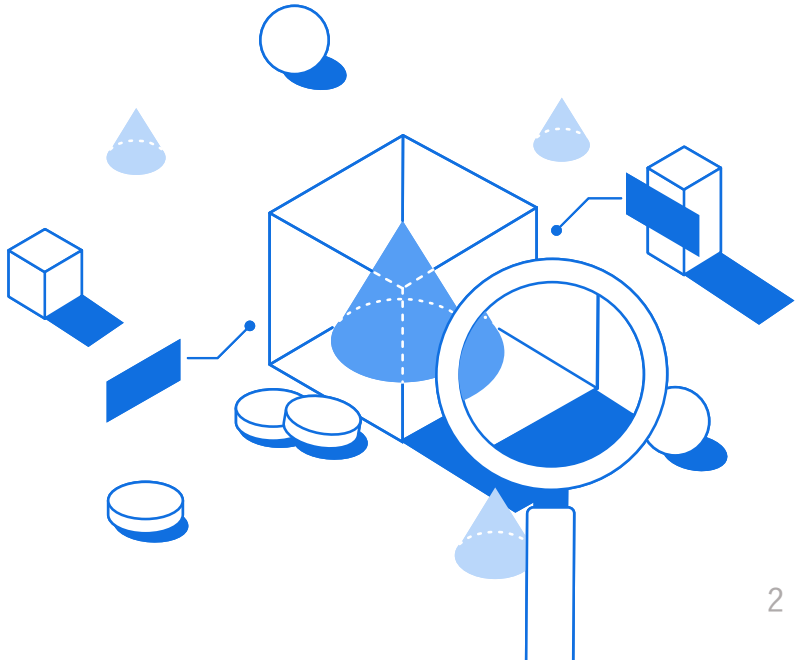
Quest

With/After COVID-19における
消費者の飲食店利用の現状と今後

2021年6月

Agenda

1. サマリー
2. コロナによる外食利用の変化
3. コロナ収束までの外食意識の変化
4. コロナ後の外食行動



1.
サマリー

Quest

調査概要

調査目的：消費者の現状/今後の外食の意識調査を実施することで飲食店経営に資する情報を提供する

調査方法：Webアンケート調査

調査実施機関：株式会社Quest(https://quest-research.co.jp/)

調査対象：全国の18歳以上の男女

回答回収機関：2021年5月26日(水)

サンプル数：1,856サンプル

		18~19歳	20~29歳	30~39歳	40~49歳	50~59歳	60~69歳	70歳以上	計
緊急事態宣言[1)]発出地域	男	14	75	77	67	75	67	89	464
	女	18	69	77	75	74	72	71	456
その他地域	男	12	75	66	82	78	74	81	468
	女	11	86	77	75	74	69	76	468
計		55	305	297	299	301	282	317	1,856

1）緊急事態宣言発出地域とは、2020年4月の全国を対象とした緊急事態宣言を除き、2021年6月現在までに緊急事態宣言を発出された地域を指す
具体的には、北海道・東京都・埼玉県・千葉県・神奈川県・愛知県・大阪府・京都府・兵庫県・広島県・岡山県・福岡県・沖縄県を指す。

Copyright © by Quest Inc. All rights reserved.

サマリー(2/2)

Quest

今後の外食意識の全体像

新型コロナにより生じた消費者の外食への抵抗感はコロナ収束に従い徐々に回復するが、完全にコロナ以前と同じではなく収束後も未だに外食利用に抵抗感を感じる消費者や以前より低頻度・低単価での利用を見込む消費者など外食意識の変化が見られる

コロナによる外食利用の変化

コロナ感染への懸念や外食自粛要請により多くの消費者が外食に対する抵抗感を覚え、それ故に外出頻度や月平均外食費が低下

＞コロナ前後で比較すると、2021年現在の月平均外食費は全体で8,334円(2019年比34％減)まで減少
＞全体の65％が外食頻度が減少し、その理由としてコロナ感染への懸念(80%)や外食自粛要請(48%)を列挙

コロナ収束までの外食意識の変化

消費者の外食への抵抗感はコロナ収束に従い徐々に回復するが、一方で例え感染者が0になってもまだ抵抗感を覚え外食を控える消費者も一定数存在

＞外出/外食自粛要請の解除、ワクチン接種、治療薬開発、周辺/日本全国の感染者0とコロナ収束に従い抵抗感は回復し、日本全国の感染者0の時では全体の67%(一人利用)、61%(複数利用)がコロナ前のように外食可能に
＞一方で、日本全国の感染者0の時でも全体の12％(一人利用)、10％(複数利用)が未だに抵抗感を覚え外食を控える

コロナ後の外食行動

外食への抵抗感が回復した消費者の過半数は以前と同じ頻度・単価に回帰し、さらに以前と比べ低頻度・低単価での外食行動する消費者も一定数存在

＞コロナ後、全体の60％が以前と同頻度で、また全体の約30％が以前よりも低頻度での外食行動を見せる
＞コロナ後、全体の80％が以前と同単価で、また全体の約20％が以前よりも低単価での外食行動を見せる

Copyright © by Quest Inc. All rights reserved.

