

～熊本市の女性の外食利用に関するアンケート調査結果（概要）～

家族や友人との外食、頻度・費用ともに 3～4 割が減少と回答

～減少理由、家族とは「節約のため」、友人とは「会う機会が減った」～

ここ 1 年、景気悪化による節約志向から外出を控え家庭で過ごす、いわゆる“巣ごもり消費”型の生活者が増えてきた。そのため、外食業界は苦戦を強いられており、各社が生き残りをかけ主要メニューの値下げや低価格業態への転換などで顧客獲得に励んでいるが、依然厳しい状況にある。

そこで今回の調査では、熊本の女性モニターを対象に外食の利用についてアンケート調査を行い、その実態を明らかにするとともに、そのニーズを探ることとした。なお、今回は、家族との外食、友人との外食のそれぞれについて質問している。

【調査結果の概要】

1. 家族との外食の頻度は、「数ヶ月に 1 回」(40.7%) が最も多く、次いで「月に 2～3 回」(22.0%)、「月に 1 回」(20.9%) となっている。1 年前と比較して頻度が「減った」との回答は 43.9% に上っている。また、外食の費用も、「減った」が 38.5% となっている。
2. 家族との外食頻度が減った理由は、「節約のため」(70.5%) が最も多い。
3. 家族で外食をする店は、「回転寿司店」(49.8%) が最も多く、「和食料理店」(39.7%)、「焼肉店」(35.2%) などが続いている。店選びで重視する点は、「美味しい(美味しそう)」(76.1%) が圧倒的に多く、次いで、「価格が安い」(46.8%) となっている。
4. 友人との外食の頻度は、「数ヶ月に 1 回」(41.4%) が最も多く、次いで「月に 1 回」(20.0%)、「月に 2～3 回」(18.6%) となっている。1 年前と比較して頻度が「減った」との回答は 33.5% となっている。また、外食の費用も、「減った」が 31.0% となっている。
5. 友人との外食頻度が減った理由は、「友人と会う機会が減った」(65.0%) が最も多く、「節約のため」は 29.9% にとどまっている。
6. 友人と外食をする店は、「カフェ、喫茶店」(50.1%) が最も多く、次いで「洋食料理店」(48.1%)、「和食料理店」(45.8%) の順となっている。店選びで重視する点は、やはり「美味しい(美味しそう)」(82.7%) が最も多く、次いで「店の雰囲気(景色、内装等)」(60.2%) となっている。

【調査概要】

対象：熊本市在住の 20 代から 60 代の
女性モニター 500 人
有効回答数：440 人（有効回答率：88.0%）
調査時期：平成 21 年 5 月 15 日～5 月 27 日
調査方法：郵送法

回答者の属性

属性		実数	%	属性		実数	%
年代	20代	73	16.6	結婚の有無	結婚している	324	73.6
	30代	98	22.3		結婚していない	114	25.9
	40代	79	17.9		無回答	2	0.5
	50代	95	21.6	合計	440	100.0	
	60代	95	21.6				
合計	440	100.0					

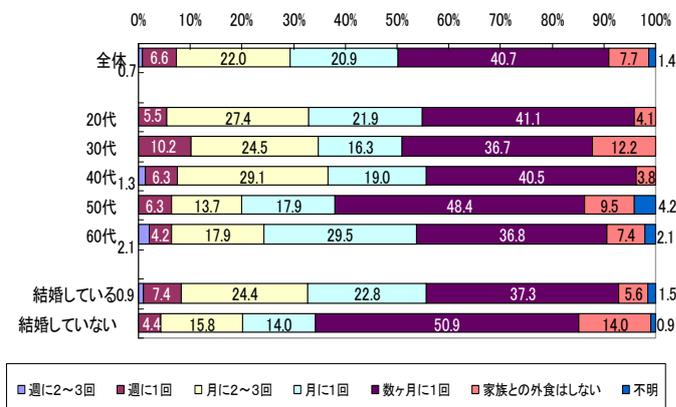
1. 家族との外出

(1) 外出頻度

家族との外出頻度は、「数ヶ月に1回」が40.7%と最も多く、次いで「月に2～3回」(22.0%)、「月に1回」(20.9%)の順となっている(図表1)。

50代や、「結婚していない」といった層は、家族との外出頻度が他の層より少ないようである。

図表1 外出の頻度(家族)

