

コロナ禍後、満席等で飲食店に入れなかったことがある人は27.9%
事前の「予約」が増加し、「インターネット予約」利用者は82.0%
予約理由「席がないと困る」「並んだり待ちたくない」「ポイント獲得」

夕方以降の夕食における予約についての調査（2023年10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）の夕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・東海圏での夕方以降の夕食における予約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 コロナ禍後の夕方以降の飲食店、混んでいる印象を持っている人は過半数の51.9%、満席等で飲食店に入れなかった経験のある人は27.9% …… P3-4

▶コロナ禍後（2023年5月以降）の夕方以降の飲食店について混んでいる印象を尋ねたところ、「そういう印象がある」は過半数の51.9%で、「そういう印象はない」の20.5%を大きく上回った。

▶満席等で飲食店に入れなかった経験を尋ねたところ、「そういう経験がある」の割合は27.9%。性年代別では、20代女性は「そういう経験がある」の割合が他の性年代よりも高く39.0%。男女ともおおむね年代が若くなるほど、「そういう経験がある」の割合が高い傾向がみられる。

POINT2 コロナ禍後は、コロナ禍前・コロナ禍中に比べて、20代女性等で飲食店を予約する行動が増加
コロナ禍後の予約経験者のうち「インターネット予約」利用者は82.0% …… P4-7

▶夕方以降の夕食を予約する割合が、コロナ禍後に「コロナ禍前より増えた」人は14.5%、「コロナ禍中より増えた」人は18.8%に達し、それぞれ「コロナ禍前より減った」の10.1%、「コロナ禍中より減った」の6.3%を上回り（「増えた-減った」の差は順に4.4pt、12.5pt）、夕方以降の夕食を予約する割合は、コロナ禍後に増加傾向。特に20代女性において顕著。

▶予約内容は「人数のみの予約」81.8%。「コース料理の予約」34.0%、「設定された時間枠の中から選んで予約」21.8%等。

▶予約方法は「インターネット予約」82.0%、「電話予約」48.0%、「SNSを使った予約」5.8%等。

POINT3 コロナ禍後の予約の理由、「席がないと困る」「並んだり待ちたくない」「ポイントがもらえる」 …… P8-9

▶予約する理由トップ3は、1位「混んでいて席がないと困るから」80.4%、2位「席が空くまで並んだり待ちたくないから」57.0%、3位「予約するとポイントがもらえるから」25.0%。コロナ禍後に強まった理由のトップ3も同じ項目が同じ順位で、1位「混んでいて席がないと困るから」52.3%、2位「席が空くまで並んだり待ちたくないから」36.4%、3位「予約するとポイントがもらえるから」10.8%。

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9月度）
◎調査方法	インターネットによる調査
◎調査対象	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、コロナ禍後の飲食店の混雑状況と満席で入れなかった経験、コロナ禍前・コロナ禍中・コロナ禍後（現在）における予約割合の推移、コロナ禍後の予約内容や方法、予約する理由とその中でコロナ禍後に強まったものなどを聴取。
◎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8月17日（木）～2023年9月4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	508,057 件
⑥回収数	32,714 件
⑦本調査対象者数	13,311 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るために、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。

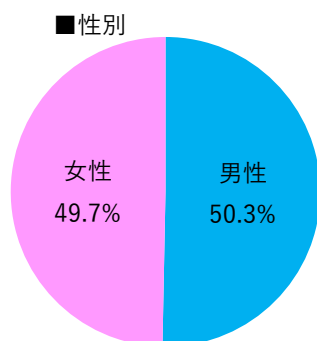
■本調査

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10月2日（月）～2023年10月12日（木）
③配信数	12,711 件
④回収数	9,898 件（回収率 77.9 %）
⑤有効回答数	9,808 件（首都圏 4,957 件、関西圏 2,585 件、東海圏 2,266 件）

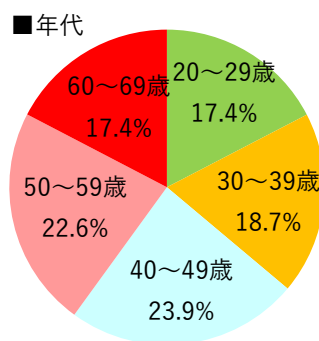
※回収された票のうち、自由回答コメントから、趣旨に合わないと思われる票を無効としたほか、事前調査時の普段の外食・中食頻度の回答と、本調査時の1カ月間の外食・中食回数が著しく乖離している場合、事前調査時の住所と、本調査時の住所が、圏域を越えて変わっている場合を無効とした。

