

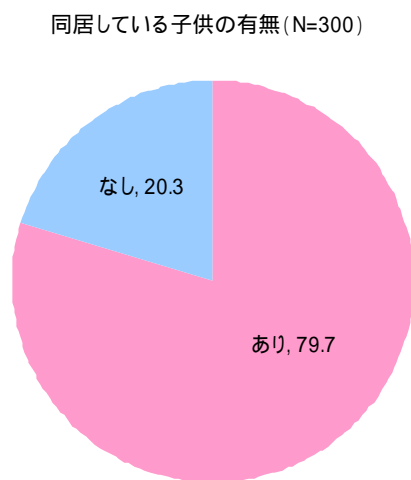
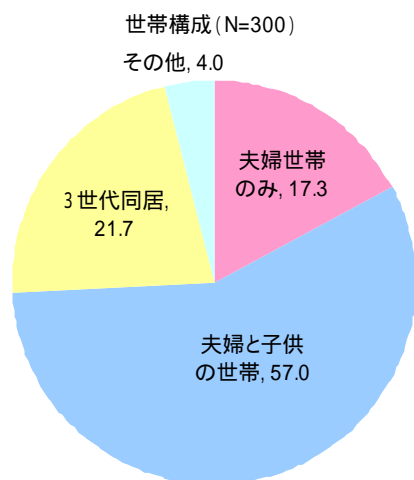
**家族での外食に関する
マーケティングデータ
～休日編～**

朝日大学マーケティング研究所

調査概要

調査方法	Webアンケート
調査期間	2007年6月13日(水)～6月14日(木)
調査対象	愛知、三重、岐阜、静岡在住の30歳～59歳・既婚男女
有効回答	300名

	男性	女性
30代	49	51
40代	49	50
50代	52	49
合計	150	150



1. 休日に家族で外食する頻度

休日に、家族で外食する頻度が高いのは末子が3～5歳、頻度が低いのは末子が12～14歳の家族

休日に家族で外食する頻度は、月2～3回という人が最も多く、全体の約3分の1を占める。次いで月1回程度が24.7%。月に1度以上は一緒に外食する家族が大半のようだ。

