



飲食店の営業時間短縮で

「気軽に誰かと食事に行くことの大切さを感じた」人が **64.4%**

「黙食」「マスク会食」は約2割が実施

ホットペッパーグルメ外食総研 第4回 外食実態調査（2021年3月調査）

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」は、男女2,064人を対象に2021年3月、緊急事態宣言解除直後に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。

調査背景

コロナ禍でのさまざまな規制の中でも、「お客さまに喜んでもらいたい」「なんとかお店を続けたい」と経営を続けられている飲食店が多いかと思えます。リクルートはこれまで『ホットペッパーグルメ』などのサービスを通してお店の思いに寄り添ってきました。本調査についても、今の外食に関する消費者心理を発表することで、少しでも経営のヒントにいただければと考えております。

調査結果サマリ

- 現在感染予防のために外食時に行っている対策は「大人数での会食は控える」が最多で59.7%。
次いで「外から見て混んでいると感じたお店には入らない」35.0%。また食事時の対策として「黙食」が22.0%、「マスク会食」は18.5%の人が実施していると回答。
- 外食に行きづらい状況が続いた生活への影響について、「気軽に誰かと食事に行くことの大切さを感じた」と回答した人が64.4%。また、「忙しい時などに外食で済ませることができず、家事の負担が重くなった」が36.4%、「外食の便利さを改めて感じた」と回答した人が51.0%。
- 2021年1～3月までの期間、緊急事態宣言発令の対象地域の消費者が飲食店の営業時間短縮により経験したことは「仕事相手との飲み会が減って良かった」30.6%。一方で「食事時間が短く、中途半端になりそうなのでやめた」と回答した人が32.8%、「店舗内での飲食が間に合わずテイクアウトにした」は16.7%。

「ホットペッパーグルメ外食総研」研究員からの解説



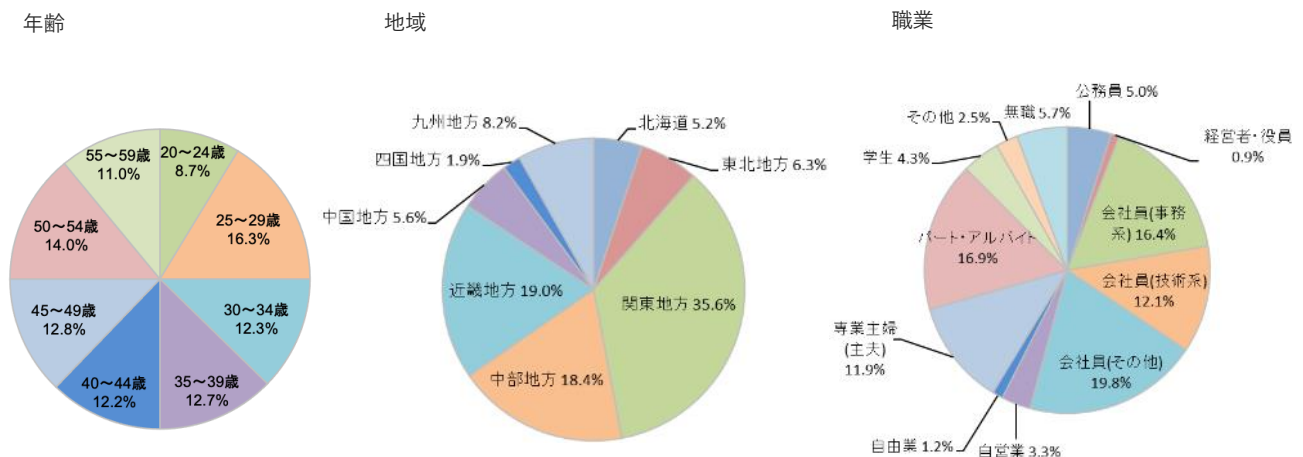
コロナ禍での外食については、緊急事態宣言による営業時間の短縮、その解除そして再びのまん延防止等重点措置による時短要請と目まぐるしく状況が変わる中、消費者の困惑しつつも警戒感を強める様子が調査結果に現れています。今回の調査を実施した2021年3月（第2回緊急事態宣言解除直後）、緊急事態宣言中の感想として「気軽に誰かと食事に行くことの大切さを感じた」人が6割以上の数値となっていますが、同時に感染対策として多くの人が「大人数での会食は控える」「外から見て混んでいると感じたお店には入らない」などの自衛策を講じているという結果となりました。

