

この夏の行事・外食への参加意向、「国内旅行」(54.4%)が最多 コロナ禍で我慢していた反動で人気なのは「花火大会」「ビアガーデン」等 コロナ禍が落ち着いて外出に積極的も「物価高」がネックに

今夏の行事・外食への参加意向についての調査 (2023年6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・東海圏での夏の余暇活動に伴う外食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 今夏の行事・外食への参加意向「国内旅行」がトップで54.4% ・・・P3

▶この夏に行きたい行事・外食は、1位「国内旅行」(54.4%)、2位「回転寿司」(39.7%)、3位「ビュッフェや、食べ放題のお店」(33.9%)、4位「花火大会」(32.5%)、5位「商業施設・娯楽施設」(26.0%)、6位「ビアガーデン」(23.0%)。

▶20代女性で、全体1~5位の「国内旅行」「回転寿司」「ビュッフェや、食べ放題のお店」「花火大会」「商業施設・娯楽施設」の回答割合が全体平均よりも顕著に高く、この夏、他の性年代に比べ活動的であることが予想される。また、20・50・60代男性では「ビアガーデン」の回答割合も高かった。

POINT2 参加意向が高く、コロナ禍での我慢の反動が大きいのは「花火大会」「ビアガーデン」等。

行きたい相手は、1位「配偶者」(47.0%) ・・・P3-5

▶コロナ禍で行きづらかった反動で行きたい気持ちが高まったものは、1位「国内旅行」(34.7%)、2位「花火大会」(22.2%)、3位「ビュッフェや、食べ放題のお店」(19.8%)、4位「ビアガーデン」(15.6%)、5位「海外旅行」(12.1%)。「花火大会」や「ビアガーデン」「海外旅行」等はコロナ禍で行けなかった反動が大きな理由に。

▶この夏の行事・外食と一緒にいきたい人は、1位「配偶者」(47.0%)、2位「友人・知人」(36.9%)、3位「自分一人で」(29.1%)。

POINT3 積極行動の理由は「コロナ禍が落ち着いてきた」が最多。

一方「物価高」が外出のネックに ・・・P6

▶外食や外出に積極的な理由は、1位「コロナ禍が落ち着いてきたので外出に積極的」(35.7%)、2位「いろいろ我慢していたので取り戻したい」(20.1%)、3位「コロナ禍中に会えなかった人と過ごしたい」(19.6%)。

▶外食や外出に消極的な理由は、1位「物価高で消費に消極的」(25.4%)、2位「ごく親しい人や身内とだけ過ごしたい」(15.2%)、3位「家にいることに慣れて外出が面倒」(14.2%)。

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5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（外食市場調査）の中で、夏の余暇活動に伴う外食（コロナ禍中の夏の余暇活動に伴う外食の実態、今年の夏の余暇活動に伴う外食の意向や気持ちなど）について聴取。

- ◎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4月19日（水）～2023年5月1日（月）
- 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 497,545 件
- ⑥回収数 30,091 件
- ⑦本調査対象者数 12,896 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3年人口推計（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。

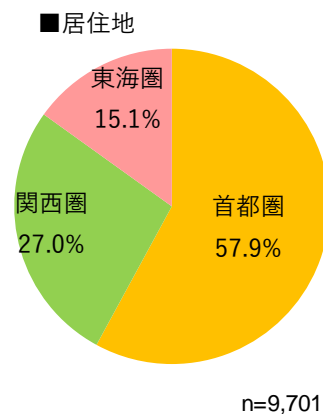
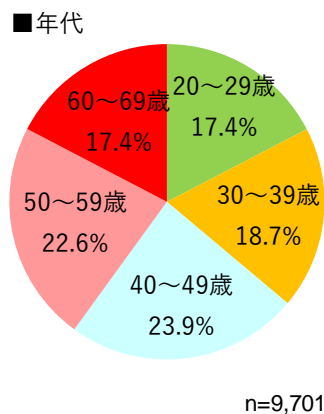
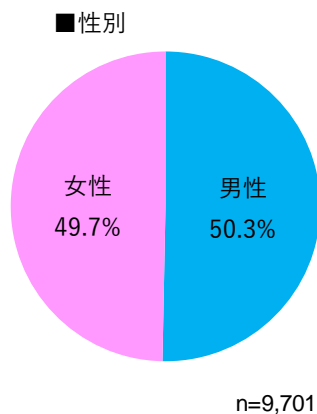
■本調査

