い順にソート

4. 有効率トップの飲食店ジャンルは「居酒屋」(65.1%)。合コンでは利用率も高く王道

「合コン類・計」で利用したことのある飲食店のジャンルやシチュエーションごとに、出会いに有効であったかを尋ねた。出会いに有効であった飲食店のジャンルは、1位「居酒屋」(65.1%)、2位「喫茶店・カフェ」(61.4%)、3位「フレンチ・イタリアン料理店」(60.7%)で、シチュエーションでは、1位「個室」(73.8%)、2位「飲食を含むフェス・イベント」(67.7%)となっている。おおむね利用率の高い出会い方法が有効率も高い傾向だ。世間では「初デート」での利用の是非で「居酒屋」「ファミリーレストラン」等は賛否両論があるが、出会いの局面では意外にも「居酒屋」は利用率・有効率ともに認められた王道ということが言えそうだ。

利用した飲食店のジャンルやシチュエーションと出会いに有効なもの(広義の外食での合コンや婚活パーティーの利用経験があると回答した人/それぞれ複数回答)



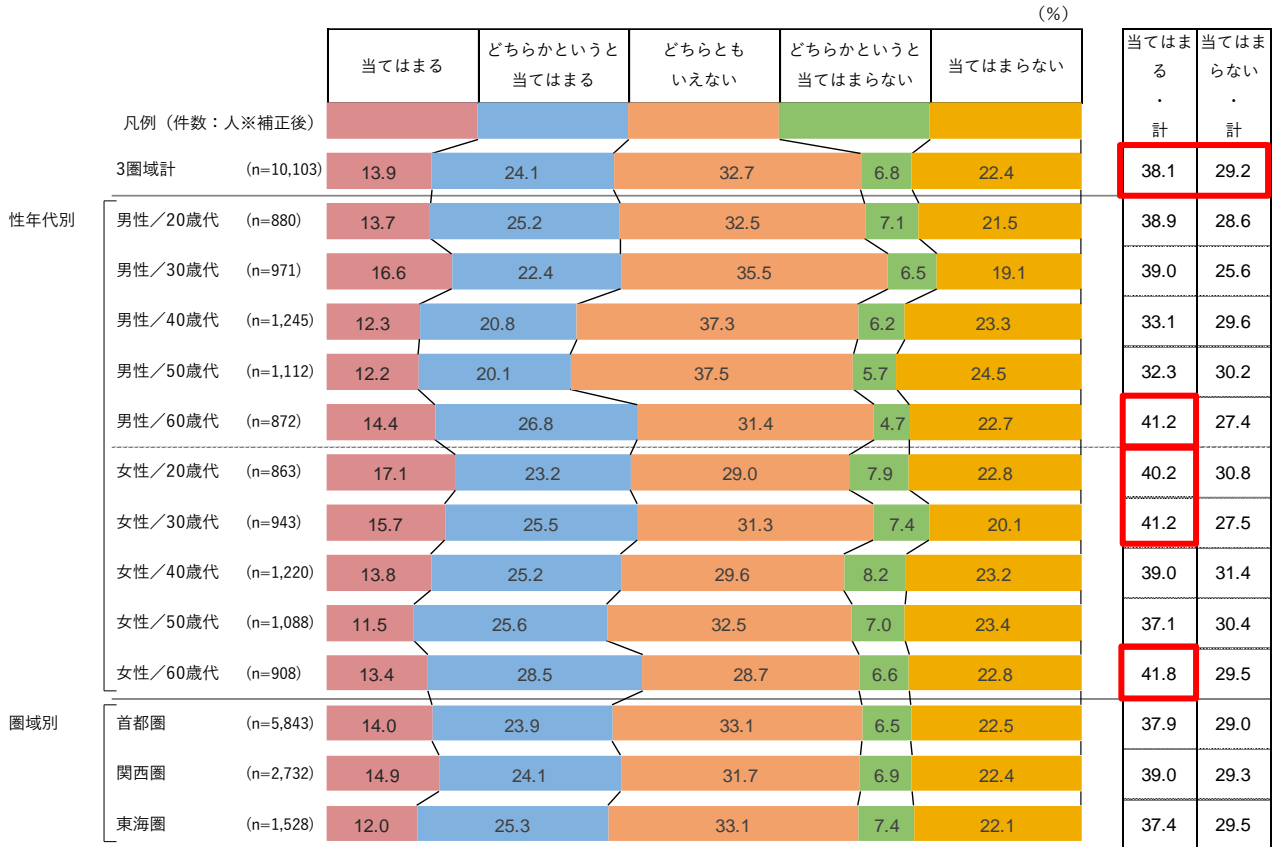
※「出会いに有効だった割合」：(「利用した外食のうち出会いに有効なもの」の回答者数 / 「利用した外食」の回答者数) で算出

