

“おひとりさま”で楽しむ「ひとり〇〇」、男女で違い 男性7割が楽しむ「ひとりラーメン屋」、女性は3割

株式会社インテージ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:檜垣 歩、以下:インテージ)は、中国で11月11日に祝われる「独身の日」にちなみ、“おひとりさま”ですること・しないことを調べた消費者調査の結果を公開しました。

[ポイント]

- ・“おひとりさま”で楽しむ「ひとり〇〇」、経験者が多いのはファストフード、カフェ、ラーメン屋
- ・男女差が大きいのは「ひとりラーメン屋」。男性にとって数居が高いのは、「ひとりスイーツ店ででのイトイン」
- ・ひとりで行動することのよい点は「自分の好きなように時間を使える」、よくない点は「『おひとりさま』では入りにくいお店・場所がある」

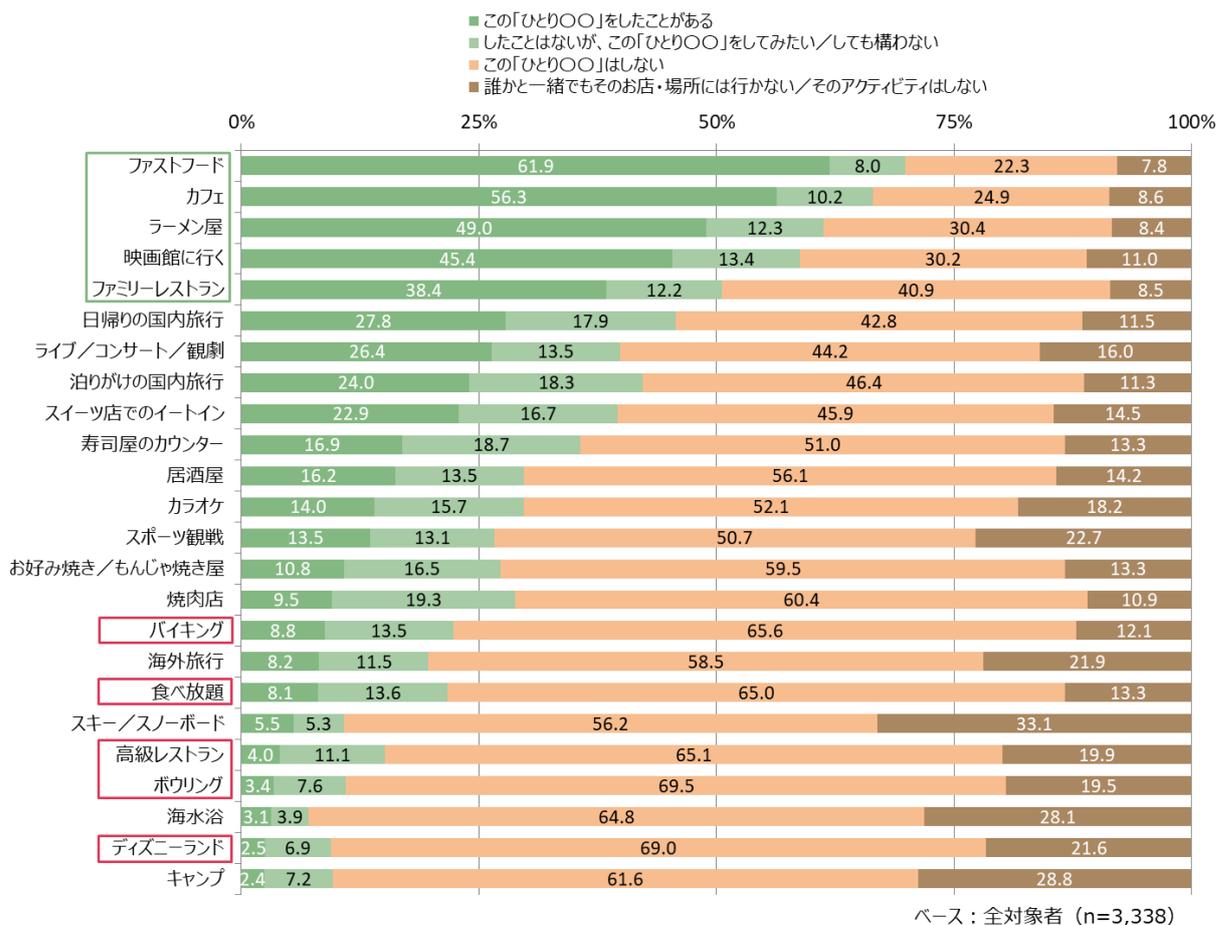


“おひとりさま”で楽しむ「ひとり〇〇」、経験者が多いのはファストフード、カフェ、ラーメン屋

11月11日は「独身の日」。中国では、大規模な販促イベントが行われ、この日1日でECサイトは大変な金額を売り上げると日本でも近年話題になっています。そんな「独身の日」にちなんで、生活者が「おひとりさま」でどんなことを楽しんでいるのか・しているのか、さまざまなアクティビティや場所・お店について、聞いてみました(図表1)。

