

2021年6月2日



過去1年の「一人外食」実施者は45.9%、「初」は3.7%
利用業態最多は「ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ専門店」
「一人外食」が増えた人の理由にはコロナ禍が大きく関係
「一人外食」の実態調査（2021年4月実施）

株式会社リクルート（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：北村 吉弘）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、2020年4月～2021年3月における一人での外食の実態についてアンケートを実施しました。その結果を発表いたします。

<要約>

POINT1 過去1年の「一人外食」実施者は45.9%。最多は30代男性、最少は60代女性

・・・P3

- ▶2020年4月～2021年3月の1年間で、「一人外食」をしたことのある人は45.9%。
- ▶2020年4月～2021年3月の1年間で、初めて「一人外食」をした人は3.7%。
- ▶女性よりも男性で「一人外食」が多い傾向で、最多は30代男性で60.1%、最少は60代女性で24.7%。

POINT2 「一人外食」で利用が多い「ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店」。
一人では利用していなかったが、過去1年で初めて一人利用した業態でも最多

・・・P4-5

- ▶「一人外食」で利用した業態は、1位「ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店」54.9%、2位「ファストフード」50.8%、3位「牛丼、カレー等、一品もの専売業態」46.2%。
- ▶2020年4月～2021年3月の1年間で、「一人外食」として初めて利用した業態トップ3は、1位「ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店」7.3%、2位「ファミリーレストラン、回転すし等」5.7%、3位「ファストフード」で4.9%。

POINT3 「一人外食」が増えた人の理由には「コロナ禍」が大きく関係

・・・P6

- ▶この1年で「一人外食」が「増えた」「やや増えた」人の増加理由トップ3は「コロナ禍」に関する選択肢。1位「外食に人を誘いにくいから」43.6%。2位「外食に誘われる機会が減ったから」31.6%、3位「自分が感染することが不安だから」30.0%。

本件に関する
お問い合わせ先

<https://www.recruit.co.jp/support/form/>

2021年6月2日

調査概要と回答者プロフィール

- ◎調査名 外食市場調査（2021年3月度）
- ◎調査方法 インターネットによる調査
首都圏、関西圏、東海圏における、夕方以降の外食および中食のマーケット規模を把握することを目的に実施した調査（外食マーケット基礎調査）の中で、コロナ影響による一人外食の実施状況、一人外食で利用したお店の種類、昨年と比較した一人外食の増減と、増加した理由等を聴取。
- ◎調査対象 首都圏（東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県、茨城県）、関西圏（大阪府、京都府、兵庫県、奈良県、滋賀県）、東海圏（愛知県、岐阜県、三重県）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）

■事前調査

- ①調査目的 本調査の協力者を募集するために実施
- ②調査時期 2021年2月17日（水）～2021年3月1日（月）
- ③調査対象 首都圏、関西圏、東海圏に住む20～69歳の男女（株式会社マクロミルの登録モニター）
- ④調査内容 本調査への協力意向、普段の外食頻度、普段の中食頻度
- ⑤配信数 496,521 件
- ⑥回収数 33,663 件
- ⑦本調査対象者数 16,075 件

- ◆本調査対象者の割付について
 - ・本調査では、回答者の偏りをできるだけなくすために、割付を行って回収した。
 - ・性年代別10区分×地域別25区分（首都圏地域13区分、関西圏地域8区分、東海圏地域4区分）＝250セルについて、平成30年人口推計（総務省）に基づき割付を行った。
 - ・本調査の目標回収数は、首都圏4,000s、関西圏2,000s、東海圏2,000s、合計8,000sとした。

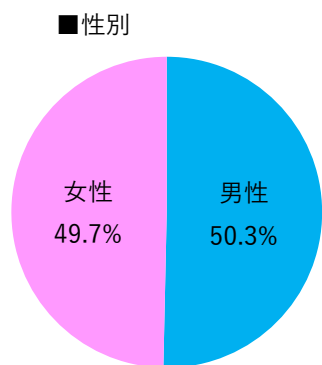
■本調査

- ①調査方法 ・事前調査で本調査への協力意向が得られたモニターの中から、脱落率を加味して設定した必要数をランダムに抽出し、本調査の案内メールを通知。
- ②調査期間 2021年4月1日（木）～2021年4月12日（月）
- ③配信数 12,436 件
- ④回収数 10,194 件 （回収率 82.0 %）
- ⑤有効回答数 10,089 件 （首都圏 5,118 件、関西圏 2,658 件、東海圏 2,313 件）

