


 2019年12月17日
 株式会社リクルートライフスタイル

女性の「一人外食（夕方以降の食事）」に関する分析
この3年間で女性の「一人外食」は延べ回数が14.2%の増加
うち、働く女性では31.1%の大幅増加
“一人バー”“一人中華”などが3～5割近くの増加

株式会社リクルートライフスタイル（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：浅野 健）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、毎月実施している外食市場調査から「女性の一人外食」（※本プレスリリースでは外食=夕方以降の食事を指します）の増加が推計されたため、その飲食内容の再集計・分析を実施し、結果を発表いたします。

<要約>

POINT1 女性の「一人外食」延べ回数はこの3年間で14.2%増加・・・P3

- 2018年度（2018年4月～2019年3月）の女性・一人での延べ外食回数（5135万回）は前年度比+9.1%と推計された。
- 2015年度から3カ年での推移では、40代：シェア18.9%→20.6%、50代：シェア14.4%→15.6%とシェアが増加。女性全体の一人外食延べ回数も2015年度→2018年度で14.2%の増加。

POINT2 女性就業者による「一人外食」の伸び率は、 対2015年度比31.1%の増加・・・P4

- 女性全体の延べ外食回数は横ばいの中、女性就業者の延べ「一人外食」回数は対2015年度比31.1%の増加。
- 2018年度の女性就業者数は、対2015年度比で12.9%増加。女性就業人口の増加率よりも、女性就業者による「一人外食」の伸び率が上回っている。

POINT3 3年間の推移で、“一人バー”は+47.7%、“一人中華”は+41.7%、 “一人焼肉”は+37.2%・・・P5-6

- 2018年度の女性就業者の「一人外食」で「飲酒あり」は延べ425万回（対2015年度比+41.8%）、「飲酒なし」は延べ2667万回（対2015年度比+29.6%）。
- 外食回数が増加傾向にある業態は、「バー、バル、ビアホール等」（対2015年度比+47.7%）、「中華料理店」（同+41.7%）、「焼肉、ステーキ等」（同+37.2%）。

【本件に関するお問い合わせ先】
<https://www.recruit-lifestyle.co.jp/support/press>

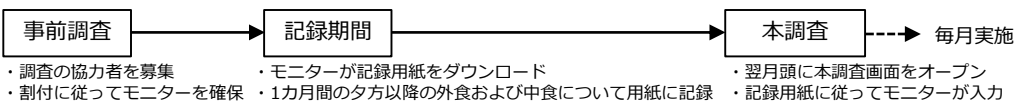
調査概要

- **調査目的** 首都圏、関西圏、東海圏における、夕方以降の夕食の市場規模を把握することを目的に実施。また、業態別の市場規模や、性年代別の夕食の実態を明らかにすることも目的とした。
- **調査対象** 首都圏、関西圏、東海圏の各圏域中心部からの鉄道距離が、おおむね首都圏：90分圏、関西圏：80分圏、東海圏：60分圏の市区町村に住む20～69歳の男女（株式会社マクロミルの登録モニター）

調査対象	首都圏	関西圏	東海圏
調査対象者の居住地の範囲	・東京都（一部除外）・神奈川県（一部除外） ・千葉県（関東・東部の一部除外） ・埼玉県（東西の一部除外）・茨城県の一部	・大阪府全域・兵庫県（県北の一部除外） ・京都府（府北の一部除外） ・奈良県の一部・滋賀県の一部	・愛知県（一部除外） ・岐阜県の一部 ・三重県の一部

- **調査方法** インターネットによる調査

● 調査の流れ



- **割付の設定** 本調査では、回答者の偏りをできるだけなくするために、性別2区分×年代別5区分（20代/30代/40代/50代/60代）×地域25区分＝250区分で割付を行って回収した。

- **集計方法** 本調査結果は、H28人口推計に基づいて性別2区分×年代別5区分×地域25区分＝250区分でウェイトバック集計を行っている。また、年間集計にあたっては、個人単位集計の場合、毎月同数の人に調査した形に補正して集計している。外食単位集計の場合、毎月の外食単位のウェイトバック後のサンプルを合算して年間集計を行っている。