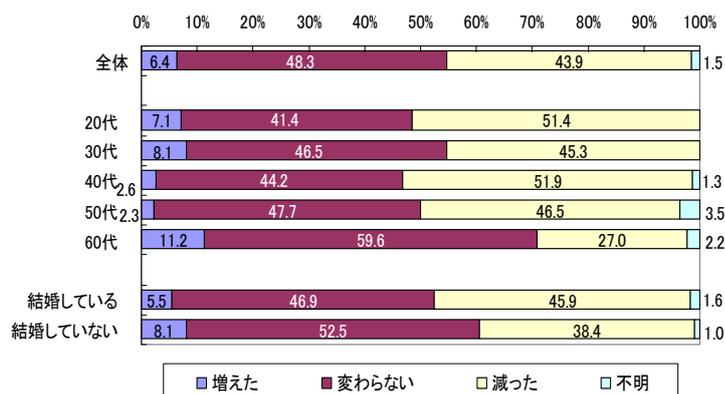


(2) 1年前と比較した外出頻度の増減

1年前と比較した家族との外出頻度の増減については、「変わらない」が48.3%と最も多い。しかしながら、「減った」も43.9%に上っており、昨今言われている“外出離れ”の傾向がうかがえる(図表2)。

年代別にみると、20～50代の「減った」が約半数に上っている一方で、60代は27.0%と他の年代ほどではない。

図表2 1年前との外出頻度の比較(家族)

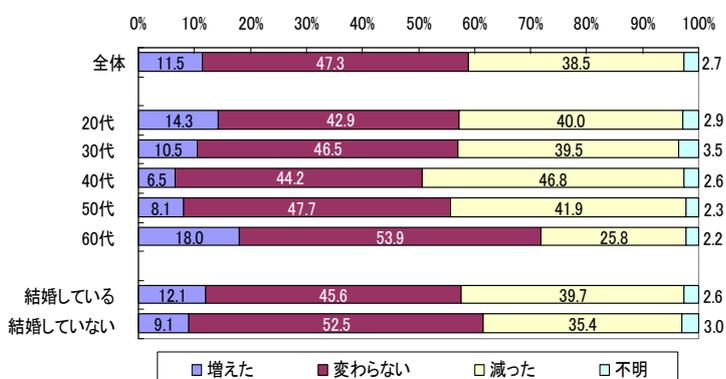


(3) 1年前と比較した外出費用の増減

1年前と比較した家族との外出費用の増減については、「変わらない」が47.3%と最も多いものの、「減った」も38.5%に上っている(図表3)。

外出の費用も、頻度とほぼ同様の傾向がみられ、60代は減少傾向ながらも他の年代ほどではないことがうかがえる。おそらく、この年代は、時間的・金銭的余裕ができる人が他の年代より多く、また、孫などと余暇時間を楽しむ人も多いと思われ、家族との外出の時間や費用をさほど惜しまない傾向があるのではないかとと思われる。

図表3 1年前との外出費用の比較(家族)



(4) 外食頻度が減った理由

家族との外食頻度が減った理由(複数回答)は、「節約のため」(70.5%)が7割に上っており、まさに生活者が家計防衛意識から“内食回帰”していることがわかる(図表4)。次いで、「家族との時間が合わない」(35.0%)、「家の方がゆっくりと食事ができる」(27.3%)などが続いている。5位の「家で作る方が安心・安全」(21.3%)は、50代で32.6%、60代で56.0%と、年代が高いほど回答率は高くなっている。

図表4 家族との外食頻度が減った理由(%) [複数回答]

順位	項目	(n=183)
1	節約のため	70.5
2	家族との時間が合わない	35.0
3	家の方がゆっくりと食事ができる	27.3
4	外出する機会が少なくなった	23.5
5	家で作る方が安心・安全	21.3