図表 1

●「ひとり〇〇」経験、意向



「ひとり〇〇」をしたことがあるとして最も多いのは、ファストフード。「ひとりファストフード」の経験者は6割を超えています。次いで、カフェ、ラーメン屋がそれぞれ半数程度で続きました。

一方、この「ひとり〇〇はしない」と答えられているのは、多い順に「ボウリング」「ディズニーランド」「高級レストラン」。まわりがみんな楽しんでいるものや誰かと経験を共有したい場所、ひとり客を見かけにくいお店・場所などはおひとりさまでは楽しみにくいようです。

男女差が大きいのは「ひとりラーメン」。男性にとって敷居が高いのは、「ひとりスイーツ店でのイートイン」

“おひとりさま”で楽しめるアクティビティや場所・お店については、例えば「ラーメン屋」は男性の方が入りやすそう、など男女差がありそうです。そこで、性年代で、「ひとり〇〇」の経験率を確認してみました(図表 2)。

図表 2

●この「ひとり〇〇」をしたことがある人 (トータルが多い順 上位15位)



全般的に、男性の方が経験率の高い「ひとり〇〇」ですが、ひと際男女差が大きいのがラーメン屋です。「ひとりラーメン屋」を経験したことがある男性が7割近いのに対し、女性は3割程度です。寿司屋のカウンター、居酒屋、焼肉店も、男性の方が女性よりも、10ポイント以上ひとりで行ったことがある人が多く見られました。また、「ひとりスポーツ観戦」も、男性の2割以上が経験者なのに対し、女性は1割未満でした。誰かと一緒でもスポーツ観戦には行かないという女性の割合を見てみると26.3%と4人に1人にのぼっていました。そもそもスポーツ観戦には縁遠い人も少なくないようです。

一方、男性にとって敷居が高いのは「ひとりスイーツ店でのイートイン」でした。女性は3割以上が経験ありなのに対し、男性は1割程度です。「ひとりスイーツ店でのイートイン」については、男性の中でも年齢差が見られました。20代の若い男性は、経験者2割と比較的抵抗がない様子ですが、40代以上は1割未満でした。

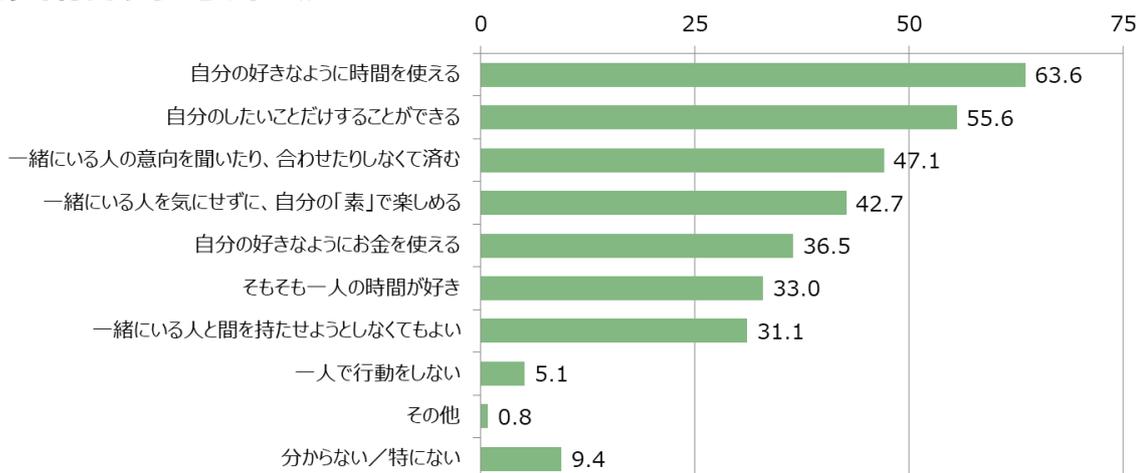
また、若い人には敷居が低く、年代が上になると敷居が高いのは「ひとりカラオケ」です。20代は男女とも3割以上が「ひとりカラオケ」をしたことがあるのに対し、60代は男女とも1割に満たない経験率でした。

