

2021年8月30日



コロナ禍での「外食における飲酒機会の増減」に関する実態調査（2021年6月実施）  
コロナ禍で「お店で飲酒する機会」が減った人は78.9%  
消費者側の「誘う・誘われる」意識・行動が機会増減に影響大

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、コロナ禍における外食での飲酒機会の増減やその理由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 コロナ禍以前の飲酒状況、飲酒者は68.3%。最多は60代男性、最少は30代女性

・・・P3

▶コロナ禍以前（2020年3月以前、以下同）の飲酒状況、飲酒者・計は68.3%であった。

▶60代男性で飲酒者・計が最も多く81.4%。頻度も「毎日」が32.1%と突出。30代女性で飲酒者・計が58.4%と少なく、「体質上飲めるが、健康上以外の理由で飲んでいなかった」が22.5%と多い。

### POINT2 コロナ禍で「お店で飲酒する機会」が減った人は78.9%。

「コロナ禍で人を飲みに誘うべきでないと思う」が48.1%

・・・P4-6

▶コロナ禍で「お店で飲酒する機会」については「減った・計」が78.9%、「増えた・計」1.9%を大幅に上回った。

▶夕方以降の外食において、「飲酒を伴う割合」も「減った・計」が67.2%。

▶「夕方以降の飲酒を伴う外食」についての考え方、「コロナ禍で人を飲みに誘うべきでないと思う」が48.1%、「お店が時短営業・休業していて、そもそもお店に行ける機会が減った」が41.2%、「コロナ禍で人から飲みに誘われる機会が減った」が38.2%。消費者側の「誘う・誘われる」の意識・行動が外食での飲酒減少の傾向に影響が大きい。

### POINT3 お酒の代わりに飲むようになった有料のノンアルコールドリンクは

「お茶類」が最多で15.2%

・・・P6-7

▶コロナ禍において、外食に際して「お酒の代わりに新たに飲むようになった有料のノンアルコールドリンク」は「ない」が49.7%を占めたが、何らか新たに飲まれるようになったノンアルコールドリンクのトップ3は、1位が「お茶類」（15.2%）、「ノンアルコールビール」（13.2%）、「コーヒー」（12.1%）。

本件に関する  
お問い合わせ先

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

2021年8月30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5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、コロナ禍以前（2020年3月以前）の飲酒頻度やコロナ禍以前と比較した飲酒の状況、夕方以降の飲酒を伴う外食についての考え、コロナ禍以降（2020年4月以降）の外食時にお酒の代わりに飲むようになった有料のノンアルコールドリンクなどを聴取。
- ◎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4月19日（月）～2021年4月30日（金）
- 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 498,902 件
- ⑥回収数 32,904 件
- ⑦本調査対象者数 16,105 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。

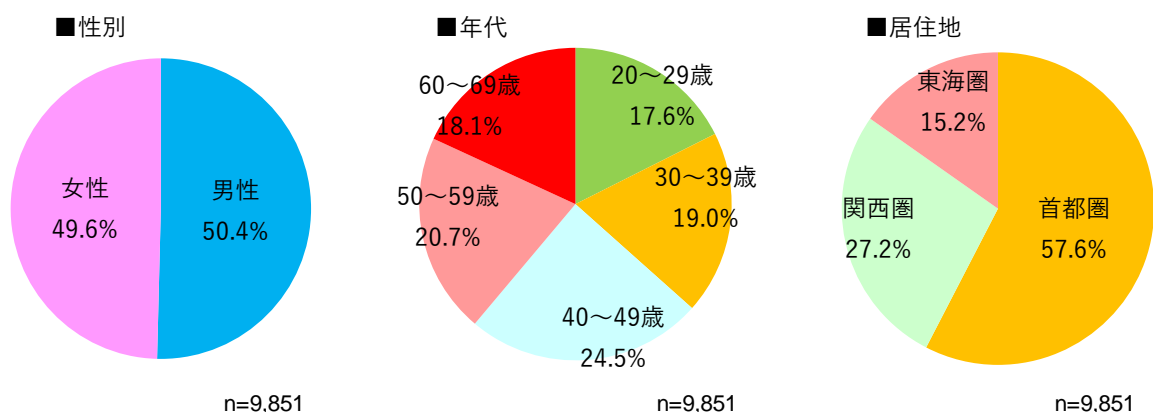
### ■本調査

- 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6月1日（火）～2021年6月10日（木）
- ③配信数 12,109 件
- ④回収数 9,996 件 （回収率 82.6 %）
- ⑤有効回答数 9,851 件 （首都圏 5,037 件、関西圏 2,565 件、東海圏 2,249 件）