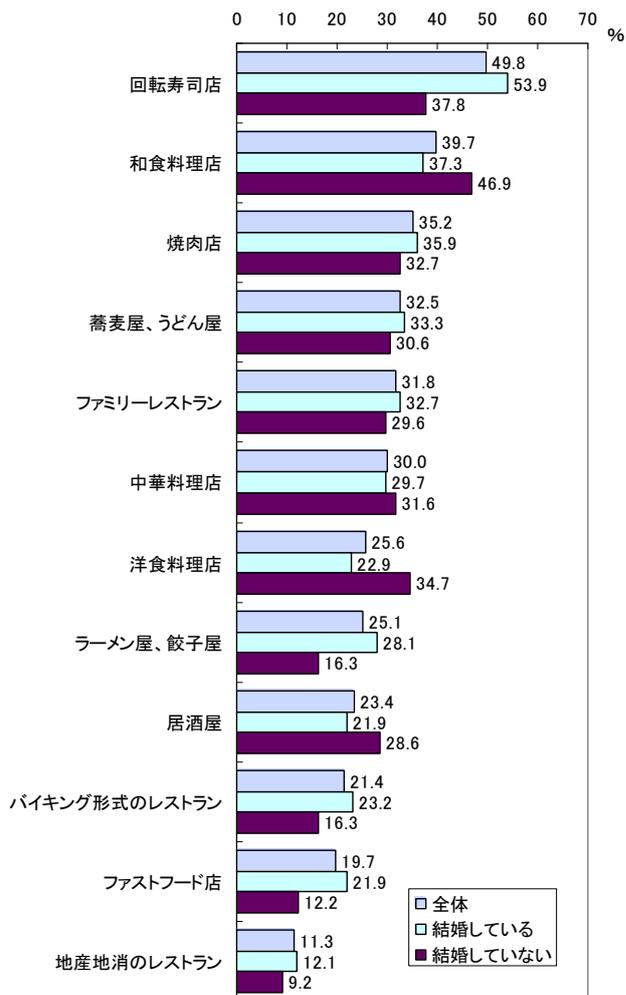
上位5項目を表示

(5) 家族と外食をする店

家族と外食をする店(複数回答)は、「回転寿司店」(49.8%)が最も多く、次いで「和食料理店」(39.7%)、「焼肉店」(35.2%)となっている(図表5)。「回転寿司店」は、低価格なうえ、家族が個人で食べる量を調節でき、また回転台から好きなものを選ぶという家庭ではなかなか体験できないレジャー的要素がある点が支持されているものと思われる。

結婚の有無別にみると、「結婚している」人は「回転寿司店」が53.9%と最も多く、「結婚していない」人は「和食料理店」が46.9%と最も多い。また、「結婚している」人の方が「結婚していない」人より回答率が高い項目は、「回転寿司店」のほか、「ラーメン屋、餃子屋」、「ファストフード店」などとなっている。一方、「結婚していない」人の方が「結婚している」人より回答率が高い項目は、「和食料理店」のほか、「洋食料理店」、「居酒屋」などとなっている。

図表5 家族と外食をする店 [複数回答]