※前年度調査で使用した基準人口に県×性年代別のH27国勢調査人口→H28人口推計の増減率をあてて計算。 ※2017年度の基準人口：H27国勢調査人口
 ※過去の集計方法も同様であり、各年の人口推計の増減率をあてて基準人口を設定し、それに基づいてウェイトバック集計を行っている。

● サンプル数

	2018年			2018年			2018年			2018年			2019年			2019年			2019年				
	4月度	5月度	6月度	7月度	8月度	9月度	10月度	11月度	12月度	1月度	2月度	3月度	4月度	5月度	6月度	7月度	8月度	9月度	10月度	11月度	12月度		
実施期間	18/5/1 ～5/10	18/6/1 ～6/6	18/7/2 ～7/10	18/8/1 ～8/7	18/8/31 ～9/11	18/10/1 ～10/10	18/11/1 ～11/7	18/11/3 0～12/7	19/1/7 ～1/16	19/2/1 ～2/7	19/3/1 ～3/7	19/4/1 ～4/9											
配信数(件)	13,161	13,345	13,256	12,349	12,206	12,193	13,347	12,309	12,368	13,171	13,098	15,343											
回収数(件)	10,347	10,410	10,422	9,084	9,906	9,592	9,915	9,743	9,675	10,423	10,131	12,089											
回収率	78.6%	78.0%	78.6%	73.6%	81.2%	78.7%	74.3%	79.2%	78.2%	79.1%	77.3%	78.8%											
有効回答数(件)	10,268	10,337	10,343	8,993	9,849	9,521	9,847	9,681	9,607	10,363	10,050	11,999											
個人単位集計数	3圏域計(件)	10,268	10,337	10,343	8,993	9,849	9,521	9,847	9,681	9,607	10,363	10,050	11,999	10,072	10,087	10,215	10,140	9,884	9,574				
	住 首都圏(件)	5,861	5,900	5,903	5,133	5,622	5,434	5,627	5,526	5,483	5,915	5,736	6,849	5,749	5,743	5,804	5,750	5,598	5,408				
	関西圏(件)	2,837	2,856	2,857	2,484	2,721	2,630	2,720	2,674	2,654	2,863	2,776	3,315	2,782	2,800	2,847	2,839	2,776	2,701				
	域 東海圏(件)	1,571	1,581	1,582	1,376	1,507	1,456	1,506	1,481	1,470	1,585	1,537	1,836	1,541	1,545	1,563	1,551	1,510	1,465				
	消費外食単 位	32,767	32,179	32,575	29,602	33,190	30,393	31,709	31,275	33,681	31,071	29,662	40,268	388,371	384,715	381,121	387,012	380,650	374,326				
費 首都圏(件)	19,929	18,954	19,646	17,894	19,616	18,424	19,113	18,606	20,423	18,577	17,965	23,765	232,913	230,604	228,273	232,225	230,343	223,920					
関西圏(件)	8,536	8,660	8,693	7,698	8,935	7,980	8,499	8,433	8,747	8,144	7,678	10,946	102,948	102,066	101,431	103,381	99,624	100,434					
東海圏(件)	4,302	4,565	4,235	4,010	4,639	3,990	4,097	4,236	4,511	4,350	4,020	5,557	52,510	52,044	51,417	51,406	50,684	49,970					

※集計サンプル数はウェイトバックによる補正後の件数 ※年間集計のサンプル数は、毎月同数の人に調査した形に補正後の件数

※個人単位の年間集計のサンプル数は、毎月同数の人に調査した形に補正後の件数

※外食単位の年間集計のサンプル数は、12カ月分のウェイトバック後のデータを合算した件数。

有効桁数の関係で、各月のサンプル数の合計が年間サンプル数と合致しない場合がある

本調査における定義・設定等

● 本調査での「外食」は、夕方以降の食事について、お店で食事した場合を対象

- ・飲酒のみ、喫茶のみの場合も含まれる。
- ・夕方以降、複数回外食した場合、1日あたり2回まで（2軒目まで）の外食を含んでいる。

● 消費地の範囲の設定

- ・消費地の範囲は、各圏域の居住者が各圏域の対象都府県内で行った外食を対象としており、圏域外（圏域外の都道府県や海外）で行った外食は含んでいない。ただし、圏域内への旅行・出張は含まれる。