「ホットペッパーグルメ外食総研」 上席研究員 稲垣昌宏

2021年4月22日

調査概要

- 調査名：「第4回 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（マクロミル登録モニター）
- 調査期間：2021年3月26日（金）～3月28日（日）
- 有効回答数：2,064件（男性1,032件、女性1,032件）



【参考・過去調査】

<第1回調査：https://www.recruit.co.jp/newsroom/recruit-lifestyle/uploads/2020/06/RecruitLifestyle_ggs_20200626.pdf>

- 調査名：「第1回 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（マクロミル登録モニター）
- 調査期間：2020年6月8日（月）～6月9日（火）
- 有効回答数：1,032件（男性516件、女性516件）

<第2回調査：https://www.recruit.co.jp/newsroom/recruit-lifestyle/uploads/2020/09/RecruitLifestyle_ggs_20200915_2.pdf>

- 調査名：「第2回 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（マクロミル登録モニター）
- 調査期間：2020年7月31日（金）～8月1日（土）
- 有効回答数：1,032件（男性516件、女性516件）

<第3回調査：https://www.recruit.co.jp/newsroom/recruit-lifestyle/uploads/2020/12/RecruitLifestyle_ggs_20201222.pdf>

- 調査名：「第3回 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（マクロミル登録モニター）
- 調査期間：2020年11月6日（金）～11月8日（日）
- 有効回答数：1,032件（男性516件、女性516件）

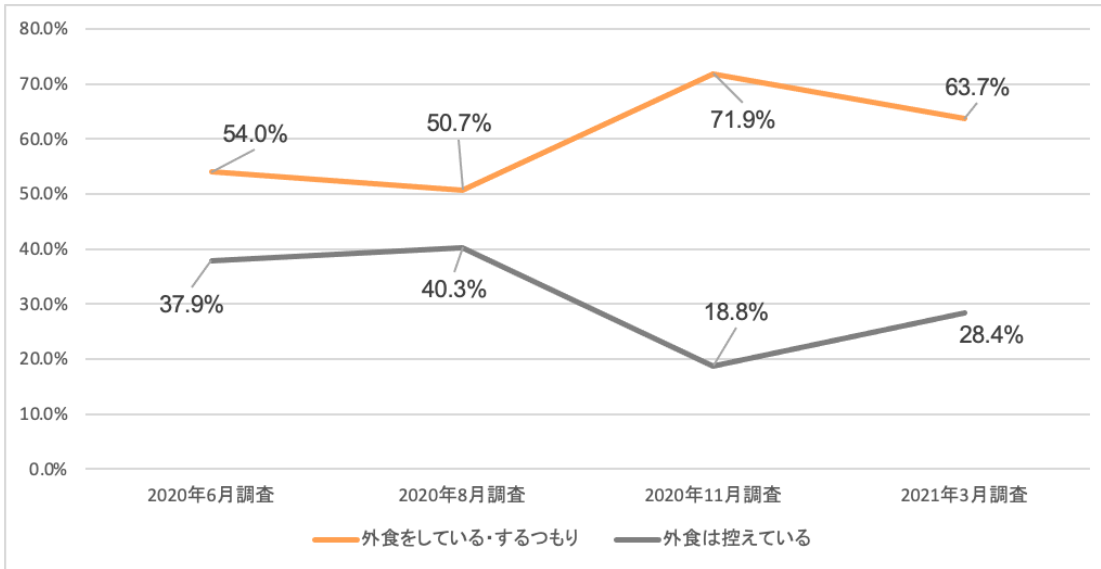
2021年4月22日

調査結果

◆現在の外出実施意向

「外出をしている・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63.7%（2020年11月71.9%、同8月50.7%、同6月54.0%）と、同じ緊急事態宣言明けだった6月と比べて9.7pt高かった。

Q.あなたは現在、外出に行こうと思いますか？ 下記選択肢中の外出の頻度は、新型コロナウイルス流行以前の外出頻度と比較してお答えください。最もお気持ちに近いものをお選びください。（単一回答、n=2,064、過去調査は全てn=1,032）