※回収された票のうち、自由回答コメントから、趣旨に合わないと思われる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 9,851 件（首都圏 5,674 件、関西圏 2,675 件、東海圏 1,501 件）

### ◆回答者プロフィール（ウェイトバック後）

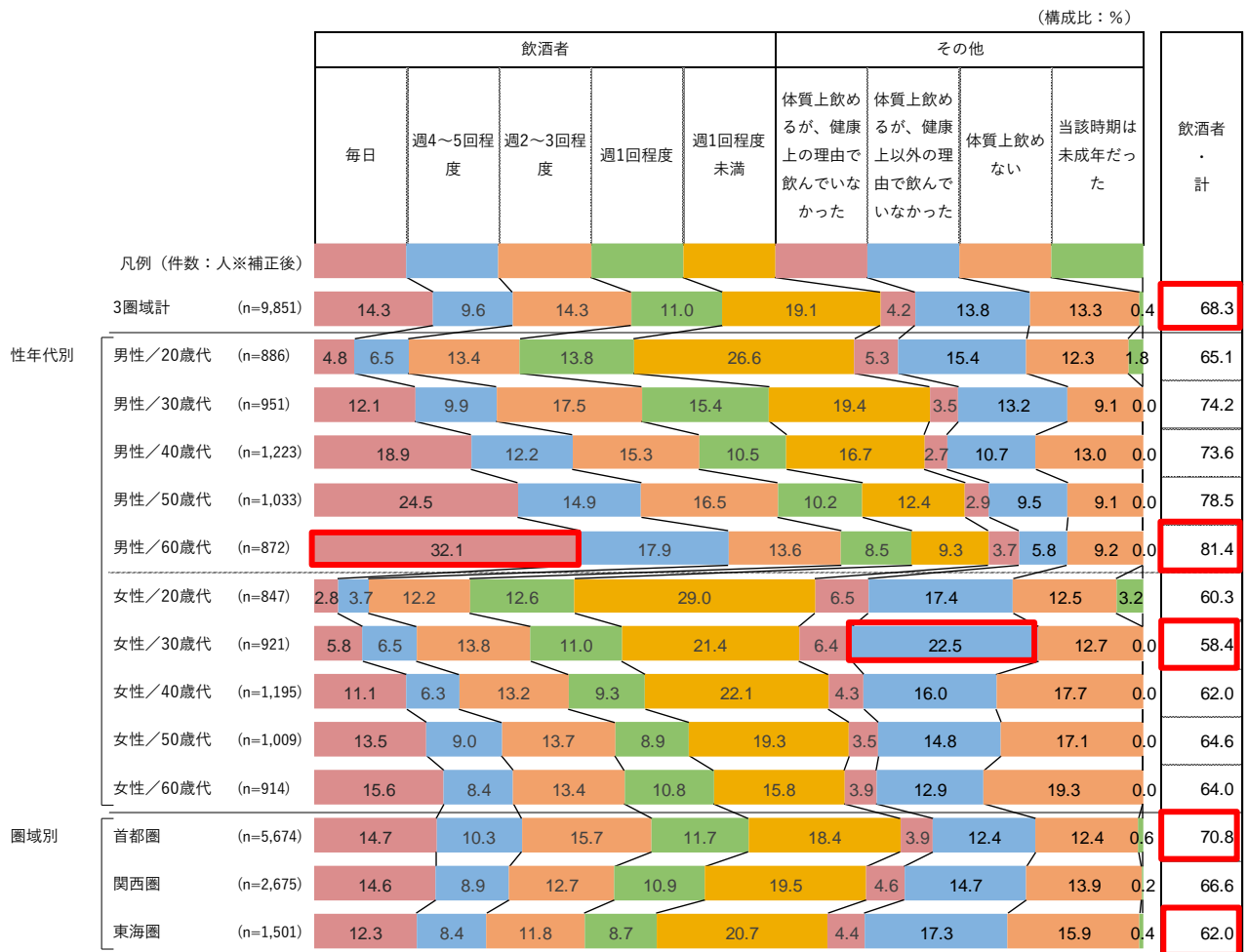


2021年8月30日

## 1. コロナ禍以前の飲酒状況、飲酒者は68.3%。最多は60代男性、最少は30代女性

コロナ禍での飲酒機会の増減を調べるにあたり、まずコロナ禍以前（2020年3月以前、以下同）の飲酒状況を聞いたところ、飲酒者・計は68.3%であった。飲酒者の飲酒頻度は「毎日」から「週1回程度未満」まで分散している。圏域別では、首都圏で飲酒者・計が70.8%と3圏域中最も多く、一方、東海圏では飲酒者・計が62.0%と3圏域中最も少なかった。また、性年代別では、60代男性で飲酒者・計が最も多く81.4%。頻度についても「毎日」との回答が32.1%と突出している。一方、30代女性では飲酒者・計が58.4%と最も少なく、「体質上飲めるが、健康上以外の理由で飲んでいなかった」との回答が22.5%と多かった。

