

飲食店における 消費者需要動向調査報告書

[平成 29 年 1 月調査]

～平成 28 年度 伴走型小規模事業者支援推進事業～

西那須野商工会

【調査要旨】

○ランチとディナーの予算について

ランチの予算として最も多い回答は「501～1,000 円」であった。一方、ディナーの予算として最も多い回答は「1,001 円～1,500 円」である。シニア層は、ランチの予算は比較的高いが、ディナーになると 40 代や 50 代より予算が低くなる。

○ランチとディナーの頻度について

ランチの頻度として最も多い回答は「月に 1～3 回」であった。一方、ディナーに関しては、「ほとんど外食はしない」という回答が最も多い。

特に女性は、ランチは男性より多く行くが、41.1%の層がディナーに殆ど行かない。

○我慢できる料理の提供時間について

ランチ、ディナーともに最も多い回答は「11 分～15 分以内」であった。ディナーのほうが待てる時間は長い傾向である。なお、男性の方が提供までの時間に対して厳しい。

○西那須野地区の飲食店に期待することについて

期待することとして回答数が多かったのは、「接客サービスの向上」、「地域食材を使った料理の提供」、「健康志向のメニューの充実」である。20 代、30 代と女性は「キッズスペース(子供の遊び場)」に期待する割合が多かった。

○実際によく外食で利用するお店の実名

ランチでは、「ガスト」や「ココス」などのファミレス、「かっぱ寿司」や「魚べい」などの回転寿司という回答が多く、また、「南地楼」や「幸楽」などの中華料理屋や、ラーメン屋も多く名前が挙がった。

ディナーになると、上記のファミレスが少し減り、代わりに「焼肉キング」や「テキサスステーキ」など、ボリュームのある肉料理屋の名前が多く挙がった。

【調査要領】

■ 調査目的

本調査は、一般消費者の※ランチおよびディナーに関する需要動向を調べるために行われた。外食の頻度などに関する各種の質問を行い、その回答と分析結果が本書に掲載されている。なお、各質問に対する回答は年代別、性別に分析されている※。

本調査は、回答者の多くが西那須野地区の住民であるため、一般的なディナー・ランチに関する調査結果よりも地域の特性に適した結果となっており、同地域の飲食店関連事業者の助けになることを目的としている。

※本調査書では、ランチとディナーをそれぞれ「飲食店でとる昼食、夕食」という意味合いで使うこともある

※本調査の母集団は全体で 214 人のため、統計学的手法による調査結果とは差が生じ得ている

■ 調査概要

1.調査日時	平成 29 年 1 月 11 日 (水)
2.調査対象	西那須野花市に訪れた 10~80 代の男女
3.調査方法	来場者に負担が掛からないよう調査員がアンケート内容を読み上げ、アンケート用紙にチェックする方式で実施
4.回答状況	アンケート回収数 : 214 票 / 有効回答票数 : 214 票
※実施主体	株式会社ネオクラシック

『目次』

○調査要旨	… P1
○調査要領	… P2
○回答者の属性	… P3
○調査結果	
— 1. ランチとディナーの予算について	… P5
— 2. ランチとディナーの頻度について	… P11
— 3. 我慢できる料理の提供時間について	… P19
— 4. ランチとディナーの滞在時間について	… P27
— 5. 外食時のメニューの表記内容について	… P35
— 6. 西那須野地区の飲食店に期待することについて	… P39

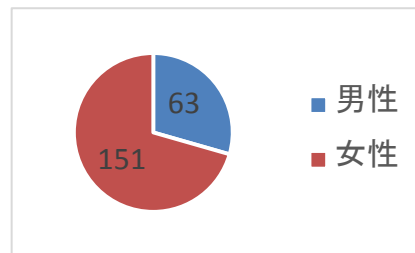
【回答者の属性】

[1.性別]

調査対象の性別は、男性63人(29.4%)、女性151人(70.6%)という比率である。全体の分析結果と年代ごとの分析結果では、やや女性の意向が反映されていることに考慮しながら、考察を進める必要がある。

□調査対象の性別

性別	回答数	構成比
男性	63	29.4%
女性	151	70.6%
計	214	100.0%

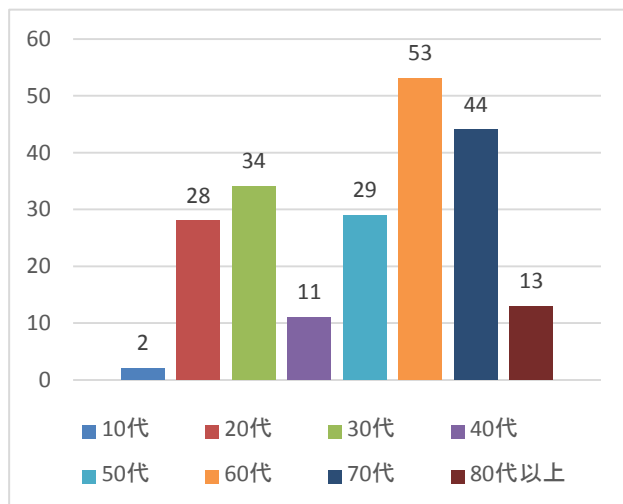


[2.年代]

調査対象の年代は、60代が53人(24.8%)、70代が44人(20.6%)と比較的多く、80代以上を含めると50%を超える。全体の分析結果等を考察する際には、やや年配の方の意見が多いということを検討する必要がある。

□調査対象の年代

年代	回答数	構成比
10代	2	0.9%
20代	28	13.1%
30代	34	15.9%
40代	11	5.1%
50代	29	13.6%
60代	53	24.8%
70代	44	20.6%
80代以上	13	6.1%
計	214	100.0%



[3. 性別年代別]

調査対象を性別年代別に考察すると、全ての年代において女性のほうが多くなっている。特に 20 代と 80 代に関してはその傾向が顕著であるため、以下の調査結果を考察する際はこの点に留意する必要がある。

□調査対象の性別年代別マトリクス表

選択項目	総計		男性		女性	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
10代	2	0.9%	2	3.2%	0	0.0%
20代	28	13.1%	5	7.9%	23	15.2%
30代	34	15.9%	8	12.7%	26	17.2%
40代	11	5.1%	3	4.8%	8	5.3%
50代	29	13.6%	9	14.3%	20	13.2%
60代	53	24.8%	19	30.2%	34	22.5%
70代	44	20.6%	16	25.4%	28	18.5%
80代以上	13	6.1%	1	1.6%	12	7.9%
合計	214	100.0%	63	100.0%	151	100.0%

1.ランチとディナーの予算について

【ダイジェスト】

・ランチの予算として最も多い回答は「501～1,000円」で38.8%であった。20代、30代、40代は平均に比べて「501円～1,000円」と答える割合が多く、50代、60代、70代は「1,001円～1,500円」と答える割合が多かった。ランチに関しては、シニア層のほうが予算が高いといえる。

・ディナーの予算として最も多い回答は「1,001円～1,500円」で22.9%であった。40代で最も多い回答は「1,501円～2,000円」で、50代では20%が「2,001円～3,001円」という回答であったが、60代以降になるとディナーの予算は下がっていく。

「外食された時のお一人当たりの金額はおよそいくらですか」という設問を、ランチとディナーのそれぞれに関して行った。回答数は214である(無回答含む)。なお、ランチやディナーを殆どしないと答えた層は、「無回答」に分類している。

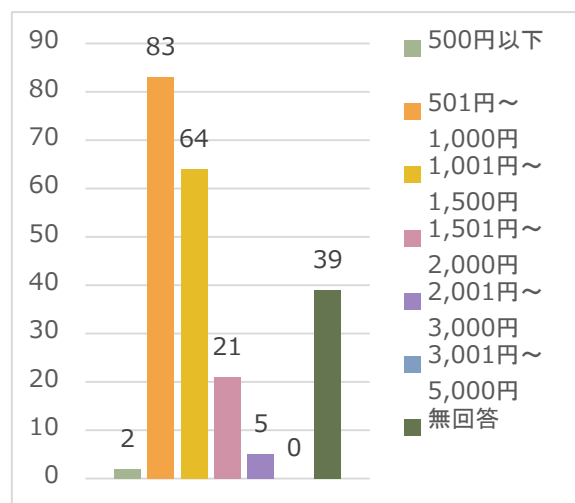
1-1.単純考察

ランチについては以下のような結果になった。

- ・最も多い回答は「501～1,000円」で38.8%を占めている。次いで、「1,001円～1,500円」が64人(29.9%)と続き、「1,501円～2,000円」になると約1割ほどであった。

□ <ランチ> 一人あたりの金額(表)/(グラフ)

ランチの一人あたりの金額	回答数	構成比
500円以下	2	0.9%
501円～1,000円	83	38.8%
1,001円～1,500円	64	29.9%
1,501円～2,000円	21	9.8%
2,001円～3,000円	5	2.3%
3,001円～5,000円	0	0.0%
無回答	39	18.2%
計	214	100.0%

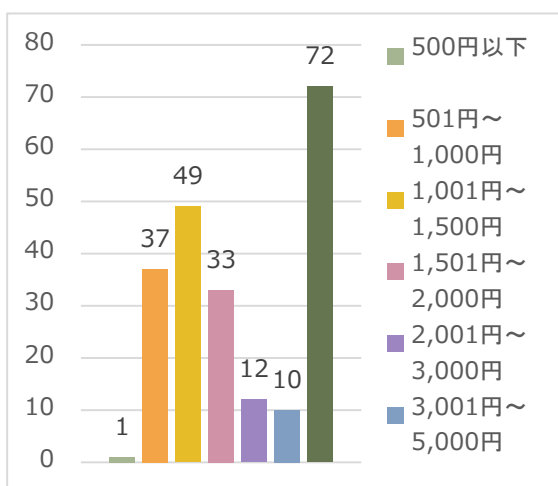


いっぽう、ディナーについては以下のような結果になった。

- ・ 最も多い回答は「1,001～1,500 円」で 22.9%を占めた。「501 円～1,000 円」が 37 人 (17.3%)、「1,501 円～2,000 円」が 33 人(45.4%)と続く。

□ <ディナー> 一人あたりの金額(表)/グラフ

ディナーの一人あたりの金額	回答数	構成比
500 円以下	1	0.5%
501 円～1,000 円	37	17.3%
1,001 円～1,500 円	49	22.9%
1,501 円～2,000 円	33	15.4%
2,001 円～3,000 円	12	5.6%
3,001 円～5,000 円	10	4.7%
無回答	72	33.6%
計	214	100.0%



- ・ ランチで最も多かった回答が「501～1,000 円」であったのに対し、ディナーでは「1,001～1,500 円」という回答が最も多かった。また、ランチでは「3,001～5,000 円」が予算という回答はなかったが、ディナーでは 5%ほどあった。
- ・ ディナーのほうがアルコール飲料を飲む機会が多いことなどから、一般的に顧客単価が高いと言われている。しかし、一方でディナーのほうが、ランチに比べて利用回数は少ない(詳細は後述)。ランチを行っている飲食店は、付加価値を高めてランチの顧客単価を上げつつ、ディナーにも来てもらえるような導線づくりなどの工夫が求められる。

1-2.クロス考察

①年代別：

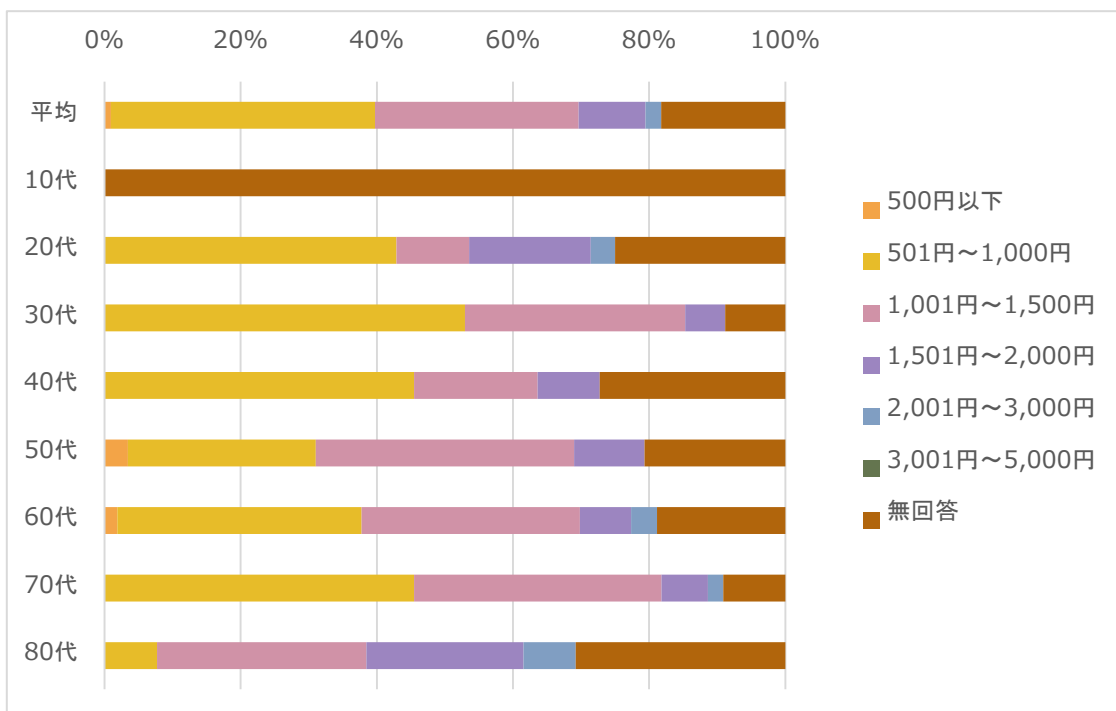
まず、ランチの予算を年代別で分類すると、以下の通りである。

- 20代、30代、40代は平均に比べて、「501円～1,000円」と答える割合が高く、特に30代で高かった。
- いっぽう、50代、60代、70代は「1,001円～1,500円」と答える割合が高かった。シニア層のほうが、ランチの顧客単価が高いことが分かるため、これらの層に対して特別なメニューを提供するなどの施策を行い、来店動機を高めるなどの工夫が重要と考えられる。

□<ランチ>年代別一人あたりの金額(表)

選択項目	総計		10代		20代		30代		40代		50代		60代		70代		80代以上	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
500円以下	2	0.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	3.4%	1	1.9%	0	0.0%	0	0.0%
501円～1,000円	83	38.8%	0	0.0%	12	42.9%	18	52.9%	5	45.5%	8	27.6%	19	35.8%	20	45.5%	1	7.7%
1,001円～1,500円	64	29.9%	0	0.0%	3	10.7%	11	32.4%	2	18.2%	11	37.9%	17	32.1%	16	36.4%	4	30.8%
1,501円～2,000円	21	9.8%	0	0.0%	5	17.9%	2	5.9%	1	9.1%	3	10.3%	4	7.5%	3	6.8%	3	23.1%
2,001円～3,000円	5	2.3%	0	0.0%	1	3.6%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	3.8%	1	2.3%	1	7.7%
3,001円～5,000円	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
無回答	39	18.2%	2	100.0%	7	25.0%	3	8.8%	3	27.3%	6	20.7%	10	18.9%	4	9.1%	4	30.8%
合計	214	100.0%	2	100.0%	28	100.0%	34	100.0%	11	100.0%	29	100.0%	53	100.0%	44	100.0%	13	100.0%

□<ランチ>年代別一人あたりの金額(割合グラフ)



