

報道関係各位

平成25年 9月17日  
株式会社 クロス・マーケティング

## 新しい飲食店を選ぶ際の決め手は？

利用シーンに関わらず「なんとなく/特に理由はない」が最も多いが・・・

主に参考にするのは「**グルメ情報サイト**」、ランチや飲み会は「**クチコミ**」も参考に  
利用経験のあるグルメ情報サイトは「ぐるなび」「ホットペッパー」「食べログ」に集中

－ 飲食店の利用実態に関する調査 －

株式会社クロス・マーケティング(本社:東京都中央区、代表取締役社長:五十嵐 幹)は、関東(1都3県)の20-59歳の男女を対象に、「飲食店の利用実態に関する調査」を実施しました。

### ■調査背景・目的

外食産業の市場規模が減少基調にあるなか、話題になっている店、売り上げを伸ばしている店は一定数存在しています。働き盛りの人々は、どのような基準で外食に利用する店舗を選んでいるのでしょうか。

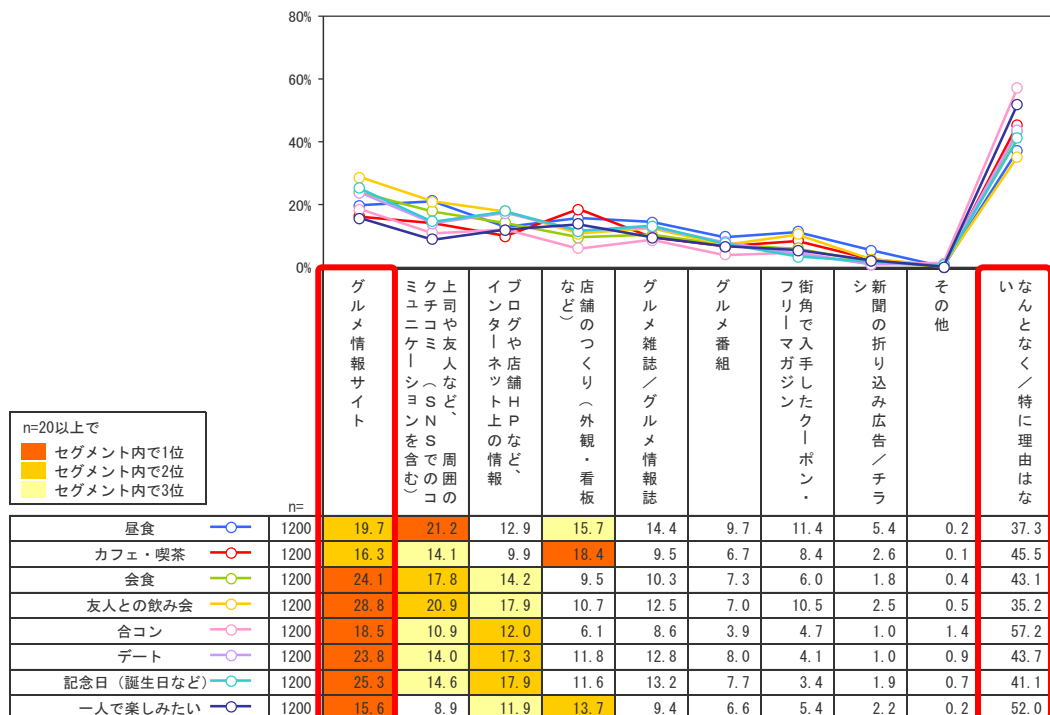
本調査では、昼食、接待、デートなど『シチュエーション毎』に、飲食店選択に際して『参考にした情報』や『行きつけの店舗』を聴取し、飲食店の選択基準を把握することを目的として実施しました。

### ■調査結果

- ✓ 新しい飲食店を選ぶ際に参考にした情報は、全てのシーンで『なんとなく/特に理由はない』がトップという結果になった。『なんとなく/特に理由はない』を除くと『グルメ情報サイト』が「昼食」、「カフェ」の利用以外でトップとなる。<図1>
- ✓ 新しい飲食店を選ぶ際に重視する点として、「昼食」という日常シーンでは価格重視、「デート」、「記念日」等の非日常シーンでは『雰囲気重視』という結果となる。『店の雰囲気』、『メニューの豊富さ』は女性の方がこだわりが強い。<図2>
- ✓ グルメ情報サイトの中での利用経験は、上位3サイト『ぐるなび』、『ホットペッパー』、『食べログ』に集中。『ぐるなび』の利用経験率が約8割でトップ、若年層女性は『ホットペッパー』、学生は『食べログ』が人気。<図3>

◆自主調査レポートの続きはこちらへ⇒ <http://www.cross-m.co.jp/report/>

<図1> 新しい飲食店を選ぶ際に参考にした情報(3つまで)



<図2> 新しい飲食店を選ぶ際に重視する点(男女別・3つまで)

