

< 外食における消費行動分析 >

**グループランチ予約数が 4 倍に増加！
50～70 代大人女性の『新しい昼社交消費』動向を調査**

— 人生 100 年時代の「サードステージ」における前向きなつながり欲求と消費インサイト分析 —

レストラン予約サイトを運営する「OZmall（オズモール）」（会員数 500 万人）（運営：スターツ出版株式会社、本社：東京都中央区、代表取締役社長：関根赴治）は、予約データ・アンケート分析をもとに、大人女性の『新しい昼社交消費』動向についての最新レポートを公開致しました。

【本リリースのポイント】

■ グループ飲食需要が「夜から昼」へシフト

女性同士（4 名以上）のランチ利用予約数が 2019 年比 2.7 倍へ拡大。特に 50～70 代のアクティブな大人世代では予約数が 4 倍に増加。

■ 上質な体験への投資と単価上昇

ホテルレストランでのグループランチ利用は 2019 年比で約 4 倍。平均単価は 3,687 円から 4,936 円（+1,249 円）へ大幅上昇し、「ラグジュアリーな空間での体験価値」への積極投資がうかがえる。

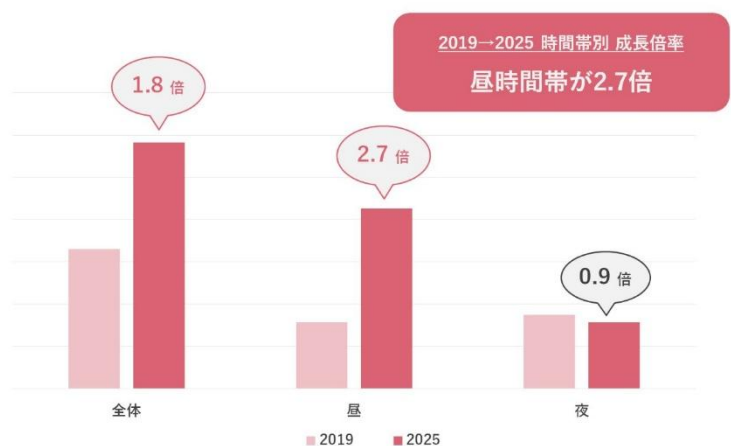
■ 「サードステージ」思考

アンケート調査では約 7 割が今後の人生にポジティブ。人間関係の整理を経て「好き・ワクワク」を軸に 3 人に 1 人が新しい友人を求める実態が判明。

1. 外食市場の「夜から昼へ」のシフトと大人世代のグループランチ急増

「OZmall」のレストラン予約データ分析(※1)によると、女性同士 4 名以上（以下、女性グループ）のレストラン利用は 2019 年から 2025 年にかけて 1.8 倍に成長しました。

時間帯別に見ると、ディナー利用が 2019 年比で 0.9 倍とほぼ横ばいで推移したのに対し、ランチ利用は 2.7 倍へ拡大。女性グループの集う中心時間帯は「夜」から「昼」へと大きくシフトしています。



この昼社交を力強く牽引しているのが、**50～70代を中心とするアクティブな大人世代**です(※2)。年代別のランチ予約成長倍率を見ると、50代が3.5倍、60代が5.2倍、70代が6.5倍と、年代が上がるほど成長率が顕著であり、**50～70代累計では2019年比4倍**に達しました。これにより、ランチグループ利用全体に占める50代以上のシェアは、2019年の20～30代中心から、**2025年には全体の39%を占めるまでに拡大**しています(※3)。



2. 「ラグジュアリーな体験価値」への投資と平均単価の上昇

大人世代の昼社交において特に注目されるのが「**ホテルレストランでのグループランチ**」です。予約数は**2019年比で4倍**に伸び、上質な集いの場としての地位を確立しています。平均利用単価の推移(※4)からも、体験に対するこだわりが見受けられます。ランチ全体の平均単価が2019年の3,380円から2025年には4,199円(+819円)へと上昇したのに対し、**ホテルレストランでの平均単価は3,687円から4,936円(+1,249円)へとさらに大きく上昇**しました。物価上昇の影響を考慮する必要はあるものの、単にお腹を満たす目的ではなく、ラグジュアリーな空間で上質なコース料理を味わいながら時間を気にせず語り合う「**体験価値**」への投資と言えるでしょう。



3. 消費の背景にある「人間関係の整理」と「サードステージ」への意欲

OZmall が2026年7月に実施した「友人関係とライフスタイルに関するアンケート」(※4)からは、これまでの人間関係をベースにしつつも、「これからの人生をともに楽しめる仲間」を、自分の「好き」や「ワクワク」を軸に軽やかに作り出している、大人世代の意識の変化と前向きな行動が判明しました。

◆主体的で軽やかな人間関係の整理と「サードプレイス」欲求

特に特徴的だったのは、主体的な人間関係の整理です。アンケート(※5)では、「本当に大切な人とだけ会いたい (26.7%)」「なんとなくの付き合いが減った (19.0%)」が上位を占め、義理や義務感による人間関係を整理し身軽になった姿が浮かび上がります。過去の肩書やしがらみに縛られず、「今の自分」として心地よく集える新たな居場所 (サードプレイス)を求める前向きな欲求が背景に存在します。