- ◆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 9,808 件（首都圏 5,682 件、関西圏 2,646 件、東海圏 1,480 件）

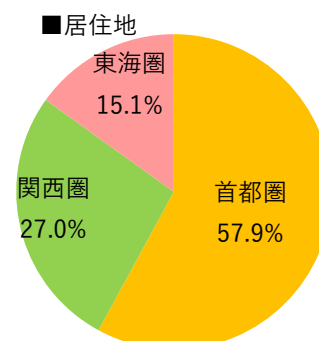
◆回答者プロフィール（ウェイトバック後）



n=9,808



n=9,808

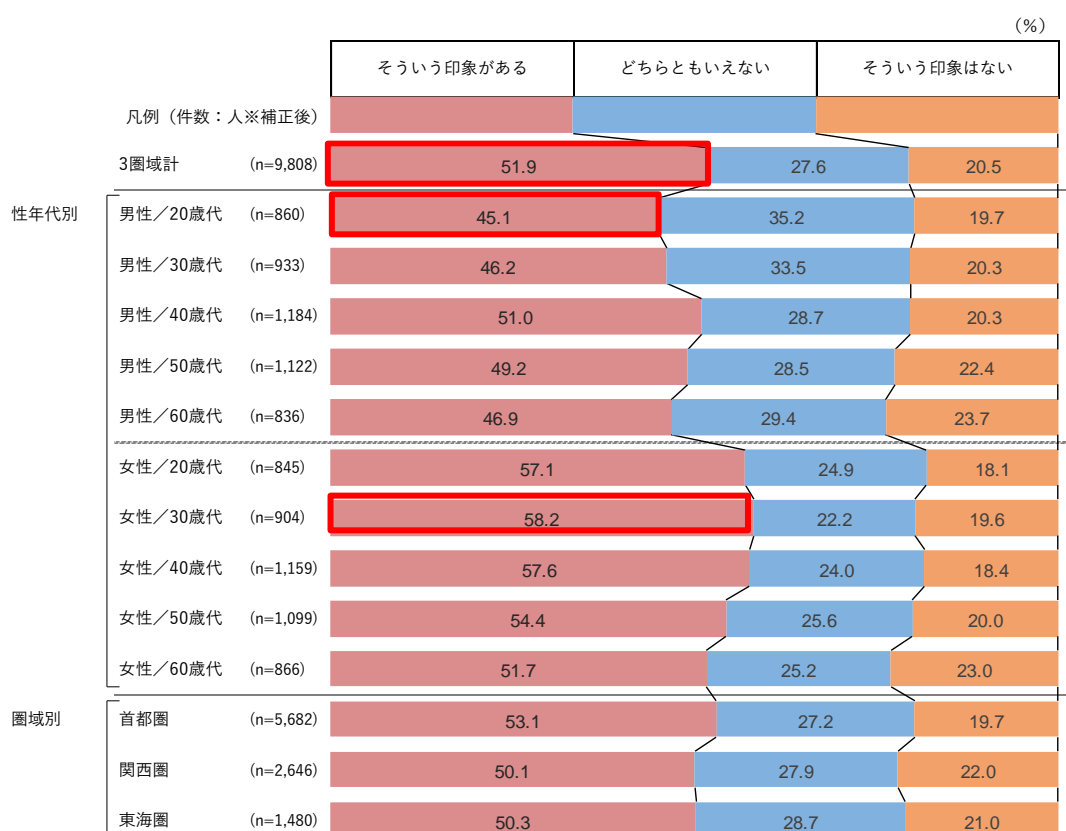


n=9,808

1. コロナ禍後の夕方以降の飲食店、混んでいる印象を持っている人は過半数の 51.9%

コロナ禍後（2023年5月以降）の夕方以降の飲食店について、混んでいる印象を尋ねたところ、「そういう印象がある」は過半数の51.9%で、「そういう印象はない」の20.5%を大きく上回った。性年代別では、「そういう印象がある」の割合は、他の性年代に比べて、30代女性が最も高く（58.2%）、20代男性が最も低い（45.1%）という結果であった。