ひとりで行動することのよい点は「自分の好きなように時間を使える」、
よくない点は「『おひとりさま』では入りにくいお店・場所がある」

最後に、ひとりで行動することのよい点、よくない点を見てみましょう。まずよい点については、「自分の好きなように時間を使える」「自分のしたいことだけすることができる」がそれぞれ6割超、5割超と上位でした(図表3)。また、「そもそも一人の時間が好き」という人も3割以上見られました。

図表 3

●ひとりで行動することのよい点

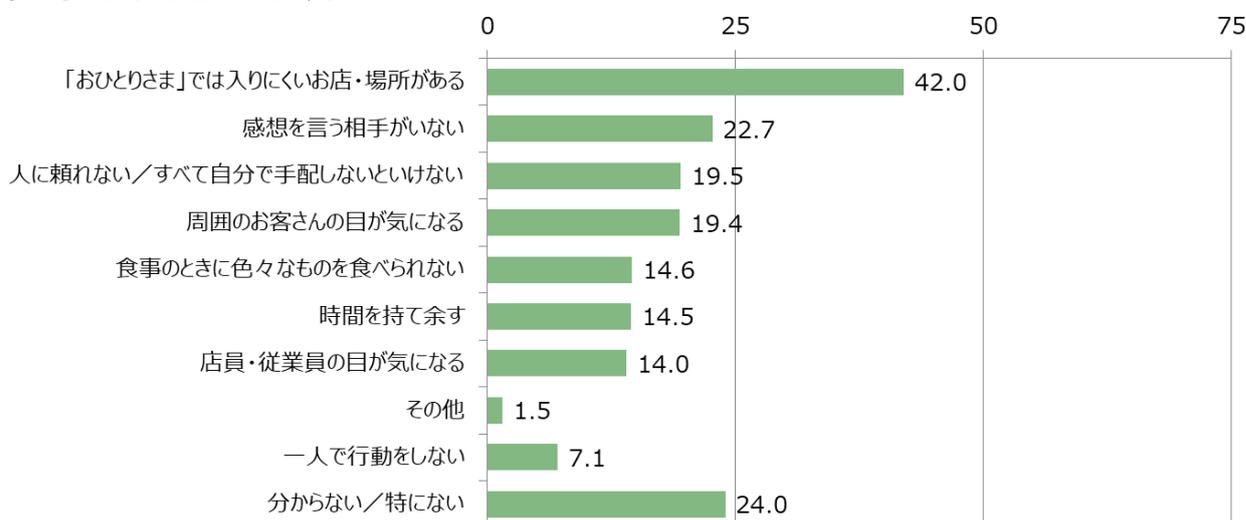


ベース：全対象者 (n=3,338)

一方、ひとりで行動することのよくない点として最も多く挙げたのは、「『おひとりさま』では入りにくいお店・場所がある」でした(図表 4)。高級レストランや、女性にとってのラーメン屋、男性にとってのスイーツ店のイートインのように、誰かと一緒にあれば入れる、入りやすいお店・場所でも、ひとりでは恥ずかしい、ひとり客は歓迎されないかもしれない、など足を踏み入れにくいところは少なくないのかもしれませんが。

図表 4

●ひとりで行動することのよくない点



ベース：全対象者 (n=3,338)

※本レポートに使用した当社調査データ

【インテージのネットリサーチによる自主企画調査データ】

調査地域:全国

対象者条件:20～69 歳の男女

標本抽出方法:弊社「マイティモニター」より抽出しアンケート配信

ウェイトバック:性年代構成比を、2015 年度実施国勢調査データをベースに、人口動態などを加味した 2017 年度の構成比にあわせてウェイトバック

標本サイズ:n=3,338

調査実施時期: 2019 年 10 月 28 日(月)～2019 年 10 月 30 日(水)

【株式会社インテージ】 <https://www.intage.co.jp/>

株式会社インテージ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:檜垣 歩)は、「Create Consumer-centric Values ～お客様企業のマーケティングに寄り添い、共に生活者の幸せを実現する」を事業ビジョンとして掲げ、さまざまな業界のお客様企業のマーケティングに寄り添うパートナーとして、共に生活者の幸せに貢献することを目指します。生活者の暮らしや想いを理解するための情報基盤をもって、お客様企業が保有するデータをアクティベーション(活用価値を拡張)することで、生活者視点に立ったマーケティングの実現を支援してまいります。

【報道機関からのお問い合わせ先】

■株式会社インテージ 広報担当:星(ほし)・下河原(しもがわら)

TEL: 03-5294-6000

サイト「お問い合わせフォーム」 <https://www.intage.co.jp/contact/>