5. コロナ禍をきっかけに、配偶者やパートナーの存在をより大事に考えるようになった38.1%

コロナ禍をきっかけに、配偶者やパートナーの存在をより大事に考えるようになったかを尋ねたところ、「当てはまる」「どちらかという当てはまる」のいずれかを回答した人の割合・計は38.1%で、「どちらかという当てはまらない」「当てはまらない」のいずれかを回答した人の割合・計29.2%を上回った。性年代別では、「当てはまる・計」は男性、女性とも60代が最も高く、順に41.2%、41.8%に達した。

また、女性の20・30代でも「当てはまる・計」が4割を超えた。

配偶者やパートナーとの出会いについての考え方／コロナ禍をきっかけに、配偶者やパートナーの存在をより大事に考えるようになった（全体／単一回答）



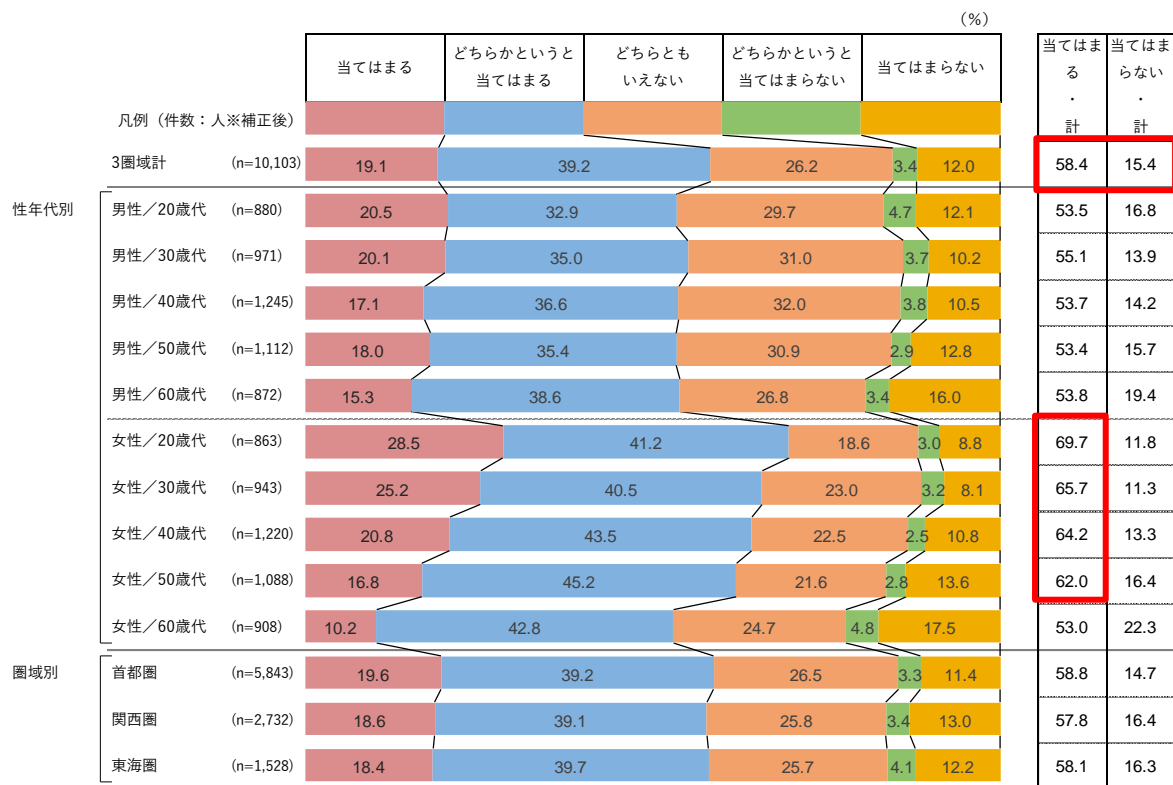
※「当てはまる・計」：「当てはまる」「どちらかという当てはまる」のいずれかを回答した人を集計