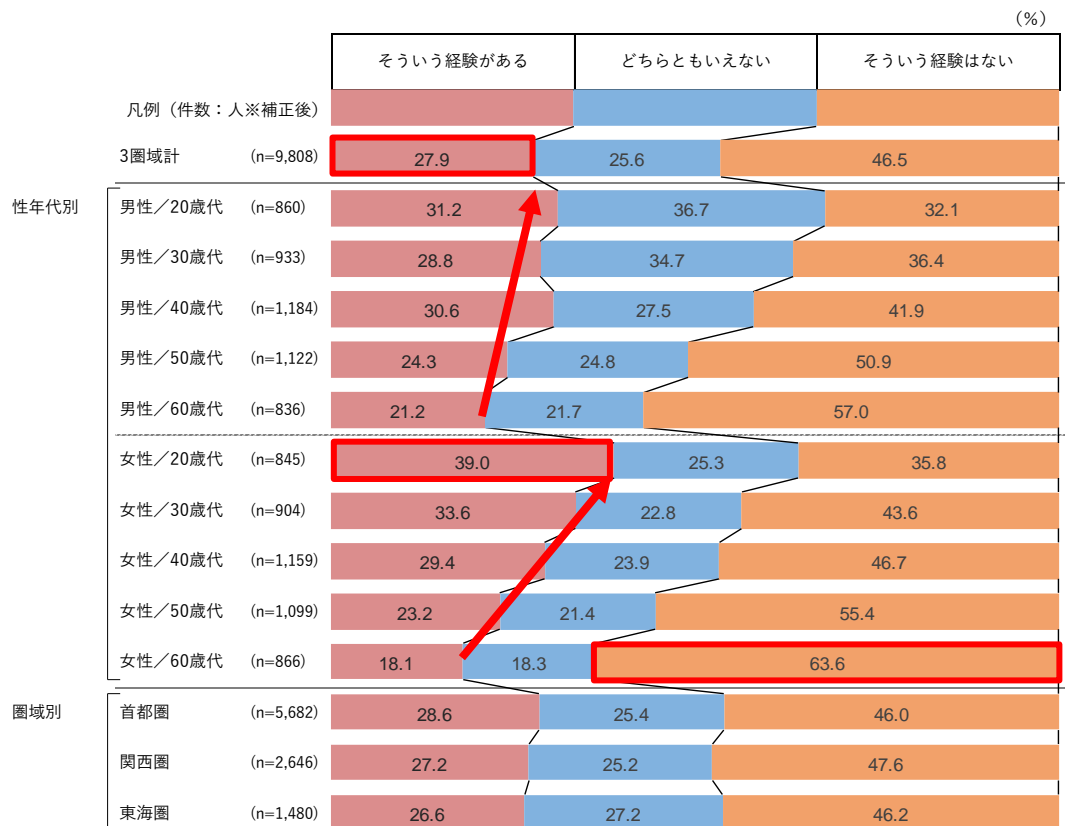
夕方以降の食事について、コロナ禍後（2023年5月以降）、飲食店が混んでいる印象はあるか（全体／単一回答）



2. コロナ禍後の夕方以降の食事、満席等で飲食店に入れなかった経験のある人は 27.9%

コロナ禍後（2023年5月以降）の夕方以降の食事について、満席等で飲食店に入れなかった経験を尋ねたところ、「そういう経験がある」割合は27.9%であった。性年代別では、他の性年代に比べて、「そういう経験がある」割合が最も高いのは20代女性（39.0%）である一方、「そういう経験はない」割合が最も高いのは60代女性（63.6%）であった。また、男女ともおおむね年代が若くなるほど、「そういう経験がある」の割合が高い傾向がみられる。