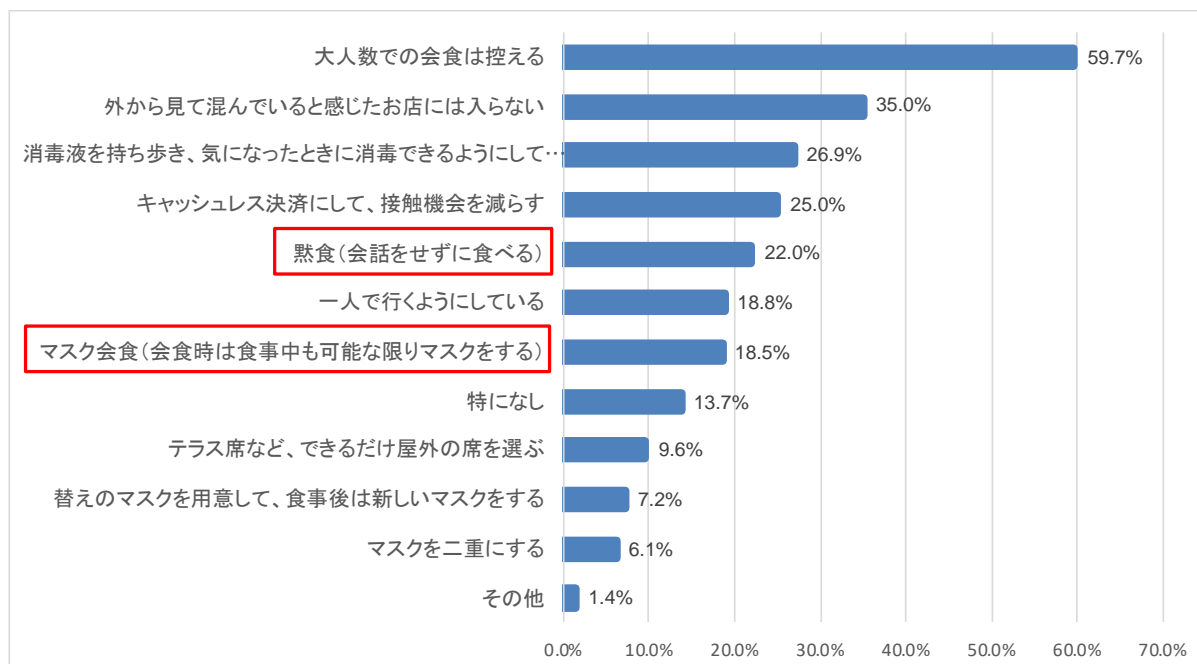


◆現在行っている感染予防対策

「大人数での会食は控える」が最多で59.7%。次いで「外から見て混んでいると感じたお店には入らない」35.0%。また食事時の対策として「黙食」が22.0%、「マスク会食」は18.5%の人が実施していると回答。