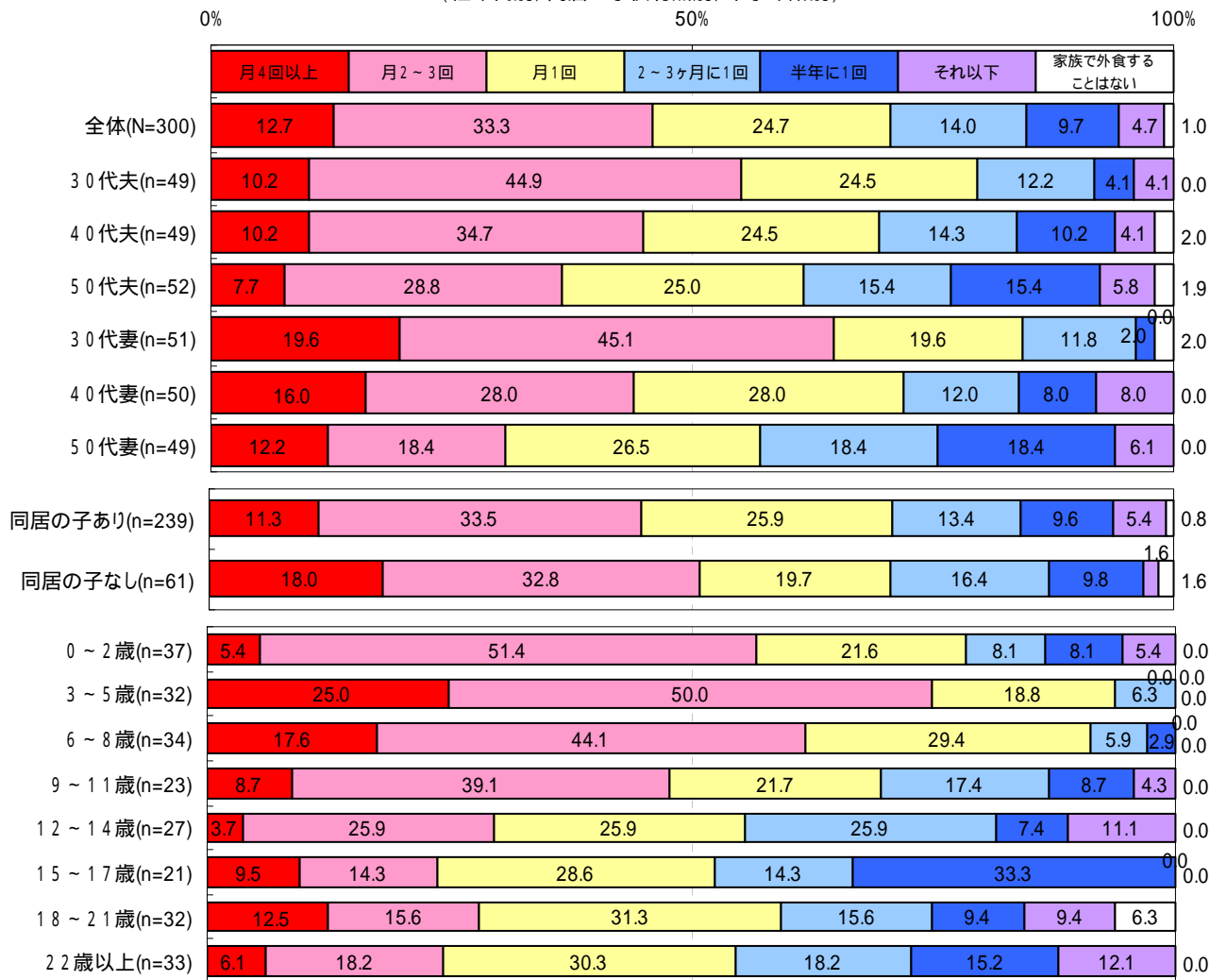
性年代別に見ると、30代妻がいる家族の外食頻度が最も高く、月2～3回、もしくは月4回以上と答えた人は3分の2近くに上る。年代が上がるにつれて外食頻度は低くなる傾向がある。

末子年齢別に見ると、3～5歳の家族では、月4回以上と回答した人の割合が、他の年齢層に比べて高く、4分の1に達している。12～14歳の家族は、月4回以上の割合が3.7%と最も低く、他の年齢に比べ、この時期の子供が末子の家族は、家族であまり外食しない傾向がある。