- 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6月1日（木）～2023年6月9日（金）
- ③配信数 12,548 件
- ④回収数 9,778 件（回収率 77.9 %）
- ⑤有効回答数 9,701 件（首都圏 4,963 件、関西圏 2,539 件、東海圏 2,199 件）

※回収された票のうち、自由回答コメントから、趣旨に合わないと思われる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3年人口推計（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 9,701 件（首都圏 5,620 件、関西圏 2,617 件、東海圏 1,464 件）

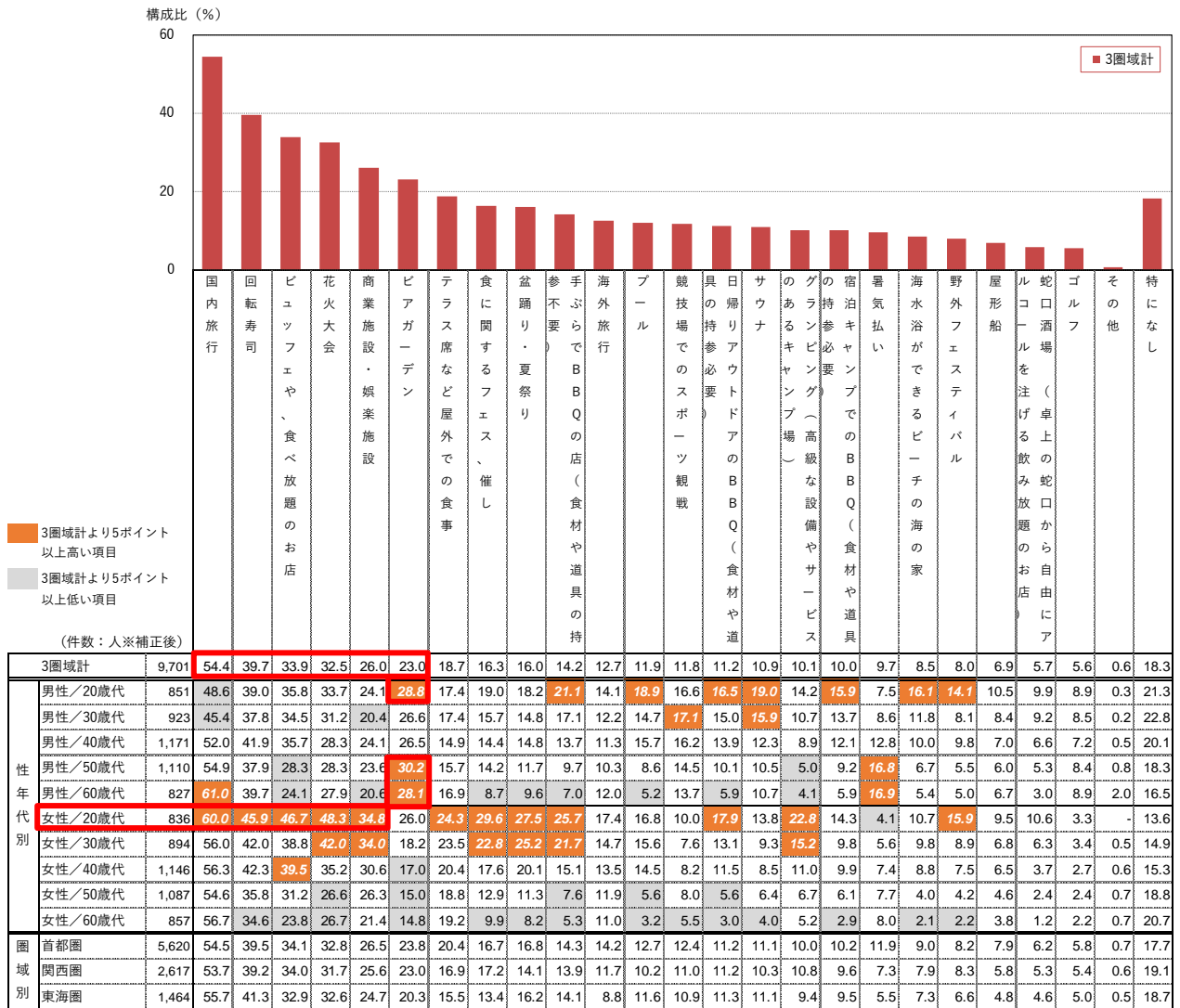
◆回答者プロフィール（ウェイトバック後）



1. 今夏の行事・外食への参加意向「国内旅行」がトップで54.4%

新型コロナウイルスが5類感染症に移行して初の夏、人々がどのような行事や外食に参加意向があるかを調査した。1位は「国内旅行」で参加意向は54.4%、2位は、今はレジャーとしても定着した「回転寿司」で39.7%、3位は「ビュッフェや、食べ放題のお店」が33.9%。以下、「花火大会」(32.5%)、「商業施設・娯楽施設」(26.0%)、「ビアガーデン」(23.0%)と続いた。性年代別では、20代女性で、全体1~5位の「国内旅行」「回転寿司」「ビュッフェや、食べ放題のお店」「花火大会」「商業施設・娯楽施設」の回答割合が全体平均よりも顕著に高く、この夏、他の性年代に比べ活動的であることが予想される。また、20・50・60代男性では「ビアガーデン」の回答割合も高く、「若者のビール離れ」などと言われる割には、20代男性がこの夏「ビアガーデン」への興味は高いことは注目に値しそうだ。