### コロナ禍以前（2020年3月以前）の飲酒頻度（全体／単一回答）



※「飲酒者・計」：「毎日」「週4~5回程度」「週2~3回程度」「週1回程度」「週1回程度未満」のいずれかを回答した人を集計

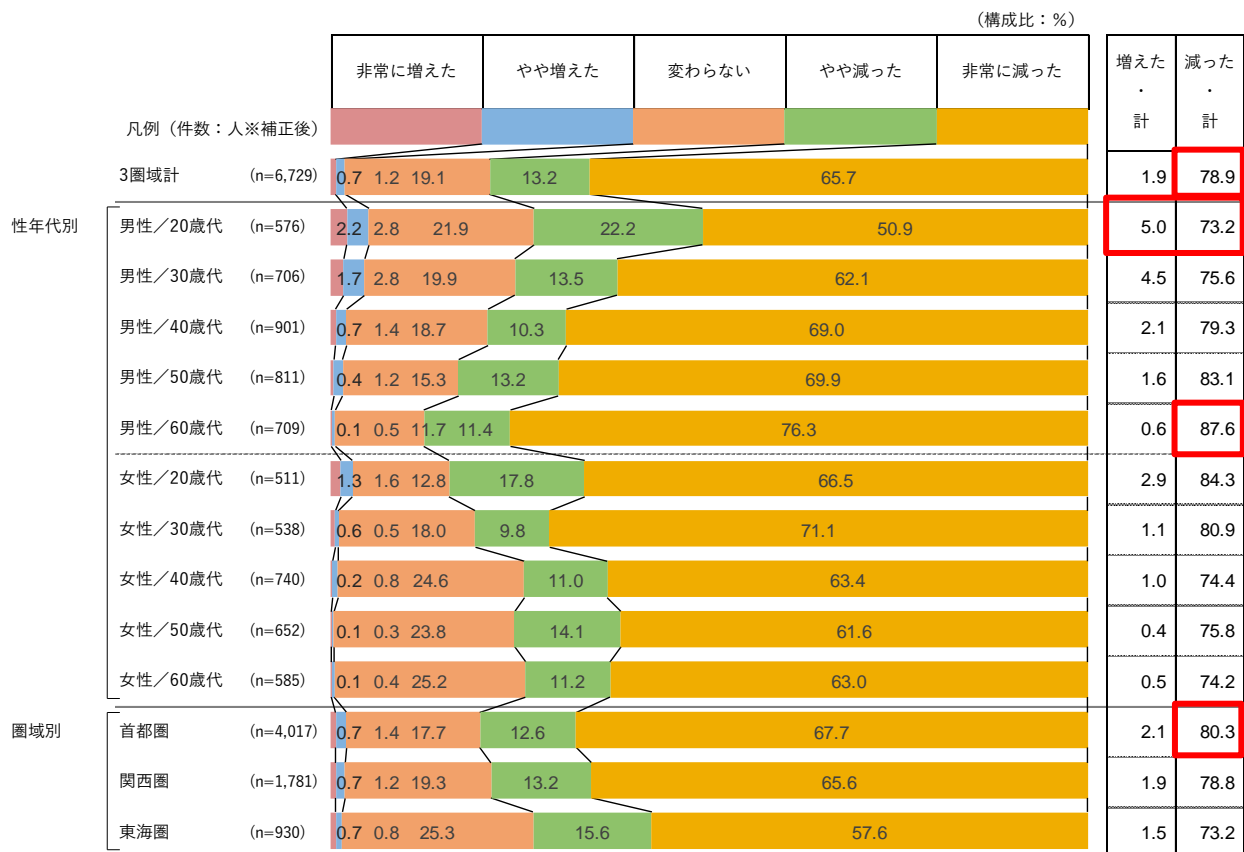
## 2. コロナ禍で「お店で飲酒する機会」が減った人は78.9%

コロナ禍による「お店で飲酒する機会」の変化を聞いた。「減った・計」が78.9%にのぼり、「増えた・計」1.9%を大幅に上回った。圏域別では、首都圏で「減った・計」が80.3%と最も多かった。性年代別では、60代男性で「減った・計」が87.6%と最も多かった。一方、「減った・計」が73.2%と最も少な

2021年8月30日

かった20代男性で、「増えた・計」が5.0%と最も多かった。コロナ禍では、コロナ禍以前に飲酒者が最も多かった60代男性でお店での飲酒機会の減少幅が大きい一方で、男性では最も飲酒者が少なかった20代男性で減少幅が小さく、むしろお店での飲酒機会が増加している人が全性年代のなかで最多という結果となっている。