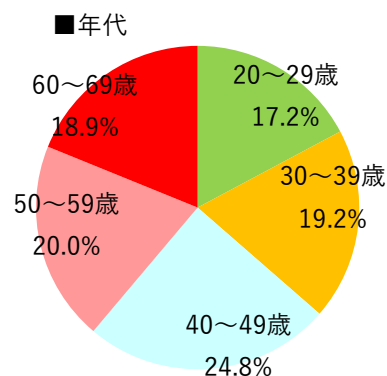
※回収された票のうち、自由回答コメントから、趣旨に合わないかと判断された票を無効としたほか、事前調査時の普段の外食・中食頻度の回答と、本調査時の1カ月間の外食・中食回数が著しく乖離している場合、事前調査時の住所と、本調査時の住所が、圏域を越えて変わっている場合を無効とした。

- ◆集計方法について
 - ・本調査結果は、平成30年人口推計（総務省）における割付（性年代別10区分×地域別25区分＝250セル）別の構成比に合わせてサンプル数を補正したウェイトバック集計を行っている。
 - ・補正後のサンプル数は次の通り。
3圏域・計 10,089 件 首都圏： 5,793 件、関西圏： 2,758 件、東海圏： 1,538 件）

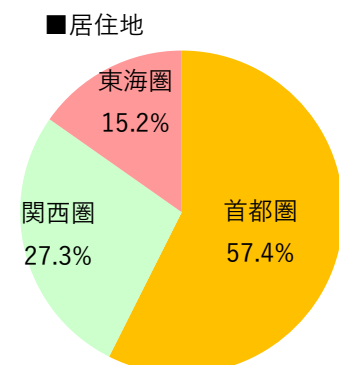
◆回答者プロフィール（ウェイトバック後）



n=10,089



n=10,089



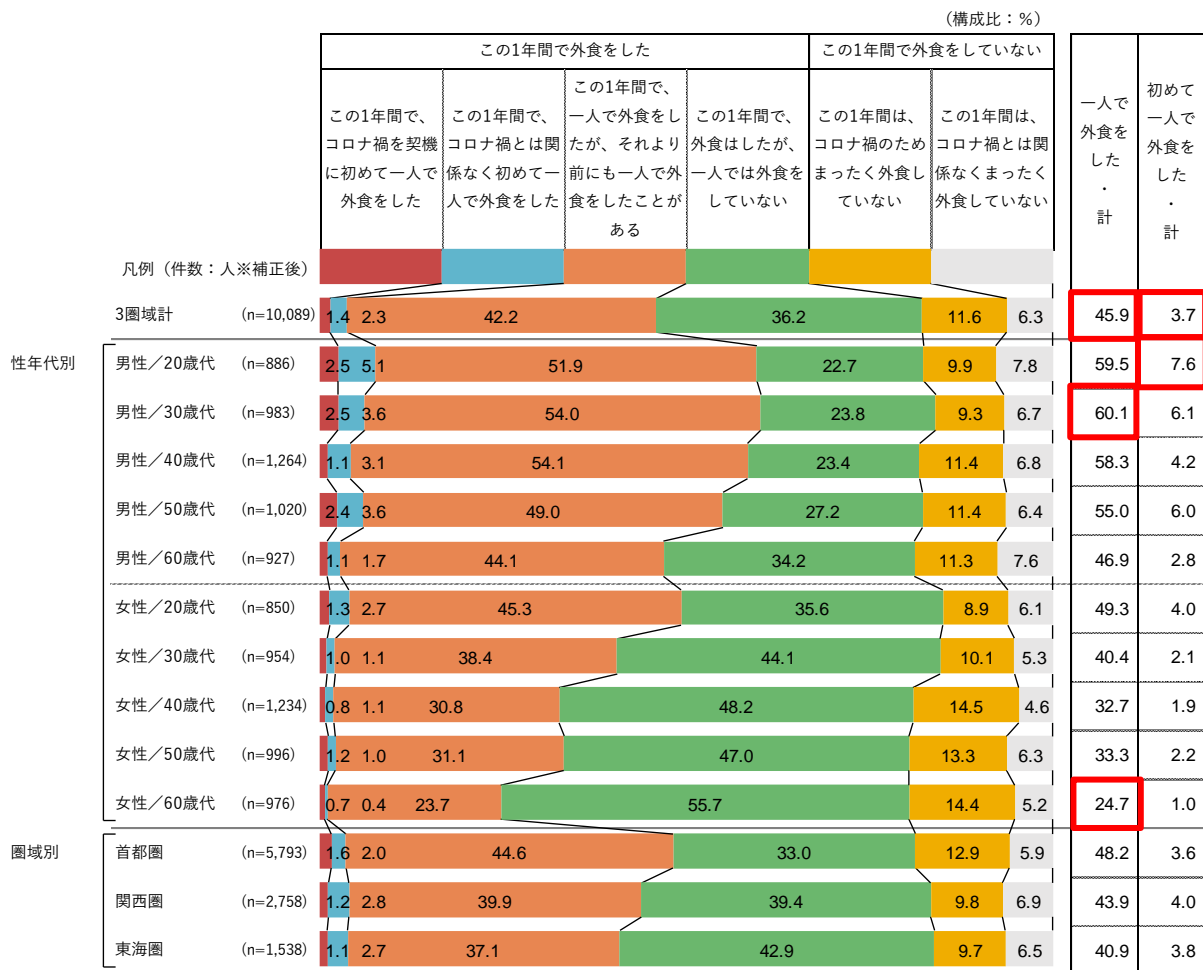
n=10,089

2021年6月2日

1. 過去1年の「一人外食」実施者は45.9%。最多は30代男性、最少は60代女性

「一人外食」の実態について、アンケートを行った。2020年4月～2021年3月の1年間で、「一人外食」をしたことのある人は45.9%。3.7%の人は初めて「一人外食」をした人であった。3.7%の内訳では、1.4%は「コロナ禍を契機に初めて一人で外食をした」人、また、2.3%は「コロナ禍とは関係なく初めて一人で外食をした」人であった。性年代別では、女性よりも男性で「一人外食」が多い傾向で、最多は30代男性で60.1%、最少は60代女性で24.7%であった。この1年で初めて「一人外食」をした性年代の最多は20代男性で7.6%であった。

この1年間（2020年4月～2021年3月）の外食有無と、「一人外食」の実施状況（全体／単一回答）



※「一人で外食をした・計」：「この1年間で、コロナ禍を契機に初めて一人で外食をした」「この1年間で、コロナ禍とは関係なく初めて一人で外食をした」「この1年間で、一人で外食をしたが、それより前にも一人で外食をしたことがある」のいずれかを回答した人を集計

※「初めて一人で外食をした・計」：「この1年間で、コロナ禍を契機に初めて一人で外食をした」「この1年間で、コロナ禍とは関係なく初めて一人で外食をした」のいずれかを回答した人を集計

