

報道関係各位

2022年12月15日
株式会社クロス・マーケティング

この1年間の「ひとり外食」経験 男性58%、女性40% ひとりで行きやすいお店は「仕切りがある」「雰囲気が良い」こと

－ おひとりさま消費に関する調査（2022年）外食編－

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、2022年11月、全国47都道府県に在住する20～69歳の男女2,500人を対象に「おひとりさま消費に関する調査（2022年）」を実施し、ひとりの時間や外食・外出行動についての実態や意識などを全般的に聴取しました。今回は外食編として、複数人やひとりでの外食ジャンル、ひとりで外食する理由やひとり外食のハードルなどを分析をしました。

* 本調査は、ひとりの時間を外でどのように過ごしているかという点に着目し、その消費行動を「おひとりさま消費」と表しました。

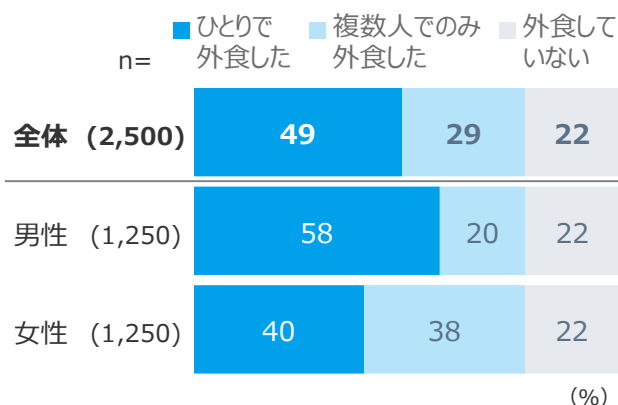
■ 調査結果（一部抜粋）

- ✓ **【直近1年間の外食行動】** この1年間に提示したジャンルの飲食店で外食をした人は78%、そのうちの49%はひとりでの外食を経験している。ひとりでの外食経験は、男性で58%、女性は40%であり男女差がある。＜図1＞複数人との食事も含む外食ジャンルは、全体で「回転寿司」「ハンバーガー」「ラーメン・餃子」「ファミリーレストラン」「カフェ・喫茶」「うどん」「牛丼・丼もの」が3割を超える。＜図2＞
- ✓ **【外食経験者のひとり外食】** 各ジャンルごとの外食経験者に対し、ひとりでの外食率を確認した。男性は「牛丼・丼もの」「そば・立ち食いそば」「カフェ・喫茶」「ハンバーガー」「カレー」「ラーメン・餃子」で6割以上、それ以外の多数ジャンルで「ひとり外食」の経験が高い。一方女性は、「カフェ・喫茶」「パン（イートイン）」「ハンバーガー」「スイーツ（イートイン）」で3割以上。また、男性より女性の方が高いジャンルは「パン（イートイン）」「スイーツ（イートイン）」のみ。＜図3＞この1年間の「ひとり外食」経験者に良さを聞いたところ、「自分のペースでいられる」が最も多く、次いで「じっくり味わうことができる」「自由を味わえる」であった。女性の方が具体的な良さを実感している人がやや多くみられた。＜図4＞

【ひとり外食への抵抗感やハードル】「鍋・しゃぶしゃぶ」「食べ放題」「焼肉」「エビ・カニ料理」「居酒屋・パブ・バー」などが「ひとり外食」する際に抵抗感がある飲食店としてあがった。概ね女性はどのジャンルでも「ひとり外食」に抵抗を感じる傾向にある。＜図5＞ひとりで飲食店へ行くことへのハードルは、「場違い・居心地の悪さを感じる」「よく知らない場所に行く勇気がない」「話し相手がいなくてつまらない」などがあがった。＜図6＞ひとりでいきたい飲食店はどのようなものか、自由回答で聴取した。個室やパーティションなどで仕切られている、ひとりでも周囲が気にならない「席」のあるお店という意見が多かった。また、ひとりでも入りやすい「客層や雰囲気」、注文はタブレット方式で会話をしないように、逆に、お店の人と会話をしたいなど、ひとりでも過ごしやすい「店主・店員とのほのよい距離」のあるお店がよいとの声もきかれた。＜図7＞