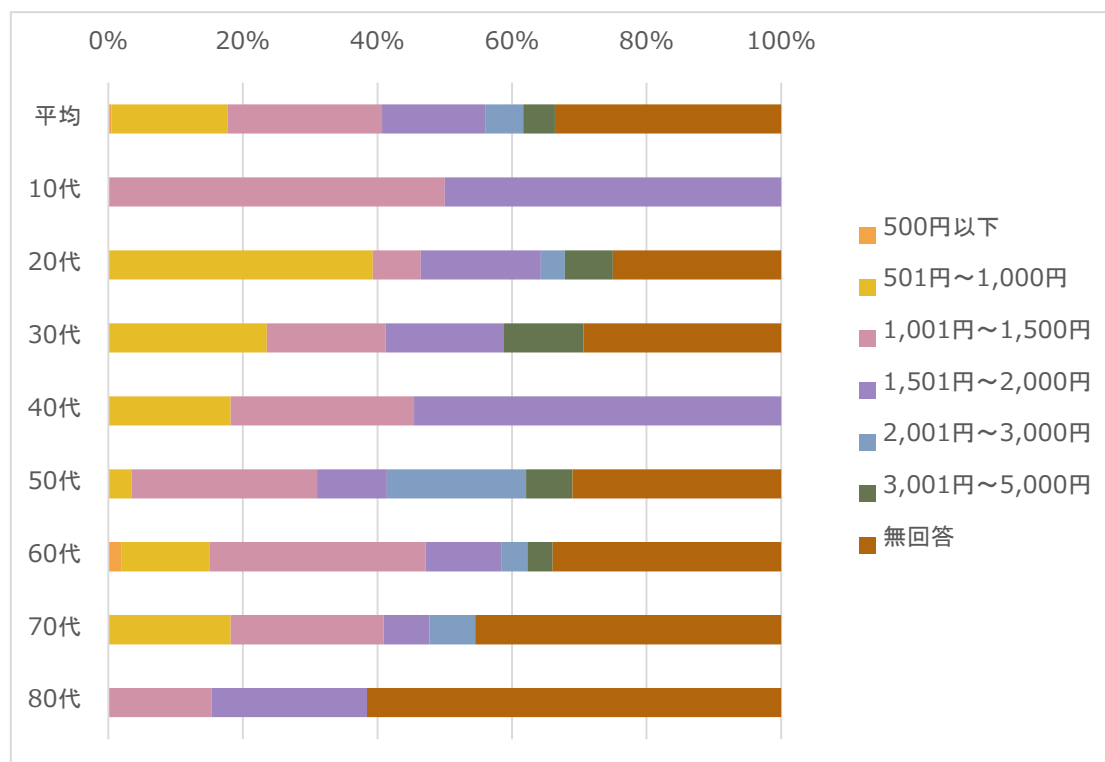
次に、ディナーの予算を年代別で分類すると、以下の通りとなった。

- 20代の約40%が、「501円～1,000円」と答えている。例えば一人暮らしの男性社会人が、毎日仕事の帰りに夕食をすませるようなケースが考えられる。このような層に対しては、比較的時間に短いポイントカードを発行するなど、毎日来るような動機付けが必要となる。
- 40代で最も多い回答は「1,501円～2,000円」で、50代では20%が「2,001円～3,001円」という回答であった。比較的年代が高い方が、ディナーの予算も高くなる傾向である。しかし、60代以降はまた予算が下がっていく。

□ <ディナー>年代別一人あたりの金額(表)

選択項目	総計		10代		20代		30代		40代		50代		60代		70代		80代以上	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
500円以下	1	0.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.9%	0	0.0%	0	0.0%
501円～	37	17.3%	0	0.0%	11	39.3%	8	23.5%	2	18.2%	1	3.4%	7	13.2%	8	18.2%	0	0.0%
1,001円～ 1,500円	49	22.9%	1	50.0%	2	7.1%	6	17.6%	3	27.3%	8	27.6%	17	32.1%	10	22.7%	2	15.4%
1,501円～ 2,000円	33	15.4%	1	50.0%	5	17.9%	6	17.6%	6	54.5%	3	10.3%	6	11.3%	3	6.8%	3	23.1%
2,001円～ 3,000円	12	5.6%	0	0.0%	1	3.6%	0	0.0%	0	0.0%	6	20.7%	2	3.8%	3	6.8%	0	0.0%
3,001円～ 5,000円	10	4.7%	0	0.0%	2	7.1%	4	11.8%	0	0.0%	2	6.9%	2	3.8%	0	0.0%	0	0.0%
無回答	72	33.6%	0	0.0%	7	25.0%	10	29.4%	0	0.0%	9	31.0%	18	34.0%	20	45.5%	8	61.5%
合計	214	100.0%	2	100.0%	28	100.0%	34	100.0%	11	100.0%	29	100.0%	53	100.0%	44	100.0%	13	100.0%

□ <ディナー>年代別一人あたりの金額(割合グラフ)



②性別：

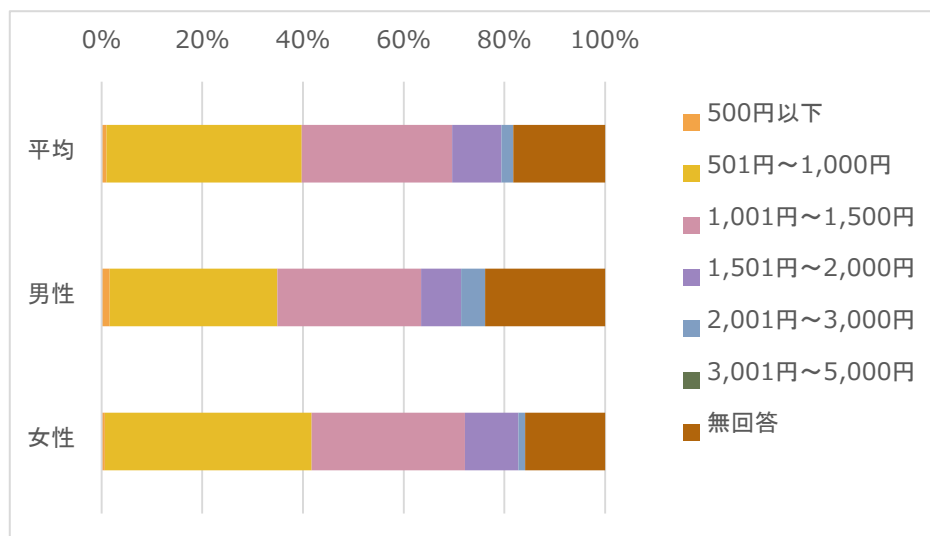
まず、ランチの予算を性別で分類すると、以下の通りである。

- 女性は男性に比べて、「501円～1,000円」と「1501円～2,000円」と答える割合が多かった。なお、「1,001円～1,500円」と答えた割合は、男女であまり差はなかった。
- 男性が女性より回答割合が多かったのは「500円以下」と「2,001円～3,000円」であったが、どちらもサンプル数は少ない。以上のことから、ランチに関しては女性を意識したメニューや、お店の雰囲気作りを検討する価値がある。

□<ランチ>性別一人あたりの金額(表)

選択項目	総計		男性		女性	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
500円以下	2	0.9%	1	1.6%	1	0.7%
501円～	83	38.8%	21	33.3%	62	41.1%
1,001円～ 1,500円	64	29.9%	18	28.6%	46	30.5%
1,501円～ 2,000円	21	9.8%	5	7.9%	16	10.6%
2,001円～ 3,000円	5	2.3%	3	4.8%	2	1.3%
3,001円～ 5,000円	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
無回答	39	18.2%	15	23.8%	24	15.9%
合計	214	100.0%	63	100.0%	151	100.0%

□<ランチ>性別一人あたりの金額(割合グラフ)



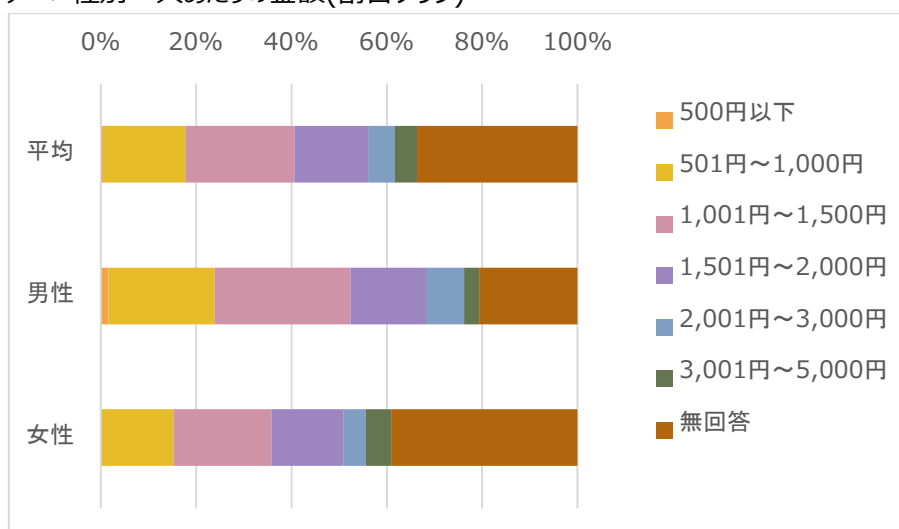
次に、ディナーの予算を性別で分類すると、以下の通りである。

- ・ 男性は女性に比べて、「501円～1,000円」、「1,001円～1,500円」、「2,001円～3,000円」という回答が多かった。いっぽう、女性のほうが多かったのは、「3,001円～5,000円」という高価格帯のみであった。
- ・ 女性は男性に比べて「無回答」が多かった。これは、女性の方が男性に比べてディナーに行く回数が少ないからである(詳細は後述)。機会が少ないからこそ、たまのディナーということで、予算が男性よりも高くなっていると考えられる。

□<ディナー>性別一人あたりの金額(表)

選択項目	総計		男性		女性	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
500円以下	1	0.5%	1	1.6%	0	0.0%
501円～1,000円	37	17.3%	14	22.2%	23	15.2%
1,001円～1,500円	49	22.9%	18	28.6%	31	20.5%
1,501円～2,000円	33	15.4%	10	15.9%	23	15.2%
2,001円～3,000円	12	5.6%	5	7.9%	7	4.6%
3,001円～5,000円	10	4.7%	2	3.2%	8	5.3%
無回答	72	33.6%	13	20.6%	59	39.1%
合計	214	100.0%	63	100.0%	151	100.0%

□<ディナー>性別一人あたりの金額(割合グラフ)



2.ランチとディナーの頻度について

【ダイジェスト】

・ランチの頻度として最も多い回答は「月に1～3回」で、39.7%を占めている。なお、50代と60代は平均に比べて、「ほとんど外食しない」と答える割合が多い。また、女性のほうが男性に比べてランチに行く機会が多い。

・ディナーに関しては、「ほとんど外食はしない」という回答が最も多く、35.0%を占めた。次に、「月に1～3回」が27.1%で続いており、特に30代と40代での回答割合が多かった。

ランチとは逆に、女性はディナーに行く機会は少ないため、いかに男性客を取り込めるかが大事となる。例えば、男性が行きやすい店、男性が家族やパートナーと一緒にいきたいような店作りを行うことは効果的と考えられる。

「外食はどれくらいの頻度で行かれますか？」という設問を、ランチとディナーのそれぞれに関して行った。回答母数は214である(無回答含む)。なお、ランチやディナーを殆どしないと答えた層は、「無回答」に分類している。

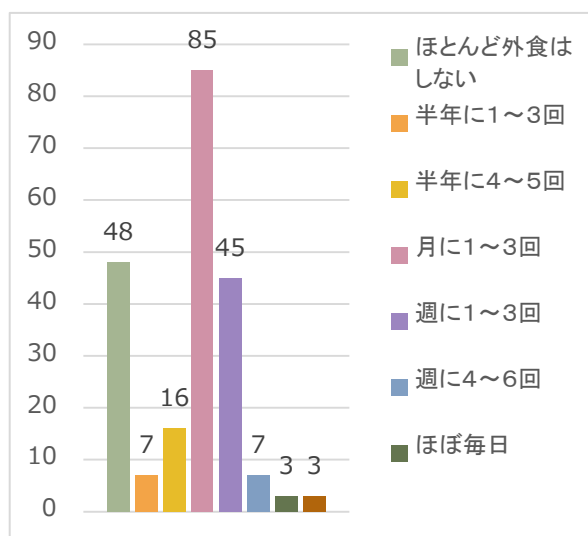
1-1.単純考察

ランチについては以下のような結果になった。

- ・最も多い回答は「月に1～3回」で39.7%を占めている。次に多かったのは、「ほとんど外食はしない」の22.4%で、3番目が「週に1～3回(21.0%)」であった。

□ <ランチ> 外食の頻度(表)/(グラフ)

ランチの頻度	回答数	構成比
ほとんど外食はしない	48	22.4%
半年に1～3回	7	3.3%
半年に4～5回	16	7.5%
月に1～3回	85	39.7%
週に1～3回	45	21.0%
週に4～6回	7	3.3%
ほぼ毎日	3	1.4%
無回答	3	1.4%
計	214	100.0%

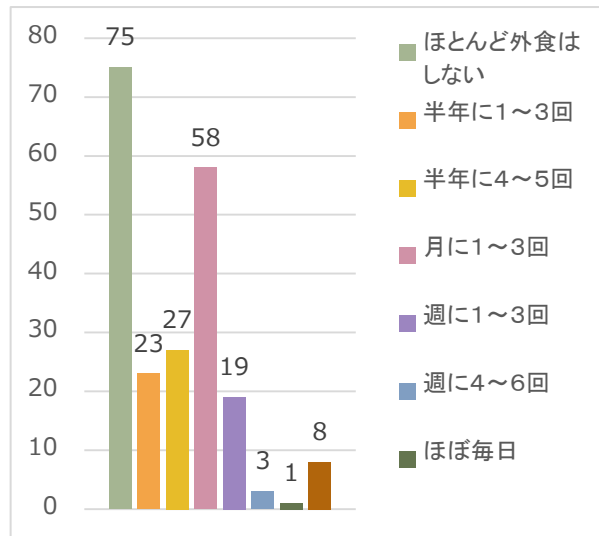


いっぽう、ディナーについては以下のような結果になった。

- 最も多い回答は「ほとんど外食はしない」で 35.0% を占めた。「月に 1～3 回」が 27.1%、「半年に 4～5 回」が 12.6% で続く。

□ <ディナー> 外食の頻度(表)/グラフ

ディナーの頻度	回答数	構成比
ほとんど外食はしない	75	35.0%
半年に1～3回	23	10.7%
半年に4～5回	27	12.6%
月に1～3回	58	27.1%
週に1～3回	19	8.9%
週に4～6回	3	1.4%
ほぼ毎日	1	0.5%
無回答	8	3.7%
計	214	100.0%



- ランチに比べて、ディナーでは「ほとんど外食はしない」という回答が非常に多かった。また、「半年に 1～3 回」と「半年に 4～5 回」の割合も多かった。夕飯は自宅で食べる人が多かったり、ディナーのほうが予算が高いことなどから、ランチに行く頻度のほうが高いと考えられる。
- ディナーに頻繁に来てもらうことは難しいと思われるため、まずは月に 1 度程度、継続的に来店してもらえるような施策を進めていくことが必要となる。例えば月替りのメニューなどを考案し、メニュー表に「来月のメニューは〇〇です」というような予告と、そのメニューでしか使えない限定のクーポン券を会計に渡して来月の来店を促す、などである。

1-2.クロス考察

①年代別：

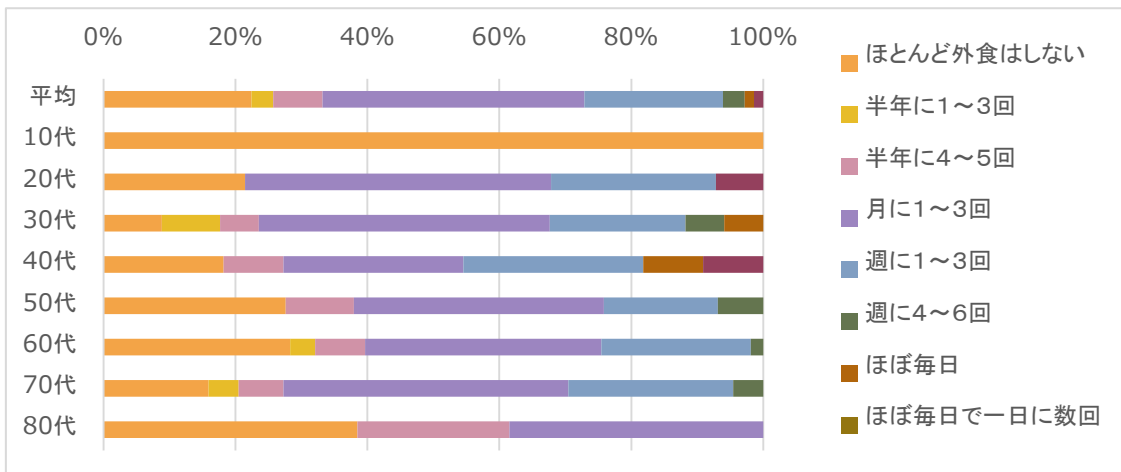
まず、ランチの頻度を年代別で分類すると、以下の通りである。

- 50代と60代は平均に比べて、「ほとんど外食しない」と答える割合が多く、いっぽう30代と40代、特に30代では「ほとんど外食しない」という回答は少ない。
- 比較的高頻度である「週に1～3回」という回答が多かったのは、20代、40代、70代であった。これらの傾向を鑑みるに、年代よりも、その人の生活スタイルによってランチに行く、行かないが決まると考えられる。
- ただ、どの年代でも「月に1～3回」という回答が最も多かったので、「〇月のランチ限定クーポン」などを発行して、月2回以上の来店を促すことも効果的と考えられる。