## コロナ禍以前（2020年3月以前）と比べた飲酒状況の変化／お店で飲酒する機会 （コロナ禍以前の飲酒者／単一回答）



※「コロナ禍以前の飲酒者」：「コロナ禍以前の飲酒頻度」で「毎日」「週4～5回程度」「週2～3回程度」「週1回程度」「週1回程度未満」のいずれかを回答した人

※「増えた・計」：「非常に増えた」「やや増えた」のいずれかを回答した人を集計

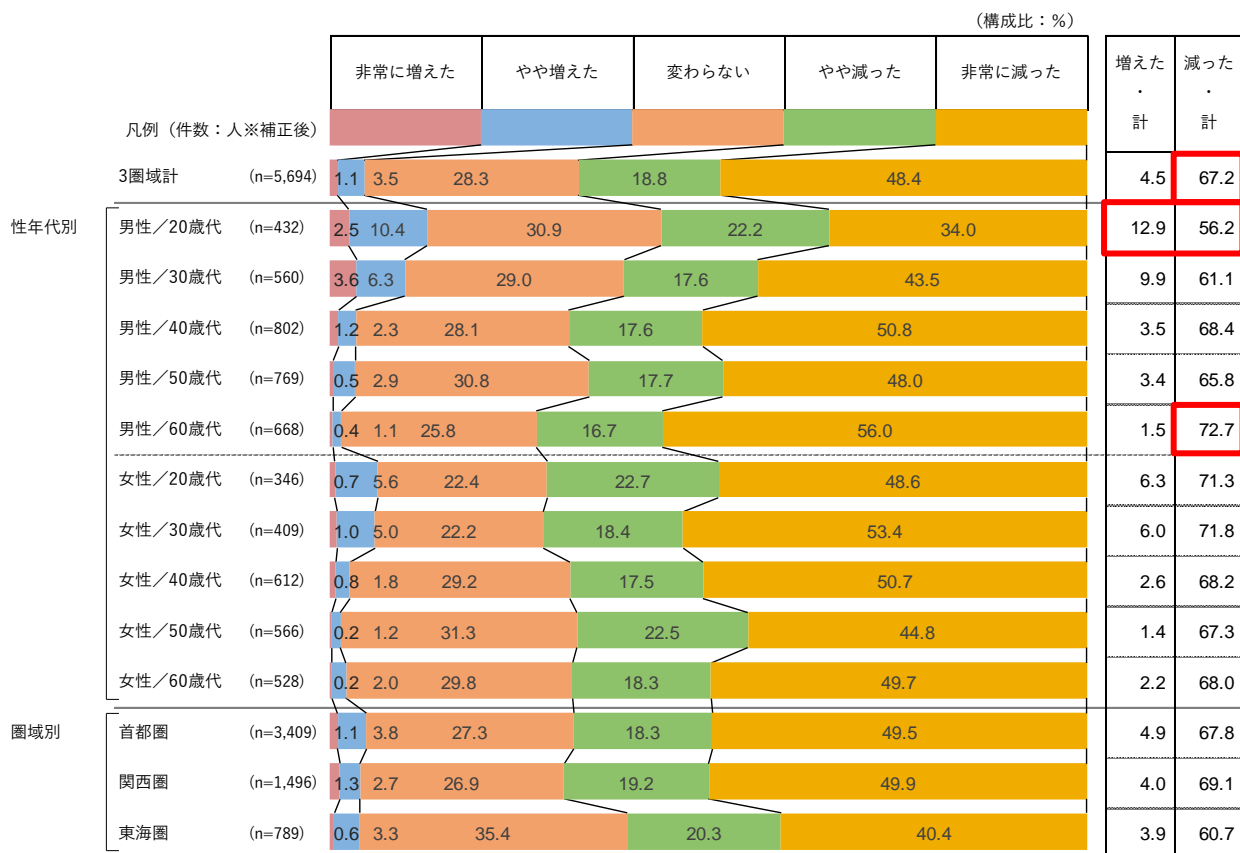
※「減った・計」：「非常に減った」「やや減った」のいずれかを回答した人を集計

### 3. 「夕方以降の夕食」における、飲酒を伴う夕食の割合も外食全体と同様に減少傾向

「お店で飲酒する機会」の減少と同様に、「夕方以降の夕食」における、飲酒を伴う夕食の割合も減少傾向のようだ。全体では「減った・計」が67.2%と、「増えた・計」の4.5%を大幅に上回った。