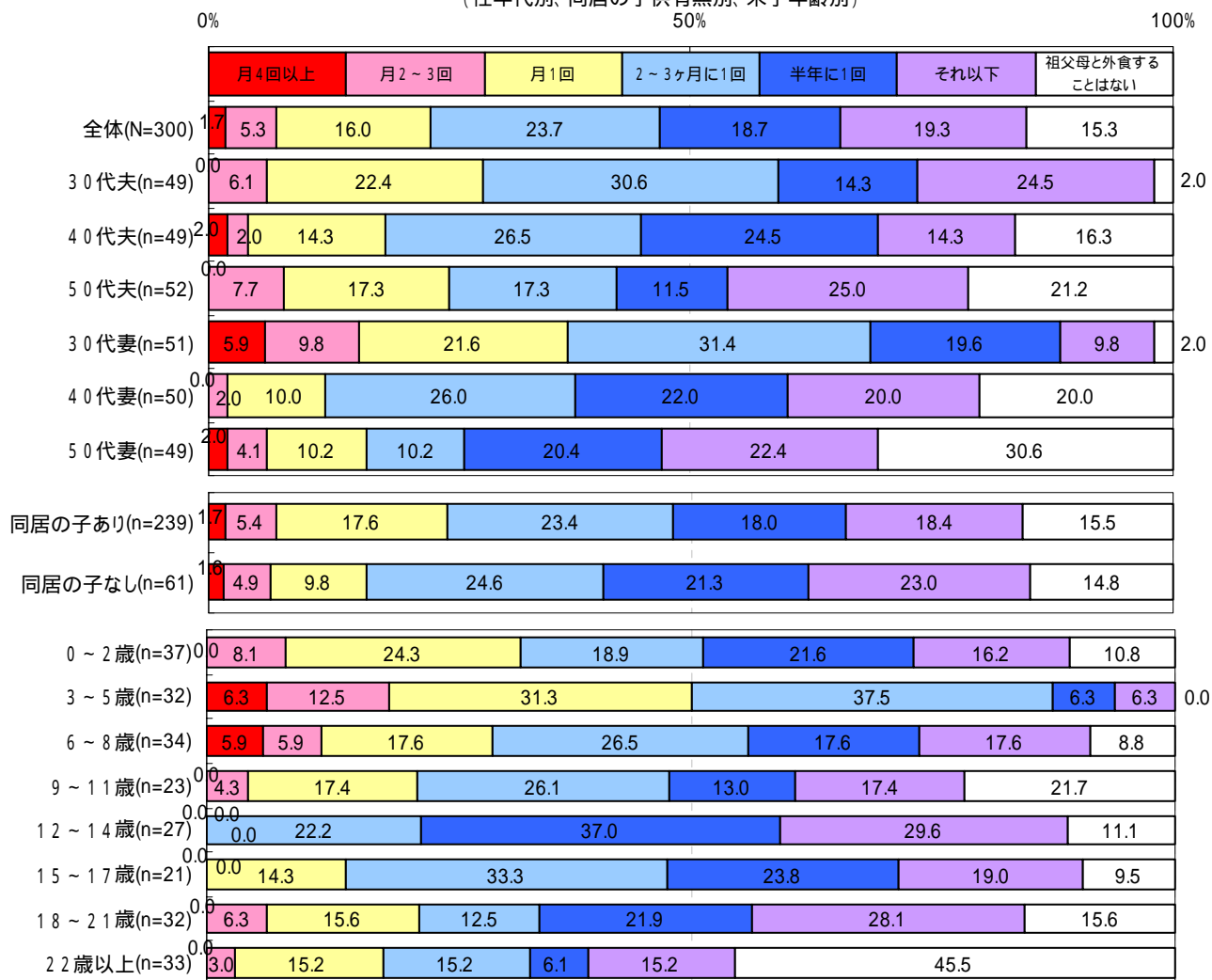
祖父母(子供にとっての祖父母/回答者及びその配偶者の父母)を含めた家族での外食頻度を尋ねたところ、2～3ヶ月に1回という人が最も多かった(23.7%)。

末子年齢別に見ると、3～5歳が末子の家族で最も頻度が高く、月1回以上がほぼ半数を占める。次いで0～2歳の家族も頻度が高く、月1回以上は3割を超える。5歳以下の小さい子供がいる家庭は、祖父母と外食する機会が多いことがわかる。

休日、家族で外食する頻度
(性年代別、同居の子供有無別、末子年齢別)



休日、祖父母も含めて家族で外食する頻度
(性年代別、同居の子供有無別、末子年齢別)