□<ランチ>年代別外食の頻度(表)

選択項目	総計		10代		20代		30代		40代		50代		60代		70代		80代以上	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
ほとんど外食はしない	48	22.4%	2	100.0%	6	21.4%	3	8.8%	2	18.2%	8	27.6%	15	28.3%	7	15.9%	5	38.5%
半年に1～3回	7	3.3%	0	0.0%	0	0.0%	3	8.8%	0	0.0%	0	0.0%	2	3.8%	2	4.5%	0	0.0%
半年に4～5回	16	7.5%	0	0.0%	0	0.0%	2	5.9%	1	9.1%	3	10.3%	4	7.5%	3	6.8%	3	23.1%
月に1～3回	85	39.7%	0	0.0%	13	46.4%	15	44.1%	3	27.3%	11	37.9%	19	35.8%	19	43.2%	5	38.5%
週に1～3回	45	21.0%	0	0.0%	7	25.0%	7	20.6%	3	27.3%	5	17.2%	12	22.6%	11	25.0%	0	0.0%
週に4～6回	7	3.3%	0	0.0%	0	0.0%	2	5.9%	0	0.0%	2	6.9%	1	1.9%	2	4.5%	0	0.0%
ほぼ毎日	3	1.4%	0	0.0%	0	0.0%	2	5.9%	1	9.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
ほぼ毎日で一日に数回	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
無回答	3	1.4%	0	0.0%	2	7.1%	0	0.0%	1	9.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
合計	214	100.0%	2	100.0%	28	100.0%	34	100.0%	11	100.0%	29	100.0%	53	100.0%	44	100.0%	13	100.0%

□<ランチ>年代別外食の頻度(割合グラフ)



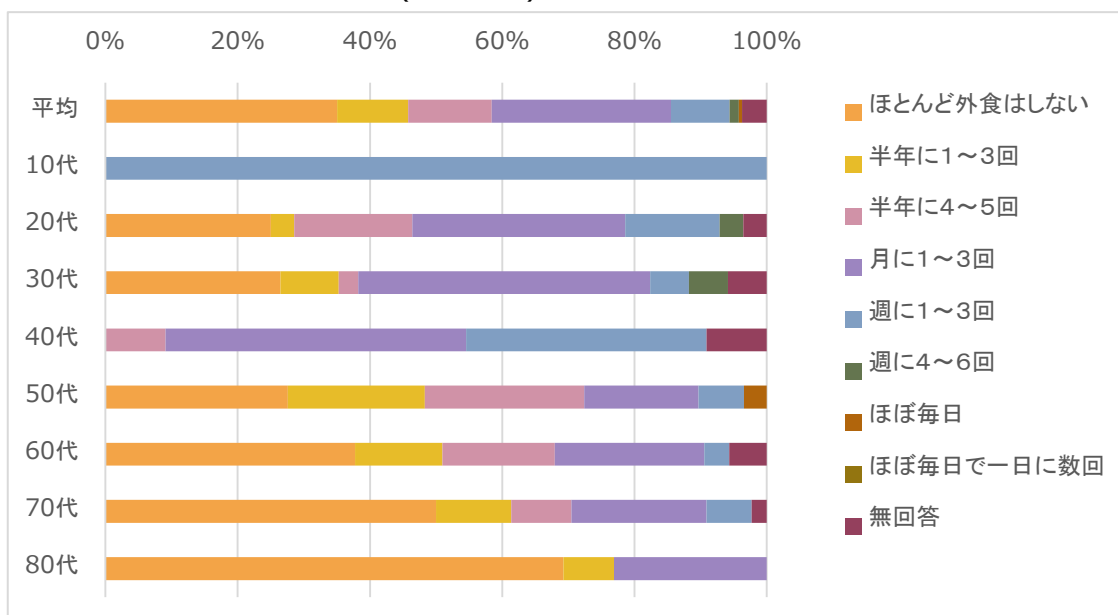
次に、ディナーの頻度を年代別で分類すると、以下の通りとなった。

- ・ 「月に1～3回」と答えた割合が多いのは、30代と40代である。働いている層であれば会社の飲み会などを含めると、月1～3回ほどの頻度になると考えられる。とくに40代では「週に1～3回」という回答割合が36.4%であったため、この年代をメインターゲットに捉えることも一つの手である。
- ・ いっぽう、60代以降は、年代が上がるに連れて「ほとんど外食はしない」という回答の割合が増えていく。しかし、60代の22.6%が「月に1～3回」と答えているため、その傾向だけを見てシニア層のディナー時の来店を諦める必要はない。

□<ディナー>年代別外食の頻度(表)

選択項目	総計		10代		20代		30代		40代		50代		60代		70代		80代以上	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
ほとんど外食はしない	75	35.0%	0	0.0%	7	25.0%	9	26.5%	0	0.0%	8	27.6%	20	37.7%	22	50.0%	9	69.2%
半年に1～3回	23	10.7%	0	0.0%	1	3.6%	3	8.8%	0	0.0%	6	20.7%	7	13.2%	5	11.4%	1	7.7%
半年に4～5回	27	12.6%	0	0.0%	5	17.9%	1	2.9%	1	9.1%	7	24.1%	9	17.0%	4	9.1%	0	0.0%
月に1～3回	58	27.1%	0	0.0%	9	32.1%	15	44.1%	5	45.5%	5	17.2%	12	22.6%	9	20.5%	3	23.1%
週に1～3回	19	8.9%	2	100.0%	4	14.3%	2	5.9%	4	36.4%	2	6.9%	2	3.8%	3	6.8%	0	0.0%
週に4～6回	3	1.4%	0	0.0%	1	3.6%	2	5.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
ほぼ毎日	1	0.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	3.4%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
ほぼ毎日で一日	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
無回答	8	3.7%	0	0.0%	1	3.6%	2	5.9%	1	9.1%	0	0.0%	3	5.7%	1	2.3%	0	0.0%
合計	214	100.0%	2	100.0%	28	100.0%	34	100.0%	11	100.0%	29	100.0%	53	100.0%	44	100.0%	13	100.0%

□<ディナー>年代別外食の頻度(割合グラフ)



②性別：

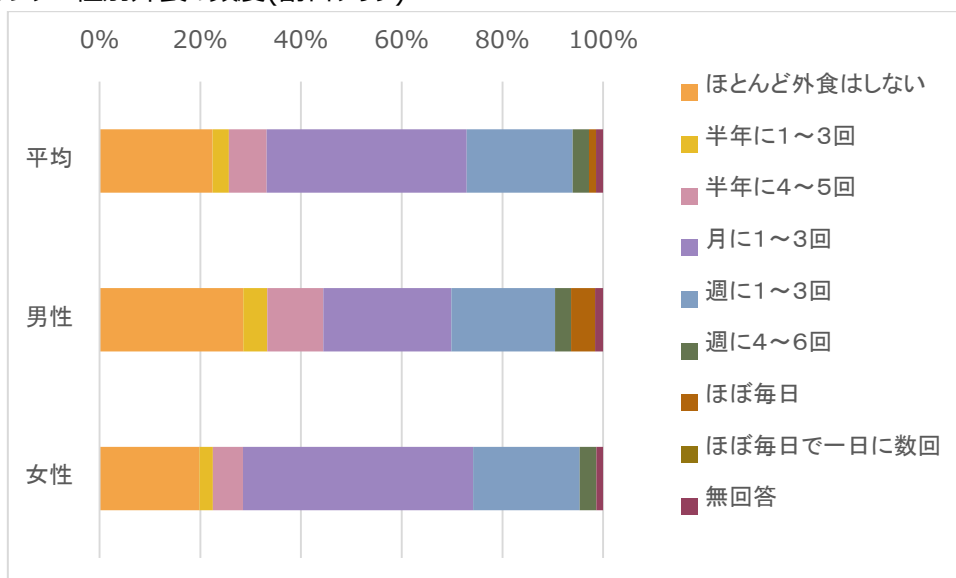
まず、ランチの頻度を性別で分類すると、以下の通りである。

- ・ 「ほとんど外食はしない」という回答は、男性のほうが多かった。これは、職場にお弁当を持っていたり、コンビニなどでお弁当を買ったりしているため、特別なことが起こらない限り外でランチは取らない層と考えられる。
- ・ いっぽう女性は、「月に1～3回」が最も多く、定期的にランチに行っていることが分かる。

□<ランチ>性別外食の頻度(表)

選択項目	総計		男性		女性	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
ほとんど外食はしない	48	22.4%	18	28.6%	30	19.9%
半年に1～3回	7	3.3%	3	4.8%	4	2.6%
半年に4～5回	16	7.5%	7	11.1%	9	6.0%
月に1～3回	85	39.7%	16	25.4%	69	45.7%
週に1～3回	45	21.0%	13	20.6%	32	21.2%
週に4～6回	7	3.3%	2	3.2%	5	3.3%
ほぼ毎日	3	1.4%	3	4.8%	0	0.0%
ほぼ毎日で一日に数回	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
無回答	3	1.4%	1	1.6%	2	1.3%
合計	214	100.0%	63	100.0%	151	100.0%

□<ランチ>性別外食の頻度(割合グラフ)



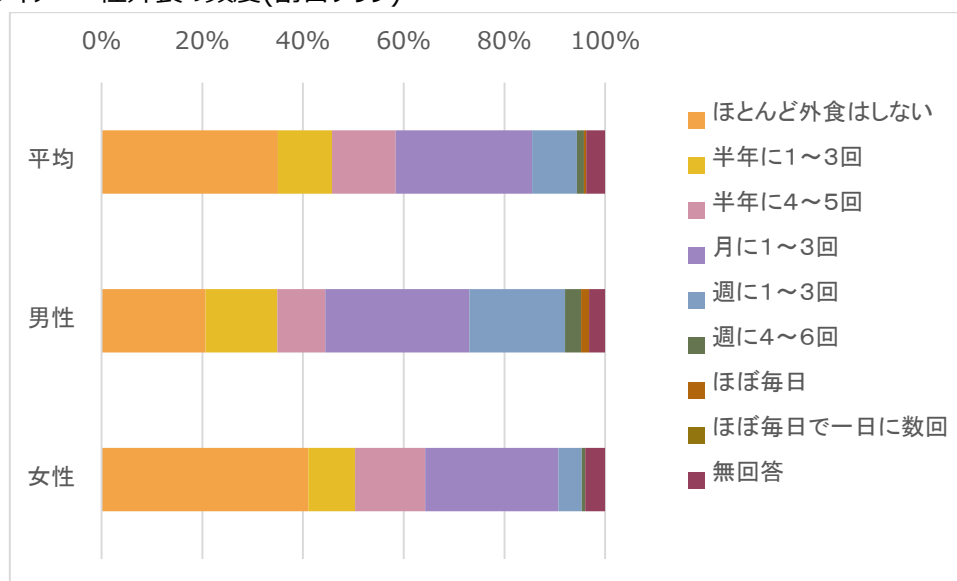
次に、ディナーの頻度を性別で分類すると、以下の通りである。

- ・ ランチとは一転して、「ほとんど外食はしない」という回答は女性の方で多かった(41.1%)。また、その他のディナーの頻度も、男性に比べて少なかった。これは、自宅で夕食を作る頻度が、男性より女性のほうが多いと考えられるためである。
- ・ 男性で最も多い回答は「月に1～3回(28.6%)」であった。また、週に1～3回という回答も、女性の4.6%に比べて高い。ディナーに関しては、いかに男性客を取り込めるかが重要となる。男性が行きやすい店、男性が家族やパートナーを誘いやすい店というような視点で店作りを行うこともよい。

□ <ディナー>性別外食の頻度(表)

選択項目	総計		男性		女性	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
ほとんど外食はしない	75	35.0%	13	20.6%	62	41.1%
半年に1～3回	23	10.7%	9	14.3%	14	9.3%
半年に4～5回	27	12.6%	6	9.5%	21	13.9%
月に1～3回	58	27.1%	18	28.6%	40	26.5%
週に1～3回	19	8.9%	12	19.0%	7	4.6%
週に4～6回	3	1.4%	2	3.2%	1	0.7%
ほぼ毎日	1	0.5%	1	1.6%	0	0.0%
ほぼ毎日で一日に数回	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
無回答	8	3.7%	2	3.2%	6	4.0%
合計	214	100.0%	63	100.0%	151	100.0%

□ <ディナー>性別外食の頻度(割合グラフ)



③予算別：

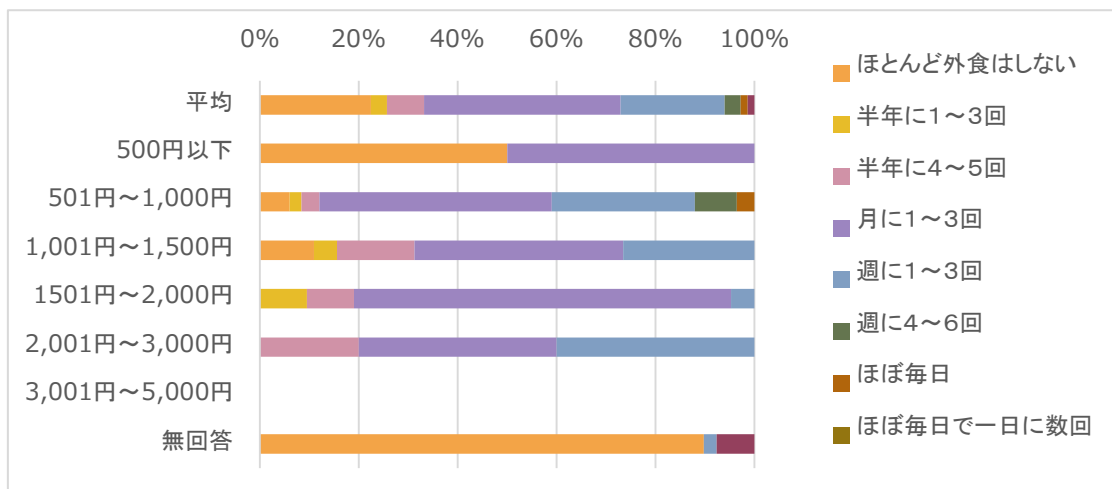
まず、ランチの頻度を予算別で分類すると、以下の通りである。

- 「501円～1,000円」が予算の層は、「月に1～3回(47.0%)」という回答が最も多く、「週に1～3回(28.9%)」が続く。「週に4～6回」という回答も8.4%もいるため、このくらいの予算であれば、比較的頻繁にランチに行けると考えられる。
「1,001円～1,500円」が予算の層も、大体同じ傾向であるが、「半年に4～5回」という回答割合が増えるなど、若干足が遠のく。
- 「1,501円～2,000円」が予算の層になると、76.2%が「月に1～3回」となり、それ以上頻繁にランチに行くことは少なくなる。

□<ランチ>予算別外食の頻度(表)

選択項目	総計		500円以下		501円～1,000円		1,001円～1,500円		1,501円～2,000円		2,001円～3,000円		無回答	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
ほとんど外食はしない	48	22.4%	1	50.0%	5	6.0%	7	10.9%	0	0.0%	0	0.0%	35	89.7%
半年に1～3回	7	3.3%	0	0.0%	2	2.4%	3	4.7%	2	9.5%	0	0.0%	0	0.0%
半年に4～5回	16	7.5%	0	0.0%	3	3.6%	10	15.6%	2	9.5%	1	20.0%	0	0.0%
月に1～3回	85	39.7%	1	50.0%	39	47.0%	27	42.2%	16	76.2%	2	40.0%	0	0.0%
週に1～3回	45	21.0%	0	0.0%	24	28.9%	17	26.6%	1	4.8%	2	40.0%	1	2.6%
週に4～6回	7	3.3%	0	0.0%	7	8.4%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
ほぼ毎日	3	1.4%	0	0.0%	3	3.6%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
ほぼ毎日で一日に数回	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
無回答	3	1.4%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	7.7%
合計	214	100.0%	2	100.0%	83	100.0%	64	100.0%	21	100.0%	5	100.0%	39	100.0%