対象範囲	首都圏	関西圏	東海圏
消費地の対象範囲	・東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県・茨城県	・大阪府・兵庫県・京都府・奈良県・滋賀県	・愛知県・岐阜県・三重県

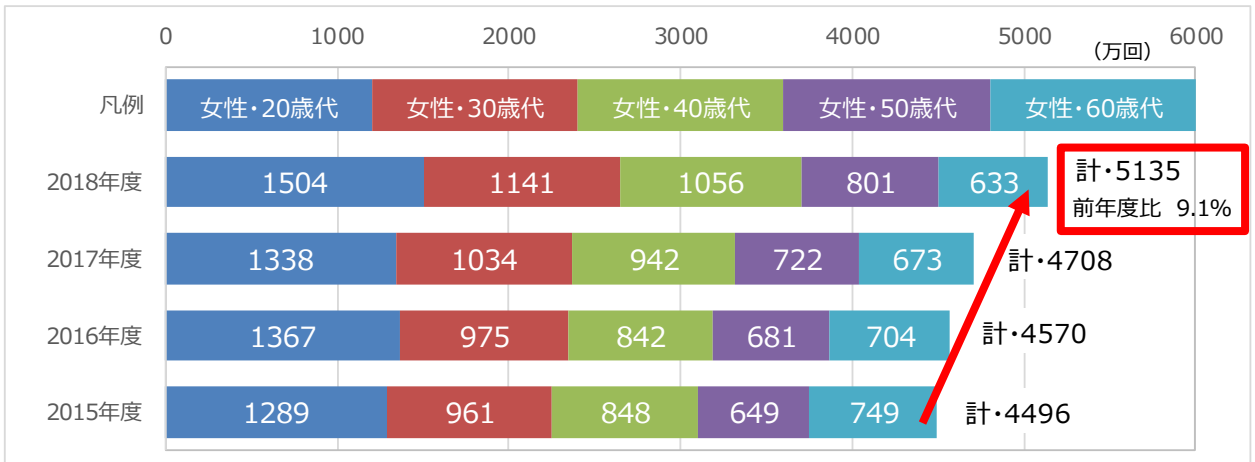
● 外食した店の業態 ・外食1回につき次の25分類から当てはまるものを1つ聴取

選択肢	1 和食料理店（すし、割烹、料亭、郷土料理専門店等）	選択肢	13 居酒屋（焼鳥、串焼き、串揚げ等、飲酒メインの業態を含む）	飲 酒 主 体		
	2 中華料理店（ラーメン専門店を除く）		14 バー、パブ、ワインバー、ビアホール、パブ			
	3 レストラン（ファミリーレストラン以外）、食堂、ダイニング、洋食店（フレンチ・イタリアン以外）		15 カラオケボックス			
	4 フレンチ・イタリアン料理店（ファミリーレストラン以外）		16 スナック、ナイトクラブ、キャバレー			
	5 アジアン料理店		17 その他の飲酒を主体とする業態の店			
	6 その他の各国料理店		18 ファストフード（ハンバーガー、サンドイッチ等）		軽 食 主 体	
	7 焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店		19 牛丼、カレー等、一品もの専売業態			
	8 お好み焼き、鉄板焼き等の専門店		20 立食のラーメン、うどん・そば業態			
	9 すき焼き、しゃぶしゃぶ、鍋、おでん等の専門店		21 喫茶店・カフェ			
	10 ファミリーレストラン、回転すし等		22 その他の軽食を主体とする業態の店			
	11 ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店		23 ホテルや各種会場（披露宴・セレモニー等）			そ の 他
	12 その他の食事を主体とする業態の店		24 旅行・出張先のホテルや旅館			
	25 その他					