※「当てはまらない・計」：「どちらかという当てはまらない」「当てはまらない」のいずれかを回答した人を集計

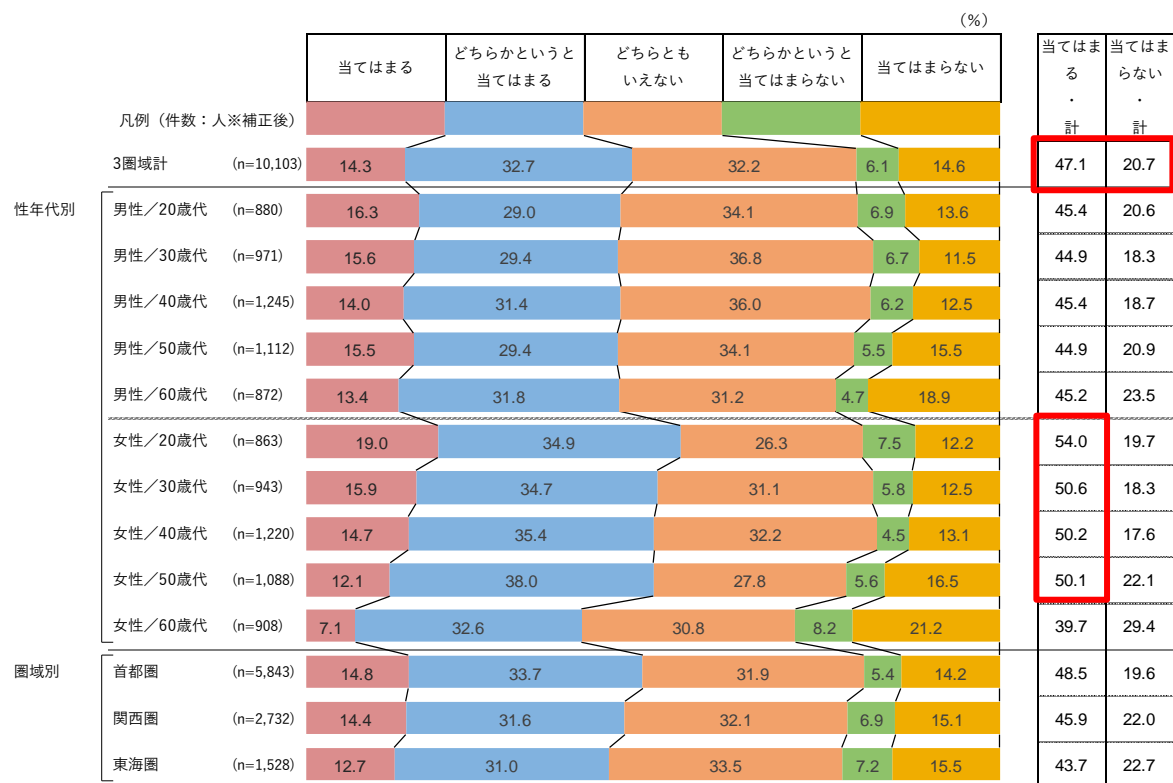
6. 女性20～50代では、相手をよく知る方法として外食や飲酒が有効との認識が強い

相手をよく知る方法として、外食や飲酒は有効だと思うかを尋ねた。外食について、「当てはまる・計」の割合は58.4%で、「当てはまらない・計」は15.4%だった。飲酒については、「当てはまる・計」47.1%、「当てはまらない・計」20.7%だった。外食、飲酒ともに「当てはまる・計」が「当てはまらない・計」を上回り、相手をよく知る方法として有効との認識が強い。性年代別では、外食についても飲酒についても20～50代女性で「当てはまる・計」の割合が他の性年代よりも高い傾向で、外食においては6割台、飲酒については5割台となっている。女性は外食や飲酒の場を相手を知る機会として有効と認識していることは、パートナー探しの重要なヒントと言えるかもしれない。

配偶者やパートナーとの出会いについての考え方／相手をよく知る方法として、外食は有効だと思う（全体／単一回答）



配偶者やパートナーとの出会いについての考え方／相手をよく知る方法として、飲酒は有効だと思う（全体／単一回答）



※「当てはまる・計」：「当てはまる」「どちらかという当てはまる」のいずれかを回答した人を集計

※「当てはまらない・計」：「どちらかという当てはまらない」「当てはまらない」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、一人ひとり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、マッチング&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、60を超える国・地域で事業を展開しています。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、一人ひとりが輝く豊かな世界の実現に向けて、より多くの『まだ、ここにはない、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/>