□<ランチ>予算別外食の頻度(割合グラフ)



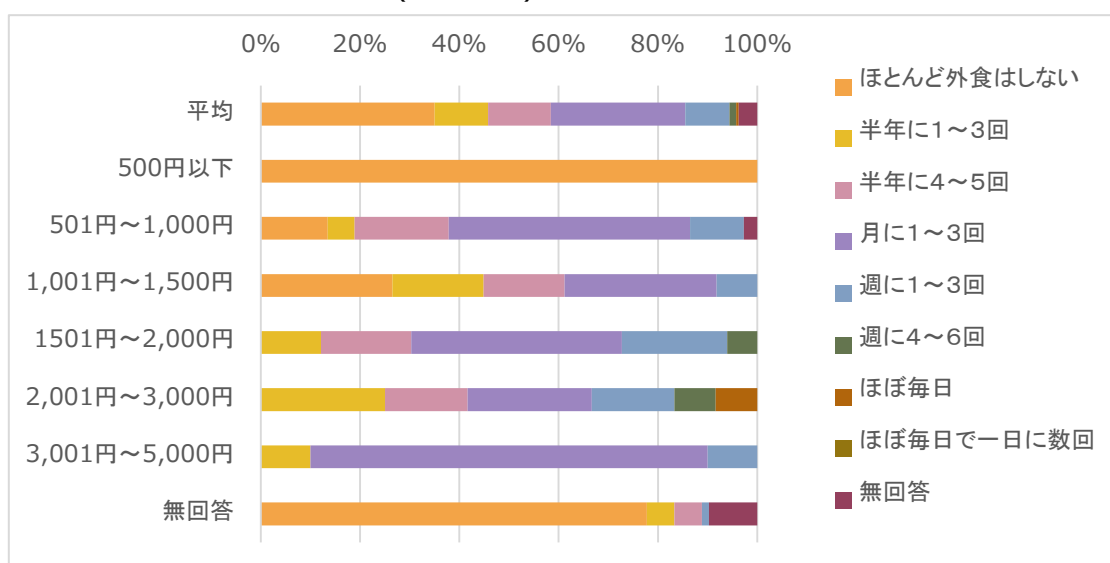
次に、ディナーの頻度を予算別で分類すると、以下の通りとなった。

- ・ 「501円～1,000円」が予算の層は、48.6%が「月に1～3回」という回答だった。
「1,001円～1,500円」が予算の層になると、「月に1～3回」という回答は30.6%まで減る。
- ・ しかし、「1,501円～2,000円」が予算の層になると、「月に1～3回」という回答は42.4%まで上昇する。4～5人のグループで来店した場合、テーブル単価が10,000円前後になるため、このような層に、定期的に来店するリピーターになってもらえるようなことが好ましいと考えられる。
上述したようなポイントカードや月限定のクーポンでも良いので、まだこのような取り組みを行っていない店は実施を検討するののも一つの手である。

□ <ディナー> 予算別外食の頻度(表)

選択項目	総計		500円以下		501円～1,000円		1,001円～1,500円		1,501円～2,000円		2,001円～3,000円		3,001円～5,000円		無回答	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
ほとんど外食はしない	75	35.0%	1	100.0%	5	13.5%	13	26.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	56	77.8%
半年に1～3回	23	10.7%	0	0.0%	2	5.4%	9	18.4%	4	12.1%	3	25.0%	1	10.0%	4	5.6%
半年に4～5回	27	12.6%	0	0.0%	7	18.9%	8	16.3%	6	18.2%	2	16.7%	0	0.0%	4	5.6%
月に1～3回	58	27.1%	0	0.0%	18	48.6%	15	30.6%	14	42.4%	3	25.0%	8	80.0%	0	0.0%
週に1～3回	19	8.9%	0	0.0%	4	10.8%	4	8.2%	7	21.2%	2	16.7%	1	10.0%	1	1.4%
週に4～6回	3	1.4%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	6.1%	1	8.3%	0	0.0%	0	0.0%
ほぼ毎日	1	0.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	8.3%	0	0.0%	0	0.0%
ほぼ毎日で一日に数回	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
無回答	8	3.7%	0	0.0%	1	2.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	7	9.7%
合計	214	100.0%	1	100.0%	37	100.0%	49	100.0%	33	100.0%	12	100.0%	10	100.0%	72	100.0%

□ <ディナー> 予算別外食の頻度(割合グラフ)



3.我慢できる料理の提供時間について

【ダイジェスト】

・ランチで最も多い回答は「11分～15分以内」で21.5%であった。年代が上がるほど、我慢できる待ち時間が増える傾向である。

・ディナーでも、最も多い回答は「11分～15分以内」で21.5%であったが、ディナーの方がランチに比べて長く待てる回答の割合が多かった。

・全体的な傾向として、女性に比べて男性の方が待てる時間は短かった。いずれにせよ、料理を提供するまでの時間は極力短くするに越したことはない。例えば、待ち時間の暇を潰せるような読み物を置くなどして、体感時間を短くするような工夫も考えられる。

「外食をされた際、ご注文から料理が出てくる時間は、おおよそどれくらい待てますか？」という設問を、ランチとディナーのそれぞれに関して行った。回答母数は214である(無回答含む)。なお、ランチやディナーを殆どしないと答えた層は、「無回答」に分類している。

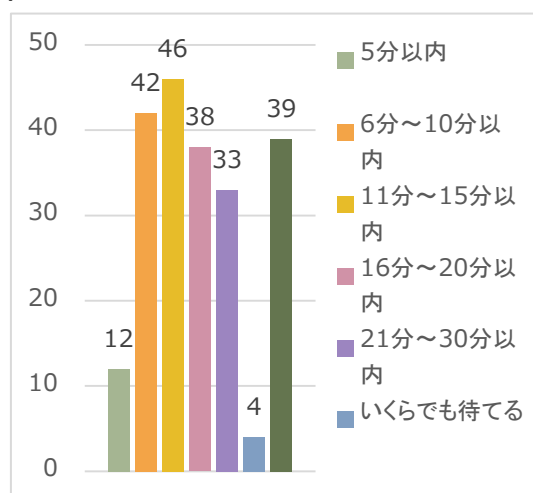
1-1.単純考察

ランチについては以下のような結果になった。

- ・最も多い回答は「11分～15分以内」で21.5%を占めている。次に多かったのは、「6分～10分以内」の19.6%で、3番目が「16分～20分以内(17.8%)」であった。

□ <ランチ> 我慢できる料理の提供時間(表)/(グラフ)

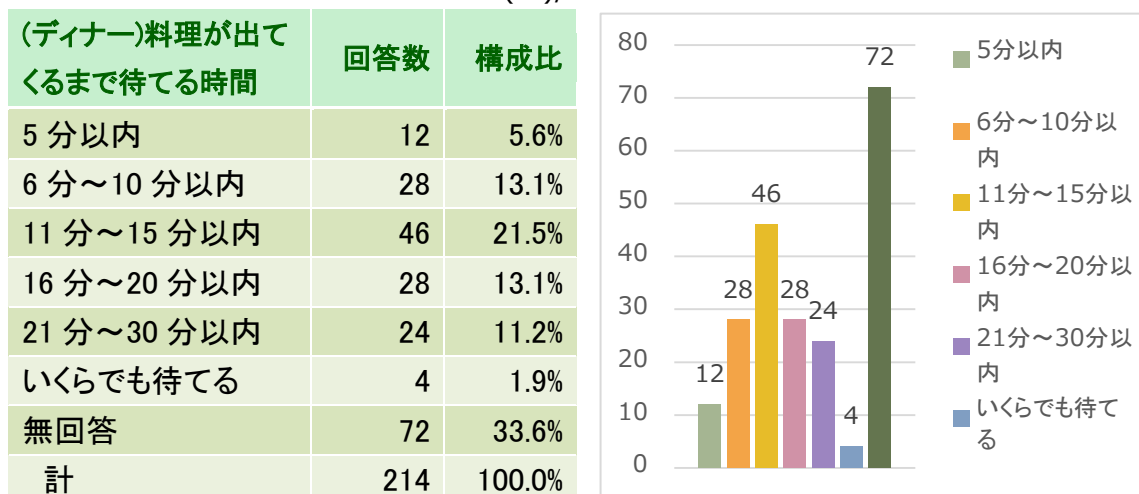
(ランチ)料理が出てくるまで待てる時間	回答数	構成比
5分以内	12	5.6%
6分～10分以内	42	19.6%
11分～15分以内	46	21.5%
16分～20分以内	38	17.8%
21分～30分以内	33	15.4%
いくらでも待てる	4	1.9%
無回答	39	18.2%
計	214	100.0%



いっぽう、ディナーについては以下のような結果になった。

- ・ 最も多い回答は「11分～15分以内」で21.5%を占めた。「6分～10分以内」と、「16分～20分以内」がそれぞれ13.1%で続く。

□ <ディナー> 我慢できる料理の提供時間(表)/グラフ



- ・ ランチもディナーも、最も多い回答は「11分～15分以内」という回答であった。
- ・ 巻末の Appendix「実際に利用するお店」を見ると、ランチは大きく分けて2種類あると考えられる。1つ目は、仕事のお昼休憩時間に昼食を取るパターンである。この場合、お昼休みの時間が決まっているため、料理の提供時間はできるだけ短いほうが好まれると考えられる。2つ目は、プライベートで友人とランチを取るパターンである。この場合、その後の予定までの時間が比較的空いているケースが多いと考えられるため、前者に比べて待てる時間は長くなると考えられる
- ・ ディナーに関しても同様に2つのパターンが考えられる。会社帰りに夕食を取るパターンと、友人や恋人、家族とゆっくりディナーをとるパターンである。こちらも、前者に比べて、後者のほうが待ち時間に寛容である可能性が高い。
- ・ ただ、お店の混雑状況や提供する料理、お客様の状況によって、我慢できる待ち時間は大きく変わると考えられる。例えば、プライベートで時間に余裕のあるランチをとろうと考えていても、お店が全く混雑していない、ファミレスのように比較的早く提供できる料理、食事相手との関係性が浅いといった場合には、お客様は待ち時間に対して厳しくなることが考えられる。
- ・ 何れにせよ、料理を提供するまでの時間は極力短くするに越したことはない。例えば、待ち時間の暇を潰せるような読み物を置くなどして、体感時間を短くするような工夫も考えられる。

1-2.クロス考察

①年代別：

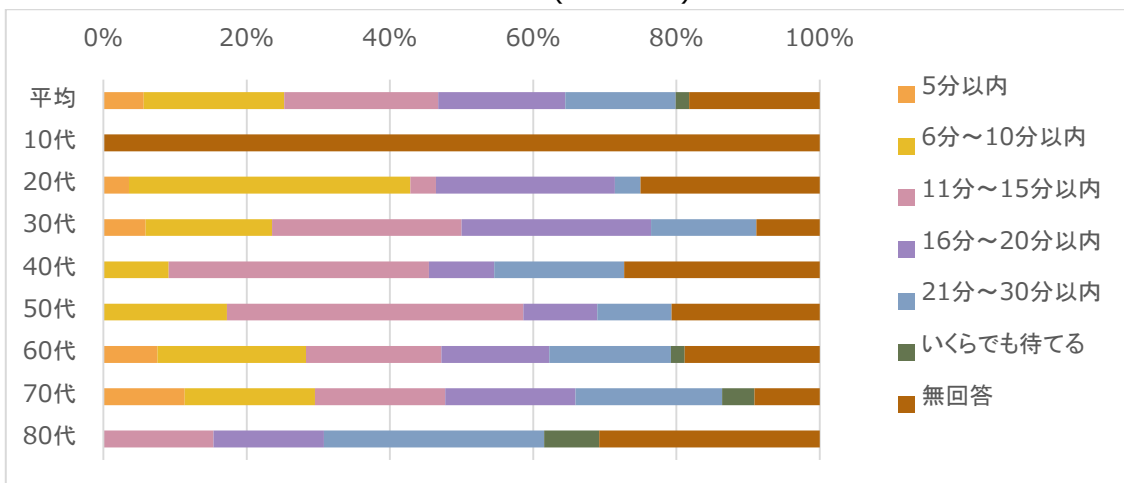
まず、ランチで我慢できる料理の提供時間を年代別で分類すると、以下の通りである。

- ・ 20代で最も多かった回答は、「6分～10分以内」であった。これは、20代がよく利用するお店が、ファストフード店である可能性が高い。
- ・ 30代、40代、50代になると、「11分～15分以内」という回答が最も多くなる。総じて、年代が上がるほど、我慢できる待ち時間がふえていく。
- ・ 60代、70代になると、「21分～30分以内」なら待てるという層も約20%もいるが、反対に「5分以内」という層も一定数でくる。

□<ランチ>年代別我慢できる料理の提供時間(表)

選択項目	総計		10代		20代		30代		40代		50代		60代		70代		80代以上	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
5分以内	12	5.6%	0	0.0%	1	3.6%	2	5.9%	0	0.0%	0	0.0%	4	7.5%	5	11.4%	0	0.0%
6分～10分以内	42	19.6%	0	0.0%	11	39.3%	6	17.6%	1	9.1%	5	17.2%	11	20.8%	8	18.2%	0	0.0%
11分～15分以内	46	21.5%	0	0.0%	1	3.6%	9	26.5%	4	36.4%	12	41.4%	10	18.9%	8	18.2%	2	15.4%
16分～20分以内	38	17.8%	0	0.0%	7	25.0%	9	26.5%	1	9.1%	3	10.3%	8	15.1%	8	18.2%	2	15.4%
21分～30分以内	33	15.4%	0	0.0%	1	3.6%	5	14.7%	2	18.2%	3	10.3%	9	17.0%	9	20.5%	4	30.8%
いくらでも待てる	4	1.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.9%	2	4.5%	1	7.7%
無回答	39	18.2%	2	100.0%	7	25.0%	3	8.8%	3	27.3%	6	20.7%	10	18.9%	4	9.1%	4	30.8%
合計	214	100.0%	2	100.0%	28	100.0%	34	100.0%	11	100.0%	29	100.0%	53	100.0%	44	100.0%	13	100.0%

□<ランチ>年代別我慢できる料理の提供時間(割合グラフ)



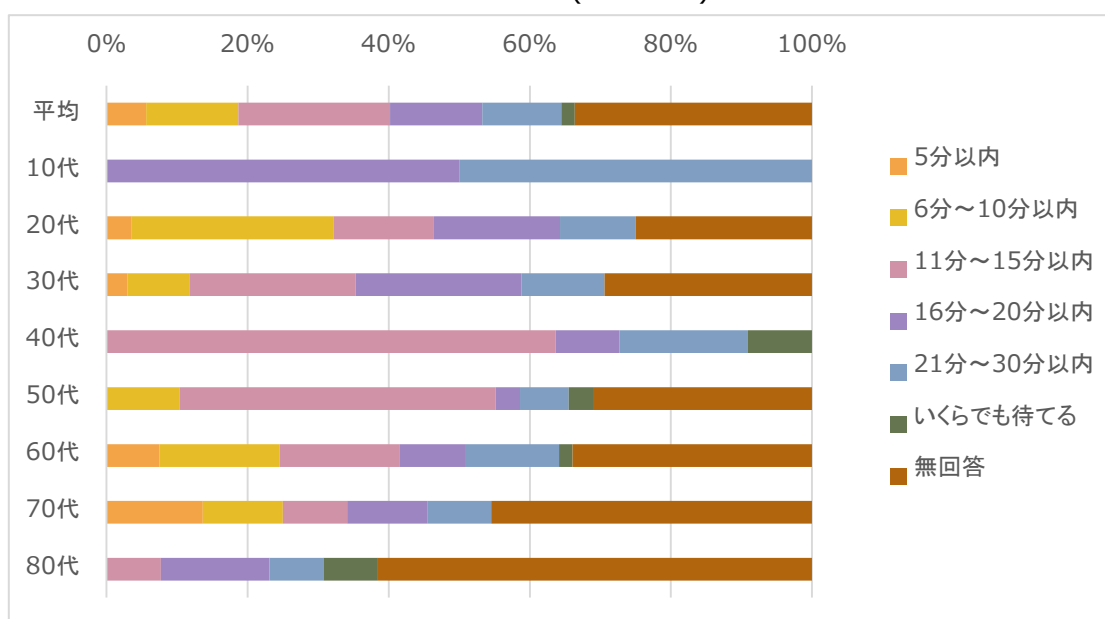
次に、ディナーで我慢できる料理の提供時間を年代別で分類すると、以下の通りとなった。