1. 女性の「一人外食」回数

- 3圏域計における2018年4月～2019年3月の年間の女性・一人での延べ外食回数は前年度比 **+9.1% (5135万回)** と推計された。
- 2015年度から2018年度までの推移を見ると、40代：2015年度848万回（構成比18.9%）→2018年度1056万回（同20.6%）、50代：2015年度649万回（構成比14.4%）→2018年度801万回（同15.6%）の延べ回数・シェアの増加が目立つ。
- 女性の「一人外食」全体も2015年度→2018年度で14.2%の増加。

■女性の「一人外食」の延べ回数の推移<推計値（万回）>



●【女性の一人外食】延べ外食回数（万回）の推移

	女性・20歳代	女性・30歳代	女性・40歳代	女性・50歳代	女性・60歳代	女性・一人での外食 計
2018年度	1504	1141	1056	801	633	5135
2017年度	1338	1034	942	722	673	4708
2016年度	1367	975	842	681	704	4570
2015年度	1289	961	848	649	749	4496

●【女性の一人外食】各年を100%とした構成比（%）の推移

	女性・20歳代	女性・30歳代	女性・40歳代	女性・50歳代	女性・60歳代	女性・一人での外食 計
2018年度	29.3	22.2	20.6	15.6	12.3	100.0
2017年度	28.4	22.0	20.0	15.3	14.3	100.0
2016年度	29.9	21.3	18.4	14.9	15.4	100.0
2015年度	28.7	21.4	18.9	14.4	16.7	100.0

●【女性の一人外食】対2015年度比の推移

	女性・20歳代	女性・30歳代	女性・40歳代	女性・50歳代	女性・60歳代	女性・一人での外食 計
2018年度	+ 16.7%	+ 18.7%	+ 24.6%	+ 23.4%	- 15.5%	+ 14.2%
2017年度	+ 3.8%	+ 7.6%	+ 11.1%	+ 11.3%	- 10.2%	+ 4.7%
2016年度	+ 6.0%	+ 1.4%	- 0.6%	+ 5.0%	- 6.0%	+ 1.6%

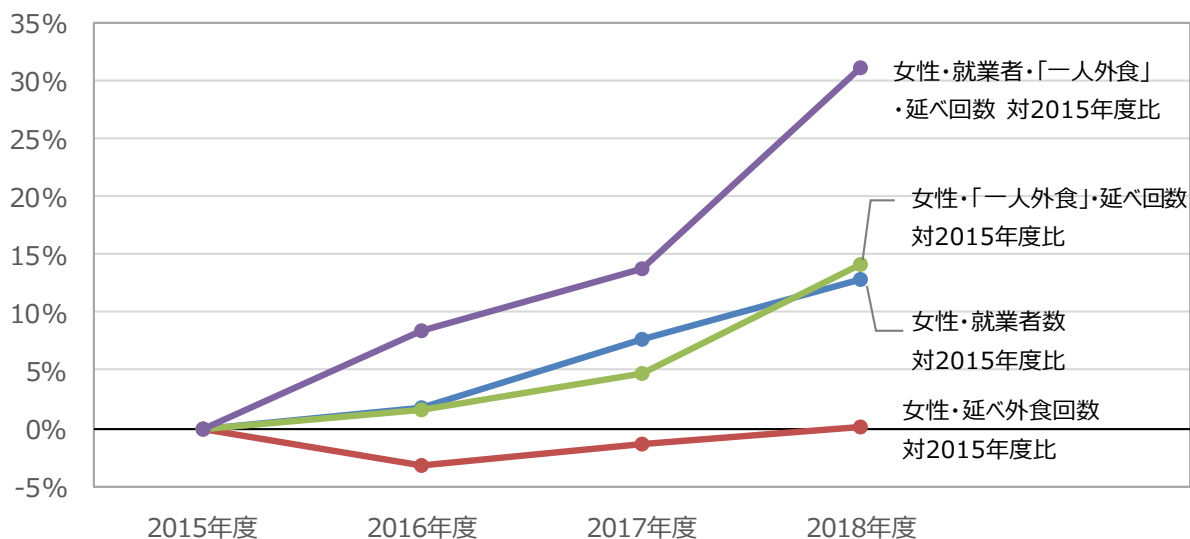
※対2015年度比は、延べ外食回数（万回）の小数点以下の数値も用いて算出しており、表中の数値を用いて計算すると合致しない場合がある。