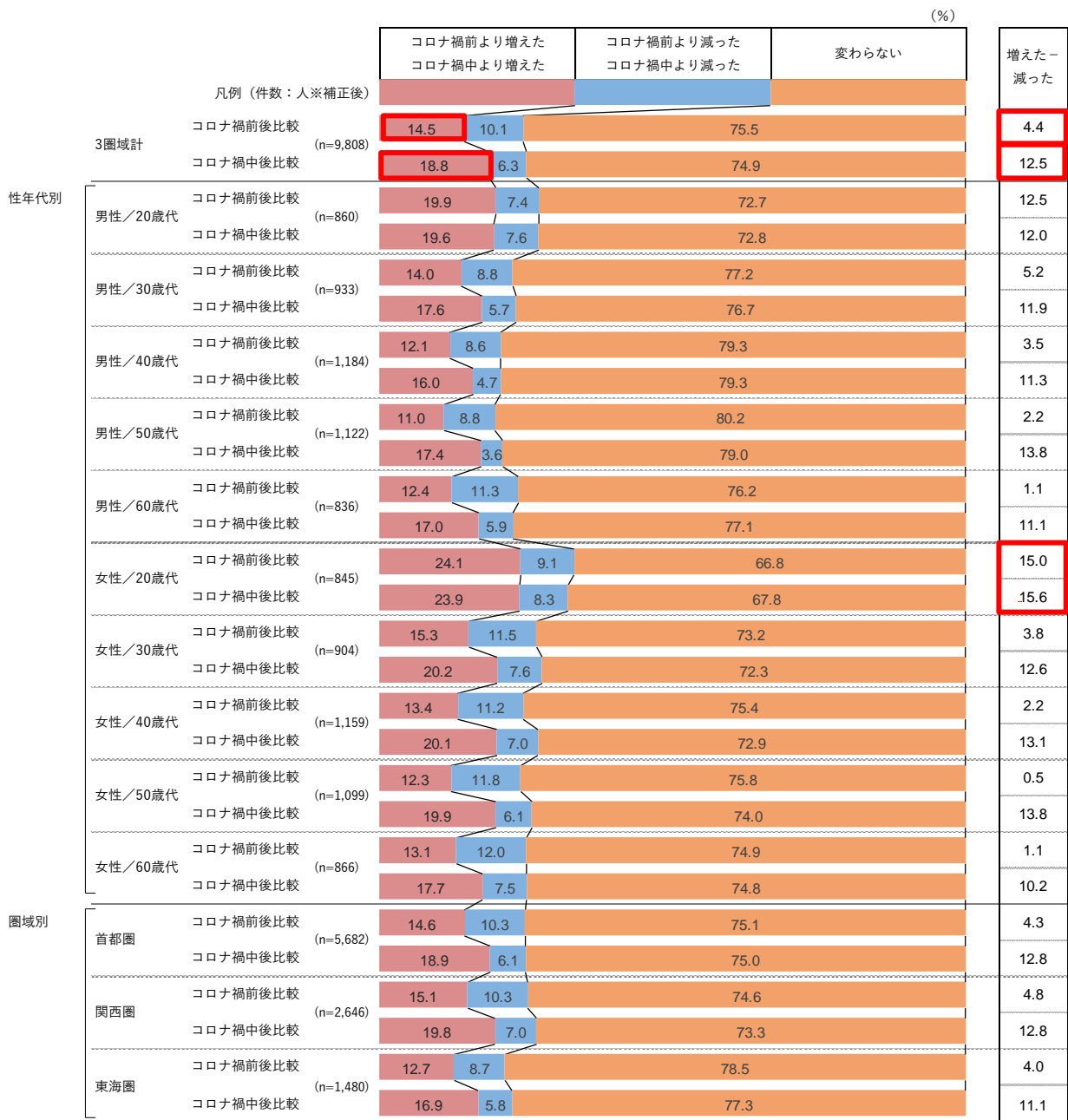
夕方以降の食事について、コロナ禍後（2023年5月以降）、満席等で飲食店に入れなかった経験はあるか
（全体／単一回答）



3. 夕方以降の外食で予約をする割合、コロナ禍後は20代女性を筆頭に増加傾向

夕方以降の外食時に予約をする割合を、コロナ禍前（2017年3月～2020年2月）、コロナ禍中（2020年3月～2023年4月）、コロナ禍後（2023年5月以降）の時期別に尋ねた。図は、予約する割合が、コロナ禍前、コロナ禍中と比較して、コロナ禍後に増えた人／減った人等の比率を示している。コロナ禍後に予約する割合が、「コロナ禍前より増えた」人は14.5%、「コロナ禍中より増えた」人は18.8%に達し、それぞれ「コロナ禍前より減った」の10.1%、「コロナ禍中より減った」の6.3%より高い（「増えた－減った」の差は順に4.4ポイント、12.5ポイント）。つまり夕方以降の外食時に予約をする割合が、コロナ禍後は、以前に比べて増加した人が多いことがわかった。性年代別では、他の性年代に比べ20代女性は、夕方以降の外食時に予約する割合が、コロナ禍後はコロナ禍前・中と比べて増加した人が多い（「増えた－減った」の差は各15.0ポイント、15.6ポイント）。若い女性の多くが利用するSNSやアプリで予約可能な飲食店が増えていることも、事前予約の浸透に一役買っている可能性があるかもしれない。

夕方以降に外出する際、予約する割合はどのように推移したか／コロナ禍前後・コロナ禍中後比較（全体／それぞれ単一回答）



※「コロナ禍前より増えた」「コロナ禍中より増えた」：「コロナ禍前の約3年間（2017年3月～2020年2月）」または「コロナ禍中の約3年間（2020年3月～2023年4月）」と「コロナ禍後（現在）（2023年5月以降）」の回答を比較して、予約する割合が増えている人を集計