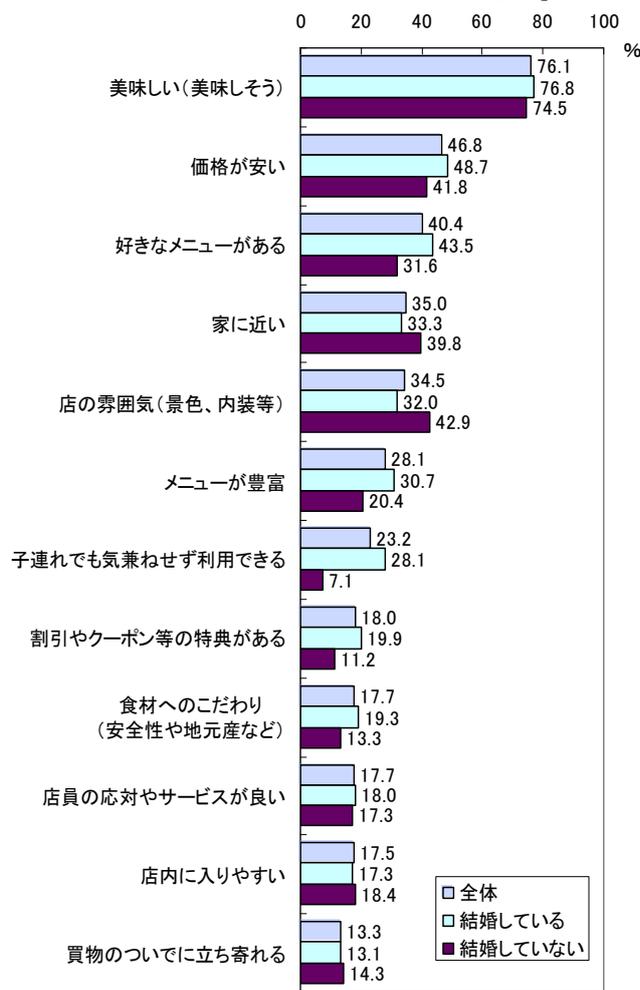
上位12項目を表示

(6) 店選びで重視する点

家族との外食の際に店選びで重視する点は、「美味しい(美味しそう)」が76.1%と圧倒的に高く、何よりも“味”が1番のようである(図表6)。次いで「価格が安い」(46.8%)、「好きなメニューがある」(40.4%)、「家に近い」(35.0%)などが続いており、「割引やクーポン等の特典がある」(18.0%)も支持されている。つまり、家族との外食は、“味”の次に安さや手軽さが重要視されている。

「結婚している」人の方が「結婚していない」人より回答率が高い項目は、「好きなメニューがある」、「メニューが豊富」、「子連れでも気兼ねせず利用できる」などとなっている。自由回答で「子供の好きな店に行く」との意見もみられ、子供のいる家庭では、選択権が子供にあるところも多いようである。

図表6 家族との外食の際に店選びで重視する点 [複数回答]



上位12項目を表示

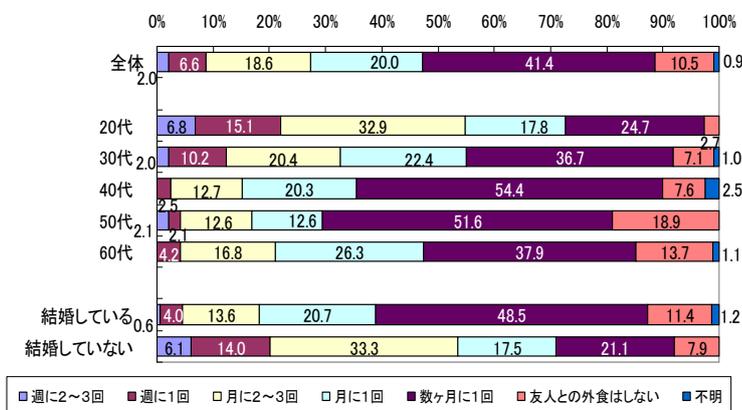
2. 友人との外食

(1) 外食頻度

友人との外食頻度は、「数ヶ月に1回」(41.4%)が最も多く、次いで「月に1回」(20.0%)、「月に2~3回」(18.6%)の順となっている(図表7)。

ただし、年代によって頻度の差がかなりみられ、20代が最も多く、「月に2~3回」が32.9%、「週に1回」が15.1%、「週に2~3回」も6.8%となっている。一方で、40~50代の頻度の低さが目立つ。また、「結婚していない」人の頻度が高く、「月に2~3回」が33.3%、「週に1回」は14.0%となっている。

図表7 外食の頻度(友人)

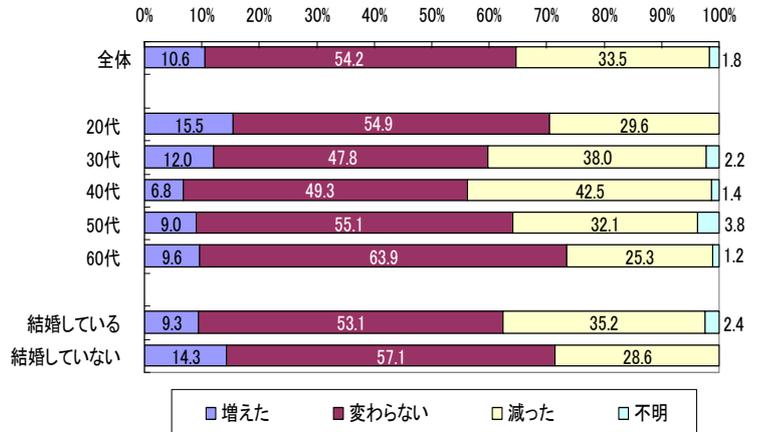


(2) 1年前と比較した外出頻度の増減

1年前と比較した友人との外出頻度の増減については、「変わらない」が54.2%と最も多い(図表8)。「減った」は33.5%と、やはり減少傾向ではあるものの、家族との外出頻度と比較するとその割合は若干小さい。