	性別	n	価格の手頃さ	店の雰囲気良さそう	料理のメニューが豊富	ネット上の評判がよい	家から近くて便利	知り合いの評判がよい	職場から近くて便利	話題になっている	割引特典があるなど(初回限定クーポンなど)	お酒のメニューが豊富	その他	ダイレクトメール	なんとなく／特に理由はない
			全体+5pt以上	全体-5pt以上											
昼食	男性	618	46.6	12.2	11.0	9.3	20.2	8.1	30.5	4.9	5.4	0.8	0.5	0.8	22.4
	女性	582	57.4	27.9	17.6	14.4	28.9	12.9	17.5	7.0	10.4	-	0.7	0.1	9.8
夕食(飲み会を含む)	男性	618	39.6	19.0	15.4	13.1	17.0	10.2	15.7	6.3	7.7	6.8	0.3	0.3	23.4
	女性	582	40.0	34.4	27.9	20.4	16.9	12.3	8.2	9.6	11.6	7.8	0.3	-	10.5
大人数での利用	男性	618	31.8	16.7	13.8	14.8	5.1	10.9	11.9	6.9	8.6	8.3	0.4	1.0	31.6
	女性	582	40.7	28.0	27.5	17.6	8.1	13.9	5.7	8.4	14.4	10.5	0.5	0.2	16.4
デート	男性	618	13.3	34.1	12.6	15.7	4.3	12.3	3.0	12.8	2.1	3.2	0.6	0.7	35.6
	女性	582	18.2	48.3	25.0	20.5	6.4	13.1	1.1	12.9	4.4	5.8	0.8	0.1	20.4
記念日(誕生日など)	男性	618	13.4	32.8	14.5	17.2	6.7	11.9	2.9	10.8	2.7	3.6	0.5	0.8	34.7
	女性	582	18.2	49.3	26.3	21.0	8.3	14.9	0.3	11.8	4.6	6.1	0.5	0.1	17.7

※上記データは、2010年国勢調査における1都3県の性年代別人口構成比に合わせウェイトバックを実施。

<図3> グルメ情報サイト利用経験の有無(複数回答可)

	性別	n	利用経験の有無								数(平均回答)
			ぐるなび	パットベツ	食べログ	一休	グルメぴあ	ウオーカー	テーブル	その他	
全体		919	79.3	68.3	57.3	10.2	8.3	6.6	2.8	1.0	2.3
性別	男性	445	78.4	61.9	54.1	7.4	10.3	7.9	3.5	0.7	2.2
	女性	474	80.1	74.3	60.3	12.8	6.4	5.3	2.2	1.2	2.4
性年代別	男性/20~29歳	95	72.1	67.3	66.3	14.4	12.5	9.6	9.6	-	2.5
	男性/30~39歳	123	77.5	67.6	63.7	3.9	8.8	8.8	1.0	1.0	2.3
	男性/40~49歳	122	77.5	64.0	45.9	7.2	11.7	7.2	2.7	-	2.2
	男性/50~59歳	104	86.3	47.9	41.0	5.1	8.5	6.0	1.7	1.7	2.0
	女性/20~29歳	103	77.7	88.4	70.2	7.4	5.0	4.1	0.8	1.7	2.6
	女性/30~39歳	143	78.6	79.4	61.9	18.3	5.6	8.7	3.2	1.6	2.6
	女性/40~49歳	127	83.9	66.9	61.3	12.9	8.9	3.2	4.0	0.8	2.4
	女性/50~59歳	100	80.2	62.1	46.6	10.3	6.0	4.3	-	0.9	2.1
職業	フルタイム勤務	486	81.0	68.7	56.5	9.5	10.7	7.8	4.5	0.7	2.4
	パートタイム勤務	114	78.7	70.9	66.5	9.5	7.0	7.5	-	-	2.4
	自営業・フリーランス	70	77.2	67.4	53.6	8.7	1.6	3.3	-	1.7	2.1
	専業主婦/主夫	186	79.8	69.9	52.7	11.7	6.3	5.3	1.7	1.6	2.3
	学生	38	69.5	64.4	67.5	16.3	7.1	4.8	2.4	-	2.3
チ(ラン)外食利用額	~9,999円	645	78.2	68.8	57.0	10.0	7.4	5.9	2.5	1.1	2.3
	10,000~29,999円	244	80.8	66.6	56.9	9.3	9.0	7.9	2.9	0.7	2.3
	30,000円~	30	91.1	71.5	65.5	21.7	23.4	9.7	9.1	-	2.9
ナー(デイ)外食利用額	~9,999円	514	75.9	65.4	51.7	9.6	6.3	5.6	1.6	0.9	2.2
	10,000~29,999円	302	82.0	70.4	63.0	8.2	8.8	7.6	2.7	1.2	2.4
	30,000円~	104	88.2	76.6	68.7	18.4	16.8	8.1	9.3	0.8	2.9

■ 調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ(クロス・マーケティングアンケートモニター使用)  
調査地域 : 1都3県  
調査対象 : 20～59歳 男女、昼食または夕食で外食経験のある人  
調査期間 : 2013年8月  
有効回答数 : 本調査サンプル数: 1,200サンプル(男女別×年齢別で均等割付)

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>  
所在地 : 東京都中央区銀座8-15-2 銀座COMビル6F  
設立 : 2003年4月1日  
代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹  
事業内容 : リサーチ事業

◆ 本件に関する報道関係からのお問い合わせ先 ◆

広報担当: 中野 TEL : 03-3549-0328 FAX : 03-3549-0232  
E-mail : [pr-cm@cross-m.co.jp](mailto:pr-cm@cross-m.co.jp)

《引用・転載時のクレジット表記のお願い》

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

〈例〉「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」