2. 女性の就業者数の伸び率と女性の「一人外食」の伸び率

- 女性全体の延べ外食回数は2015年度（延べ6億7937万回）→2018年度（延べ6億8059万回）で横ばいと推計された。
- 女性のうち、**2018年度の就業者数は、対2015年度比で12.9%増加**。また、**女性の延べ「一人外食」回数は、対2015年度比+14.2%、女性就業者の延べ「一人外食」回数は対2015年度比+31.1%**であった。
- **就業人口の増加率よりも、就業者による「一人外食」の伸び率が上回っている。**

■ 女性の就業者数と女性「一人外食」の延べ回数の対2015年度比の推移

（2015年度を基準に増減率を%で表示）



	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度
女性・就業者数(万人) *1	575	586	619	649
対2015年度比	-	1.8%	7.7%	12.9%
女性・延べ外食回数(万回)	67937	65749	67038	68059
対2015年度比	-	-3.2%	-1.3%	0.2%
女性・「一人外食」・延べ外食回数(万回)	4496	4570	4708	5135
対2015年度比	-	1.6%	4.7%	14.2%
女性・就業者・「一人外食」・延べ外食回数(万回)	2358	2555	2681	3092
対2015年度比	-	8.4%	13.7%	31.1%

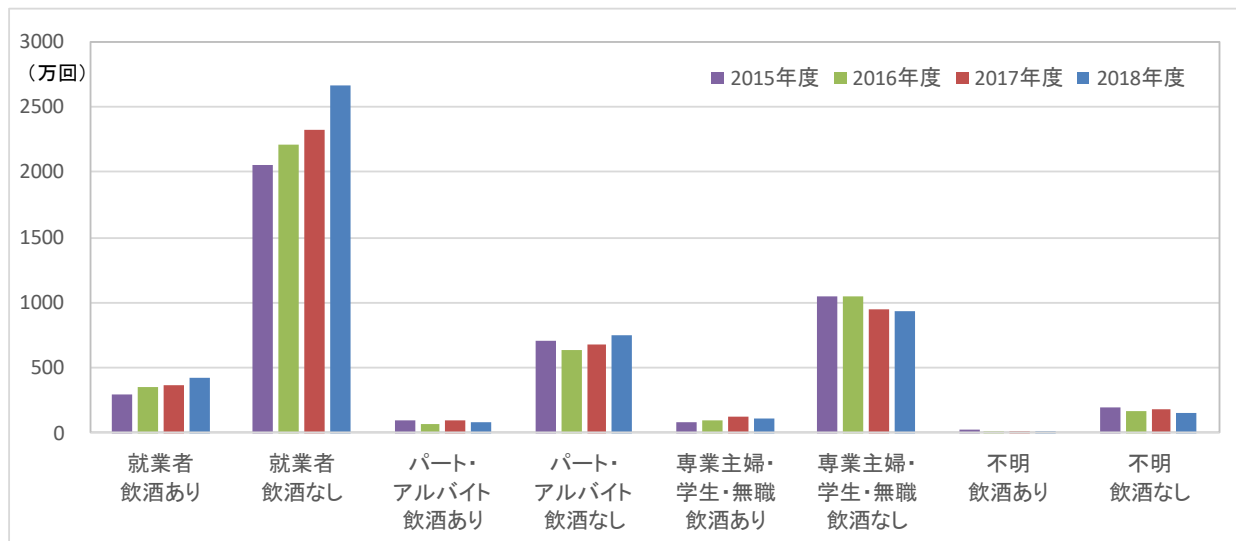
*1 各年度の基準人口（女性20～69歳、対象市エリア居住）に対し、アンケート結果から就業者の割合を乗じて算出
就業者：職業が「公務員」「経営者・役員」「会社員」「自由業」「自営業」のいずれかの人

