

報道関係各位

2024年6月19日
株式会社クロス・マーケティング

フードコートの良さは「気軽に」「安価で」利用できること 行ってみたいのは「清潔」で「静かな環境」

－フードコートに関する調査（2024年）－

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「フードコートに関する調査（2024年）」を実施しました。近年、定番メニューやチェーン店だけではなく、有名店や独自色を打ち出したメニューを揃えた話題のフードコートへ行ってみたいと思う方もいるのではないのでしょうか。そこで、今回はフードコートをテーマに「利用状況」「フードコートのイメージ」「行ってみたいフードコート」「印象に残るフードコートやフードコートのメニュー」について聴取しました。

◆調査結果の続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20240619foodcourt/>

■調査結果

- ✓ フードコートを利用したことがある人は84.8%、2～3か月に1回以上利用している人は32.9%。
20代で利用頻度が高く、2～3か月に1回以上利用する人は約半数。<図1>
- ✓ よく利用する場所は「ショッピングモール・アウトレットモール内のフードコート」（71.3%）で、「家族とのランチ」「買い物の途中の休憩」で利用することが多い。
女性30代は「家族とのランチ」が55.8%、女性40代・60代は「買い物途中の休憩」が4割と高い。<図2・図3>
- ✓ フードコートは「気軽に入れる」「安く食事ができる」「複数人で行っても好きなものが食べられる」が魅力だが、「混んでいて座席の取り合いになる」「騒がしくて落ち着かない」「テーブルや座席が汚れている」などは欠点。<図4>
- ✓ 行ってみたいフードコートは、「テーブルや座席が清潔」「落ち着いた／静かな環境」など、食事をする場所としての基本的な要件が上位。<図5>
- ✓ 印象に残っているのは、その土地ならではの食材・メニューや有名店があるフードコートなどがあがった。<図6>

<図1> フードコートの利用頻度（単一回答）

n=	週に1回以上		月に2～3回くらい		月に1回くらい		2～3か月に1回くらい		半年に1回くらい		年1回くらい		年1回未満／行ったことはあるが不定期		フードコートを利用したことはない		2～3か月に1回以上計					
	5.0	2.8	10.5	14.6	15.9	9.3	26.7	15.2	4.1	8.6	15.0	16.4	1.8	5.9	10.5	14.5		15.0	8.6	24.1	19.5	11.8
全体 (1,100)	5.0	2.8	10.5	14.6	15.9	9.3	26.7	15.2	4.1	8.6	15.0	16.4	1.8	5.9	10.5	14.5	15.0	8.6	24.1	19.5	11.8	30.9
20代 (220)	4.1	8.6	15.0	20.0	13.2	7.7	15.0	16.4	4.1	8.6	15.0	16.4	1.8	5.9	10.5	14.5	15.0	8.6	24.1	19.5	11.8	30.9
30代 (220)	1.8	5.9	10.5	14.5	15.0	8.6	24.1	19.5	1.8	5.9	10.5	14.5	15.0	8.6	24.1	19.5	11.8	30.9	47.7			
40代 (220)	3.6	5.9	7.7	13.6	14.1	11.4	31.8	11.8	3.6	5.9	7.7	13.6	14.1	11.4	31.8	11.8	30.9					
50代 (220)	2.7	3.2	10.5	12.3	16.4	10.0	33.2	11.8	2.7	3.2	10.5	12.3	16.4	10.0	33.2	11.8	28.6					
60代 (220)	1.8	1.4	8.6	12.7	20.9	8.6	29.5	16.4	1.8	1.4	8.6	12.7	20.9	8.6	29.5	16.4	24.5 (%)					