性年代別でも、「お店で飲酒する機会」と同様の傾向がみられ、「減った・計」の最多は60代男性で72.7%、最少は20代男性で56.2%。20代男性では「増えた・計」が12.9%と全性年代のなかで唯一の2桁であった。

2021年8月30日

コロナ禍以前（2020年3月以前）と比べた飲酒状況の変化／「夕方以降の夕食」全体における、飲酒を伴う夕食の割合（コロナ禍以前の飲酒者／単一回答）



※「コロナ禍以前の飲酒者」：「コロナ禍以前の飲酒頻度」で「毎日」「週4～5回程度」「週2～3回程度」「週1回程度」「週1回程度未満」のいずれかを回答した人

※「増えた・計」：「非常に増えた」「やや増えた」のいずれかを回答した人を集計

※「減った・計」：「非常に減った」「やや減った」のいずれかを回答した人を集計

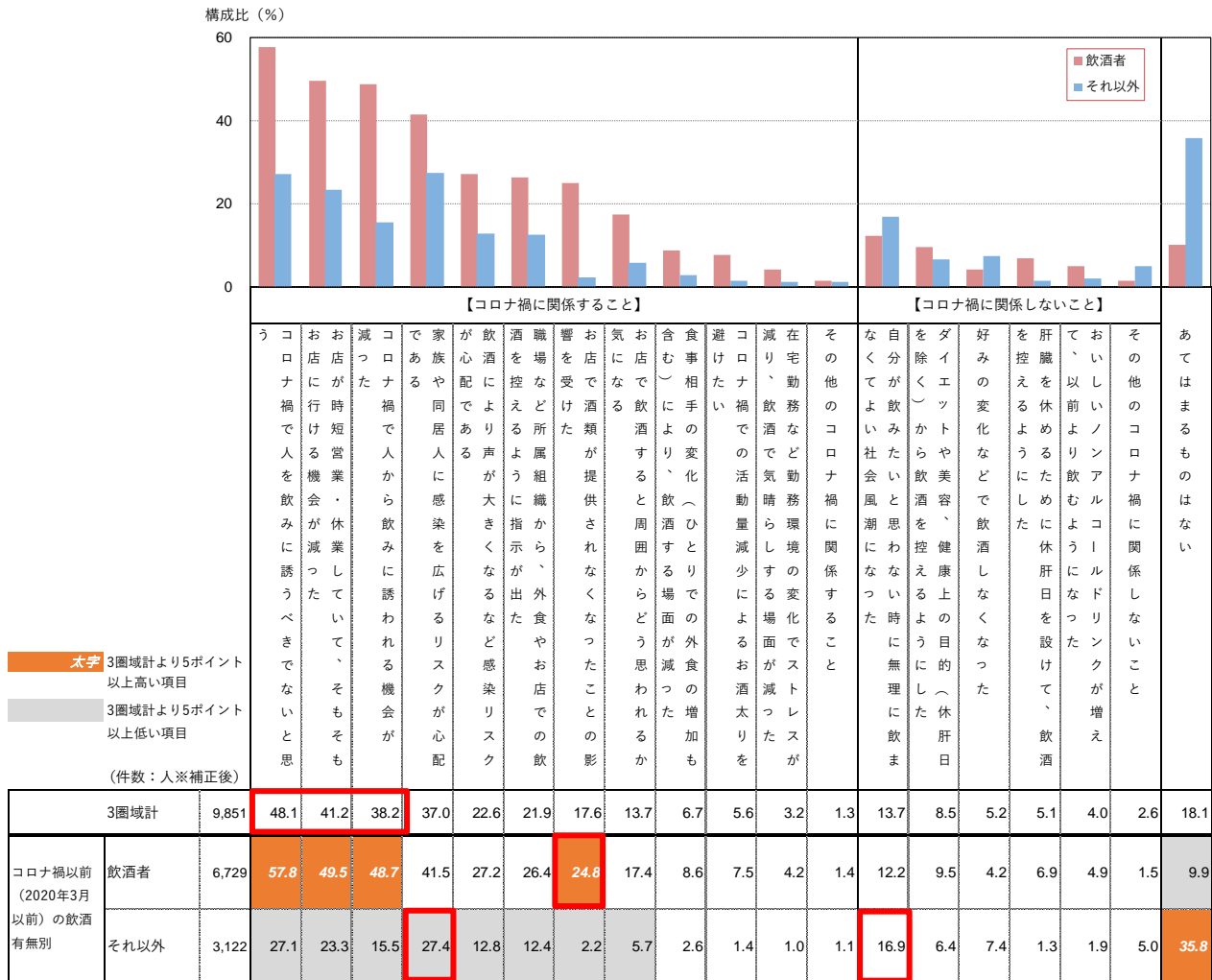
※『「夕方以降の夕食」全体における、飲酒を伴う夕食の割合』の集計結果は、追加調査を実施して回答を得たもの