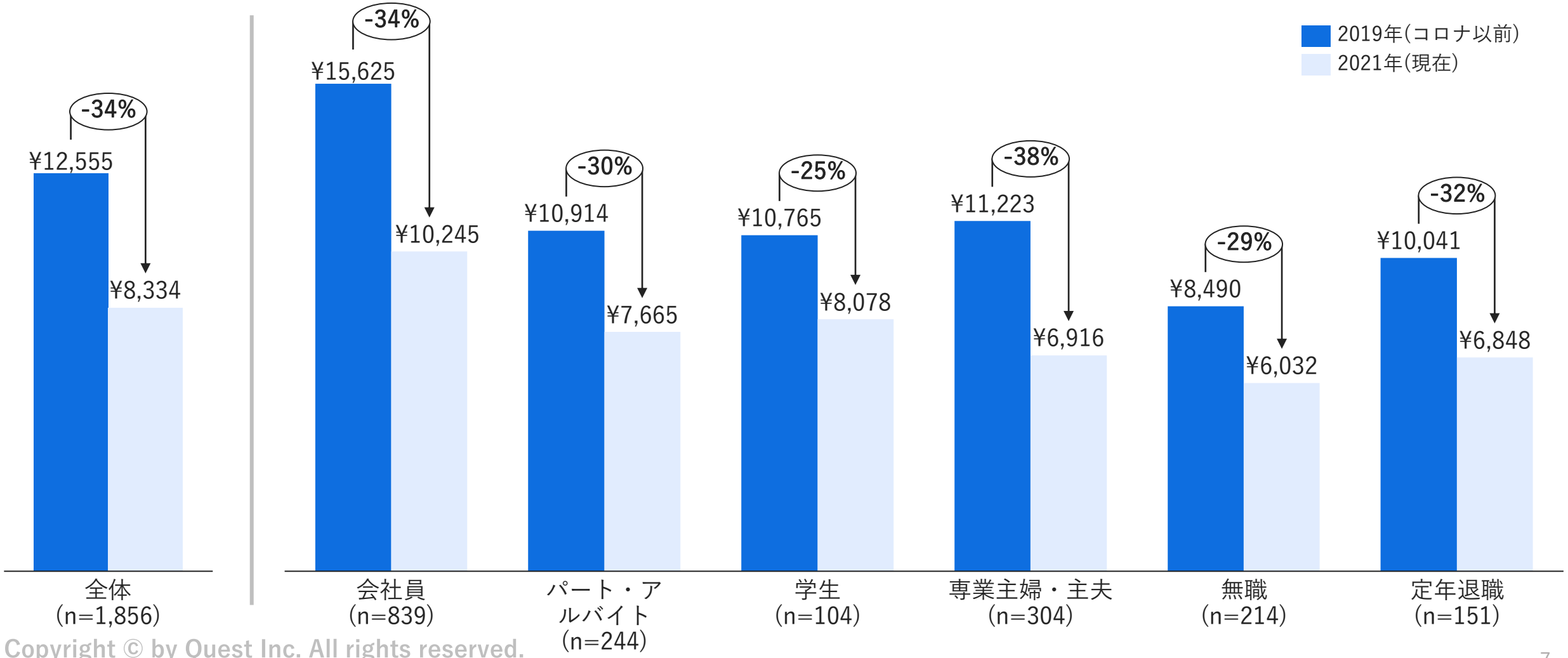
2.