- 20代では、ランチの設問では「21分～30分以内」という回答割合が3.6%であったのに対し、ディナーでは10.7%と回答割合が増えた。
また、30代でもランチの設問では「6分～10分以内」という回答割合が17.6%であったのに対し、ディナーでは8.8%と減少している。比較的若い世代では、ランチに比べてディナーのほうが、待てる時間が伸びる傾向であることが分かった。
- いっぽう50代以降は、ランチとディナーを比べても、待てる提供時間の割合に、それほど差はなかった。

□ <ディナー>年代別我慢できる料理の提供時間(表)

選択項目	総計		10代		20代		30代		40代		50代		60代		70代		80代以上	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
5分以内	12	5.6%	0	0.0%	1	3.6%	1	2.9%	0	0.0%	0	0.0%	4	7.5%	6	13.6%	0	0.0%
6分～10分以内	28	13.1%	0	0.0%	8	28.6%	3	8.8%	0	0.0%	3	10.3%	9	17.0%	5	11.4%	0	0.0%
11分～15分以内	46	21.5%	0	0.0%	4	14.3%	8	23.5%	7	63.6%	13	44.8%	9	17.0%	4	9.1%	1	7.7%
16分～20分以内	28	13.1%	1	50.0%	5	17.9%	8	23.5%	1	9.1%	1	3.4%	5	9.4%	5	11.4%	2	15.4%
21分～30分以内	24	11.2%	1	50.0%	3	10.7%	4	11.8%	2	18.2%	2	6.9%	7	13.2%	4	9.1%	1	7.7%
いくらでも待てる	4	1.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	9.1%	1	3.4%	1	1.9%	0	0.0%	1	7.7%
無回答	72	33.6%	0	0.0%	7	25.0%	10	29.4%	0	0.0%	9	31.0%	18	34.0%	20	45.5%	8	61.5%
合計	214	100.0%	2	100.0%	28	100.0%	34	100.0%	11	100.0%	29	100.0%	53	100.0%	44	100.0%	13	100.0%

□ <ディナー>年代別我慢できる料理の提供時間(割合グラフ)



②性別：

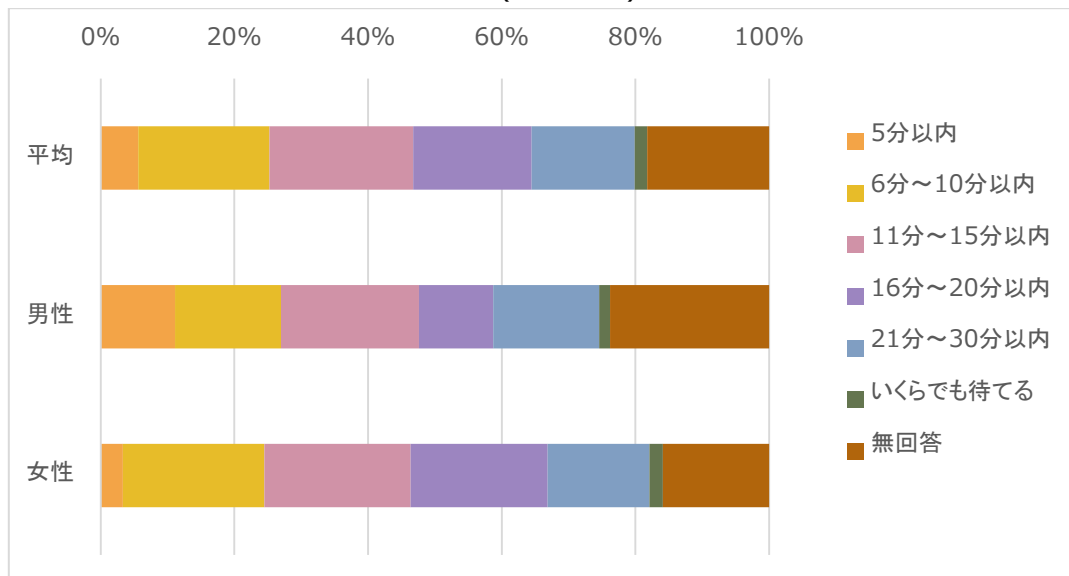
まず、ランチで我慢できる料理の提供時間を性別で分類すると、以下の通りである。

- ・ 男性は女性に比べて、料理を早く出してほしいと考えている傾向が強い。「5分以内」という回答が、女性は3.3%であったのに対して、男性は11.1%であった。これは上記で指摘したとおり、職場のお昼休時間中にランチをとらなければならない社会人が、比較的多いことが原因と考えられる。
- ・ しかし、女性も21分以上待てると答えたのは全体の17.2%ほどしかいなかった。長くても20分以内に提供することが望ましいと考えられる。

□<ランチ>性別我慢できる料理の提供時間(表)

選択項目	総計		男性		女性	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
5分以内	12	5.6%	7	11.1%	5	3.3%
6分～10分以内	42	19.6%	10	15.9%	32	21.2%
11分～15分以内	46	21.5%	13	20.6%	33	21.9%
16分～20分以内	38	17.8%	7	11.1%	31	20.5%
21分～30分以内	33	15.4%	10	15.9%	23	15.2%
いくらでも待てる	4	1.9%	1	1.6%	3	2.0%
無回答	39	18.2%	15	23.8%	24	15.9%
合計	214	100.0%	63	100.0%	151	100.0%

□<ランチ>性別我慢できる料理の提供時間(割合グラフ)



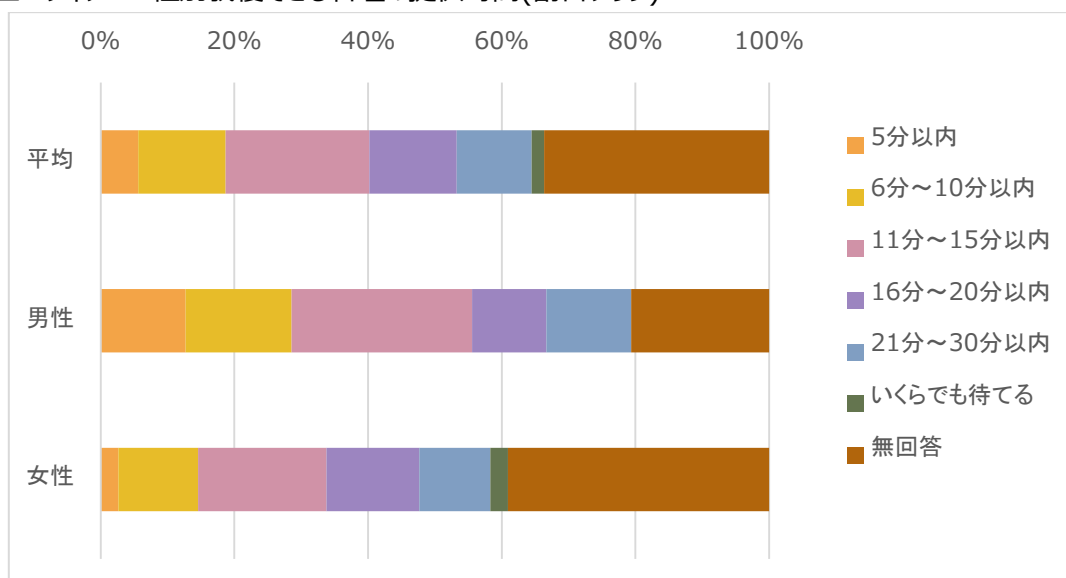
次に、ダイナーで我慢できる料理の提供時間を性別で分類すると、以下の通りである。

- ランチと同様、男性の方が提供時間に対して厳しく考えている。10分以内の提供を望む層が、女性では14.5%ほどであったのに対し、男性では約2倍の28.6%という結果であった。仕事帰りの食事や、同僚と居酒屋に行った際などのドリンク注文など、なるべく早めに提供してほしい機会が多いことが要因であると考えられる。
- 女性で最も数が多かったのは「11分～15分以内」で、19.2%であった。

□<ダイナー>性別我慢できる料理の提供時間(表)

選択項目	総計		男性		女性	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
5分以内	12	5.6%	8	12.7%	4	2.6%
6分～10分以内	28	13.1%	10	15.9%	18	11.9%
11分～15分以内	46	21.5%	17	27.0%	29	19.2%
16分～20分以内	28	13.1%	7	11.1%	21	13.9%
21分～30分以内	24	11.2%	8	12.7%	16	10.6%
いくらでも待てる	4	1.9%	0	0.0%	4	2.6%
無回答	72	33.6%	13	20.6%	59	39.1%
合計	214	100.0%	63	100.0%	151	100.0%

□<ダイナー>性別我慢できる料理の提供時間(割合グラフ)



③予算別：

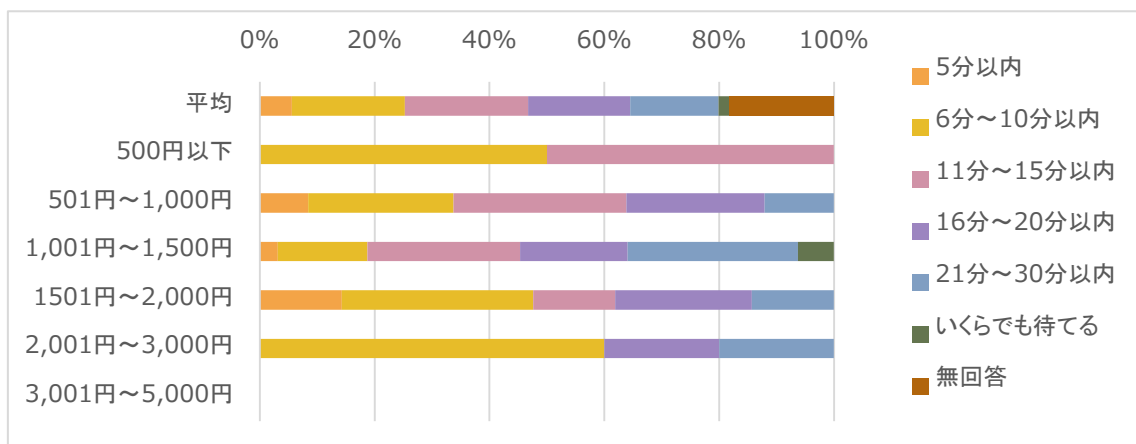
まず、ランチで我慢できる料理の提供時間を予算別で分類すると、以下の通りである。

- ・ 「501円～1,000円」が予算の層は、「11分～15分以内」が最も多く、「6分～10分以内」と「16分～20分以内」がほぼ同じくらいの回答数であった。
- ・ 「1,001円～1,500円」が予算の層でも、「11分～15分以内」という回答が最も多かった。ただ、「21分～30分以内」と答えたのは29.7%であった。「501円～1,000円」の層が12.0%ほどであったことから、提供する料理の金額が高ければ、待ち時間に対して少し寛容になる傾向が見られる。予算が高い料理は手間をかけているため、比較的調理に時間のかかる料理という認識が高い可能性がある。

□<ランチ>予算別我慢できる料理の提供時間(表)

選択項目	総計		500円以下		501円～1,000円		1,001円～1,500円		1,501円～2,000円		2,001円～3,000円		無回答	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
5分以内	12	5.6%	0	0.0%	7	8.4%	2	3.1%	3	14.3%	0	0.0%	0	0.0%
6分～10分以内	42	19.6%	1	50.0%	21	25.3%	10	15.6%	7	33.3%	3	60.0%	0	0.0%
11分～15分以内	46	21.5%	1	50.0%	25	30.1%	17	26.6%	3	14.3%	0	0.0%	0	0.0%
16分～20分以内	38	17.8%	0	0.0%	20	24.1%	12	18.8%	5	23.8%	1	20.0%	0	0.0%
21分～30分以内	33	15.4%	0	0.0%	10	12.0%	19	29.7%	3	14.3%	1	20.0%	0	0.0%
いくらでも待てる	4	1.9%	0	0.0%	0	0.0%	4	6.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
無回答	39	18.2%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	39	100.0%
合計	214	100.0%	2	100.0%	83	100.0%	64	100.0%	21	100.0%	5	100.0%	39	100.0%

□<ランチ>予算別我慢できる料理の提供時間(割合グラフ)



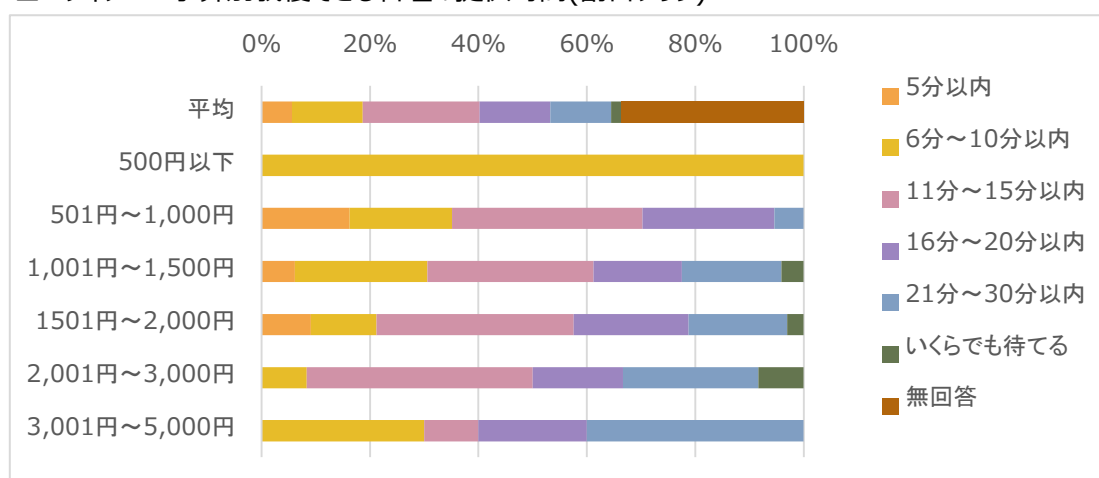
次に、ディナーで我慢できる料理の提供時間を予算別で分類すると、以下の通りとなった。

- ・ 「501円～1,000円」が予算の層が、「5分以内」という回答割合が最も多かった。
- ・ いっぽう、「2,001円～3,000円」と「3,001円～5,000円」が予算の層は、サンプル数は少ないものの、「21分～30分以内」なら待てるという回答が比較的多かった。
- ・ 21分以上待てるのは、「501円～1,000円」が予算の層は5.4%であったのに対し、「1,001円～1,500円」が予算の層は22.5%、「1501円～2,000円」が予算の層は21.2%であった。ランチ同様、予算が高いほうが、待ち時間への態度が寛容になると考えられる。

□ <ディナー> 予算別我慢できる料理の提供時間(表)

選択項目	総計		500円以下		501円～1,000円		1,001円～1,500円		1,501円～2,000円		2,001円～3,000円		3,001円～5,000円		無回答	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
5分以内	12	5.6%	0	0.0%	6	16.2%	3	6.1%	3	9.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
6分～10分以内	28	13.1%	1	100.0%	7	18.9%	12	24.5%	4	12.1%	1	8.3%	3	30.0%	0	0.0%
11分～15分以内	46	21.5%	0	0.0%	13	35.1%	15	30.6%	12	36.4%	5	41.7%	1	10.0%	0	0.0%
16分～20分以内	28	13.1%	0	0.0%	9	24.3%	8	16.3%	7	21.2%	2	16.7%	2	20.0%	0	0.0%
21分～30分以内	24	11.2%	0	0.0%	2	5.4%	9	18.4%	6	18.2%	3	25.0%	4	40.0%	0	0.0%
いくらでも待てる	4	1.9%	0	0.0%	0	0.0%	2	4.1%	1	3.0%	1	8.3%	0	0.0%	0	0.0%
無回答	72	33.6%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	72	100.0%
合計	214	100.0%	1	100.0%	37	100.0%	49	100.0%	33	100.0%	12	100.0%	10	100.0%	72	100.0%

□ <ディナー> 予算別我慢できる料理の提供時間(割合グラフ)



4.ランチとディナーの滞在時間について

【ダイジェスト】

・ランチについては、最も多い回答は「31分～45分以内」で、31.8%を占めている。年代別では、シニア層のほうが、ランチの滞在時間は比較的短い。また、女性の方が男性よりも滞在時間は長い。