年代別では、40代は「減った」との回答が42.5%と他の年代より多く、一方で、20代は「増えた」との回答が15.5%と他の年代より多くなっている。また、「結婚している」人の方が「結婚していない」人よりも外出頻度の減少の割合が大きい。

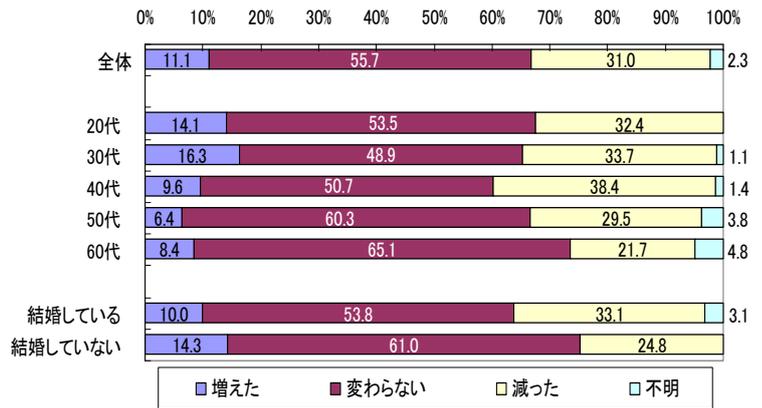
図表8 1年前との外出頻度の比較(友人)



(3) 1年前と比較した外出費用の増減

1年前と比較した友人との外出費用の増減については、「変わらない」が55.7%と最も多い(図表9)。また、外出の頻度と同様、費用も約3割が「減った」と回答している。中でも、「40代」、「結婚している」といった層の外出費用の減少が目立っている。

図表9 1年前との外出費用の比較(友人)



(4) 外出の頻度が減った理由

友人との外出頻度が減った理由は、「友人と会う機会が減った」(65.0%)が最も多く、次いで「時間的なゆとりがなくなった」(40.1%)となっている(図表10)。「節約のため」(29.9%)は3割にとどまっており、家族との外出ほど、節約志向の強さは見られない。

図表10 友人との外出頻度が減った理由(%) [複数回答]

順位	項目	(n=137)
1	友人と会う機会が減った	65.0
2	時間的なゆとりがなくなった	40.1
3	節約のため	29.9
4	美味しい店や 行きたい店が減った	6.6
5	その他	5.1

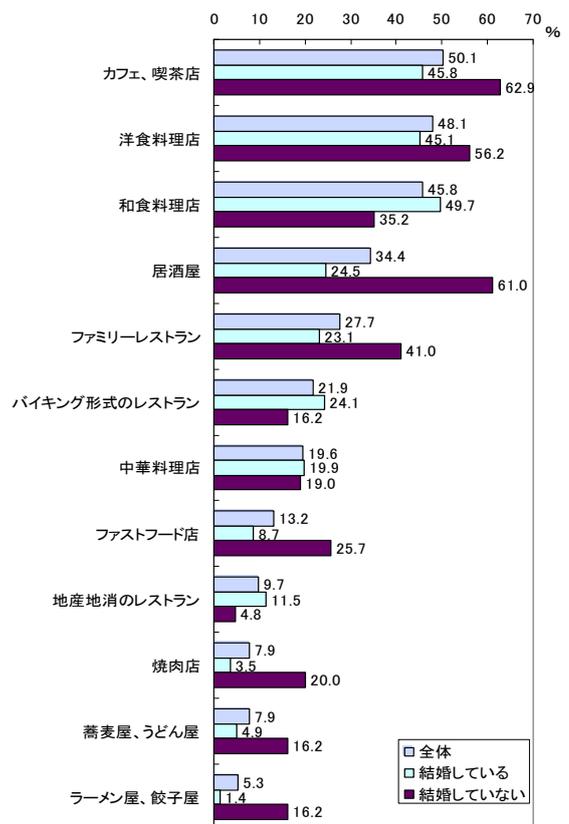
上位5項目を表示

(5) 友人と外食をする店

友人と外食をする店は、「カフェ、喫茶店」(50.1%)が最も多く、次いで「洋食料理店」(48.1%)、「和食料理店」(45.8%)となっている(図表11)。

結婚の有無別にみると、「結婚している」人は、「カフェ、喫茶店」(45.8%)、「洋食料理店」(45.1%)、「和食料理店」(49.7%)で4割を超えている。また、「結婚していない」人は、「洋食料理店」(56.2%)で5割を超え、「カフェ、喫茶店」(62.9%)や「居酒屋」(61.0%)にいたっては6割を超えている。全体的に、「結婚していない」人の方が「結婚している」人より回答率の高い項目が多く、色々な店を使い分けている様子が見える。年代別では、「和食料理店」は年代が高いほど回答率が高く、「居酒屋」や「ファストフード店」などは年代が若いほど回答率が高い。