コロナによる外食利用の変化

Quest

コロナ以前と比べると現在の月平均外食費は全セグメントで減少、全体で-34%減

コロナ前後の月平均外食費の変化

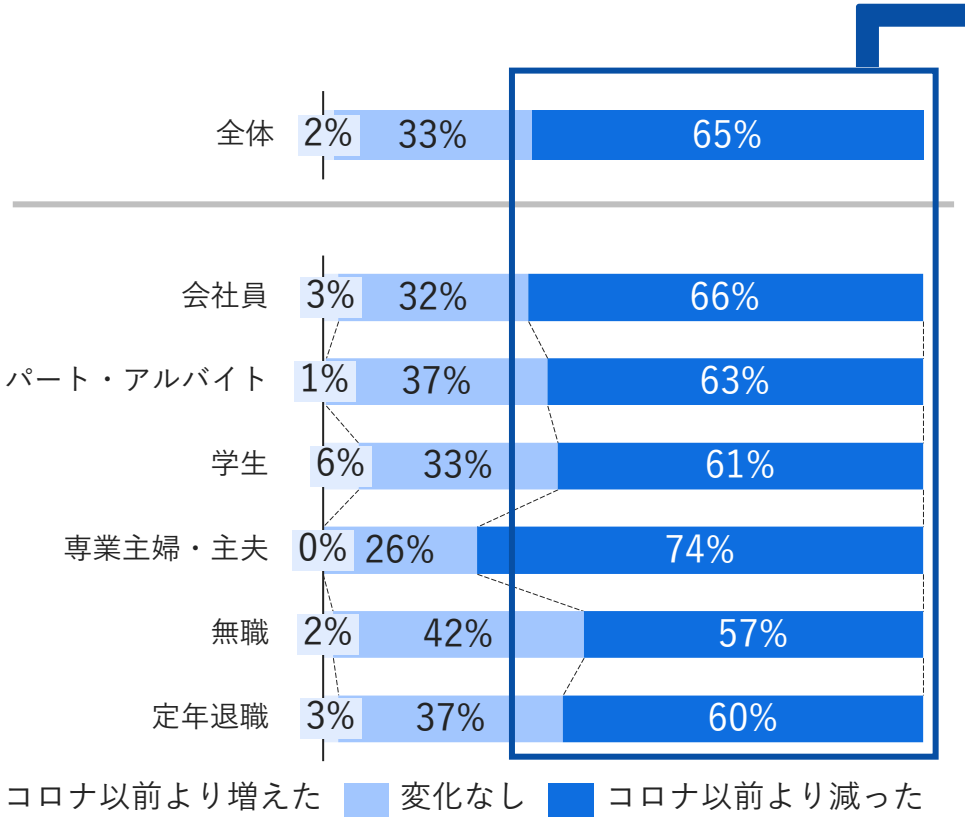


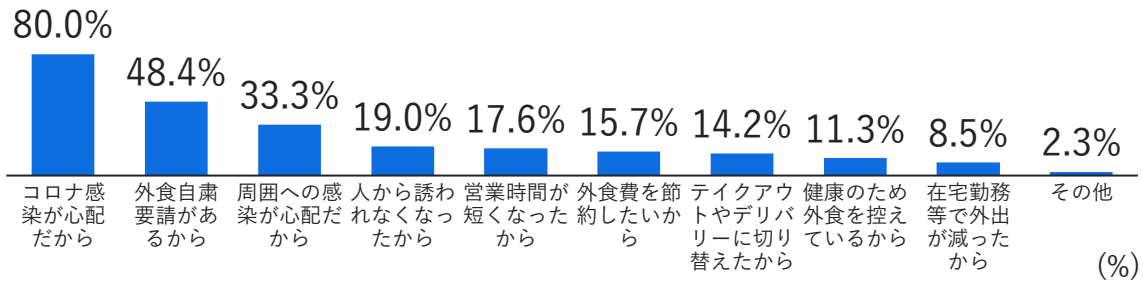
Copyright © by Quest Inc. All rights reserved.

Quest

全体の65%が外食頻度が減少し、その約半数がコロナ感染への懸念や外食自粛要請を理由に列挙

外食頻度の変化とその理由[1)]





	コロナ感染が心配だから	外食自粛要請があるから	周囲への感染が心配だから	人から誘われなくなったから	営業時間が短くなったから	外食費を節約したいから	テイクアウトやデリバリーに切り替えたから	健康のため外食を控えているから	在宅勤務等で外出が減ったから	その他
全体	80.0	48.4	33.3	19.0	17.6	15.7	14.2	11.3	8.5	2.3
会社員	75.4	46.7	31.7	19.0	21.7	13.9	13.6	9.0	13.9	2.4
パート・アルバイト	78.7	47.2	35.9	17.2	21.8	18.2	15.7	8.1	2.0	2.3
学生	60.2	56.5	40.3	21.4	31.4	14.8	6.8	4.1	21.5	0.0
専業主婦・主夫	86.4	51.4	31.5	15.5	12.5	15.6	13.1	12.9	3.2	2.3
無職	86.7	45.4	36.6	21.4	8.5	24.4	16.2	16.5	3.8	2.4
定年退職	88.0	50.4	35.0	26.3	10.2	10.5	19.6	20.0	4.5	3.3

全体 +10pt　全体 +5pt　全体 -5pt　全体 -10pt

1）外食頻度の変化の理由は外食頻度がコロナ以前より減った方を対象に聴取(n=1,177)

Copyright © by Quest Inc. All rights reserved.

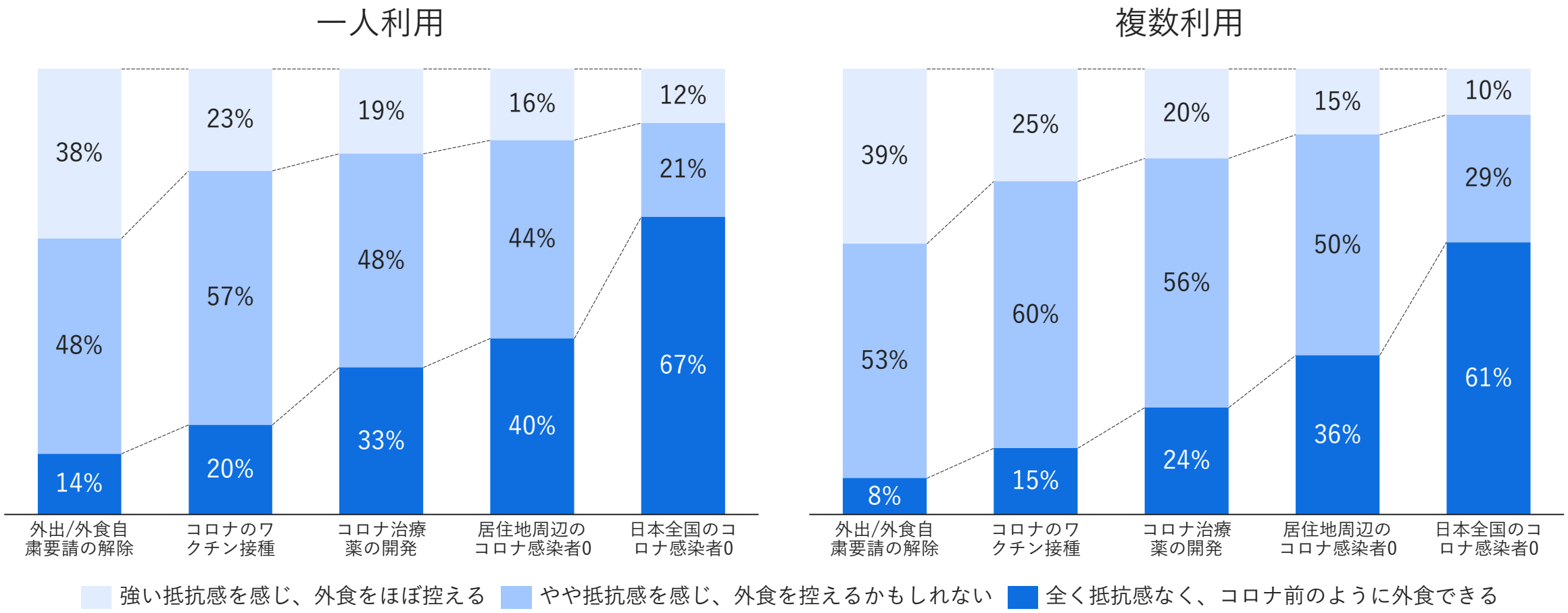
3.

