

報道関係各位

2020年6月30日
株式会社クロス・マーケティング

2人に1人が、2週間以内に外食 店舗の新型コロナ対策には、まだ不安も

－外食に関する調査－

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、全国20歳～69歳の男女を対象に「外食に関する調査」を実施しました。緊急事態宣言が全国で解除されてから1か月がたち、テイクアウトや家での食事だけでなく、店舗で外食する人も徐々に増えているようです。今回は外食に関して、外食をした店舗の業態や、店舗のコロナ対策への不安度などについて分析しています。

◆自主調査リリースの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20200630eatingout/>

■調査結果

✓ 5割以上が直近2週間以内に外食を経験

✓ 外食店舗の業態は「コーヒーショップ」「ファミレス」「和食・寿司屋」が上位3位

20代における外食率が高く、一人暮らしにより、外食機会の多い様子が窺える。「居酒屋」は8.2%と全体の6位にとどまった。〈図1〉

✓ 外食に行きつつも、3割弱が【店舗の新型コロナ対策】に対して不安を感じている

「不安を感じていなかった人」は51.5%と、「不安を感じた人」を上回る。

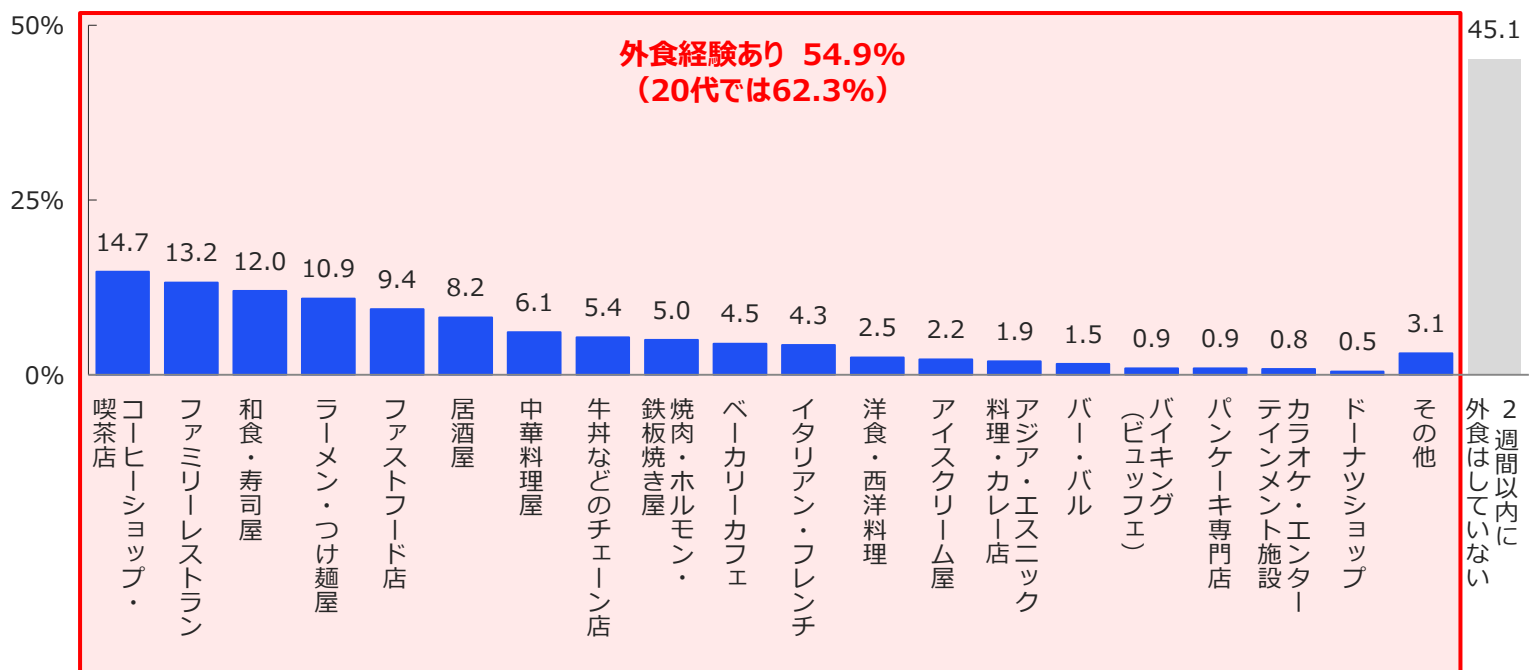
1都3県（東京・神奈川・千葉・埼玉）の在住者は不安を感じた割合が高く、新型コロナへの警戒心が他県に比べやや強い。〈図2〉