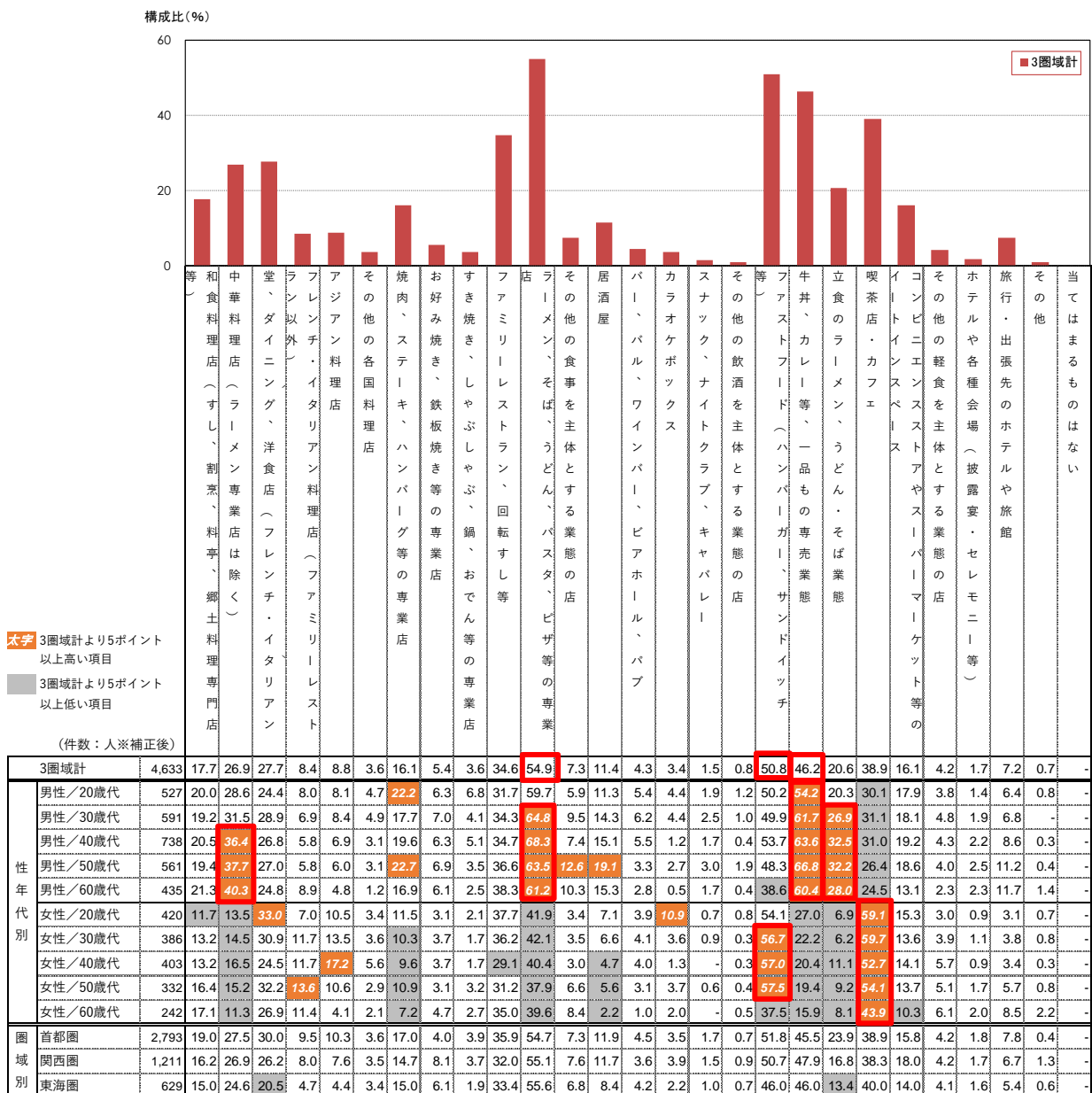
2021年6月2日

2. 「一人外食」で利用が多い業態は「ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店」

「一人外食」で利用した業態を聞いた。最多は「ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店」で54.9%、次いで2番目は「ファストフード」で50.8%、3番目は「牛丼、カレー等、一品もの専売業態」で46.2%。1位の「ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店」と3位の「牛丼、カレー等、一品もの専売業態」や「中華料理店」「立食のラーメン、うどん、そば業態」は男性の利用が多く、2位の「ファストフード」や「喫茶店・カフェ」は女性の利用が多かった。業態による利用顧客の男女差が目立つ結果であった。