コロナ収束までの外食意識の変化

Quest

コロナ収束に従い外食意識は以前のように回復。一方、感染者0でも抵抗感が拭えない消費者も

コロナ収束までの外食意識の変化[1)]



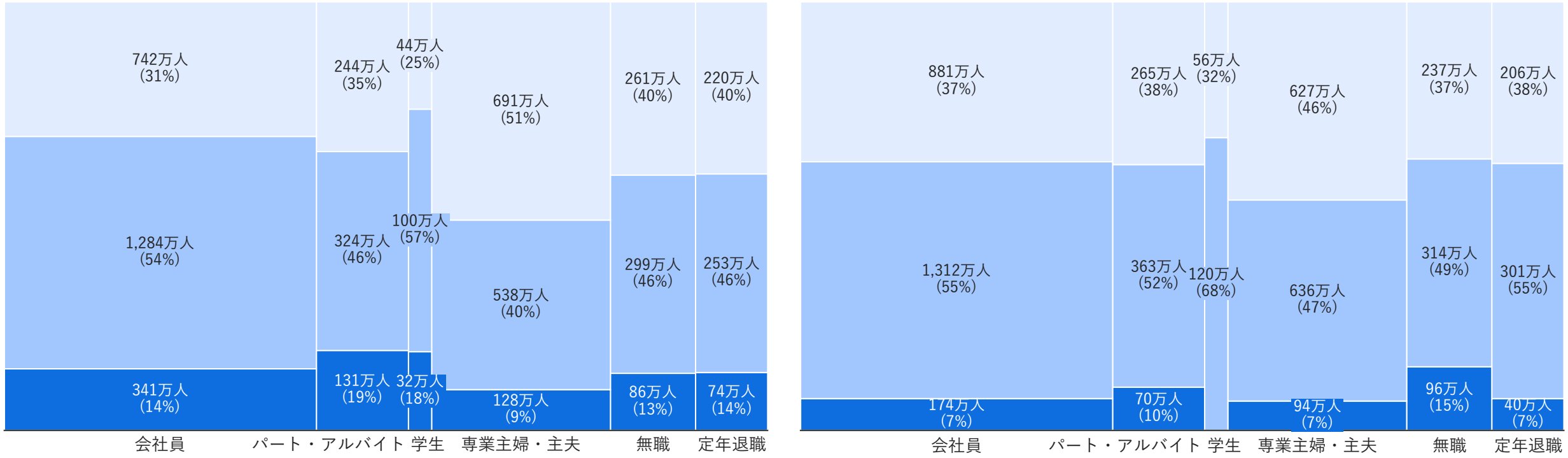
1）コロナ収束までの外食意識の変化は外食頻度がコロナ以前より減った、かつコロナ感染への懸念がその理由である方を対象に聴取(n=976)

Copyright © by Quest Inc. All rights reserved.

Quest

外出/外食自粛要請解除で約792万人(一人利用)、約475万人(複数利用)が以前の外食意識に回帰

外出/外食自粛要請解除時の外食意識[1)]



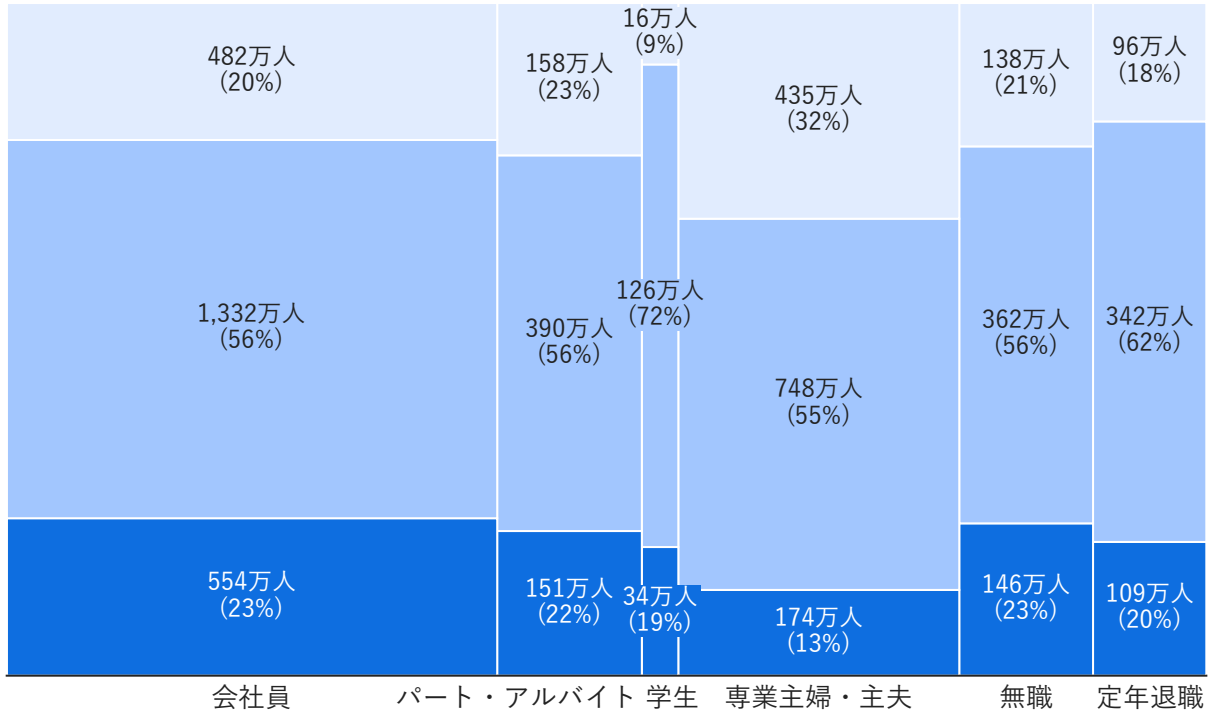
1) 外食意識は外食頻度がコロナ以前より減った、かつコロナ感染への懸念がその理由である方を対象に聴取(n=976)
市場全体の人数は総務省の人口推計データを基に地域・性別・年代別にウェイトバック集計することで推定しており、ウェイトバック集計に関して詳しく知りたい方はこちらを参照