・ディナーでも最も多い回答は「31分～45分以内」で21.0%であったが、その他の選択肢の回答割合を鑑みると、ディナーのほうが滞在時間は長いと考えられる。また、ランチ同様シニア層の滞在時間は比較的短く、女性の滞在時間は長くなっている。

・ランチもディナーも、予算が高くなるに連れて、滞在時間も長くなる。

「外食をされた際のおおよその滞在時間はどれくらいですか？」という設問を、ランチとディナーのそれぞれに関して行った。回答母数は214である(無回答含む)。なお、ランチやディナーを殆どしないと答えた層は、「無回答」に分類している。

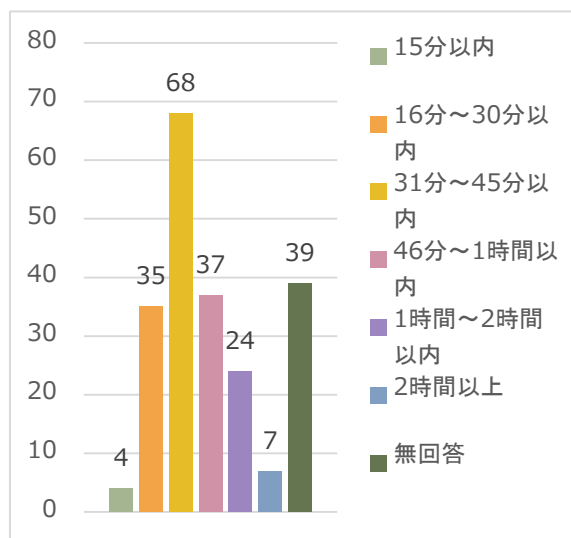
1-1.単純考察

ランチについては以下のような結果になった。

- ・最も多い回答は「31分～45分以内」で31.8%を占めている。次に多かったのは、「46分～1時間以内」の17.3%で、3番目が「16分～30分以内(16.4%)」であった。

□ <ランチ> おおよその滞在時間(表)/(グラフ)

ランチでのお店の滞在時間	回答数	構成比
15分以内	4	1.9%
16分～30分以内	35	16.4%
31分～45分以内	68	31.8%
46分～1時間以内	37	17.3%
1時間～2時間以内	24	11.2%
2時間以上	7	3.3%
無回答	39	18.2%
計	214	100.0%

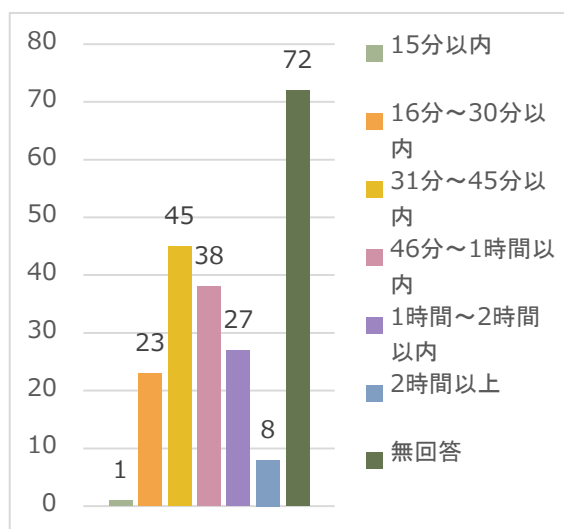


いっぽう、ディナーについては以下のような結果になった。

- ・ 最も多い回答は「31分～45分以内」で21.0%を占めた。「46分～1時間以内」が17.8%、「1時間～2時間以内」が12.6%と続く。

□ <ディナー> おおよその滞在時間(表)/グラフ

ディナーでのお店の滞在時間	回答数	構成比
15分以内	1	0.5%
16分～30分以内	23	10.7%
31分～45分以内	45	21.0%
46分～1時間以内	38	17.8%
1時間～2時間以内	27	12.6%
2時間以上	8	3.7%
無回答	72	33.6%
計	214	100.0%



- ・ ランチもディナーも、最も多い回答は「31分～45分以内」という回答であった。
- ・ その他の選択肢では、ランチとディナーでの回答割合にそれほど差はなかった。ただ、ランチのほうでは「31分～45分以内」の割合が他の選択肢に比べて極端に多いこと、ディナーのほうで「無回答」という回答が多かったことを鑑みる、ディナーのほうが滞在時間は長いと考えられる。
- ・ ランチで「31分～45分以内」が突出して高い理由は、職場でのお昼休憩が大体1時間程度であることと考えられる。職場から5分～10分ほどのお店に行き、45分ほど食事をしながらゆっくりするようなパターンが多いと予測できる。
同様にディナーに比べて「31分～45分以内」という回答が多いのは、お昼休憩が45分のパターンと考えられる。
- ・ 滞在時間は利益指標の回転率に大きな影響を及ぼす。そのため、飲食店側の立場からすると、回転率を上げるためには滞在時間を極力減らしてもらいたいと考えられる。
しかし、早めに皿を片付けるなどの対応を行うと顧客満足度が下がる可能性があるため、慎重に対応する必要がある。例えば、「〇〇時までに来店したらコーヒー1杯サービス」、「料理提供後30以内の会計で50円引き」などのキャンペーンを行う等工夫が必要となる。

1-2.クロス考察

①年代別：

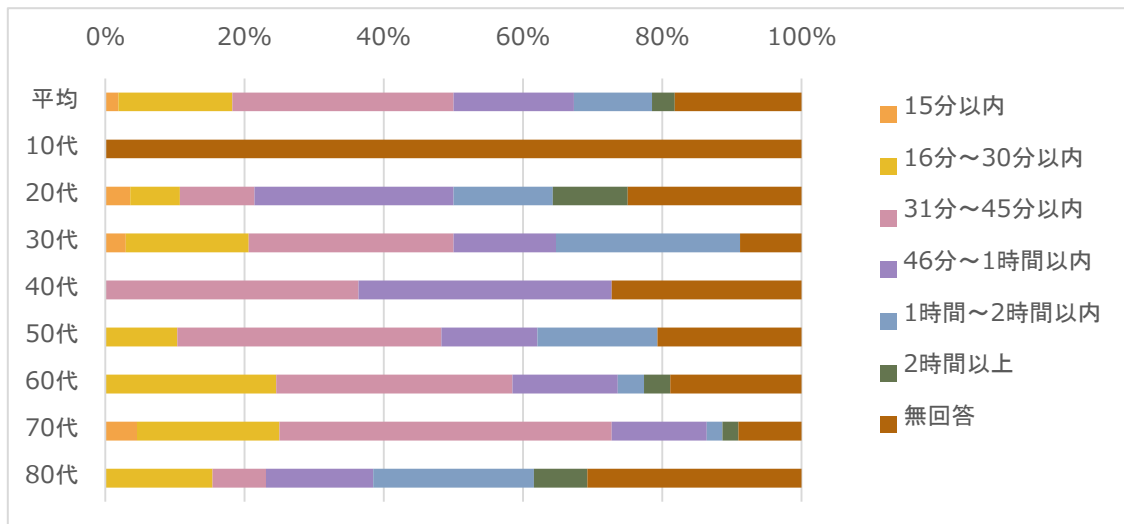
まず、ランチでの滞在時間を年代別で分類すると、以下の通りである。

- ・ 20代は平均と比べて、「45分～1時間以内」という回答割合が多い。
- ・ 30代では、「31分～45分以内」と「1時間～2時間以内」の層が平均より多くなっている。
- ・ 60代と70代になると、「15分～30分以内」や「31分～45分以内」という回答の割合が増えてくる。以上のことから、シニア層のほうが、ランチの滞在時間は比較的短くなると考えられる。

□<ランチ>年代別おおよその滞在時間(表)

選択項目	総計		10代		20代		30代		40代		50代		60代		70代		80代以上	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
15分以内	4	1.9%	0	0.0%	1	3.6%	1	2.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	4.5%	0	0.0%
16分～30分以内	35	16.4%	0	0.0%	2	7.1%	6	17.6%	0	0.0%	3	10.3%	13	24.5%	9	20.5%	2	15.4%
31分～45分以内	68	31.8%	0	0.0%	3	10.7%	10	29.4%	4	36.4%	11	37.9%	18	34.0%	21	47.7%	1	7.7%
46分～1時間以内	37	17.3%	0	0.0%	8	28.6%	5	14.7%	4	36.4%	4	13.8%	8	15.1%	6	13.6%	2	15.4%
1時間～2時間以内	24	11.2%	0	0.0%	4	14.3%	9	26.5%	0	0.0%	5	17.2%	2	3.8%	1	2.3%	3	23.1%
2時間以上	7	3.3%	0	0.0%	3	10.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	3.8%	1	2.3%	1	7.7%
無回答	39	18.2%	2	100.0%	7	25.0%	3	8.8%	3	27.3%	6	20.7%	10	18.9%	4	9.1%	4	30.8%
合計	214	100.0%	2	100.0%	28	100.0%	34	100.0%	11	100.0%	29	100.0%	53	100.0%	44	100.0%	13	100.0%

□<ランチ>年代別おおよその滞在時間(割合グラフ)



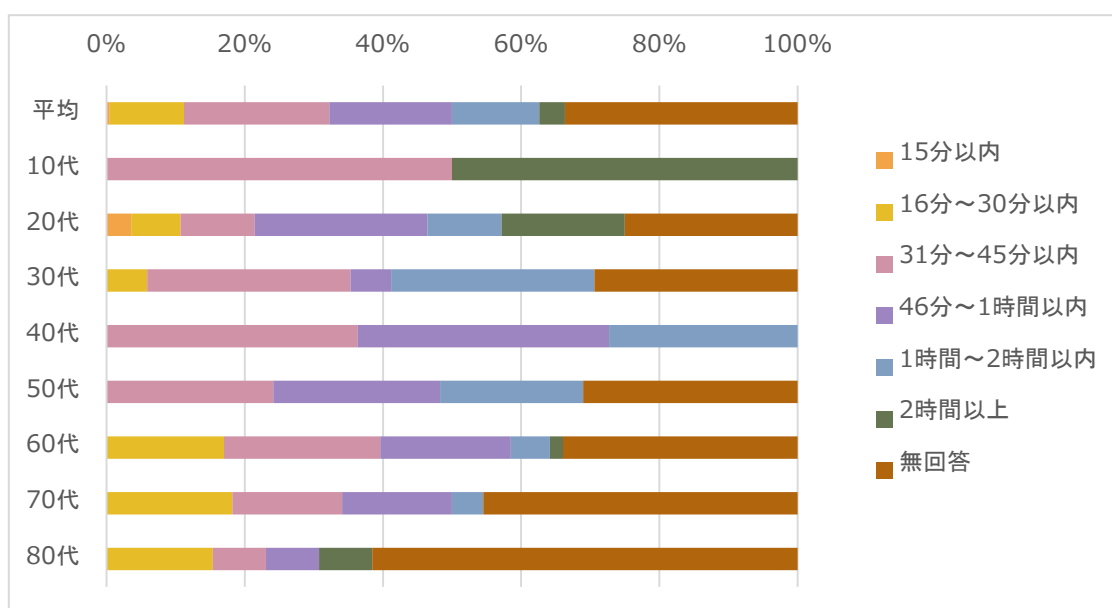
次に、ディナーでの滞在時間を年代別で分類すると、以下の通りとなった。

- ランチ同様、20代で最も多い回答は「45分～1時間以内」であった。また、2時間以上の割合も最も多かった。
なお、30代では、「31分～45分以内」と「1時間～2時間以内」の割合が高かった。
- 40代と50代では、「31分～45分以内」、「45分～1時間以内」、「1時間～2時間以内」がほぼ同じ割合であった。
60代と70代になると、「16分～30分以内」の回答割合が多くなる。
- ランチと同様、シニア層のほうが全体的に滞在時間は短いという傾向が分かった。

□ <ディナー>年代別おおよその滞在時間(表)

選択項目	総計		10代		20代		30代		40代		50代		60代		70代		80代以上	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
15分以内	1	0.5%	0	0.0%	1	3.6%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
16分～30分以内	23	10.7%	0	0.0%	2	7.1%	2	5.9%	0	0.0%	0	0.0%	9	17.0%	8	18.2%	2	15.4%
31分～45分以内	45	21.0%	1	50.0%	3	10.7%	10	29.4%	4	36.4%	7	24.1%	2	22.6%	7	15.9%	1	7.7%
46分～1時間以内	38	17.8%	0	0.0%	7	25.0%	2	5.9%	4	36.4%	7	24.1%	10	18.9%	7	15.9%	1	7.7%
1時間～2時間以内	27	12.6%	0	0.0%	3	10.7%	10	29.4%	3	27.3%	6	20.7%	3	5.7%	2	4.5%	0	0.0%
2時間以上	8	3.7%	1	50.0%	5	17.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.9%	0	0.0%	1	7.7%
無回答	72	33.6%	0	0.0%	7	25.0%	10	29.4%	0	0.0%	9	31.0%	18	34.0%	20	45.5%	8	61.5%
合計	214	100.0%	2	100.0%	28	100.0%	34	100.0%	11	100.0%	29	100.0%	53	100.0%	44	100.0%	13	100.0%

□ <ディナー>年代別おおよその滞在時間(割合グラフ)



②性別：

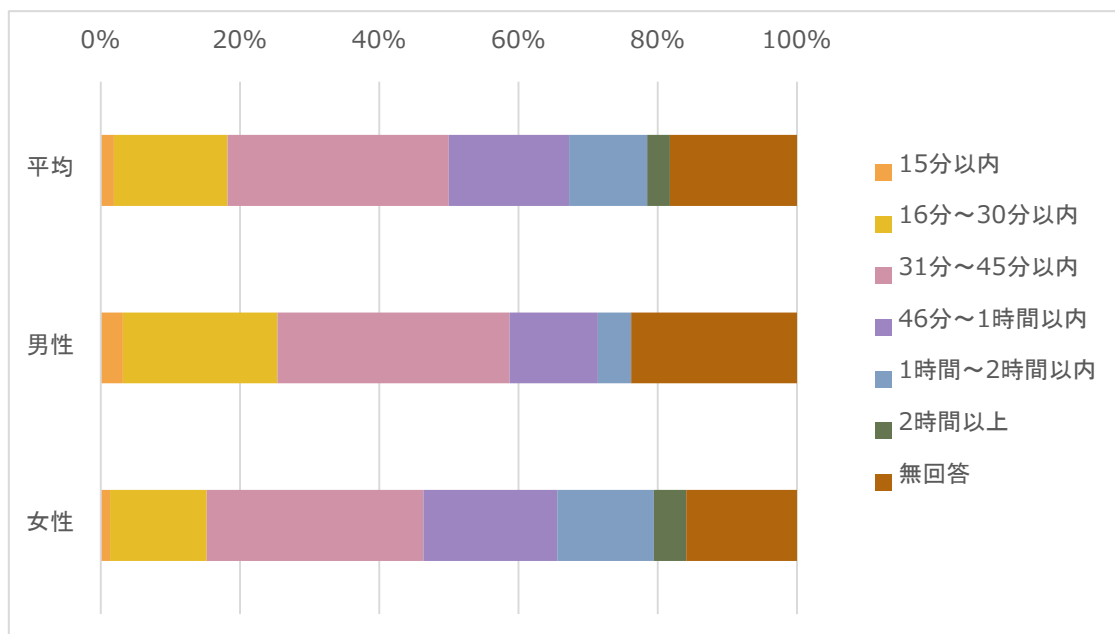
まず、ランチでの滞在時間を性別で分類すると、以下の通りである。

- ・ 男性女性ともに、「31分～45分以内」という回答の割合が最も多かった。
 - ・ 男性は「45分以内」と答えた割合は計 58.7%であったのに対し、女性では計 46.4%であった。いっぽう、「46分以上」の回答割合では、男性が 17.5%であったのに対し、女性では 37.7%であった。
- このことから、ランチに関しては女性の方が、滞在時間が長くなる傾向と言える。

□<ランチ>性別おおよその滞在時間(表)

選択項目	総計		男性		女性	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
15分以内	4	1.9%	2	3.2%	2	1.3%
16分～30分以内	35	16.4%	14	22.2%	21	13.9%
31分～45分以内	68	31.8%	21	33.3%	47	31.1%
46分～1時間以内	37	17.3%	8	12.7%	29	19.2%
1時間～2時間以内	24	11.2%	3	4.8%	21	13.9%
2時間以上	7	3.3%	0	0.0%	7	4.6%
無回答	39	18.2%	15	23.8%	24	15.9%
合計	214	100.0%	63	100.0%	151	100.0%