✓ 3週間前と比べ、複数人での外食を「してもいい」と考える人が増加

「家族と近所の飲食店で食事」も3週間前より増加し、約半数が「してもいい」と回答。

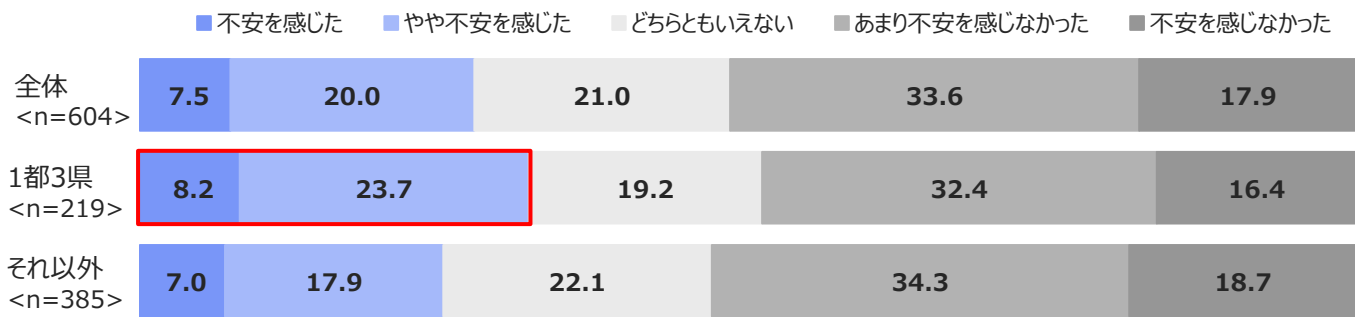
「友人・知人との食事」は「してもいい」と考える人も全体的に上昇していた。〈図3〉

〈図1〉 2週間以内に外食したお店 ※テイクアウトを除く〈n=1,100〉（複数回答）

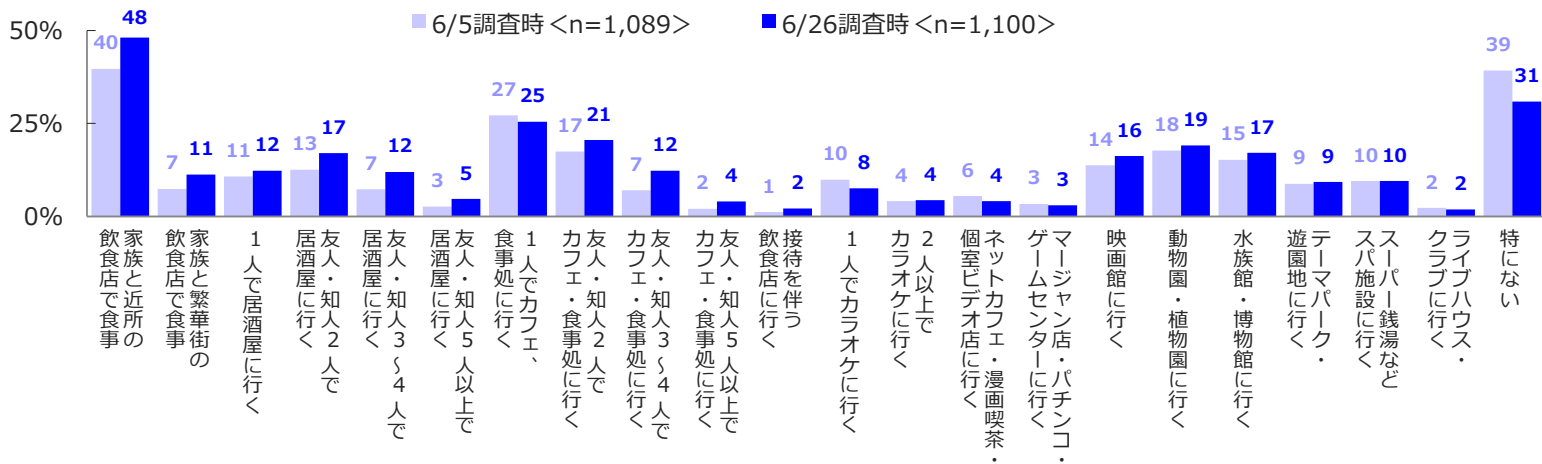


※「全体」の値を基準に降順並び替え

<図2> 外食時に【店舗の新型コロナ対策】に対して不安を感じたか <2週間以内に外食した人ベース>



<図3> 昨今の状況下の中で、現在、あなたが「してもいい」と思うこと



■調査項目

- 属性設定
- 直近1週間の外出頻度
- 直近1週間で自分の「楽しみ」のために使った金額
- 最近日常生活の中で「変わった」と思うこと
- 特別定額給付金の使用目的（または使用予定）
- 昨今の状況下の中で、現在「してもいい」と思うこと
- 直近2週間以内に外食したお店
- 外食時、店舗のコロナ対策についての不安度合い

◆クロス集計表のダウンロードはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20200630eatingout/>

■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 セルフ型アンケートツール「QiQUMO」使用)
 調査地域 : 全国47都道府県
 調査対象 : 20～69歳の男女
 調査期間 : 2020年6月26日 (金)
 有効回答数 : 本調査1,100サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【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 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
 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 : マーケティングリサーチ事業

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275
 E-mail : 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・・・」