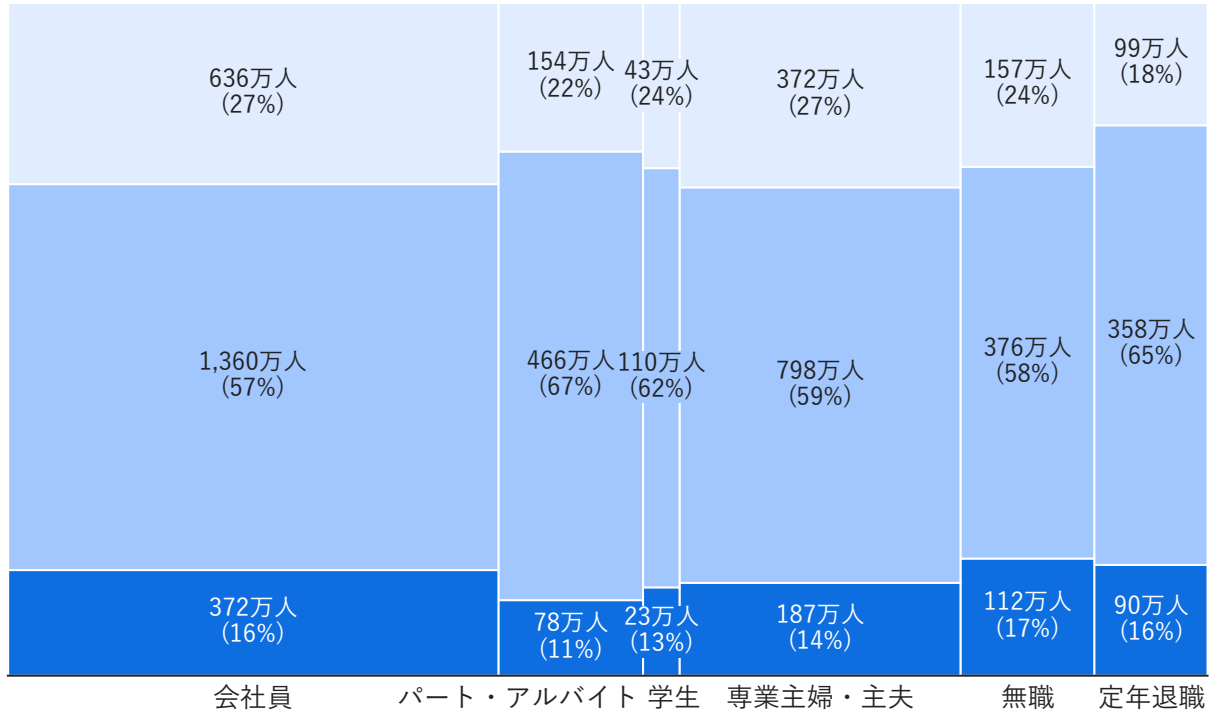
Copyright © by Quest Inc. All rights reserved.

Quest

ワクチン接種で約1,167万人(一人利用)、約863万人(複数利用)が以前の外食意識に回帰

ワクチン接種時の外食意識[1)]