この夏に行きたいお店や場所、外食を伴うイベント（全体／複数回答）



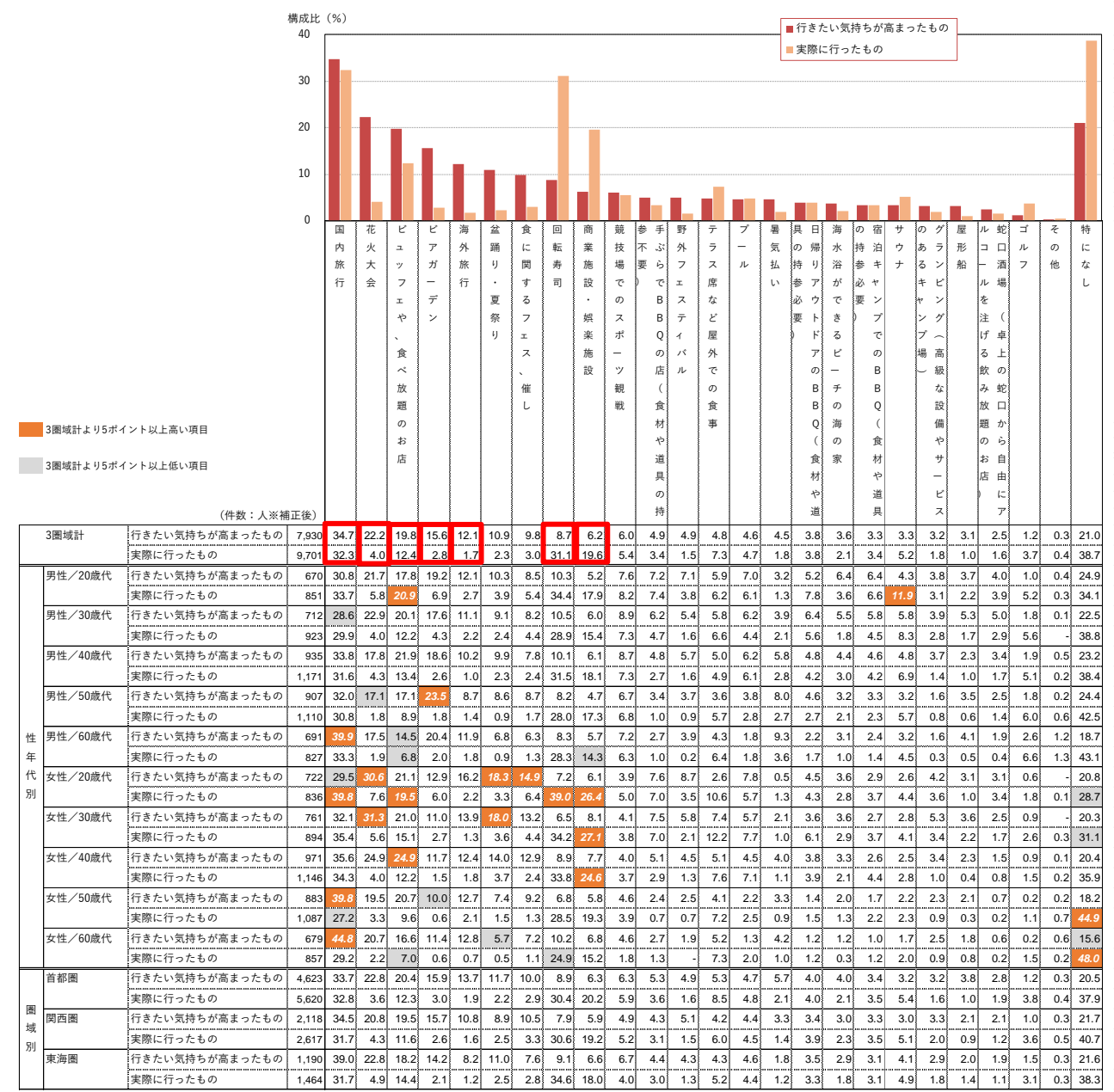
※「3圏域計」の多い順にソート

2. 参加意向の高いもので、コロナ禍での我慢の反動が大きいのは「花火大会」「ビアガーデン」等

次に、この夏に行きたいものの中で、コロナ禍で行きづらかった反動で行きたい気持ちが高まったものを調べた。行きたい気持ちが高まったもの（図の赤い棒グラフ）は、1位「国内旅行」(34.7%)、2位「花火大会」(22.2%)、3位「ビュッフェや、食べ放題のお店」(19.8%)、4位「ビアガーデン」(15.6%)、5位

「海外旅行」(12.1%)となっている。これに対し、実際にコロナ禍の夏に参加したもの(図のオレンジの棒グラフ)との差を見ると、差が大きいほど、コロナ禍中は我慢していて、この夏は参加意向が高まっているものということになる。差が大きいのは、「花火大会」や「ビアガーデン」「海外旅行」等で、コロナ禍の我慢の反動で参加意欲が高まっていると言える。逆に、「回転寿司」や「商業施設・娯楽施設」はコロナ禍中もある程度行ってた人が多かったようで、行きたい気持ちが高まった人はそれほど多くなかったようだ。