#### 4. 「飲酒を伴う夕食」についての考え、最多は「コロナ禍では飲みに誘うべきでない」48.1%

「夕方以降の飲酒を伴う夕食」についての状況や考え方を聞いた。あてはまると回答された上位3回答は、「コロナ禍で人を飲みに誘うべきでないと思う」が48.1%、「お店が時短営業・休業していて、そもそもお店に行ける機会が減った」が41.2%、「コロナ禍で人から飲みに誘われる機会が減った」が38.2%で、コロナ禍での「誘わない・誘われない」ことへの影響の大きさが伺える結果であった。「お店で酒類が提供されなくなったことの影響を受けた」が飲酒者中でも24.8%であったことから、提供の有無より消費者側の意識・行動がより夕食での飲酒機会の減少の背景にあると考えられそうだ。なお、飲酒者以外では飲酒者に比べて回答割合の少ない選択肢が多かったなかで、「家族や同居人に感染を広げるリスクが心配である」(27.4%)や「自分が飲みたいと思わない時に無理に飲まなくてもよい社会風潮になった」(16.9%)といった選択肢で飲酒者の回答に比べ比較的割合が多くなっている。

2021年8月30日

## コロナ禍になって以降（2020年4月以降）の「夕方以降の飲酒を伴う外食」についての状況や考え方 【コロナ禍以前（2020年3月以前）の飲酒有無別】（全員／複数回答）



※「3圏域計」の多い順にソート

※「コロナ禍以前の飲酒有無別」：「コロナ禍以前の飲酒頻度」で「毎日」「週4～5回程度」「週2～3回程度」「週1回程度」「週1回程度未満」のいずれかを回答した人を「飲酒者」、それ以外を回答した人を「それ以外」として集計したもの