※対2015年度比は、延べ外食回数（万回）の小数点以下の数値も用いて算出しており、表中の数値を用いて計算すると合致しない場合がある。

3. 女性の職業と「一人外食」における飲酒の有無

- 2018年度の女性就業者の「一人外食」の延べ回数の内訳で「飲酒あり」は延べ425万回（対2015年度比+41.8%）、「飲酒なし」は延べ2667万回（対2015年度比+29.6%）と推計された。
- 延べ回数では「飲酒なし」のシェアが圧倒的に大きいですが、伸び率だけで見ると「飲酒あり」の方が大きい。女性の外食市場では、就業率の上昇が見られる中、その増加率以上に「一人外食」の機会が増えており、その中身は食事が中心ではあるものの、「一人飲み」も増加している。

■女性の「一人外食」における、職業と飲酒有無別の外食回数の推移<推計値（万回）>



●【女性の一人外食】延べ外食回数（万回）の推移

	就業者		パート・アルバイト		専業主婦・学生・無職		不明		女性・一人での外食 計
	飲酒あり	飲酒なし	飲酒あり	飲酒なし	飲酒あり	飲酒なし	飲酒あり	飲酒なし	
2018年度	425	2667	86	744	110	937	10	155	5135
2017年度	362	2319	96	680	116	944	13	178	4708
2016年度	347	2209	64	629	99	1044	14	163	4570
2015年度	300	2059	91	702	84	1053	20	188	4496

●【女性の一人外食】対2015年度比の推移

	就業者		パート・アルバイト		専業主婦・学生・無職		不明		女性・一人での外食 計
	飲酒あり	飲酒なし	飲酒あり	飲酒なし	飲酒あり	飲酒なし	飲酒あり	飲酒なし	
2018年度	+ 41.8%	+ 29.6%	- 6.0%	+ 6.1%	+ 31.3%	- 11.0%	- 49.4%	- 17.4%	+ 14.2%
2017年度	+ 20.7%	+ 12.7%	+ 5.3%	- 3.2%	+ 39.0%	- 10.4%	- 36.0%	- 5.2%	+ 4.7%
2016年度	+ 15.7%	+ 7.3%	- 29.6%	- 10.4%	+ 18.5%	- 0.8%	- 28.9%	- 13.2%	+ 1.6%

※就業者：職業が「公務員」「経営者・役員」「会社員」「自由業」「自営業」のいずれかの人

※対2015年度比は、延べ外食回数（万回）の小数点以下の数値も用いて算出しており、表中の数値を用いて計算すると合致しない場合がある。

4. 女性の「一人外食」で利用される業態

- 女性の「一人外食」において、シェアの高い業態は「ラーメン・そば等」（16.9%）、「ファストフード」（12.5%）、「喫茶店・カフェ」（11.0%）、「ファミレス、回転すし等」（11.0%）であり、この4業態で過半数を占めている。
- 女性の「一人外食」において、外食回数が増加傾向にある業態は、「バー、バル、ビアホール等」（対2015年度比+47.7%）、「中華料理店」（同+41.7%）、「焼肉、ステーキ等」（同+37.2%）、「ファミレス、回転すし等」（同+31.2%）、「牛丼、カレー等、一品もの」（同+28.2%）、「居酒屋」（同+26.9%）などであった。
※シェアが1%以上の業態を分析対象とした。