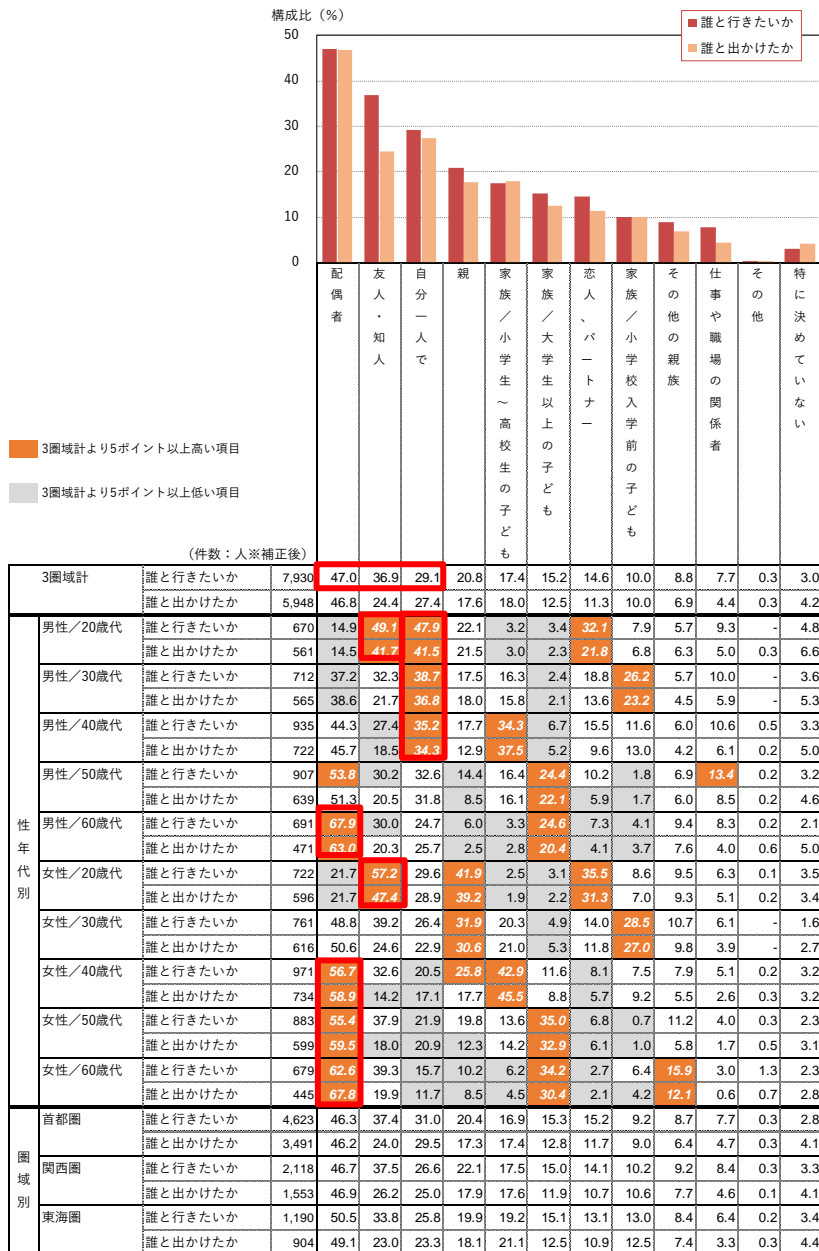
この夏に行きたいものの中で、コロナ禍中は行きづらかった・行けなかったため、行きたい気持ちが高まったもの(この夏に行きたいお店や場所、外食を伴うイベントがある人/複数回答)、コロナ禍中の夏に行ったお店や場所、外食を伴うイベント(全体/複数回答) ※コロナ禍中：2020年3月～2023年4月



3. この夏の行事・外食の行きたい相手は、1位「配偶者」(47.0%)。「友人・知人」連れも回復傾向か

この夏に行きたいものについて、誰と行きたいかを尋ねたのが図の赤の棒グラフ。一方、オレンジの棒グラフは、コロナ禍中に出かけた相手を尋ねた結果である。この夏の行事・外食と一緒に行きたい人は、1位「配偶者」(47.0%)、2位「友人・知人」(36.9%)、3位「自分一人で」(29.1%)であった。赤とオレンジの棒グラフの差は、前ページほどの乖離はなく、我慢していた反動といったものはあまり感じられないが、強いて言うと、「友人・知人」では若干ギャップがあり、コロナ禍では若干行動しづらかった相手かもしれない。性年代別では、40代以上の女性と60代男性で「配偶者」、40代以下の男性で「自分一人で」、20代男女では、「友人・知人」との割合がコロナ禍中もこの夏も他の年代よりも高くなっている。