強い抵抗感を感じ、外食をほぼ控える　やや抵抗感を感じ、外食を控えるかもしれない　全く抵抗感なく、コロナ前のように外食できる

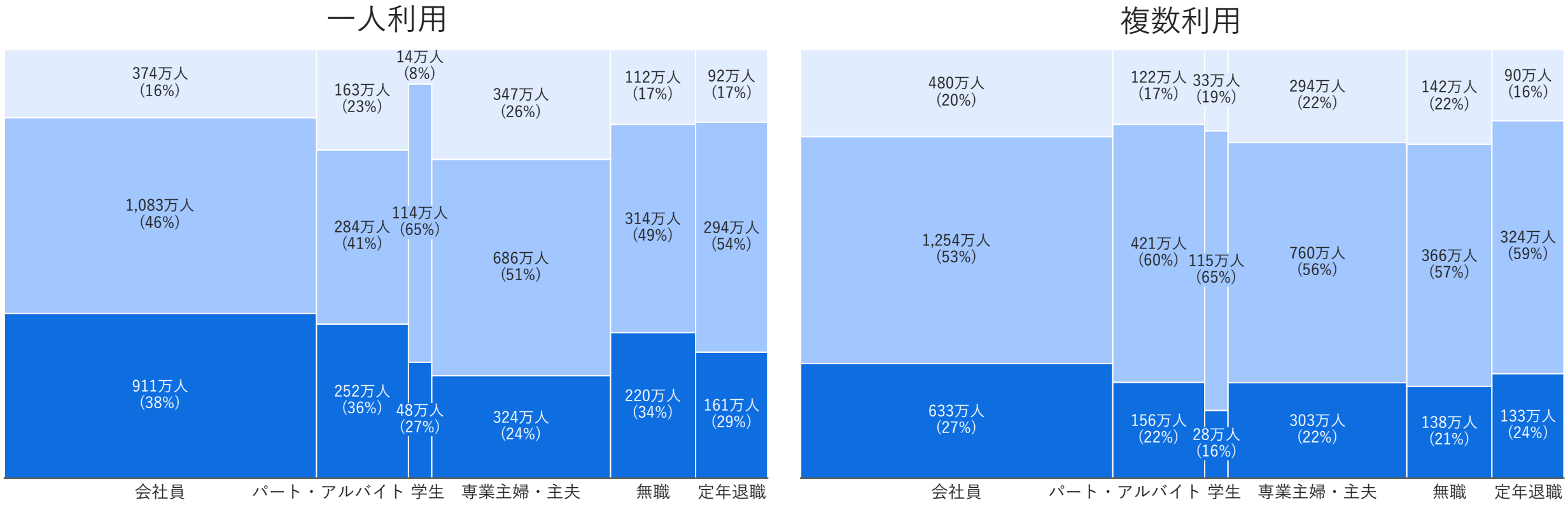
1）外食意識は外食頻度がコロナ以前より減った、かつコロナ感染への懸念がその理由である方を対象に聴取(n=976)
市場全体の人数は総務省の人口推計データを基に地域・性別・年代別にウェイトバック集計することで推定しており、ウェイトバック集計に関して詳しく知りたい方はこちらを参照

Copyright © by Quest Inc. All rights reserved.

Quest

コロナ治療薬開発で約1,914万人(一人利用)、約1,391万人(複数利用)が以前の外食意識に回帰

コロナ治療薬開発時の外食意識 1)



強い抵抗感を感じ、外食をほぼ控える　やや抵抗感を感じ、外食を控えるかもしれない　全く抵抗感なく、コロナ前のように外食できる

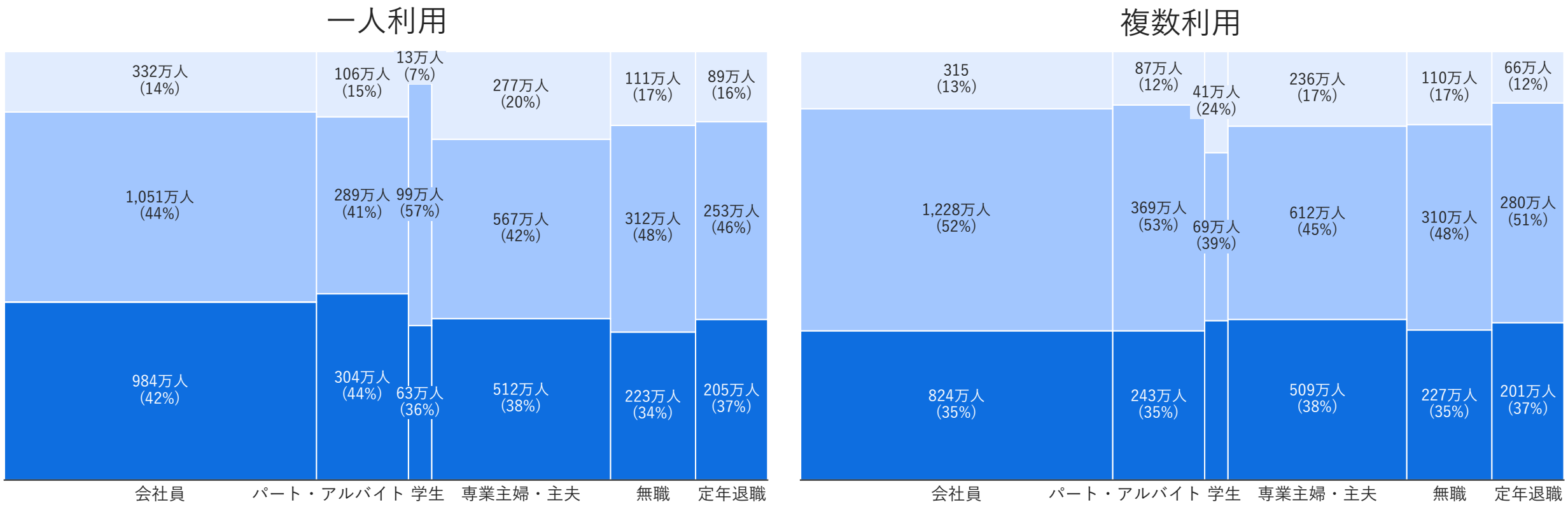
1）外食意識は外食頻度がコロナ以前より減った、かつコロナ感染への懸念がその理由である方を対象に聴取(n=976)
市場全体の人数は総務省の人口推計データを基に地域・性別・年代別にウェイトバック集計することで推定しており、ウェイトバック集計に関して詳しく知りたい方はこちらを参照

Copyright © by Quest Inc. All rights reserved.