■女性の「一人外食」で利用されている業態<延べ外食回数・推計値（万回）>

- 業態別 延べ外食回数（万回）の推移
- 各年を100%とした業態別構成比（%）の推移
- 対2015年度比の推移

	【一人外食】女性・計				【一人外食】女性・計				【一人外食】女性・計			
	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2016年度	2017年度	2018年度	
延べ外食回数（万回）	4496	4570	4708	5135	100.0	100.0	100.0	100.0	+ 1.6%	+ 4.7%	+ 14.2%	
業態別	和食料理店	229	185	231	225	5.1	4.1	4.9	4.4	- 19.3%	+ 0.6%	- 2.0%
	中華料理店	159	173	179	226	3.5	3.8	3.8	4.4	+ 8.5%	+ 12.1%	+ 41.7%
	レストラン、食堂等	273	277	286	311	6.1	6.1	6.1	6.1	+ 1.5%	+ 4.8%	+ 14.0%
	フレンチ・イタリアン	112	95	108	123	2.5	2.1	2.3	2.4	- 15.0%	- 3.5%	+ 9.8%
	アジア	75	61	86	83	1.7	1.3	1.8	1.6	- 19.4%	+ 14.5%	+ 9.9%
	その他の各国料理店	41	32	28	35	0.9	0.7	0.6	0.7	- 22.2%	- 30.6%	- 14.1%
	焼肉、ステーキ等	71	84	84	98	1.6	1.8	1.8	1.9	+ 17.0%	+ 17.8%	+ 37.2%
	お好み焼き、鉄板焼き等	24	28	33	30	0.5	0.6	0.7	0.6	+ 19.7%	+ 38.4%	+ 28.0%
	すき焼き、しゃぶしゃぶ等	12	18	14	12	0.3	0.4	0.3	0.2	+ 50.1%	+ 14.8%	- 2.6%
	ファミレス、回転すし等	431	480	460	566	9.6	10.5	9.8	11.0	+ 11.2%	+ 6.7%	+ 31.2%
	ラーメン、そば等	744	768	762	867	16.5	16.8	16.2	16.9	+ 3.3%	+ 2.6%	+ 16.6%
	その他の食事主体	205	209	250	199	4.6	4.6	5.3	3.9	+ 1.8%	+ 22.2%	- 2.7%
	居酒屋	153	133	175	194	3.4	2.9	3.7	3.8	- 13.2%	+ 14.4%	+ 26.9%
	バー、バル、ビアホール等	87	120	132	129	1.9	2.6	2.8	2.5	+ 37.4%	+ 51.4%	+ 47.7%
	カラオケボックス	6	9	6	7	0.1	0.2	0.1	0.1	+ 49.7%	+ 7.5%	+ 31.6%
	スナック、ナイトクラブ等	9	10	5	5	0.2	0.2	0.1	0.1	+ 16.1%	- 37.9%	- 37.3%
	その他の飲酒主体	22	19	18	23	0.5	0.4	0.4	0.4	- 13.4%	- 18.2%	+ 3.2%
	ファストフード	579	603	547	640	12.9	13.2	11.6	12.5	+ 4.1%	- 5.7%	+ 10.5%
	牛丼、カレー等、一品もの	259	271	264	332	5.8	5.9	5.6	6.5	+ 4.5%	+ 1.9%	+ 28.2%
	立食のラーメン、うどん・そば	70	56	72	79	1.6	1.2	1.5	1.5	- 20.8%	+ 3.0%	+ 13.0%
	喫茶店・カフェ	572	551	564	567	12.7	12.1	12.0	11.0	- 3.7%	- 1.5%	- 1.0%
	その他の軽食主体	122	112	119	126	2.7	2.5	2.5	2.4	- 7.7%	- 2.2%	+ 3.1%
	ホテルや各種会場	14	30	17	17	0.3	0.7	0.4	0.3	+ 114.0%	+ 19.7%	+ 19.0%
旅行・出張先のホテルや旅館	28	22	23	20	0.6	0.5	0.5	0.4	- 23.3%	- 19.7%	- 29.1%	
その他	198	226	245	221	4.4	4.9	5.2	4.3	+ 14.1%	+ 23.4%	+ 11.6%	

増加率の高い業態

シェアが1%未満の業態

※業態名の調査票上での正式名は、P2調査概要を参照のこと

※対2015年度比は、延べ外食回数（万回）の小数点以下の数値も用いて算出しており、表中の数値を用いて計算すると合致しない場合がある。