2. 家族で外食する時の提案者と最終的な決定者

子供が家族に外食しようと提案したり、外食するかしないかを決定したりすることは少ない

休日に家族で外食することがある人に、誰が家族を外食に誘うか尋ねたところ、主に「夫」という人が46.6%、「妻」という人が45.3%と、ほぼ半々だった。

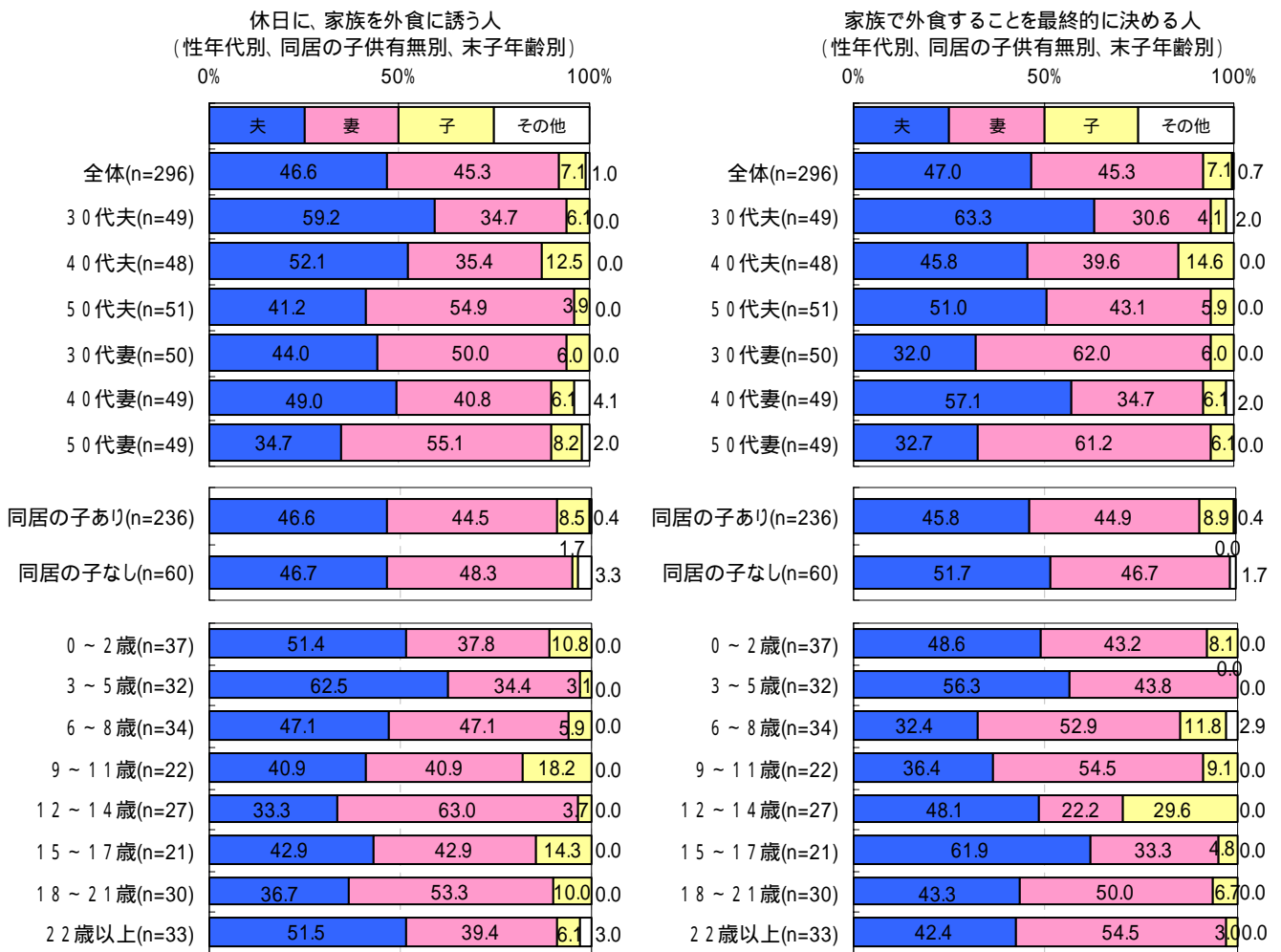
性年代別に見ると、40代は、夫が外食に誘うと答えている人が多いが、50代では、妻が外食に誘うという人が多くなっている。

末子年齢別に見ると、5歳までの家族では、夫が外食に誘う割合が高く、妻を大きく上回っている。しかし、末子の年齢が12～14歳と18～21歳の家族では、主に妻が誘う割合が高くなっている。

9～11歳の家族は、子供が外食に誘う、という人の割合が20%近くと、他の年齢層に比べて高い。逆に3～5歳、12～14歳が末子の家族では、子供が誘う割合は5%以下である。