この1年間（2020年4月～2021年3月）に、「一人外食」で利用したお店の業態

（この1年間に一人で外食した人／複数回答）

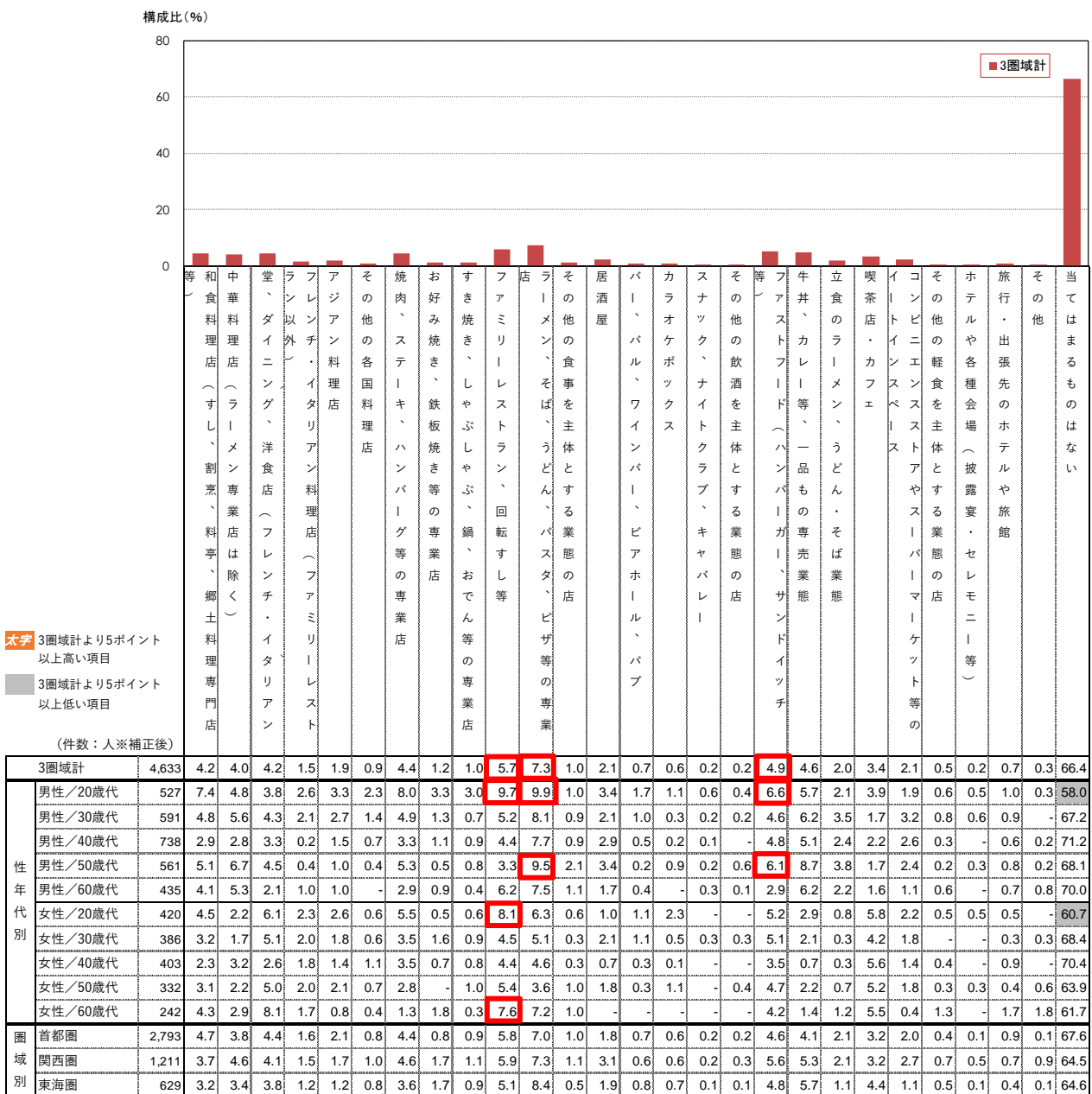


2021年6月2日

3. 過去1年で「一人外食」として初めて利用した業態の最多も 「ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店」

この1年で「一人外食」として初めて利用した業態を聞いた。全体的にスコアは小さいが、1位は「ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店」で7.3%、2位は「ファミリーレストラン、回転すし等」で5.7%、3位は「ファストフード」で4.9%であった。「ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店」は、20・50代男性の初利用が多く、「ファミリーレストラン、回転すし等」は20代男女と60代女性の初利用が多く、「ファストフード」は20・50代男性の初利用が多かった。