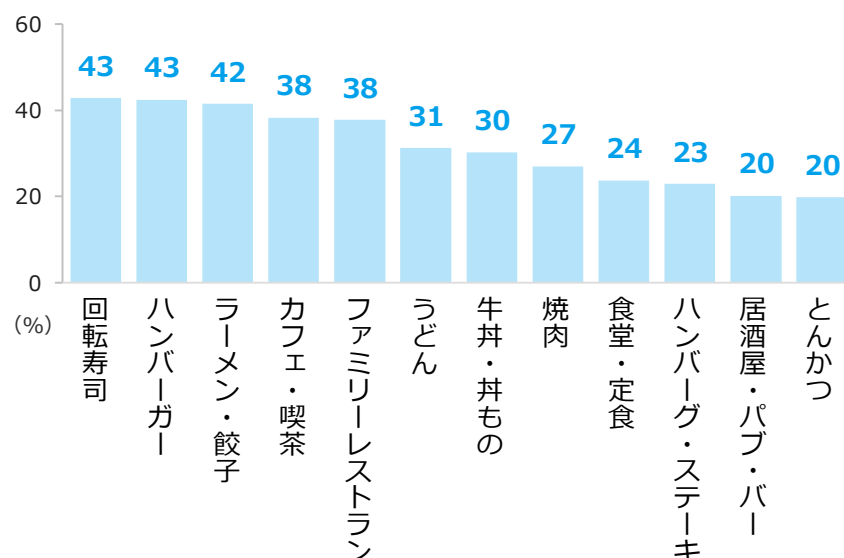
◆ 詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20221215alone/>