家族で外食することを、最終的に決めるのは、主に「夫」という人と「妻」という人がほぼ半々(47.0%、45.3%)であった。子供と同居している人に限って見ても、外食するかどうか決める人が「子供」と答えた人は、10%に満たない。

しかし、12～14歳が末子の家族の約3割は、決めるのは主に子供と回答しており、他の年齢層に比べて最も割合が高い。中学生ぐらいの子供が末子の場合、親は、外食するかしないかの選択を子供に任せることが多いようだ。



*「休日、家族で外食する頻度」において、「家族で外食することはない」以外の回答を選んだ人が母数

3. 休日に家族でよく外食する飲食店

家族で外食することが最も多いのは回転寿司だが、末子年齢によって利用される店も異なる

休日に、家族で外食することが多い店として、全体の約7割が回転寿司を挙げている。年代別に見ると、40・50代は回転寿司を最も利用しているが、30代妻のいる家族ではファミリーレストランを最もよく利用しており、回転寿司の利用は低い。また、50代は和食屋によく行く傾向があり、過半数を超えている。

休日、家族で外食するかどうか最終的に決める人によって、よく行く飲食店に違いがあるかをみたところ、決めるのが主に夫という家族は、回転寿司、ラーメン・餃子屋、焼肉屋を選ぶ傾向がやや見られる。また、決めるのが主に妻という家族は、ハンバーグ・ステーキ屋をよく利用することが多く、4分の1を超えている。

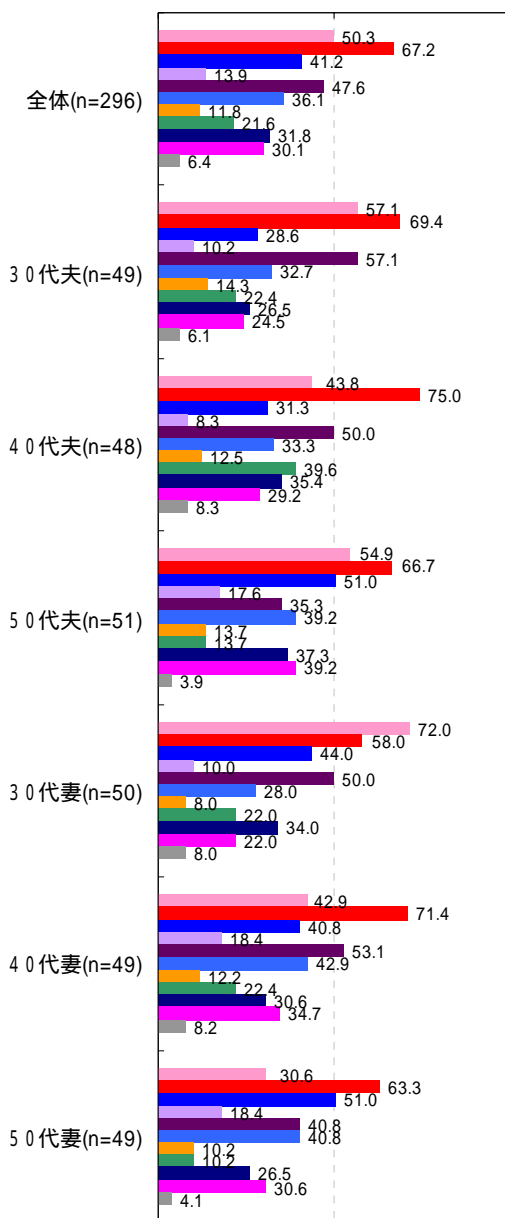
末子年齢別に見ると、回転寿司は、0～2歳の家族を除き、どの年齢層でも1位となっている。8歳以下が末子の家族はファミリーレストランをよく利用する傾向があり、特に0～2歳の家族ではよく利用する人の割合が回転寿司を上回っている(回転寿司:70.3%、ファミレス:73.0%)。