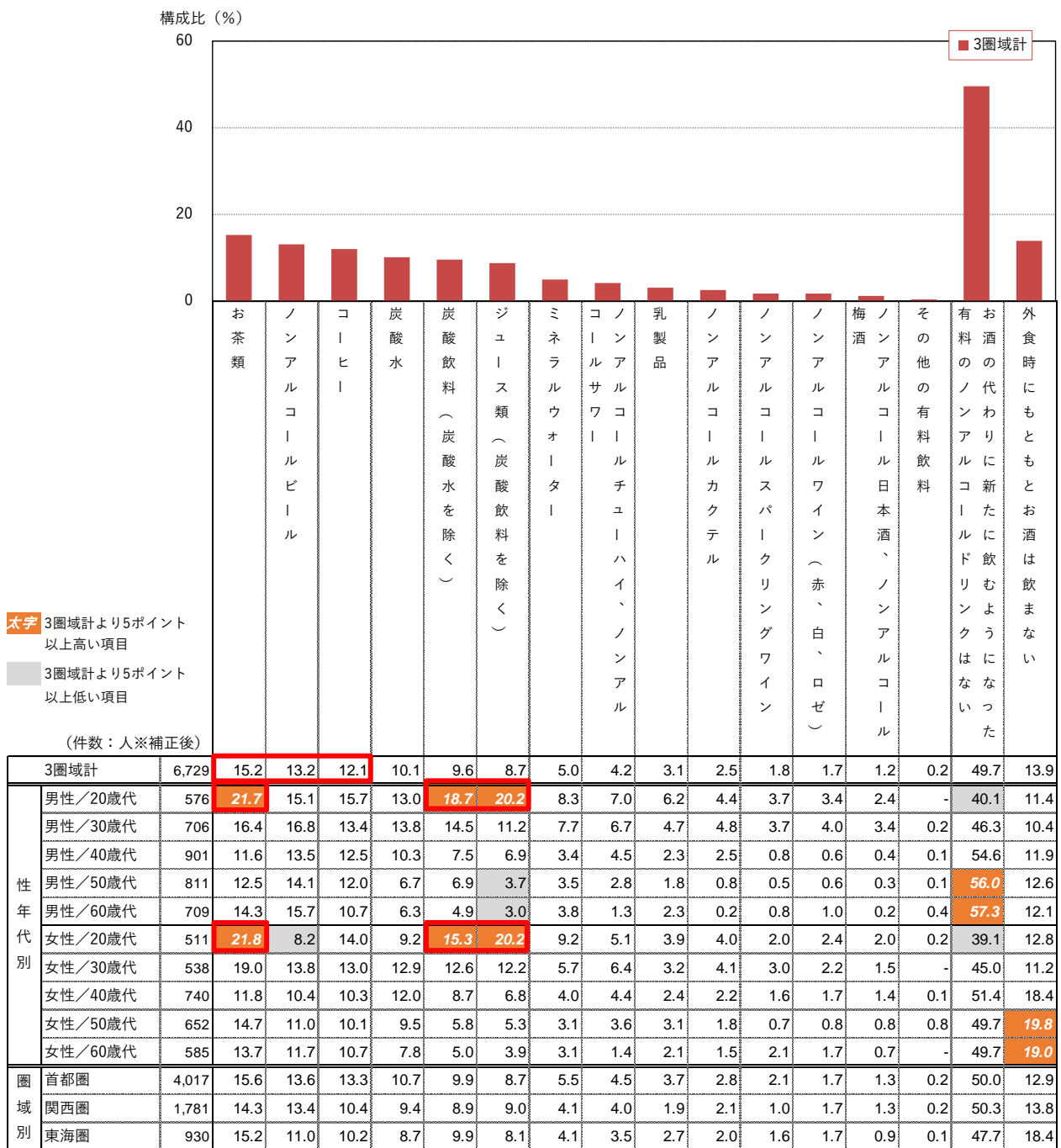
### 5. お酒の代わりに飲むようになった有料のノンアルコールドリンクは「お茶類」が15.2%

コロナ禍前の飲酒者に、コロナ禍以降、外食に際して、お酒の代わりに新たに飲むようになった有料のノンアルコールドリンクを聞いた。「新たに飲むようになった有料のノンアルコールドリンクはない」が49.7%とほぼ半分の割合を占めたが、新たに飲まれるようになったノンアルコールドリンクのトップ3は1位が「お茶類」(15.2%)、「ノンアルコールビール」(13.2%)、「コーヒー」(12.1%)という結果であった。20代の男女では、他の性年代よりも「お茶類」「炭酸飲料(炭酸水を除く)」「ジュース類(炭酸飲料を除く)」が多かった。



2021年8月30日

コロナ禍になって以降（2020年4月以降）、外食に際して、お酒の代わりに新たに飲むようになった有料のノンアルコールドリンク（コロナ禍以前の飲酒者／単一回答）



※「コロナ禍以前の飲酒者」：「コロナ禍以前の飲酒頻度」で「毎日」「週4～5回程度」「週2～3回程度」「週1回程度」「週1回程度未満」のいずれかを回答した人

2021年8月30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/>