＜図1＞ 直近1年間の外食行動（単一回答）

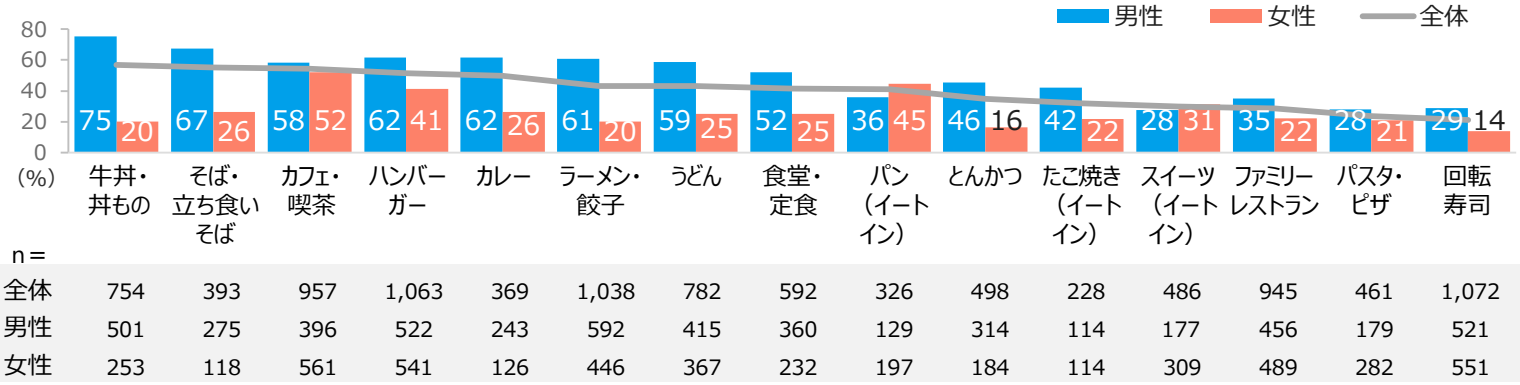


＜図2＞ 直近1年間で行った飲食店（複数回答：n=2,500）

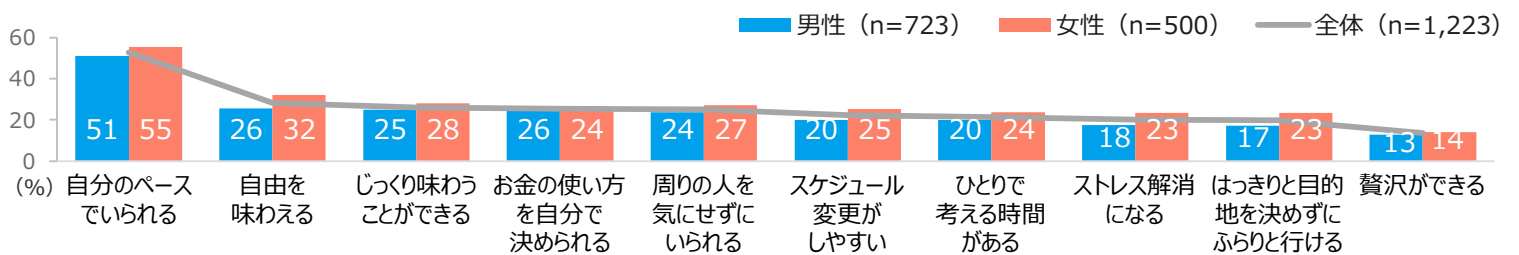
※20%以上を抜粋



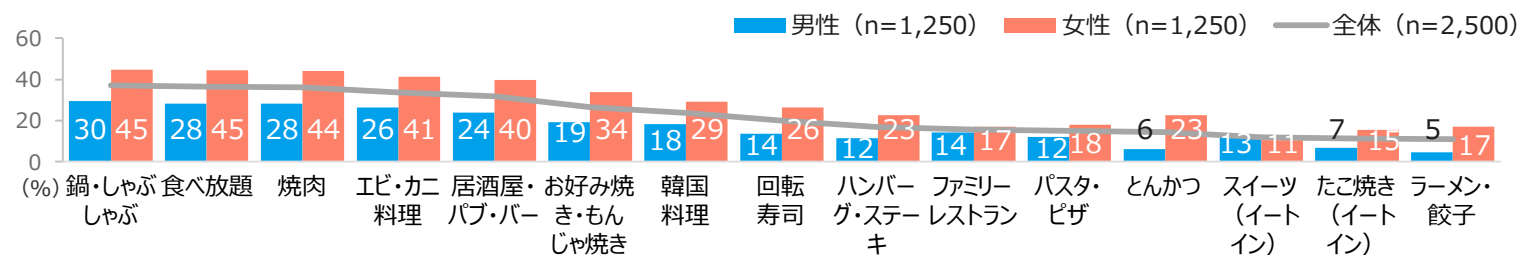
＜図3＞ 直近1年間にひとりで行った飲食店（複数回答） ※ベース：1年以内に各飲食店に行った人／男女で上位にあがった飲食店を抜粋