Quest

周辺地域の感染者０で約2,292万人(一人利用)、約2,069万人(複数利用)が以前の外食意識に回帰

周辺地域の感染者０時の外食意識[1)]



強い抵抗感を感じ、外食をほぼ控える　やや抵抗感を感じ、外食を控えるかもしれない　全く抵抗感なく、コロナ前のように外食できる

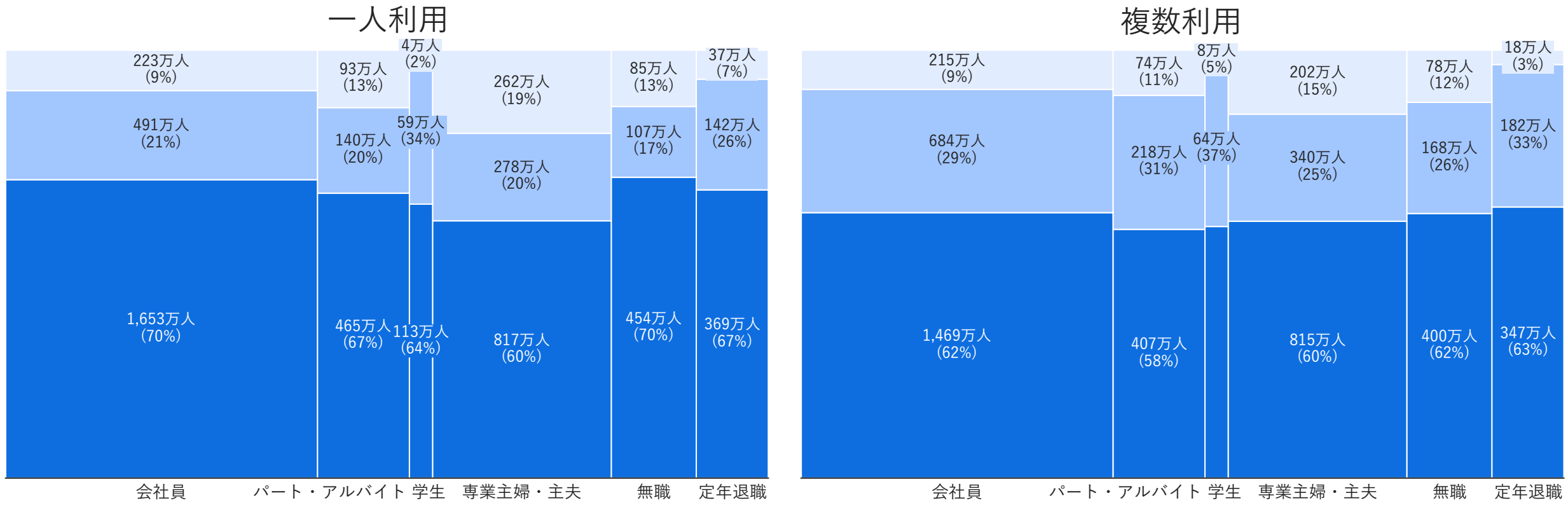
1）外食意識は外食頻度がコロナ以前より減った、かつコロナ感染への懸念がその理由である方を対象に聴取(n=976)
市場全体の人数は総務省の人口推計データを基に地域・性別・年代別にウェイトバック集計することで推定しており、ウェイトバック集計に関して詳しく知りたい方はこちらを参照

Copyright © by Quest Inc. All rights reserved.

Quest

日本全国の感染者０で約3,871万人(一人利用)、約3,541万人(複数利用)が以前の外食意識に回帰

日本全国の感染者０時の外食意識[1)]



1）外食意識は外食頻度がコロナ以前より減った、かつコロナ感染への懸念がその理由である方を対象に聴取(n=976)
市場全体の人数は総務省の人口推計データを基に地域・性別・年代別にウェイトバック集計することで推定しており、ウェイトバック集計に関して詳しく知りたい方はこちらを参照

Copyright © by Quest Inc. All rights reserved.