9～11歳の家族は、ラーメン・餃子屋によく行く(63.6%)。12～14歳の家族もラーメン・餃子屋をよく利用する(59.3%)が、焼肉屋も3番目に多い(48.1%)。15～17歳の家族は中華・アジア料理屋によく行く傾向がある(57.1%)。18歳以上の家族には、和食屋(とんかつ屋、天ぷら屋、寿司屋など)がよく利用されている(18～21歳:56.7%、22歳以上:45.5%)。

休日に、家族で外食することが多い店

(性年代別)

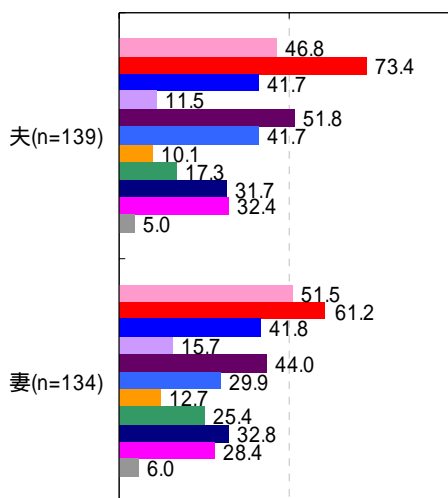
0 50 100 %



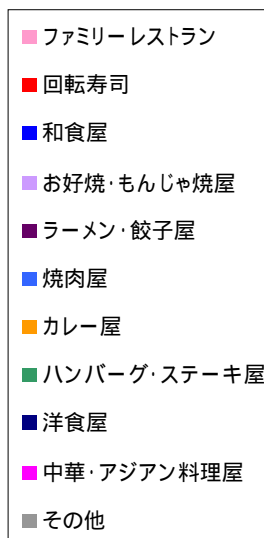
休日に、家族で外食することが多い店

(家族での外食の決定者別)