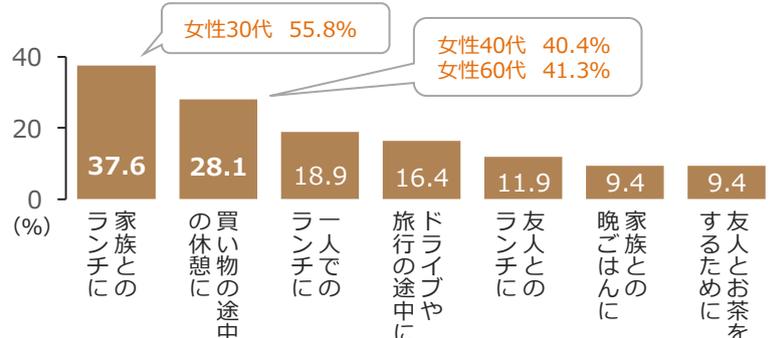
<図2> よく利用するフードコートの場所 TOP5

（複数回答：n=933）※フードコートを利用したことがある人ベース

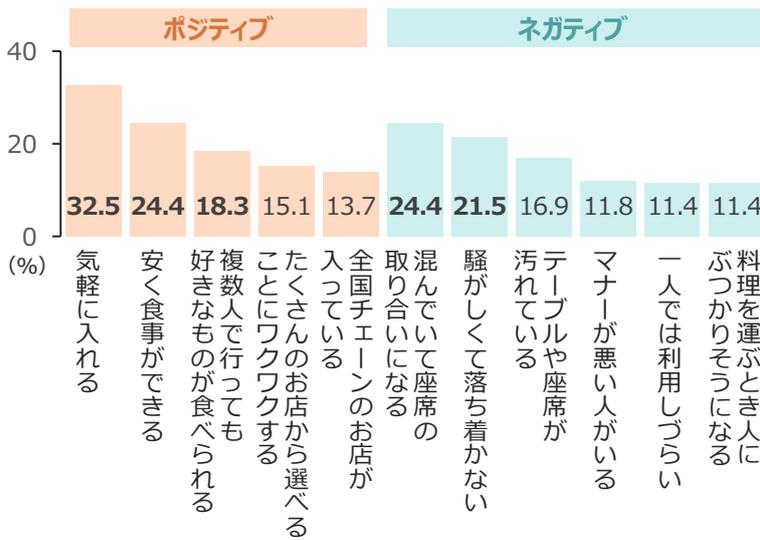
- 1 ショッピングモール・アウトレットモール内 71.3
- 2 スーパー内（地下など） 21.1
- 3 サービスエリア（高速道路）内 10.9
- 4 デパート・ファッションビル内 10.5
- 5 レジャー施設内 8.7 (%)

<図3> フードコートの利用場面 TOP7

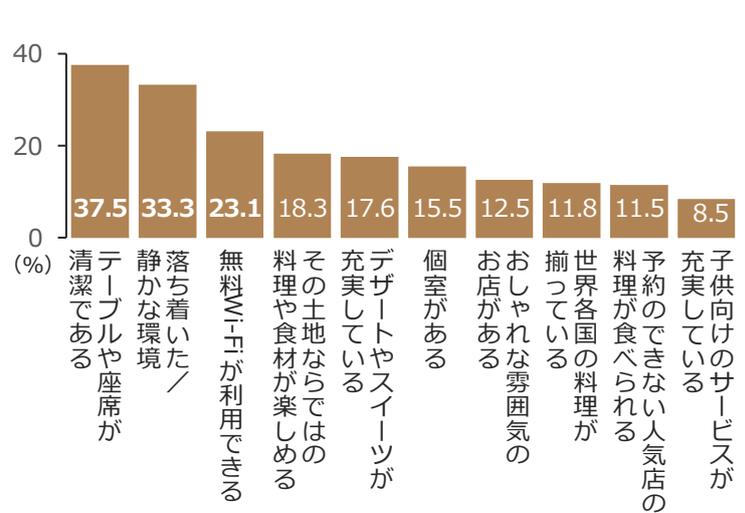
（複数回答：n=933）※フードコートを利用したことがある人ベース



<図4> フードコートのイメージ TOP10
(複数回答：n=1,100)



<図5> 行ってみたいフードコート TOP10
(複数回答：n=1,100)



<図6> 印象に残るフードコートやフードコートのメニュー (自由回答抜粋：n=933) ※フードコートを利用したことがある人ベース

- ・ 御殿場アウトレットは、並んでいる店がチェーン店ではなくて楽しめた。(男性20代)
- ・ 道の駅でその土地の名産を使った料理は必ず食べる。(女性50代)
- ・ スガキヤがフードコートにあるとテンション上がる。(男性40代)
- ・ 1～2歳の子どもや親が座れる大きい椅子があってよかった。(男性20代)
- ・ 牛タンが好きだが、仙台の牛タン定食を食べられるところがあってよい。本格的なものを近くで食べられていい。(女性40代)
- ・ 海外ですがパエリアがデカイ鍋で作ってあり、お客さんから見えるようになっていて行列が出来ていた。(女性50代)

■ 調査項目

- 属性設問
- フードコートの利用頻度
- よく利用するフードコートの場所
- フードコートの利用場面
- フードコートに関するイメージ
- 行ってみたいフードコート
- 印象に残るフードコートやフードコートのメニュー

◆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/20240619foodcourt/>

■ 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 : 2024年6月14日 (金)～16日 (日)
 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 <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ィング

◆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・・・」