図表 11 友人と外食をする店 [複数回答]



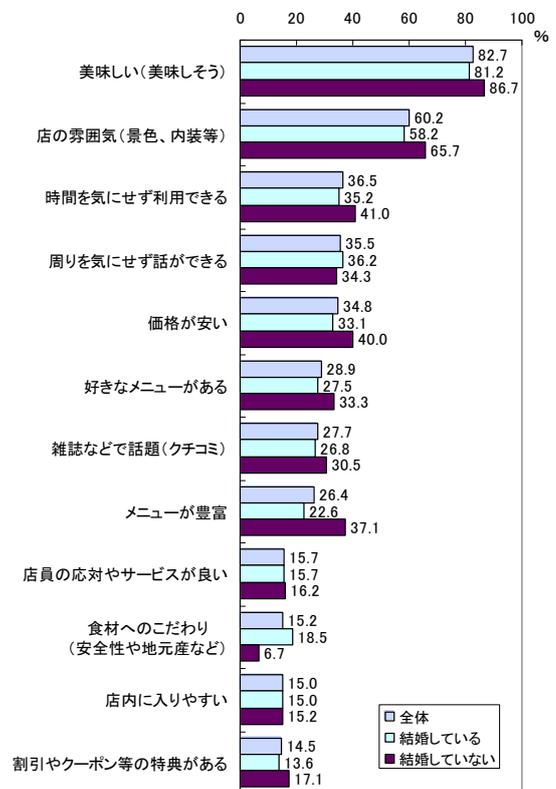
上位 12 項目を表示

(6) 店選びで重視する点

友人との外食でも、やはり「美味しい(美味しそう)」が82.7%と圧倒的に高く、次いで「店の雰囲気(景色、内装等)」(60.2%)、「時間を気にせず利用できる」(36.5%)、「周りを気にせず話ができる」(35.5%)が続いている(図表12)。「価格が安い」(34.8%)は、家族との外食では2位であったが、友人との外食では5位となっており、価格の安さより、雰囲気が良くおしゃべりしながら食事ができる点が店選びで優先される傾向が見られる。また、「雑誌などで話題(クチコミ)」(27.7%)を重視する傾向も高い。

結婚の有無別にみると、「メニューが豊富」や「食材へのこだわり(安全性や地元産など)」などで回答率に大きく差が見られる。

図表 12 友人との外食の際に店選びで重視する点 [複数回答]



上位 12 項目を表示

おわりに

今回調査では、家族との外食・友人との外食とも、1年前より頻度や費用が減少したとの回答が3～4割に上がることが明らかとなった。

特に家族との外食は、節約を理由とする割合が高く、低価格志向が強まっている。したがって、生活者の家計防衛意識が弱まらない間は、企業は価格面での努力が求められるであろう。

一方、友人との外食は、頻度・費用ともに減少は見られるものの、家族との外食ほど節約志向が強い訳ではない。おそらく、多くの女性にとって友人との会食は、ストレス解消であったり、子育てや教育の情報交換の場であったりするためであろう。店選びも価格の安さより店の雰囲気や話しやすさなどが優先される傾向がみられるため、『日常からの開放感』や『居心地』の提供が大変重要となる。

このように、単に外食といっても、家族、友人では、目的やニーズが異なっている。また、今回、「(家族・友人を問わず)どのような店ができたなら、もっと外食をすると思うか」と尋ねたところ、「もっと価格の安いバイキングレストラン」、「ヘルシーで高齢者向けのお店」、「地産地消のレストランを街ナカにもっと作って欲しい」、「外食が億劫になってきたので、おしゃれな器で出来立ての料理を届けてくれる店」などの意見が寄せられた。

競争激化の中、生活者のニーズを敏感に感じ取り、それらのニーズに丁寧に応えていくことは今後さらに求められる。目も舌も肥えた生活者が“外食回帰”するためには、『美味しさ』と『価格』の追求は当然のこと、“外食すること”の魅力をも再認識させる必要がある。

以 上