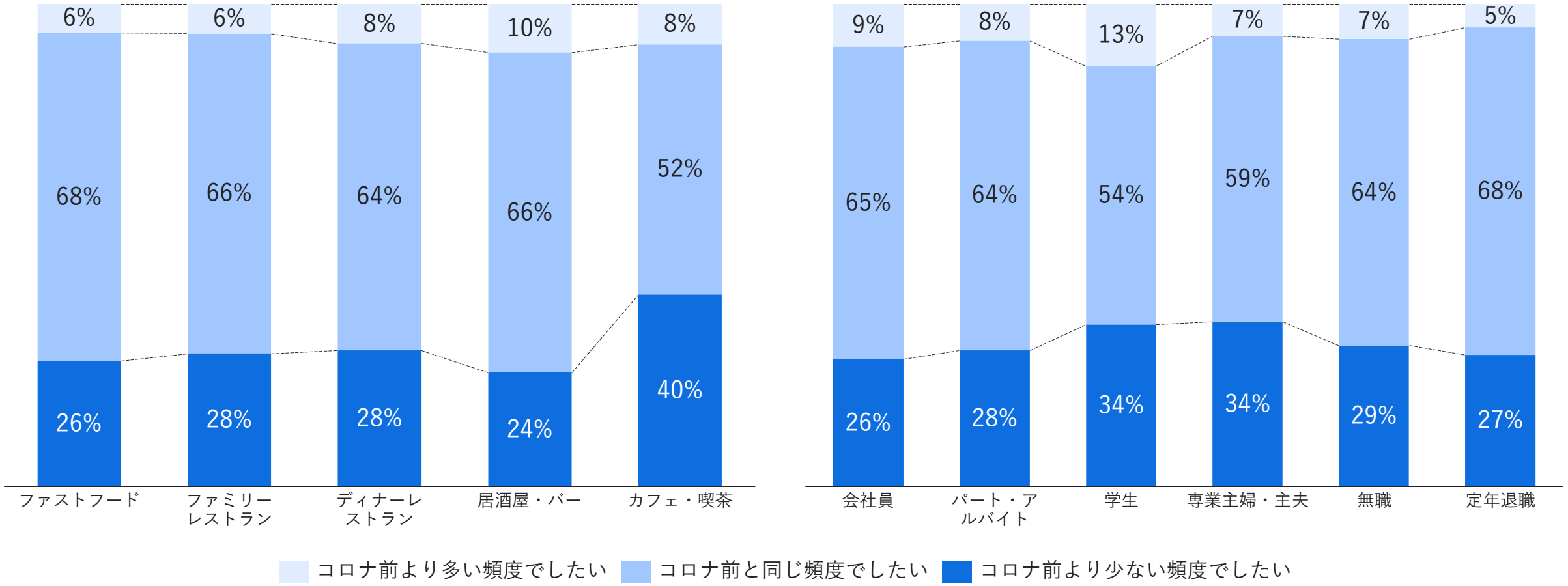
4.

コロナ後の外食行動

Quest

頻度は以前に回帰する消費者が過半数で、以前と比べ高頻度より低頻度を志向する消費者が多い

コロナ後の外食頻度

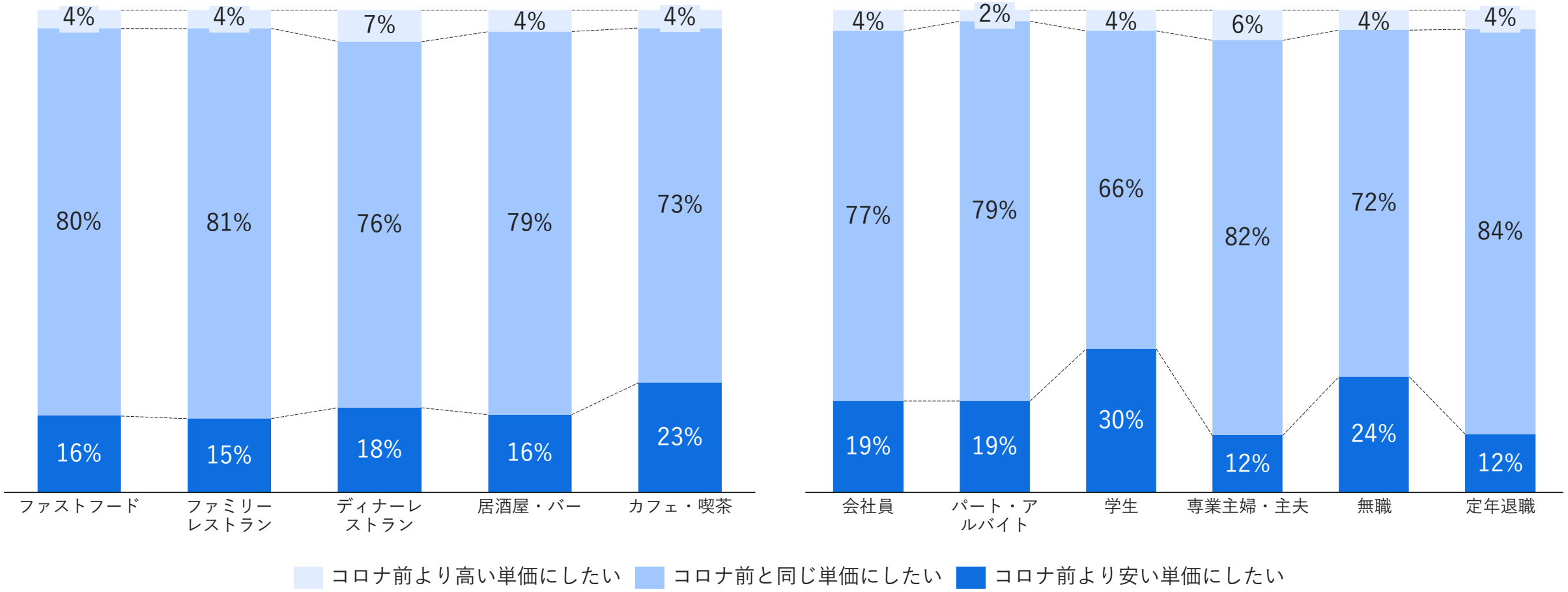


Copyright © by Quest Inc. All rights reserved.

Quest

単価も以前に回帰する消費者が過半数で、以前と比べ高単価より低単価を志向する消費者が多い

コロナ後の外食単価



Copyright © by Quest Inc. All rights reserved.

Quest