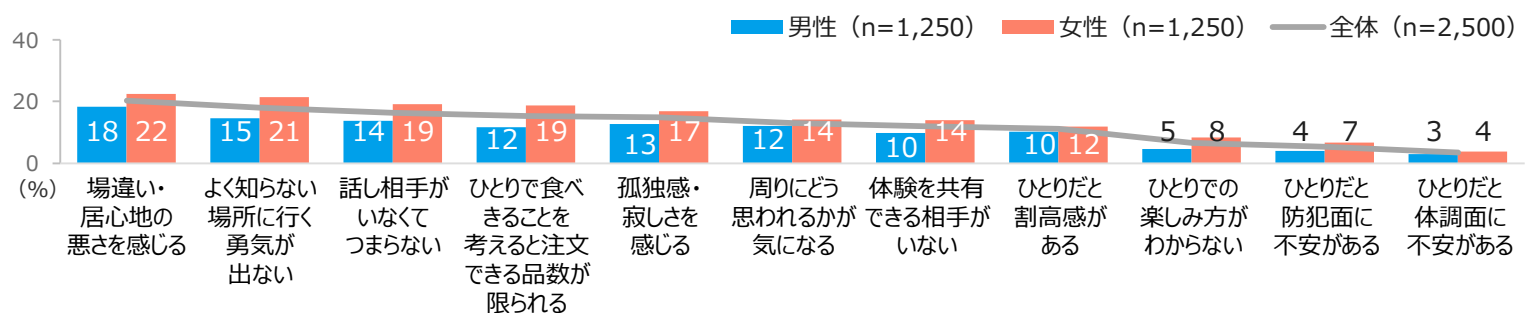
＜図4＞ ひとりで飲食店に行くことの良さ（複数回答） ※ベース：1年以内にひとりで外食をしたことがある人／上位10項目を抜粋



＜図5＞ ひとりで行くことに抵抗感のある飲食店（複数回答） ※上位15項目を抜粋



＜図6＞ ひとりで飲食店へ行くことへのハードル（複数回答）



＜図7＞ ひとりで行きたい飲食店（自由回答一部抜粋）

ひとりででも周囲が気にならない「席」

- 一人でも食べてるな、あの人って思われぬように、最初から席一つ一つに仕切り板があって、完全に周りから姿が見えないこと。個室やパーティション等、他人の存在を感じさせない構造のお店。食事の場に他人がいること自体がストレスなので。
- 相席になりにくい店。パーティションなどである程度区切られてプライベート空間が出来ている店。
- 空いてるときは他の客との席の間隔を1つ飛ばしで案内してくれる店。

ひとりででも入りやすい「客層や雰囲気」

- 周りにお一人客が多い。カフェやファーストフードはその点入りやすい。
- 「お一人様大歓迎」といったことが店頭で張り出されていれば、一人でも行きやすい。

ひとりででも過ごしやすい「店主・店員との距離」

- 店員に話しかけられたりせず、落ち着ける雰囲気のお店。
- 注文はタブレット方式がいい。コロナもあるが大声を出して店員を呼ぶのがいや。
- 寿司屋のカウンターで大将とおしゃべりしながら、ゆっくり味わいたい。

■レポート項目一覧

- 属性設問（性別/年代/居住地/婚姻状況/同居人数・家族/職業/個人年収/世帯年収/SNS利用状況/人とのつきあい意識/ポテンシャル・ニーズ・クラスター判別結果）
 - 調査結果サマリー
 - ひとりでいきたい飲食店
 - ひとりで行くことに抵抗感のある飲食店
 - ひとりで飲食店に行くことの良さ
 - ひとりで飲食店に行くことの難点（ハードル）
 - ひとりで飲食店に行く人のイメージ
 - ひとり外食の支払金額と複数人外食の支払金額の比較
 - ひとりで飲食店に行くとしたら、どのようなお店が良いか（自由回答抜粋）
- ▼調査結果詳細
- 直近1年間の外食有無
 - 直近1年間に行った飲食店
 - ひとりで直近1年間に行った飲食店
 - 各飲食店利用者別直近1年間にひとりで行った飲食店ランキング（全体/男性/女性/男女比較/20～60代別/トップ5一覧）
- ▼参考資料
- ポテンシャル・ニーズ・クラスター(PNCL)について

◆レポートのダウンロードはこちらから <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20221215alone/>

■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ 調査期間 : 2022年11月28日（月）～11月29日（火）
調査地域 : 全国47都道府県 有効回答数 : 本調査2,500サンプル
調査対象 : 20～69歳の男女

※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 <https://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、マーケティング・リサーチに関わるコンサルテーション

◆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・・・」