Q. コロナ禍を経て、現在の友人関係への影響について教えてください



◆「余生」ではなく「サードステージ」。3人に1人が新しい友人を切望

この欲求を後押しするのが、「人生 100 年時代」に対する圧倒的な前向きさです。これからの人生観について、回答者の約 7 割がポジティブな意欲を示しました。

Q. 「人生100年時代」といわれるなか、これからの人生についてどのように考えていますか？



人生後半戦を「余生」ではなく自分のための「サードステージ」と位置づけ、3人に1人が「新しい友人が欲しい」と回答。さらに、習い事の開始や一人イベント参加、推し活コミュニティ参加など、実際に行動を起こした人・意欲を持つ人を合わせると約 4 割に達しています。20 代でバブル期の華やかな社交文化を体験した世代ならではの感性とゆとりが、贅沢な昼社交消費と合致しています。

【実際に行動した人の声】

「子どもが独立し自分の時間ができたので、前から興味のあった陶芸教室に通い始めました。そこで年代の近い仲間ができて、今では教室帰りにランチへ行くのが一番の楽しみです」(50 代女性)

「これまでは友達と日程を合わせるのが大変で諦めることも多かったのですが、思い切って『一人参加歓迎』のホテルランチワークショップに参加してみました。同じ目的で来ている方ばかりなので意気投合しやすく、連絡先を交換して新しい友人ができました」(60 代女性)

「好きなアーティストの推し活で SNS のオフ会やコミュニティに思い切って参加してみたら、年齢や立場を超えて心から共感し合える最高の仲間に出会えました。自分の『好き』を軸にした新しい居場所ができて毎日がとてもポジティブです」(50 代女性)

4. 象徴事例：ひとり参加率 93%の「誕生日パーティー」イベント

この「昼社交」と「共通項でつながりたい」潜在ニーズを可視化した象徴的な事例が、OZmall が毎月開催している「誕生日パーティー」イベントです（毎月約 30 名規模、平均単価約 8,500 円）。

ラグジュアリーホテルのメインダイニングで平日昼間に開催される本イベントは、ひとり参加率 93%を記録し、参加者の 48%を 50 代以上が占めています。同じ誕生月というゆるやかな共通項をもとに初対面同士が相席し、自然に打ち解ける場となっています。



※写真は、4 月生まれ誕生日パーティーの様子。30 名がドレスアップして参加。

◆分析から導かれた 2 つのインサイト

【インサイト 1：役割から解放され、フラットに集えるサードプレイス】

家庭や職場などの役割や義理に縛られない対等なサードプレイスの欲求。「誕生月」という重すぎない共通項が心理的ハードルを下げ、自立した女性たちの本音を捉えています。

【インサイト 2：感性の共有と『特別な口実』が生む消費行動】

「美食やハイクラス空間を楽しみたい」という嗜好の共通性と、「誕生日をお祝いする」という大義名分が背中を押し、個人の前向きな社交消費へと昇華させています。

5. まとめ

「夜から昼へ」「若者から大人世代へ」「日常から贅沢空間へ」。外食市場で拡大するこのトレンドは、人生 100 年時代のサードステージを心豊かに過ごしたい大人世代の、ポジティブな「つながりたい気分」の表れです。人生 100 年時代の間地点を迎えた 50～70 代のアクティブな女性たちは、これまでの役割や義理の付き合いを整理し、自らの「好き」や「ワクワク」を軸に、新しいつながりを前向きに広げようとしています。バブル期に培われた豊かな感覚と時間のゆとりが重なり合うなかで、今高まっているのは単なる外食にとどまらない「誰かとつながり、人生を豊かにするための社交体験」の需要。この前向きな思いに応え、誰もが気兼ねなく参加できる“ちょっと特別なきっかけ”を作っていけるかが、これからの大人世代の消費トレンドを読み解くうえで重要な視点となりそうです。

※本レポートで紹介した分析・ユーザーインサイトの全容は、マーケティング専門メディア MarkeZine（マーケジン）」の連載記事でも解説しています。 <https://markezine.jp/article/detail/77555>

＜OZmall では、本レポートで象徴イベントとしてご紹介している「誕生日パーティ」を毎月開催中。現地取材、編集者へのインタビュー等が可能です。お気軽にご相談ください。＞



【10 月生まれ誕生日パーティ】

- レストラン名：NiNi／1 Hotel Tokyo 38 階
 - 価格：7200 円（税・サ込）
 - 開催日時：2026/10/14（水）・10/28（水）12:00～
- 詳細はこちら

<https://www.ozmall.co.jp/joshikai/restaurant/event/46740/>

【調査概要・データ出典】

- ・（※1）OZmall レストラン予約データ「女性同士 1 組 4 名以上の予約推移」（2019 年・2025 年）
- ・（※2）OZmall レストラン予約データ「女性同士 1 組 4 名以上：ランチ予約者の年代別成長倍率」（2019 年・2025 年）
- ・（※3）OZmall レストラン予約データ「女性同士 1 組 4 名以上：プラン予約者の年齢シェア」（2019 年・2025 年）
- ・（※4）OZmall レストラン予約データ「女性同士 1 組 4 名以上：ランチ予約者の平均利用単価推移」（2019～2025 年）
- ・（※5）OZmall ユーザーアンケート「友人関係とライフスタイルに関するアンケート」（2026/7/23～29 50 代以上女性 n=478）

【本件・取材に関するお問い合わせ先】

報道関係者の皆様からの「大人女性の『新しい昼社交消費』」や「店舗やイベントの取材」に関するお問い合わせを承っております。

スターツ出版株式会社 広報担当 白土（しらと）

- TEL：03-6202-0311
- E-mail：contact-stp@starts-pub.jp
- 〒104-0031 東京都中央区京橋 1-3-1 八重洲口大栄ビル
- URL：<https://starts-pub.jp/>