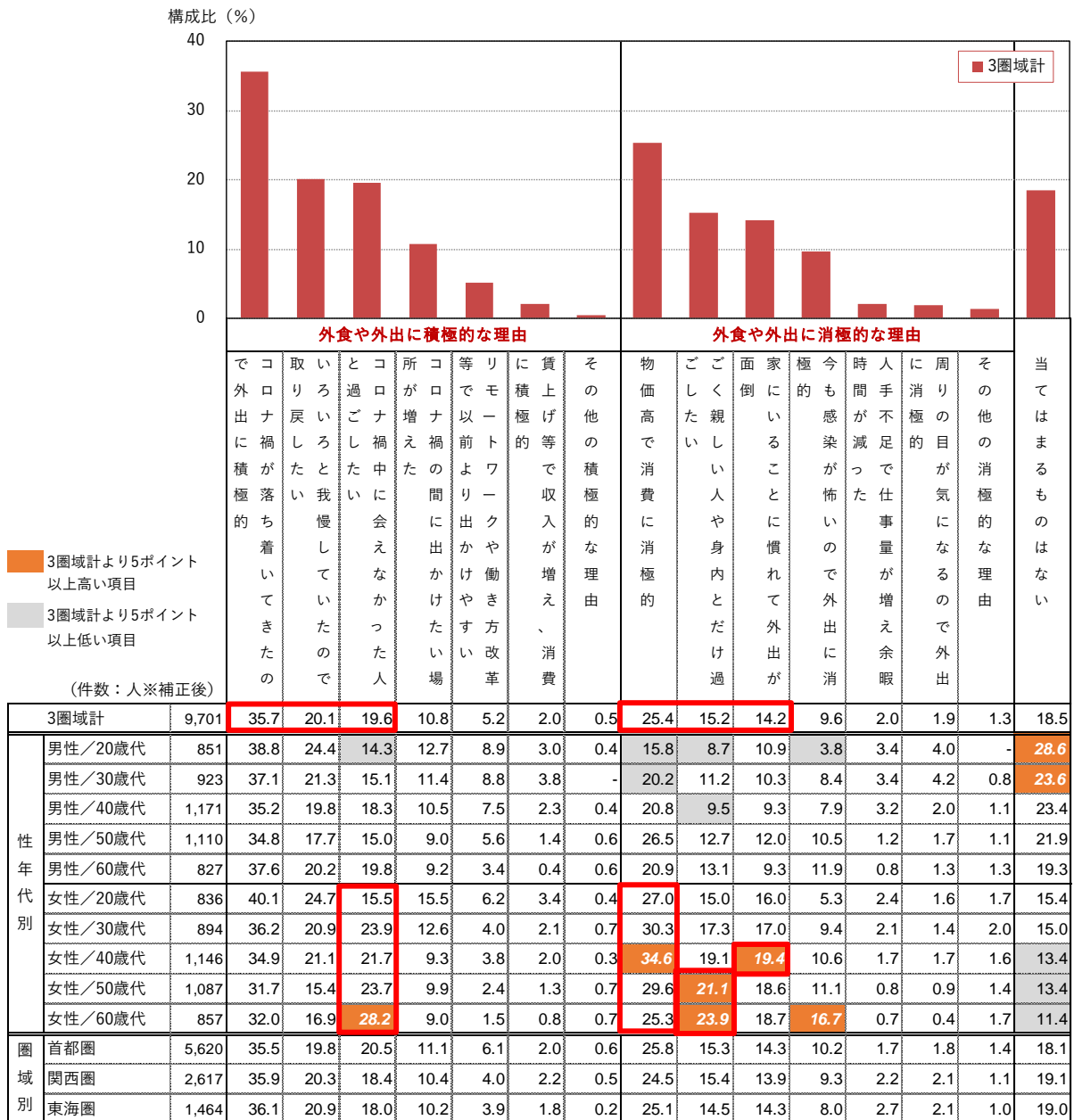
この夏に行きたいものについて、誰と行きたいか（この夏に行きたいお店や場所、外食を伴うイベントがある人／複数回答）、コロナ禍中の夏には誰と出かけたか（コロナ禍中の夏に行ったお店や場所、外食を伴うイベントがある人／複数回答）



4. 積極行動の理由は「コロナ禍が落ち着いてきた」が最多。一方「物価高」が外出のネックに

この夏の外出や外食に積極的な理由・消極的な理由の双方を尋ねた。外食や外出に積極的な理由は、1位「コロナ禍が落ち着いてきたので外出に積極的」(35.7%)、2位「いろいろと我慢していたので取り戻したい」(20.1%)、3位「コロナ禍中に会えなかった人と過ごしたい」(19.6%)。外食や外出に消極的な理由は、1位「物価高で消費に消極的」(25.4%)、2位「ごく親しい人や身内とだけ過ごしたい」(15.2%)、3位「家にいることに慣れて外出が面倒」(14.2%)。性年代別では、50・60代女性では「ごく親しい人や身内とだけ過ごしたい」の割合が高く、まだ外出に対して慎重な様子が伺える。また、40代女性では「家にいることに慣れて外出が面倒」の割合も高かった。さらに、積極的な理由としての「コロナ禍中に会えなかった人と過ごしたい」、消極的な理由としての「物価高で消費に消極的」は全年代で女性が男性より割合が高く、男女差が顕著となっている。

この夏の外出や外食に対する気持ち【積極的な理由+消極的な理由】(全体/複数回答)



※「3圏域計」の多い順にソート

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/>