0 50 100 %

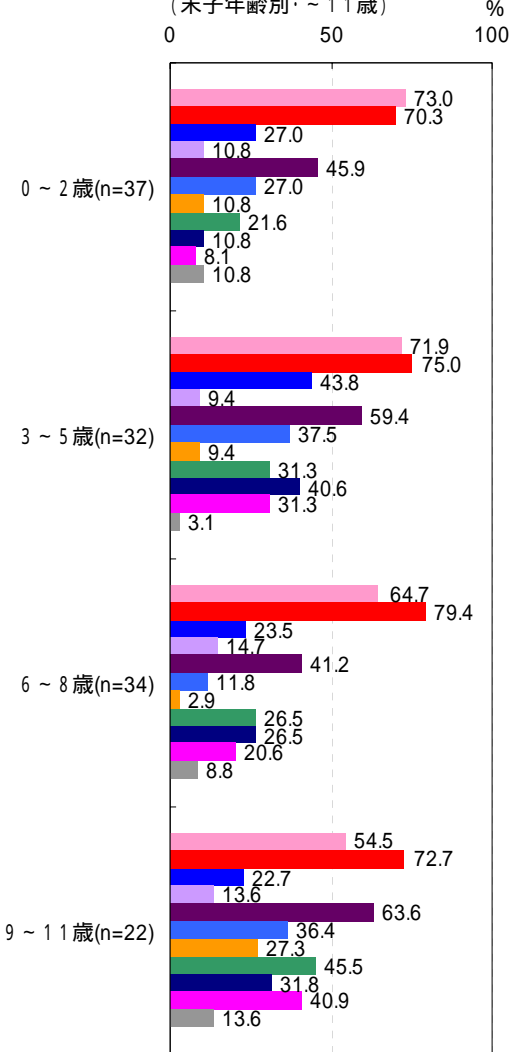


家族で外食することを最終的に決める人「子」「その他」は割合が低いいため省略した

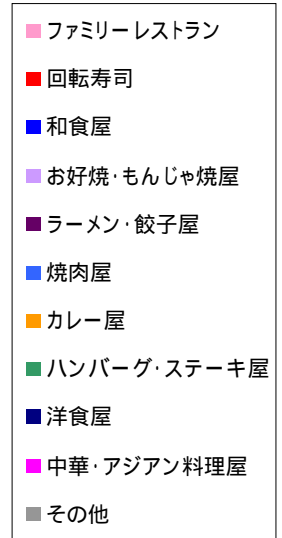
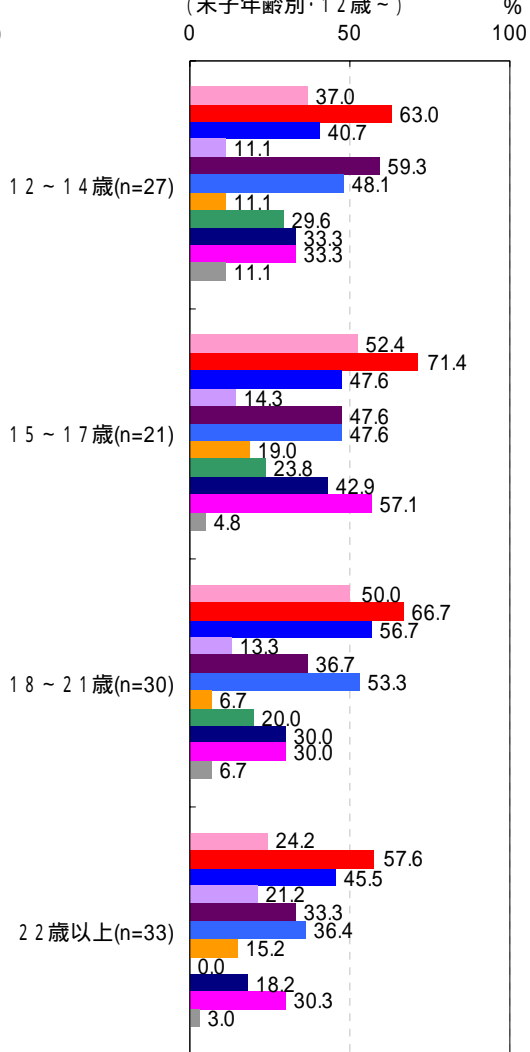


* 「休日、家族で外食する頻度」において、「家族で外食することはない」以外の回答を選んだ人が母数

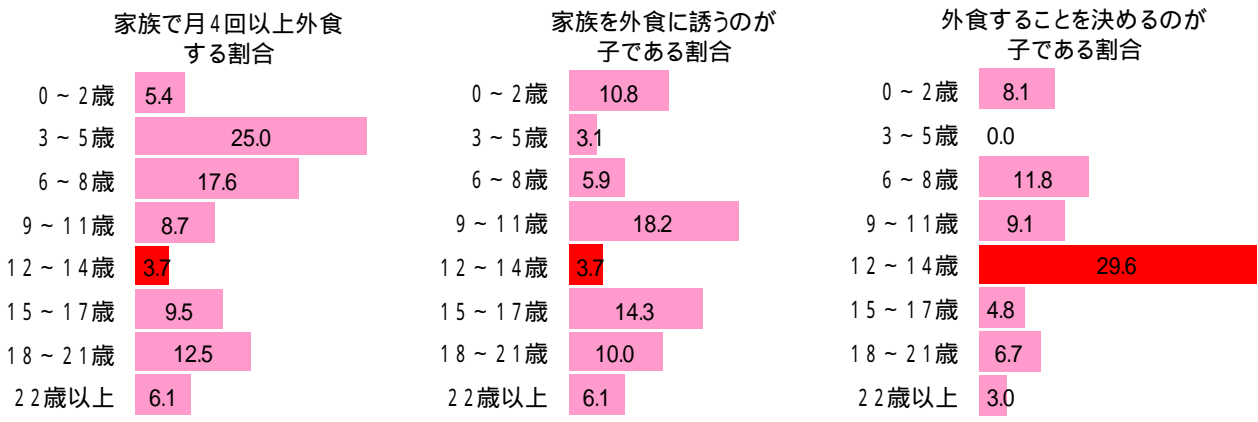
休日に、家族で外出することが多い店
(末子年齢別・～11歳)