この1年間（2020年4月～2021年3月）に、お店の種類として初めて「一人外食」で利用した業態（この1年間に一人で外食した人／複数回答）

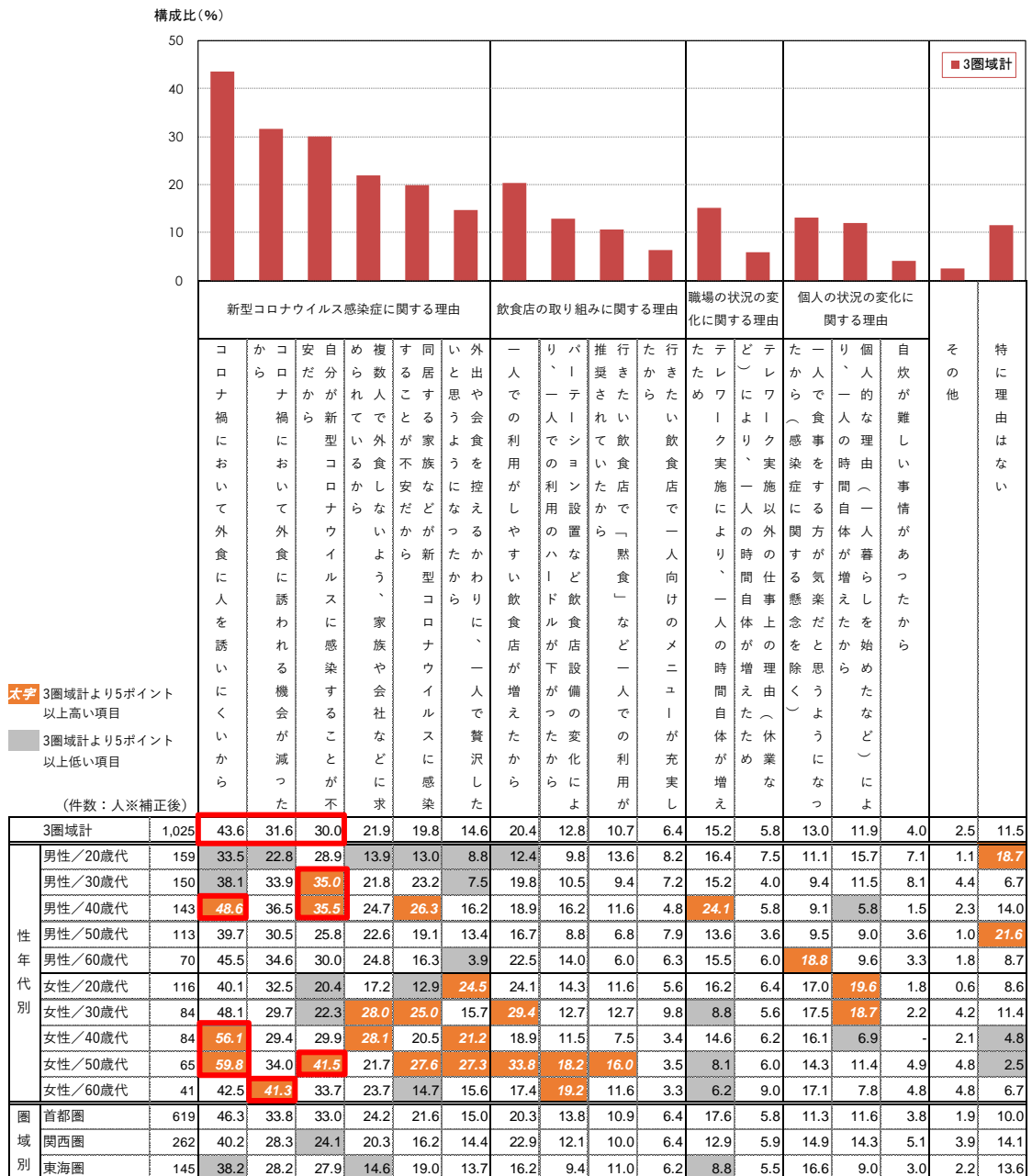


2021年6月2日

4. 「一人外食」の割合が増えた理由に「コロナ禍」が大きく関係

今回、過去1年で「一人外食」が「増えた」「やや増えた」と回答した人が、調査対象の約1万人中で1,025人（補正後人数、10.2%相当）であった。増加した理由を聞いたところ、トップ3は「コロナ禍」に関係する理由であった。最多は「外食に人を誘いにくいから」で43.6%、次いで2番目は「外食に誘われる機会が減ったから」で31.6%、3番目は「自分が感染することが不安だから」で30.0%であった。「外食に人を誘いにくいから」の回答は40代男女や50代女性で多く、「外食に誘われる機会が減ったから」の回答は60代女性で多く、「自分が感染することが不安だから」の回答は30・40代男性や50代女性が多かった。

この1年間で「一人外食」の割合が増えた理由（2019年4月～2020年3月と2020年4月～2021年3月を比べて「一人外食」の割合が増えた人／複数回答）



2021年6月2日

リクルートグループについて

1960年の創業以来、リクルートグループは、就職・結婚・進学・住宅・自動車・旅行・飲食・美容などの領域において、一人ひとりのライフスタイルに応じたより最適な選択肢を提供してきました。現在、HRテクノロジー、メディア&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、4万5,000人以上の従業員とともに、60を超える国・地域で事業を展開しています。2019年度の売上収益は2兆3994億円、海外売上比率は約45%になります。リクルートグループは、新しい価値の創造を通じ、社会からの期待に応え、一人ひとりが輝く豊かな世界の実現に向けて、より多くの『まだ、ここにはない、出会い。』を提供していきます。

詳しくはこちらをご覧ください。

リクルートグループ: <https://recruit-holdings.co.jp/>

リクルート: <https://www.recruit.co.jp/>