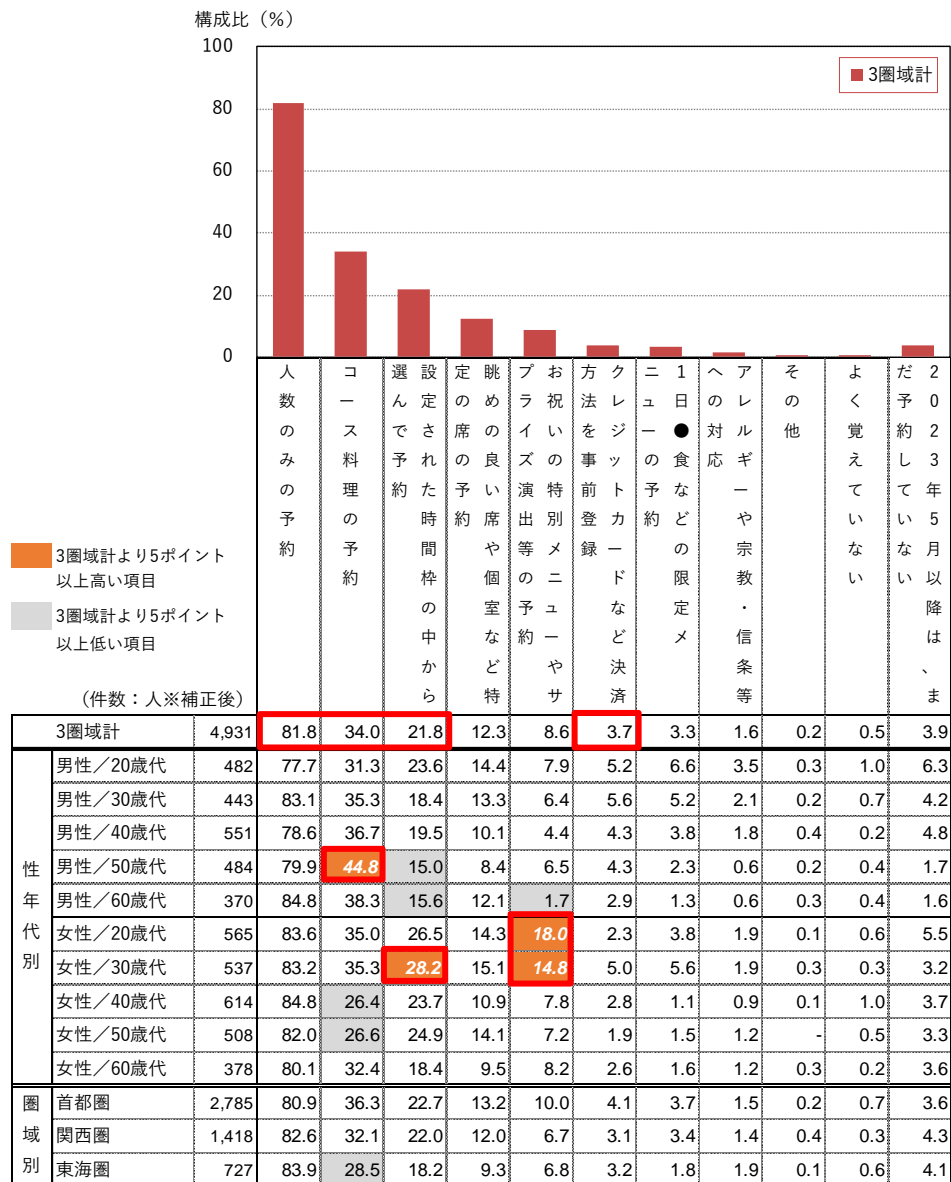
※「コロナ禍前より減った」「コロナ禍中より減った」：「コロナ禍前の約3年間（2017年3月～2020年2月）」または「コロナ禍中の約3年間（2020年3月～2023年4月）」と「コロナ禍後（現在）（2023年5月以降）」の回答を比較して、予約する割合が減っている人を集計

※「変わらない」：「コロナ禍前の約3年間（2017年3月～2020年2月）」または「コロナ禍中の約3年間（2020年3月～2023年4月）」と「コロナ禍後（現在）（2023年5月以降）」の回答を比較して、予約する割合が変わらない人またはいずれも予約しない・外出しない人を集計