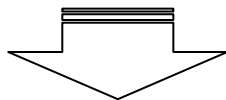
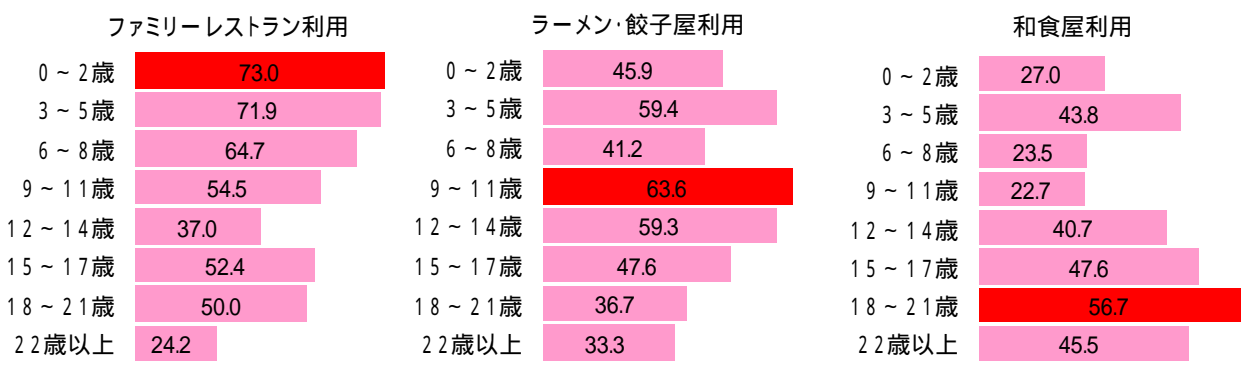
休日に、家族で外出することが多い店
(末子年齢別・12歳～)



休日に、家族で外出することが月に4回以上あると回答した人の割合が最も高いのは、末子が3～5歳の家族(25.0%)。逆にこの割合が最も低いのは末子が12～14歳の家族(3.7%)。この時期の子供は、家族を自分から外出に誘うことはほとんどないが、外出するかしないかを最終的に決めることは多い。



ファミリーレストランで外出することが最も多いのは末子が0～2歳の家族、ラーメン・餃子屋で外出することが最も多いのは末子が9～11歳の家族、和食屋で外出することが最も多いのは末子が18～21歳の家族である。子供の年齢とともに、家族で外出する店も変化する。



事実から推測される仮説

約25兆円の市場規模と推定される外出産業も、近年は、その規模も横ばい傾向にあり、店舗による明暗がはっきりしてきている。休日には、家族団らんで外出するというスタイルも定着化し、月に2～3回程度は外出するという家族が多い。なかでも、小学生までの子供がいる家庭では、外出する頻度が高く、一方、中学生以上になると、家族での外出は減る。小学生までは、親の意向によって外出するかしないかが決まるが、中学生以上の子供を持つ家庭では、子供の意向が強まる。

外出に出かける店も子供の年齢によって左右される。小学校低学年までは、回転寿司やファミリーレストランが中心で、高学年になると、ラーメン・餃子屋が増えてくる。高校生以上になると、和食屋の利用が多くなる。子供を中心として家族団らんが形成されていることを考えると、特に子供の小さい頃には、子供の年齢に応じたメニュー、サービスの対応が必要とされる。店側としては、来店客の家族構成、子供の年齢などをつぶさに観察し、親と子供の双方のニーズを満たすことが重要である。すなわち、いずれ子供が成長していけば、その顧客はその店から卒業していき、新たな顧客が来店することを念頭に置かなければならない。

トピックスリサーチ

家族での外食に関するマーケティングデータ

～ 休日編 ～

発行日 2007年6月29日

発行・調査分析 朝日大学 マーケティング研究所

〒460-0002
愛知県名古屋市中区丸の内3-21-20
朝日丸の内ビル2F
TEL : 052-961-4576

お問い合わせ apost@dance.ocn.ne.jp