Q.外出をする際、新型コロナウイルス感染予防としてどんなことをしていますか？

（複数回答、n=外出意向の設問で「もう外出には行かない」「もともと外出には行かない」と回答した人を除く1,898）



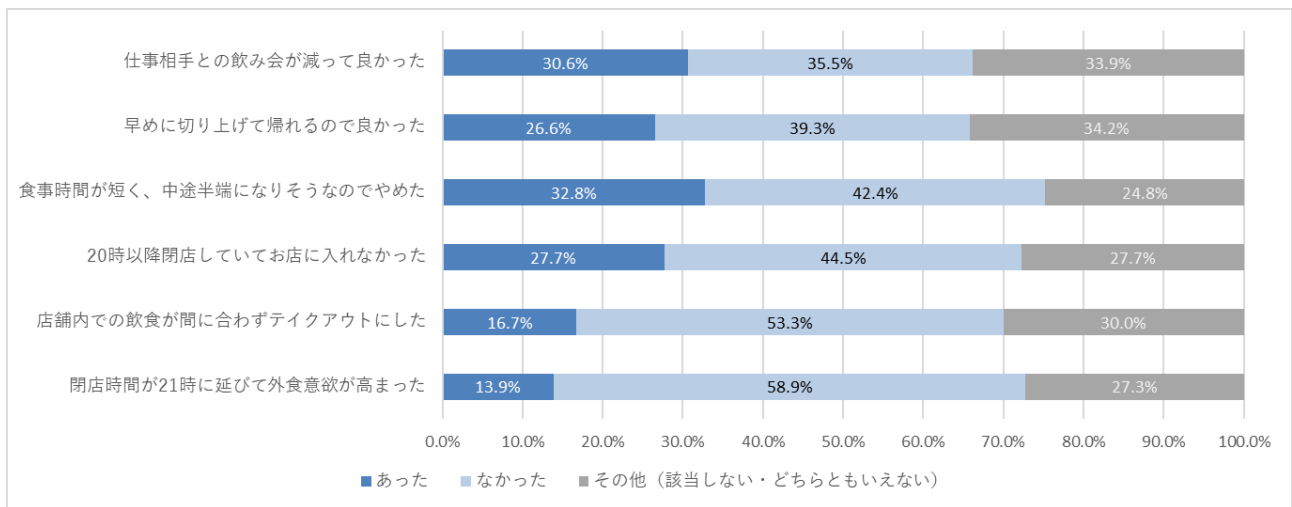
2021年4月22日

◆飲食店の営業時間短縮による経験

(2021年1~3月までの期間、緊急事態宣言発令の対象地域の消費者に対する質問)

「仕事相手との飲み会が減って良かった」が30.6%。一方で、「食事時間が短く、中途半端になりそうなのでやめた」と回答した人が32.8%、「店舗内での飲食が間に合わずテイクアウトにした」は16.7%だった。また、閉店時間の20時から21時への延長については、「外食意欲が高まった」と回答した人が13.9%。

Q.2021年1~3月の緊急事態宣言中、飲食店には20時閉店の要請が出された自治体もありました。このような状況で、以下のような経験はありましたか？(各単一回答、1月に緊急事態宣言が発令された11都府県(東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、栃木県、岐阜県、愛知県、京都府、大阪府、兵庫県、福岡県)在住の1,284人を対象に調査、「あった」は「とてもあった」「ややあった」の合計、「なかった」は「あまりなかった」「まったくなかった」の合計)



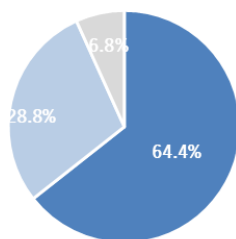
◆コロナ禍で外食に行きづらい状況が続いたことによる生活への影響

「気軽に誰かと食事に行くことの大切さを感じた」が64.4%。「忙しい時に外食で済ませることができず、家事の負担が重くなった」36.4%、「外食の便利さを改めて感じた」が51.0%。

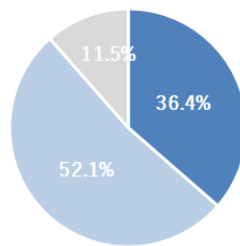
Q.外食に行きづらい状況が続いたことで生活への影響もあったかと思いますが、下記のうちあてはまるものを選んでください。

(各単一回答、n=2,064。「あった」は「とてもあった」「ややあった」の合計、「なかった」は「あまりなかった」「まったくなかった」の合計)

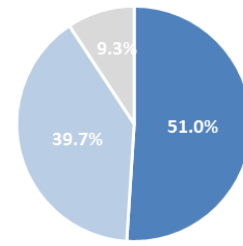
気軽に誰かと食事に行くことの大切さを感じた



忙しいときに外食で済ませることができず、家事の負担が重くなった



外食の便利さを改めて感じた



■あった ■なかった ■その他 (該当しない・どちらともいえない)