4. コロナ禍後の予約内容トップ3は「人数のみ」「コース料理」「設定された時間枠の中から選択」

コロナ禍後（2023年5月以降）の夕方以降の夕食を予約したことがある人に、予約内容を尋ねた。回答割合が最も高いのは「人数のみの予約」で81.8%、2番目は「コース料理の予約」で34.0%、3番目は「設定された時間枠の中から選んで予約」で21.8%であった。「設定された時間枠の中から選んで予約」は、食材の仕入れやサービスを最適化する観点で人気店等で導入が増えている印象があるが、コロナ禍後に夕方以降の夕食を予約したことがある人の2割以上が利用していることがわかった。また、予約だけして飲食に現れない、いわゆる「ノーショー」対策として検討を進める飲食店がある「クレジットカードなど決済方法を事前登録」は3.7%であった。性年代別では、50代男性で「コース料理の予約」（44.8%）、30代女性で「設定された時間枠の中から選んで予約」（28.2%）、20・30代女性で「お祝いの特別メニューやサプライズ演出等の予約」（20代18.0%、30代14.8%）の割合が他の性年代に比べ高かった。

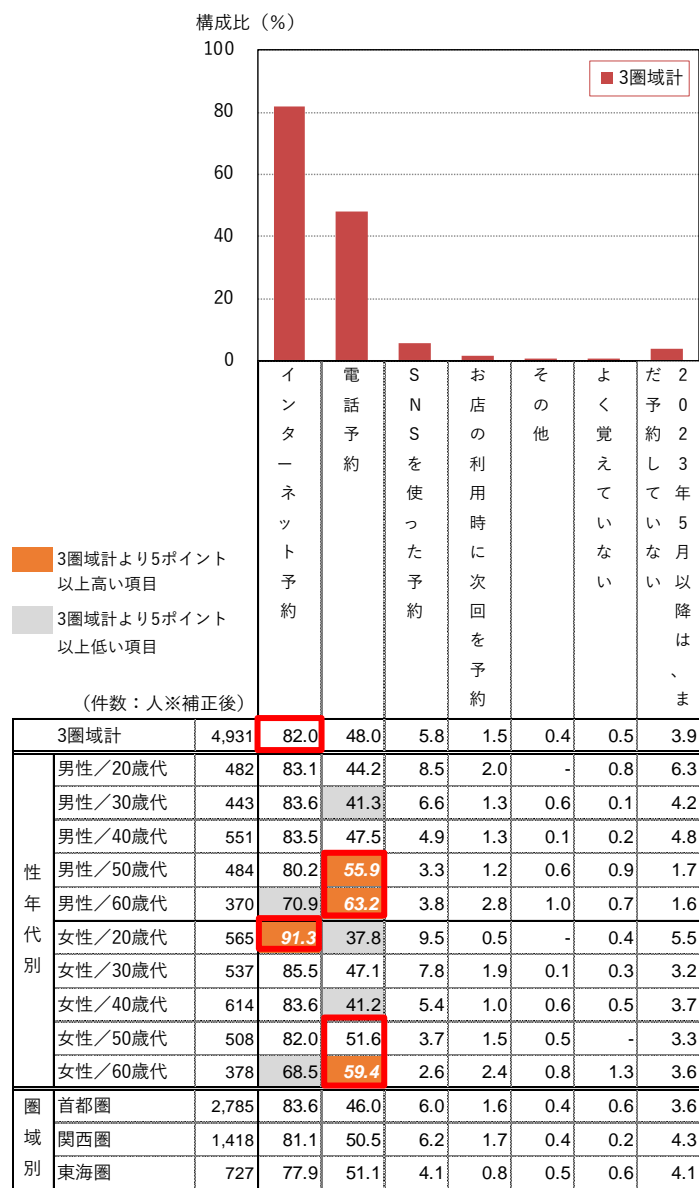
夕方以降の食事について、コロナ禍後（2023年5月以降）、予約したことがある内容（夕方以降の食事について、コロナ禍後予約したことがある方／複数回答）



5. コロナ禍後の予約経験者で「インターネット予約」利用者は82.0%、「電話予約」48.0%を上回る

コロナ禍後（2023年5月以降）の夕方以降の夕食の予約方法を尋ねたところ、回答割合が最も高いのは「インターネット予約」で82.0%だった。予約をしたことがある人の8割以上が経験しており、主流の予約方法として浸透している。次いで「電話予約」が48.0%、3番目に「SNSを使った予約」が5.8%となっている。性年代別では他の性年代に比べ、20代女性では「インターネット予約」の利用者が91.3%と特に高く、男女の50・60代では、「電話予約」の利用者は5割以上に達しており、まだ一定の支持があるようだ。