□<ランチ>性別おおよその滞在時間(割合グラフ)



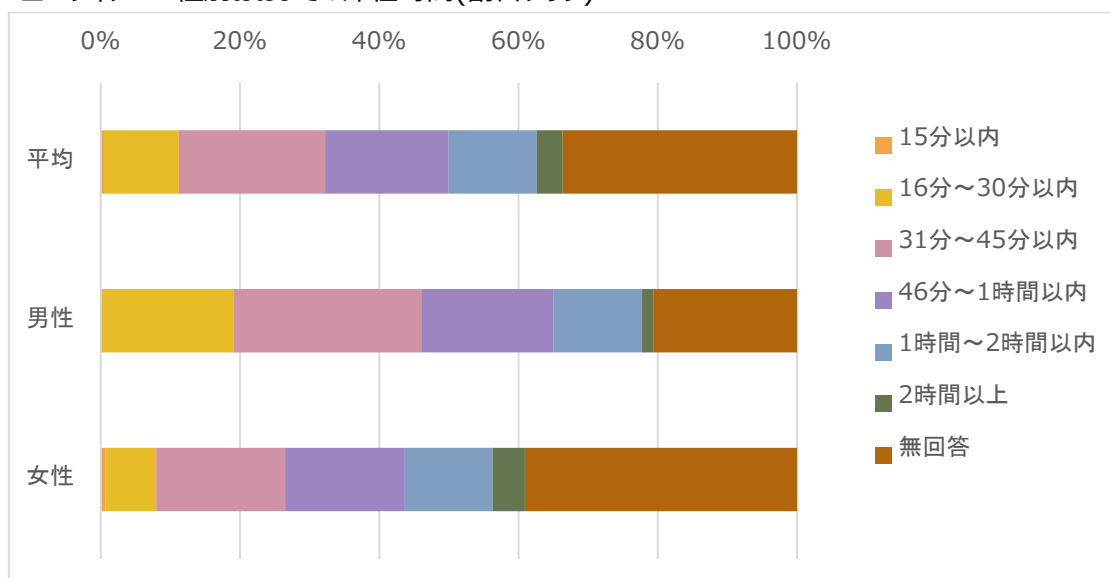
次に、ダイナーでの滞在時間を性別で分類すると、以下の通りである。

- ・ 男性、女性ともに、「31分～45分以内」という回答の割合も最も多かった。ランチ同様、男性のほうが「31分～45分以内」の割合が極端に多いこと、女性のほうが「無回答」が多いことから、ダイナーでも平均的には女性の方が、滞在時間が長いと考えられる。
- ・ 「2時間以上」と回答したのも女性が多く、このような滞在時間の長い女性に対する対応を考えることも必要となってくる。

□ <ダイナー>性別おおよその滞在時間(表)

選択項目	総計		男性		女性	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
15分以内	1	0.5%	0	0.0%	1	0.7%
16分～30分以内	23	10.7%	12	19.0%	11	7.3%
31分～45分以内	45	21.0%	17	27.0%	28	18.5%
46分～1時間以内	38	17.8%	12	19.0%	26	17.2%
1時間～2時間以内	27	12.6%	8	12.7%	19	12.6%
2時間以上	8	3.7%	1	1.6%	7	4.6%
無回答	72	33.6%	13	20.6%	59	39.1%
合計	214	100.0%	63	100.0%	151	100.0%

□ <ダイナー>性別おおよその滞在時間(割合グラフ)



③予算別：

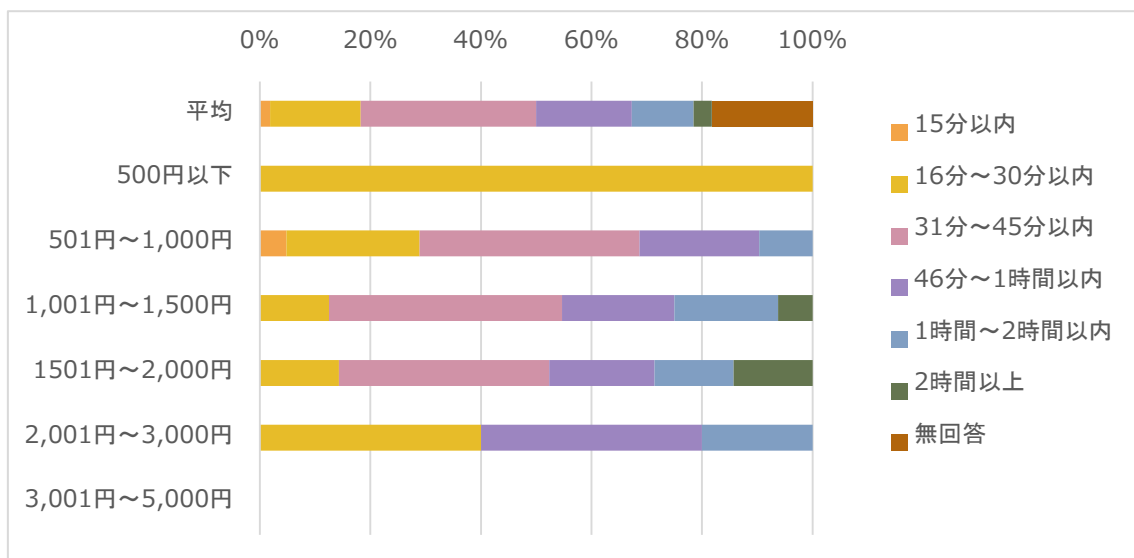
まず、ランチでの滞在時間を予算別で分類すると、以下の通りである。

- 全ての予算の層で、「31分～45分以内」という回答が最も多かった。
- 「501円～1,000円」が予算の層では、24.1%が「16分～30分以内」という短い滞在時間を答えているのに対し、「1,001円～1,500円」の層では12.5%、「1,501円～2,000円」の層では14.3%にとどまっている。
- また、「1,001円～1,500円」が予算の層で2時間以上と答えたのは6.3%、「1,501円～2,000円」が予算の層では14.3%にのぼった。
このことから、予算と滞在時間は比例することが分かる。

□<ランチ>予算別おおよその滞在時間(表)

選択項目	総計		500円以下		501円～1,000円		1,001円～1,500円		1,501円～2,000円		2,001円～3,000円		3,001円～5,000円		無回答	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
15分以内	4	1.9%	0	0.0%	4	4.8%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
16分～30分以内	35	16.4%	2	100.0%	20	24.1%	8	12.5%	3	14.3%	2	40.0%	0	0.0%	0	0.0%
31分～45分以内	68	31.8%	0	0.0%	33	39.8%	27	42.2%	8	38.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
46分～1時間以内	37	17.3%	0	0.0%	18	21.7%	13	20.3%	4	19.0%	2	40.0%	0	0.0%	0	0.0%
1時間～2時間以内	24	11.2%	0	0.0%	8	9.6%	12	18.8%	3	14.3%	1	20.0%	0	0.0%	0	0.0%
2時間以上	7	3.3%	0	0.0%	0	0.0%	4	6.3%	3	14.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
無回答	39	18.2%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	39	100.0%
合計	214	100.0%	2	100.0%	83	100.0%	64	100.0%	21	100.0%	5	100.0%	0	0.0%	39	100.0%

□<ランチ>予算別おおよその滞在時間(割合グラフ)



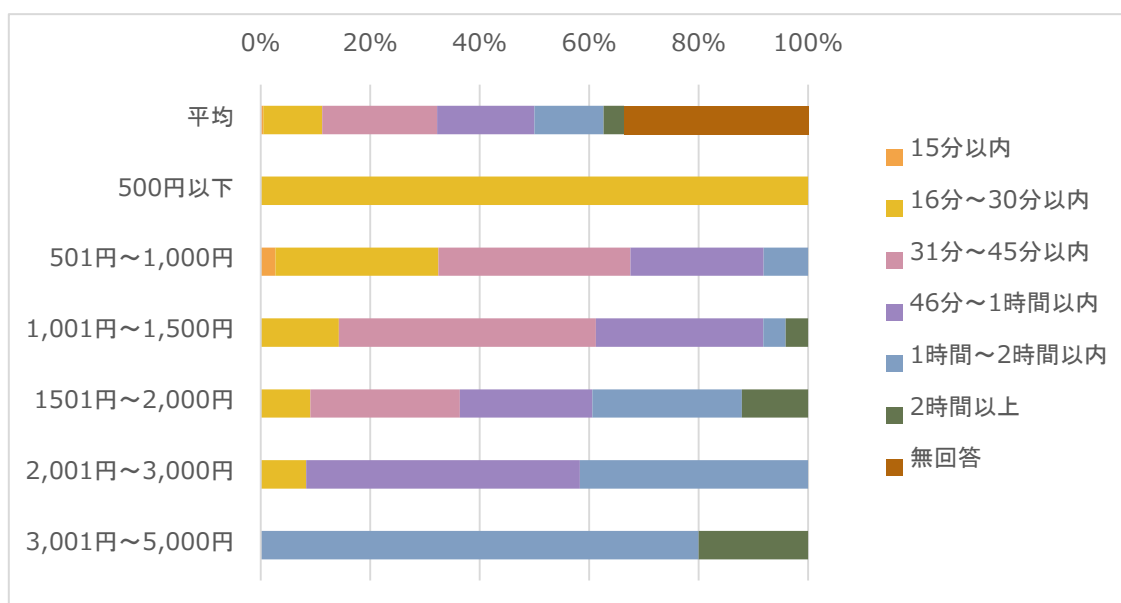
次に、ディナーでの滞在時間を予算別で分類すると、以下の通りとなった。

- ディナーもランチと同傾向である。「501円～1,000円」が予算の層では「16～30分」が29.7%もいるが、予算が高くなる毎に、14.3%、9.1%、8.3%、0.0%と回答割合が少なくなっている。
- 「2,001円～3,000円」と「3,001円～5,000円」が予算の層も、ランチ同様サンプル数は少ないものの、「1時間～2時間」、「2時間以上」という回答割合が多かった。こちらも、予算と滞在時間は比例していると言える。

□ <ディナー> 予算別おおよその滞在時間(表)

選択項目	総計		500円以下		501円～1,000円		1,001円～1,500円		1,501円～2,000円		2,001円～3,000円		3,001円～5,000円		無回答	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
15分以内	1	0.5%	0	0.0%	1	2.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
16分～30分以内	23	10.7%	1	100.0%	11	29.7%	7	14.3%	3	9.1%	1	8.3%	0	0.0%	0	0.0%
31分～45分以内	45	21.0%	0	0.0%	13	35.1%	23	46.9%	9	27.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
46分～1時間以内	38	17.8%	0	0.0%	9	24.3%	15	30.6%	8	24.2%	6	50.0%	0	0.0%	0	0.0%
1時間～2時間以内	27	12.6%	0	0.0%	3	8.1%	2	4.1%	9	27.3%	5	41.7%	8	80.0%	0	0.0%
2時間以上	8	3.7%	0	0.0%	0	0.0%	2	4.1%	4	12.1%	0	0.0%	2	20.0%	0	0.0%
無回答	72	33.6%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	72	100.0%
合計	214	100.0%	1	100.0%	37	100.0%	49	100.0%	33	100.0%	12	100.0%	10	100.0%	72	100.0%

□ <ディナー> 予算別おおよその滞在時間(割合グラフ)



5. 外食時のメニューの表記内容について

【ダイジェスト】

・外食のメニュー表示では、カロリー、塩分ともに約6割が「ほとんど見ない」という回答であった。いっぽう、「基本的にはいつも見る」という回答も23.8%いた。

・年代別では60代以上が、「基本的にはいつも見る」という回答の割合が多かった。また、女性よりも男性の方が、「基本的にはいつも見る」という回答の割合が多い。

カロリーや塩分の過剰摂取が原因で発症する生活習慣病は、シニア層や男性のほうがかかりやすいため、医者にこれらを控えるような指導を受けているといったことが原因と考えられる。

「外食をされる際、メニュー表示で、「カロリー」/「塩分」の表示は見られますか？」という設問を、ランチとディナーのそれぞれに関して行った。回答母数は214である(無回答含む)。なお、ランチやディナーを殆どしないと答えた層は、「無回答」に分類している。

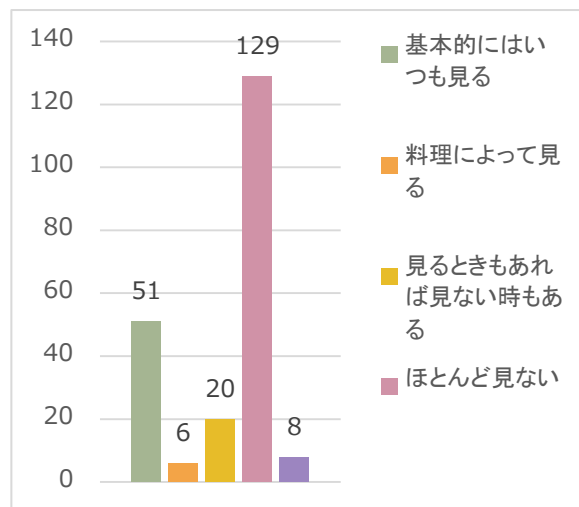
1-1. 単純考察

カロリーについては以下のような結果になった。

- ・60.3%の人が「ほとんど見ない」と回答している。いっぽう、23.8%の人が「基本的にはいつも見る」と回答している

□ <ランチ> おおよその滞在時間(表)/(グラフ)

カロリー表示を見るかどうか	回答数	構成比
基本的にはいつも見る	51	23.8%
料理によって見る	6	2.8%
見るときもあれば見ない時もある	20	9.3%
ほとんど見ない	129	60.3%
無回答	8	3.7%
計	214	100.0%

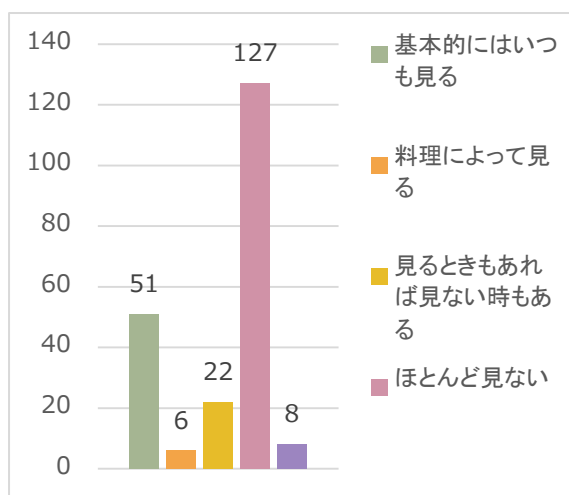


塩分については以下のような結果になった。

- 最も多い回答はカロリーと同様「ほとんど見ない」で、59.3%を占めた。「基本的にいつも見る」が23.8%となっている。

□ <ディナー> おおよその滞在時間(表)/グラフ

塩分表示を見るかどうか	回答数	構成比
基本的にはいつも見る	51	23.8%
料理によって見る	6	2.8%
見るときもあれば見ない時もある	22	10.3%
ほとんど見ない	127	59.3%
無回答	8	3.7%
計	214	100.0%



- カロリーと塩分に関しては、各選択肢の回答割合が殆ど同じ為、「どちらかを見て、どちらかを見ない」ということはあまりないように思われる。
(※以降、「カロリー/塩分」を一括りにして考察していく。考察元のデータはカロリーに統一する。)

1-2.クロス考察

①年代別：

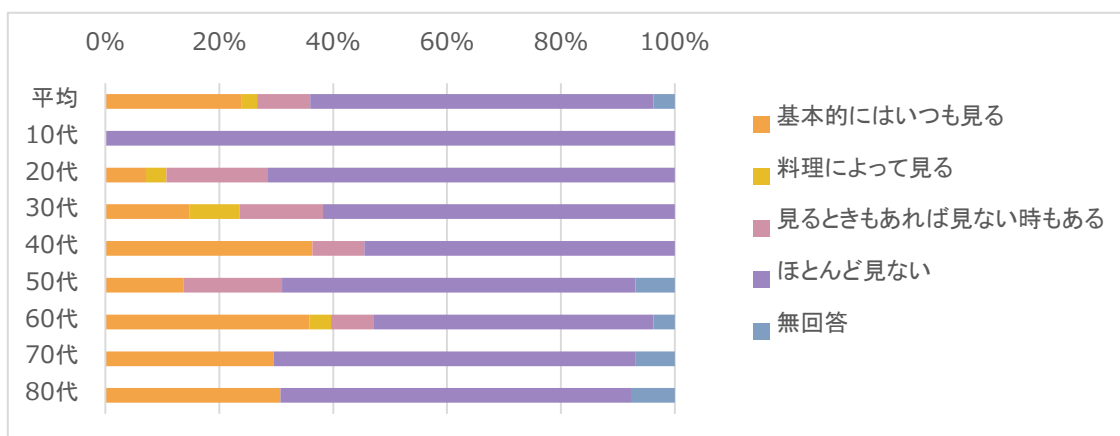
カロリー/塩分表記を見るかを年代別で分類すると、以下の通りである。

- 「基本的にはいつも見る」という回答割合が、60代では35.8%、70代では29.5%となっているが、いっぽう、10代から30代まではそこまで見ていない。シニア層のほうが、健康への関心が高いことを表している。