2021年4月22日

◆外食に行ける状況になったらしたい体験

「食事相手との会話」が最も多く44.5%。次いで「食べ放題」38.1%、「大勢で集まる」37.5%が上位だった。

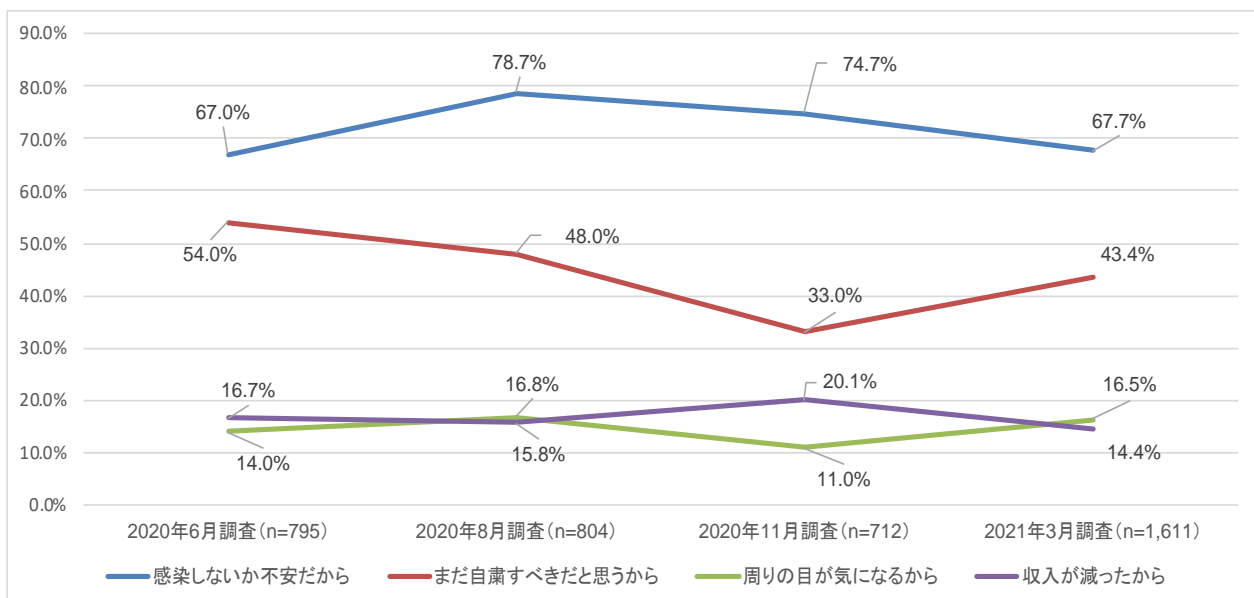
Q.新型コロナウイルス感染症の流行が収束し、外食に行けるような状況になったら、どんな体験をしたいですか？（複数回答、外食意向について「もう外食には行かないつもりだ」「もともと外食はしない」と回答した人を除く n=1,898）

順位	外食に行けるような状況になったらしたい体験	%
1	食事相手との会話	44.5%
2	食べ放題	38.1%
3	大勢で集まる	37.5%
4	食べたいものを食べたいタイミングで注文して食べる	32.6%
5	大声を気にせず飲食	29.0%
6	歌う（カラオケ、スナックなども含む）	28.3%
7	飲み歩き（はしご酒）	25.4%
8	自炊では難しい料理（家では調理するのが難しい食材や本格多国籍料理など）を食べること	22.3%
9	飲み放題	19.5%
10	生ビールを飲む	16.6%

◆外食を控えている人の理由

「感染しないか不安だから」と回答した人が最も多く67.7%。次いで「まだ自粛すべきだと思うから」が43.4%、「周りの目が気になるから」16.5%、「収入が減ったから」は前回調査時より5.7pt下降で14.4%。

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？（複数回答、調査対象は外食意向について「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=1,611）



※全10項目中上位4項目を紹介

2021年4月22日

◆お店選びの際に感染対策で気にすること

1位「席の間隔が空いているか」で60.8%、2位は「店内に手指消毒用に消毒液が用意されているか」で56.4%など、上位の項目に大きな変動はなかった。前回比で最も上昇した項目は「パーティ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」で48.9%（9.1pt増）。以下、増加幅が大きい順に、「できるだけ会話を控えるなど、お客さまへの要望がきちんとされているか」（4.9pt増）。

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つもりだ」と回答した人を除く n=2,053）

順位		2021年3月調査 (n=2,053)	2020年11月調査 (n=1,026)	pt差
1	席の間隔が空いているか	60.8%	60.1%	0.7pt
2	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	56.4%	54.4%	2.0pt
3	従業員のマスク着用が徹底されているか	51.6%	50.0%	1.6pt
4	パーティ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	48.9%	39.8%	9.1pt
5	きちんと換気がされているか	45.0%	43.6%	1.4pt
6	店内の消毒が定期的にされているか	44.7%	42.4%	2.3pt
7	大皿やbuffetスタイルではなく、お客さまごとに料理が提供されているか	25.3%	23.6%	1.7pt
8	お客さまへの検温がされているか	22.6%	18.3%	4.3pt
9	食事中以外はマスクの着用をお願いする掲示がされているか	21.8%	18.8%	3.0pt
10	従業員の健康チェックがきちんとされているか	21.1%	22.5%	-1.4pt
11	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	20.7%	18.8%	1.9pt
12	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	19.9%	18.2%	1.7pt
13	営業時間や酒類提供時間などが自治体などの要請に沿っているか	18.6%	14.2%	4.4pt
14	できるだけ会話を控えるなど、お客さまへの要望がきちんとされているか	17.8%	12.9%	4.9pt
15	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	13.3%	14.1%	-0.8pt

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、メディア&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、約45,000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。2019年度の売上収益は23,994億円、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.co.jp/>

リクルート: <https://www.recruit.co.jp/>