夕方以降の食事について、コロナ禍後（2023年5月以降）、予約したことがある方法（夕方以降の食事について、コロナ禍後予約したことがある方／複数回答）

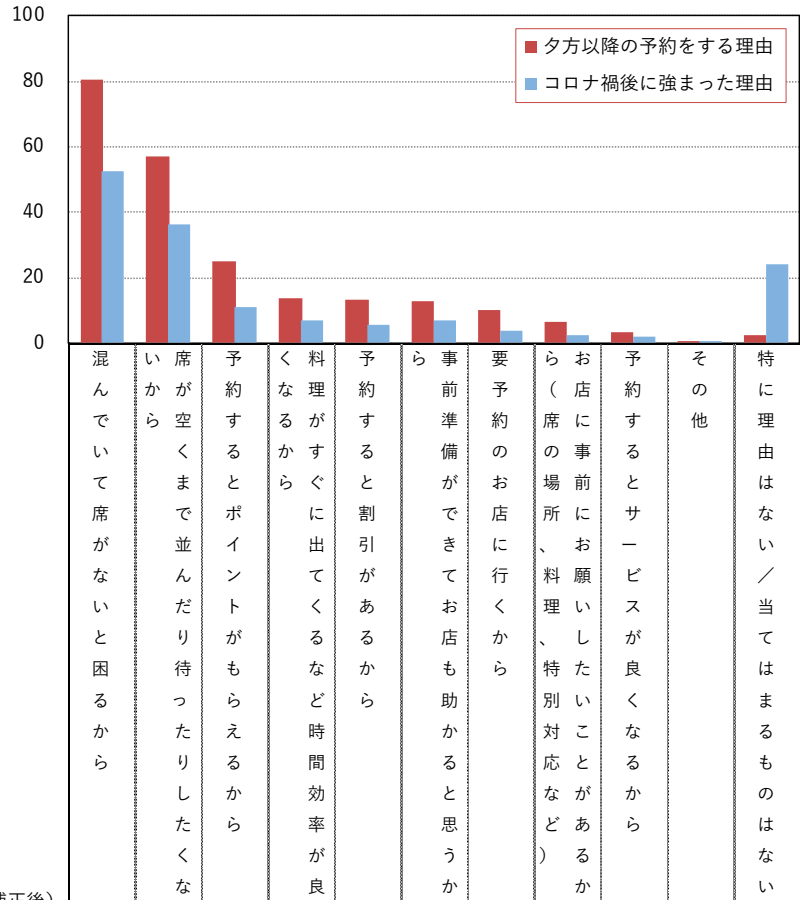


6. 予約の理由、トップ3は「席がないと困る」「並んだり待ったりしたくない」「ポイントがもらえる」

コロナ禍後（2023年5月以降）に夕方以降の外出を予約する理由と、その中でコロナ禍後に強まったものを尋ねた。予約する理由トップ3の1位は「混んでいて席がないと困るから」で80.4%、2位は「席が空くまで並んだり待ったりしたくないから」で57.0%、3位は「予約するとポイントがもらえるから」で25.0%であった。コロナ禍後に強まった理由のトップ3も同じ項目が同じ順位で、1位「混んでいて席がないと困るから」（52.3%）、2位「席が空くまで並んだり待ったりしたくないから」（36.4%）、3位「予約するとポイントがもらえるから」（10.8%）となっている。性年代別では、30代以上の女性で「席が空くまで並んだり待ったりしたくないから」の回答割合が、20代男性では「予約するとポイントがもらえるから」「予約すると割引があるから」という経済的なメリットの回答割合が、「夕方以降の予約をする理由」「コロナ禍後に強まった理由」のどちらにおいても他の性年代より高くなっている。

コロナ禍後（2023年5月以降）夕方以降の外出を予約する理由と、コロナ禍後（2023年5月以降）に強まった理由（夕方以降の食事について、コロナ禍後予約したことがある方／複数回答）

構成比 (%)



3圏域計より5ポイント以上高い項目
3圏域計より5ポイント以上低い項目

(件数：人※補正後)

3圏域計		夕方以降の予約をする理由	4,931	80.4	57.0	25.0	13.6	13.4	12.8	10.1	6.6	3.4	0.7	2.4
		コロナ禍後に強まった理由	4,931	52.3	36.4	10.8	7.1	5.8	6.8	3.6	2.4	1.8	0.5	23.9
性 年 代 別	男性/20歳代	夕方以降の予約をする理由	482	65.6	46.2	33.0	20.5	24.6	21.3	11.0	6.5	8.9	1.0	3.8
		コロナ禍後に強まった理由	482	41.6	28.4	16.7	11.3	13.3	10.5	5.1	2.3	5.4	0.7	20.6
	男性/30歳代	夕方以降の予約をする理由	443	76.5	46.0	27.8	15.2	17.5	12.9	8.2	4.1	6.0	0.6	4.4
		コロナ禍後に強まった理由	443	50.9	27.2	15.2	8.5	7.5	8.7	3.5	1.2	3.0	0.6	24.4
	男性/40歳代	夕方以降の予約をする理由	551	77.2	49.4	28.6	12.9	14.4	13.2	9.7	4.4	4.5	0.2	3.4
		コロナ禍後に強まった理由	551	51.1	29.5	13.5	6.5	7.4	8.3	3.4	1.6	2.0	-	24.1
	男性/50歳代	夕方以降の予約をする理由	484	80.2	56.3	23.0	11.1	12.8	10.1	8.9	6.1	3.0	0.4	2.0
		コロナ禍後に強まった理由	484	51.2	33.9	8.5	4.1	4.6	4.8	3.0	1.7	1.4	0.1	27.2
	男性/60歳代	夕方以降の予約をする理由	370	86.5	56.1	11.3	12.0	5.8	11.6	13.2	7.0	1.9	1.1	1.6
		コロナ禍後に強まった理由	370	56.1	33.7	3.6	4.8	1.8	4.6	4.8	3.4	1.3	0.8	27.3
	女性/20歳代	夕方以降の予約をする理由	565	82.4	55.3	27.5	10.1	15.9	11.3	12.5	10.4	1.9	0.3	2.4
		コロナ禍後に強まった理由	565	52.8	31.0	11.5	5.2	5.9	4.7	3.0	1.7	0.5	0.3	25.9
	女性/30歳代	夕方以降の予約をする理由	537	84.0	64.2	29.6	14.7	13.4	14.0	11.8	7.1	2.6	0.7	1.9
		コロナ禍後に強まった理由	537	53.1	41.6	11.1	9.3	5.1	7.8	3.8	3.2	1.3	0.6	23.0
	女性/40歳代	夕方以降の予約をする理由	614	82.9	64.4	25.3	12.7	11.1	9.8	8.6	5.8	2.3	0.8	1.6
		コロナ禍後に強まった理由	614	55.1	45.1	10.5	6.8	4.9	6.1	3.7	2.4	1.5	0.6	22.6
	女性/50歳代	夕方以降の予約をする理由	508	86.7	64.8	22.6	11.7	8.6	10.9	9.4	5.1	1.9	0.7	0.3
		コロナ禍後に強まった理由	508	55.8	45.3	9.0	5.8	3.8	4.9	2.5	2.0	0.8	0.5	23.8
女性/60歳代	夕方以降の予約をする理由	378	82.2	66.8	14.2	16.2	7.5	14.2	7.1	10.2	0.9	1.2	2.4	
	コロナ禍後に強まった理由	378	56.5	47.5	6.0	9.3	1.9	8.0	3.7	5.6	0.3	0.6	19.5	
圏 域 別	首都圏	夕方以降の予約をする理由	2,785	80.3	57.0	25.6	14.1	13.5	13.2	11.0	6.9	4.0	0.7	2.1
		コロナ禍後に強まった理由	2,785	52.7	36.7	11.7	7.9	6.0	7.4	3.7	2.4	2.2	0.5	23.3
	関西圏	夕方以降の予約をする理由	1,418	81.4	57.1	25.5	12.1	14.1	12.2	9.5	6.1	2.7	0.8	2.6
		コロナ禍後に強まった理由	1,418	52.0	35.5	9.7	6.0	5.5	6.3	3.7	2.4	1.1	0.6	24.9
	東海圏	夕方以降の予約をする理由	727	79.0	57.1	21.3	14.3	11.5	12.6	7.4	6.5	2.6	0.5	2.8
		コロナ禍後に強まった理由	727	51.5	36.8	9.6	6.5	5.4	5.4	2.9	2.5	1.3	0.3	24.0

※「3圏域計」の「夕方以降の予約をする理由」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/>