□年代別カロリー/塩分表記を見るか(表)

選択項目	総計		10代		20代		30代		40代		50代		60代		70代		80代以上	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
基本的にはいつも見る	51	23.8%	0	0.0%	2	7.1%	5	14.7%	4	36.4%	4	13.8%	19	35.8%	13	29.5%	4	30.8%
料理によって見る	6	2.8%	0	0.0%	1	3.6%	3	8.8%	0	0.0%	0	0.0%	2	3.8%	0	0.0%	0	0.0%
見るときもあれば見ない時もある	20	9.3%	0	0.0%	5	17.9%	5	14.7%	1	9.1%	5	17.2%	4	7.5%	0	0.0%	0	0.0%
ほとんど見ない	129	60.3%	2	100.0%	20	71.4%	21	61.8%	6	54.5%	18	62.1%	26	49.1%	28	63.6%	8	61.5%
無回答	8	3.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	6.9%	2	3.8%	3	6.8%	1	7.7%
合計	214	100.0%	2	100.0%	28	100.0%	34	100.0%	11	100.0%	29	100.0%	53	100.0%	44	100.0%	13	100.0%

□年代別カロリー/塩分表記を見るか(割合グラフ)



②性別：

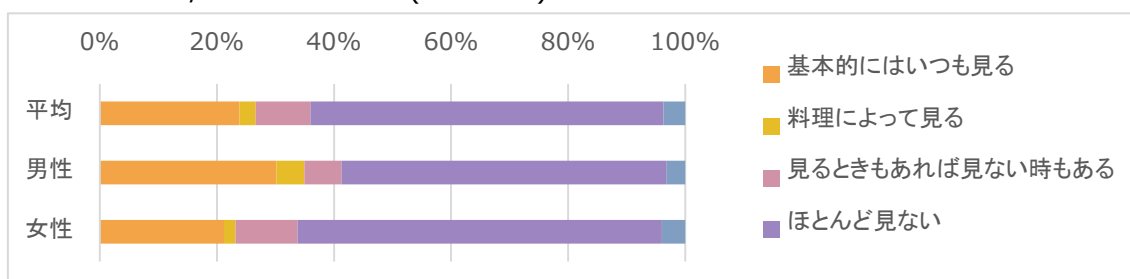
まず、カロリー/塩分表記を見るかを性別で分類すると、以下の通りである。

- 女性よりも、男性の方が「基本的にはいつも見る」という回答の割合が多い。カロリーや塩分の過剰摂取が原因で発症する生活習慣病にかかりやすい、医者にカロリーや塩分を控えるような指導を受けているといったことが、男性の方が女性に比べて多いためと考えられる。

□性別カロリー/塩分表記を見るか(表)

選択項目	総計		男性		女性	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
基本的にはいつも見る	51	23.8%	19	30.2%	32	21.2%
料理によって見る	6	2.8%	3	4.8%	3	2.0%
見るときもあれば見ない時もある	20	9.3%	4	6.3%	16	10.6%
ほとんど見ない	129	60.3%	35	55.6%	94	62.3%
無回答	8	3.7%	2	3.2%	6	4.0%
合計	214	100.0%	63	100.0%	151	100.0%

□性別カロリー/塩分表記を見るか(割合グラフ)



③予算別：

まず、カロリー/塩分表記を見るかをランチの予算別で分類すると、以下の通りである。

- ・ サンプル数は少ない、予算が上がるに連れて、「基本的にはいつも見る」の回答割合が多くなっている。

□<ランチ>予算別カロリー/塩分表記を見るか(表)

選択項目	総計		500円以下		501円～1,000円		1,001円～1,500円		1,501円～2,000円		2,001円～3,000円		無回答	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
基本的にはいつも見る	51	23.8%	1	50.0%	16	19.3%	16	25.0%	7	33.3%	3	60.0%	8	20.5%
料理によって見る	6	2.8%	0	0.0%	5	6.0%	1	1.6%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
見るときもあれば見ない時もある	20	9.3%	0	0.0%	8	9.6%	5	7.8%	2	9.5%	0	0.0%	5	12.8%
ほとんど見ない	129	60.3%	1	50.0%	51	61.4%	39	60.9%	12	57.1%	2	40.0%	24	61.5%
無回答	8	3.7%	0	0.0%	3	3.6%	3	4.7%	0	0.0%	0	0.0%	2	5.1%
合計	214	100.0%	2	100.0%	83	100.0%	64	100.0%	21	100.0%	5	100.0%	39	100.0%

次にカロリー/塩分表記を見るかをディナーの予算別で分類すると、以下の通りである。

- ・ ランチ同様、予算が上がるに連れて、「基本的にはいつも見る」の回答割合が多くなっている。

□<ディナー>予算別カロリー/塩分表記を見るか(表)

選択項目	総計		500円以下		501円～1,000円		1,001円～1,500円		1,501円～2,000円		2,001円～3,000円		3,001円～5,000円		無回答	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
基本的にはいつも見る	51	23.8%	1	100.0%	5	13.5%	14	28.6%	10	30.3%	2	16.7%	2	20.0%	17	23.6%
料理によって見る	6	2.8%	0	0.0%	3	8.1%	1	2.0%	2	6.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
見るときもあれば見ない時もある	20	9.3%	0	0.0%	6	16.2%	5	10.2%	4	12.1%	1	8.3%	1	10.0%	3	4.2%
ほとんど見ない	129	60.3%	0	0.0%	23	62.2%	28	57.1%	17	51.5%	9	75.0%	6	60.0%	46	63.9%
無回答	8	3.7%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	10.0%	6	8.3%
合計	214	100.0%	1	100.0%	37	100.0%	49	100.0%	33	100.0%	12	100.0%	10	100.0%	72	100.0%

6.西那須野地区の飲食店に期待することについて

【ダイジェスト】

・回答数が多かったのは、「接客サービスの向上」、「地域食材を使った料理の提供」、「健康志向のメニューの充実」という項目であった。

・20代と30代は「キッズスペース(子供の遊び場)」、40代と50代は「接客サービスの向上」、50代と60代は「健康志向のメニューの充実」を望む。

・男性は「健康志向のメニューの充実」や「ポイントカードの利用」を、女性は「セール(割引の)日を充実させる」や「キッズスペース」を期待する。

・ディナーの予算が高い層は「地域食材を使った料理の提供」に期待する。

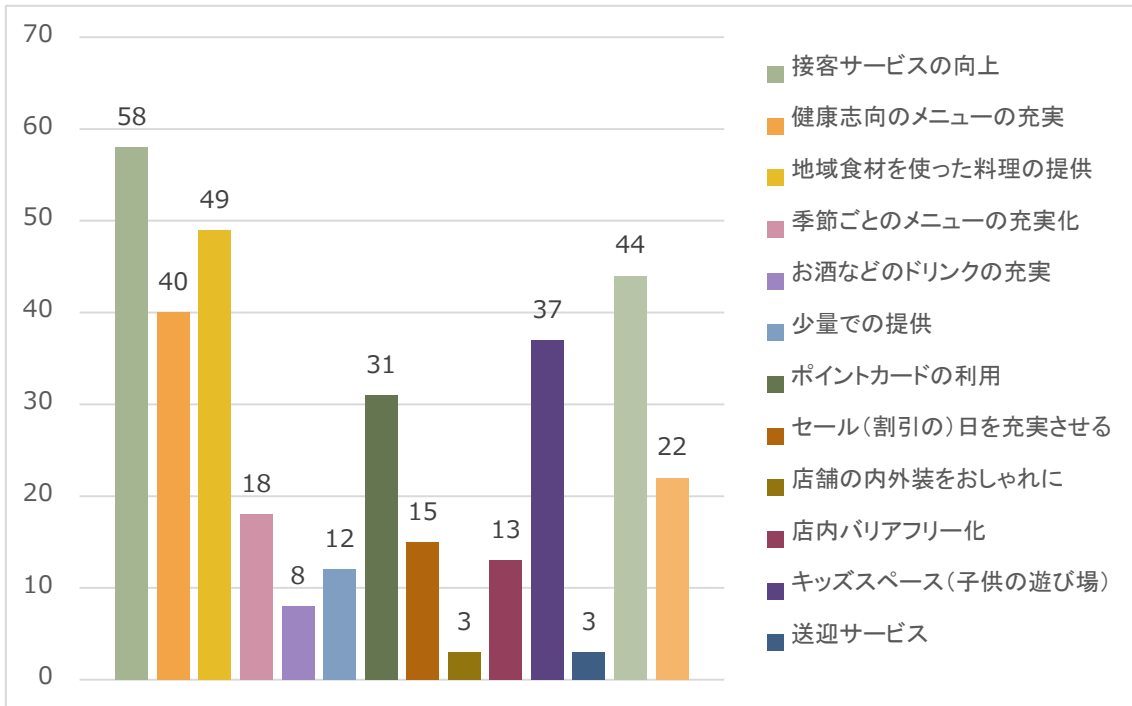
「今後、西那須野地区の飲食店をご利用される場合に期待されるものはどれですか?」という設問に関して行った。回答数はのべ 353 である(上限回答数:3/無回答含む)。なお、ランチやディナーを殆どしないと答えた層は、「無回答」に分類している。

1-1.単純考察

□西那須野地区の飲食店に期待すること(表)

飲食店に期待する内容	回答数	構成比
接客サービスの向上	58	16.4%
健康志向のメニューの充実	40	11.3%
地域食材を使った料理の提供	49	13.9%
季節ごとのメニューの充実化	18	5.1%
お酒などのドリンクの充実	8	2.3%
少量での提供	12	3.4%
ポイントカードの利用	31	8.8%
セール(割引の)日を充実させる	15	4.2%
店舗の内外装をおしゃれに	3	0.8%
店内バリアフリー化	13	3.7%
キッズスペース(子供の遊び場)	37	10.5%
送迎サービス	3	0.8%
その他	44	12.5%
無回答	22	6.2%
計	353	100.0%

□西那須野地区の飲食店に期待すること(グラフ)



- 最も回答数が多かったのは、58人が答えた「接客サービスの向上」である(16.4%)。49人が答えた「地域食材を使った料理の提供(13.9%)」、40人が答えた「健康志向のメニューの充実(11.3%)」が続く。これら3項目に関しては多くのお客様が期待していることが分かる。
- また、「キッズスペース(子供の遊び場)(10.5%)」や「ポイントカードの利用(8.8%)」といった内容も、一定数のお客様に期待されている。これらは期待する層に偏りがありそうなため、以下のクロス分析で詳細を考察する。
- いっぽう、「店舗の内外装をおしゃれに(3人、0.8%)」、「送迎サービス(3人、0.8%)」、「お酒などのドリンクの充実(8人、2.3%)」などについては、あまり回答が少なかった。これらを蔑ろにしてよいわけではないが、その他の項目に比べて優先順位を下げるという選択肢も考えられる。

1-2.クロス考察

①年代別：

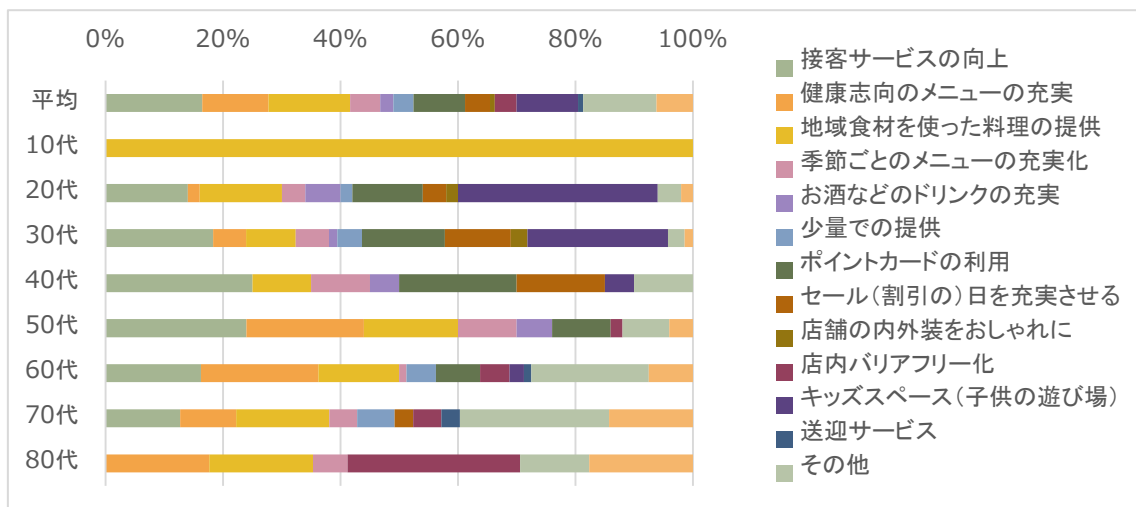
西那須野地区の飲食店に期待することを年代別で分類すると、以下の通りである。

- ・ 「接客サービスの向上」に期待しているのは、40代と50代に多いことが分かる。また、「キッズスペース（子供の遊び場）」に期待しているのは、20代と30代に集中している。「健康志向のメニューの充実」に関しては、50代と60代で回答割合が多くなっている。

□年代別西那須野地区の飲食店に期待すること(表)

選択項目	総計		10代		20代		30代		40代		50代		60代		70代		80代以上	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
接客サービスの向上	58	16.4%	0	0.0%	7	14.0%	13	18.3%	5	25.0%	12	24.0%	13	16.3%	8	12.7%	0	0.0%
健康志向のメニューの充実	40	11.3%	0	0.0%	1	2.0%	4	5.6%	0	0.0%	10	20.0%	16	20.0%	6	9.5%	3	17.6%
地域食材を使った料理の提供	49	13.9%	2	100.0%	7	14.0%	6	8.5%	2	10.0%	8	16.0%	11	13.8%	10	15.9%	3	17.6%
季節ごとのメニューの充実化	18	5.1%	0	0.0%	2	4.0%	4	5.6%	2	10.0%	5	10.0%	1	1.3%	3	4.8%	1	5.9%
お酒などのドリンクの充実	8	2.3%	0	0.0%	3	6.0%	1	1.4%	1	5.0%	3	6.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
少量での提供	12	3.4%	0	0.0%	1	2.0%	3	4.2%	0	0.0%	0	0.0%	4	5.0%	4	6.3%	0	0.0%
ポイントカードの利用	31	8.8%	0	0.0%	6	12.0%	10	14.1%	4	20.0%	5	10.0%	6	7.5%	0	0.0%	0	0.0%
セール(割引の)日を充実させる	15	4.2%	0	0.0%	2	4.0%	8	11.3%	3	15.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	3.2%	0	0.0%
店舗の内外装をおしゃれに	3	0.8%	0	0.0%	1	2.0%	2	2.8%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
店内バリアフリー化	13	3.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.0%	4	5.0%	3	4.8%	5	29.4%
キッズスペース(子供の遊び場)	37	10.5%	0	0.0%	17	34.0%	17	23.9%	1	5.0%	0	0.0%	2	2.5%	0	0.0%	0	0.0%
送迎サービス	3	0.8%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.3%	2	3.2%	0	0.0%
その他	44	12.5%	0	0.0%	2	4.0%	2	2.8%	2	10.0%	4	8.0%	16	20.0%	16	25.4%	2	11.8%
無回答	22	6.2%	0	0.0%	1	2.0%	1	1.4%	0	0.0%	2	4.0%	6	7.5%	9	14.3%	3	17.6%
合計	353	100.0%	2	100.0%	50	100.0%	71	100.0%	20	100.0%	50	100.0%	80	100.0%	63	100.0%	17	100.0%

□年代別西那須野地区の飲食店に期待すること(割合グラフ)



②性別：

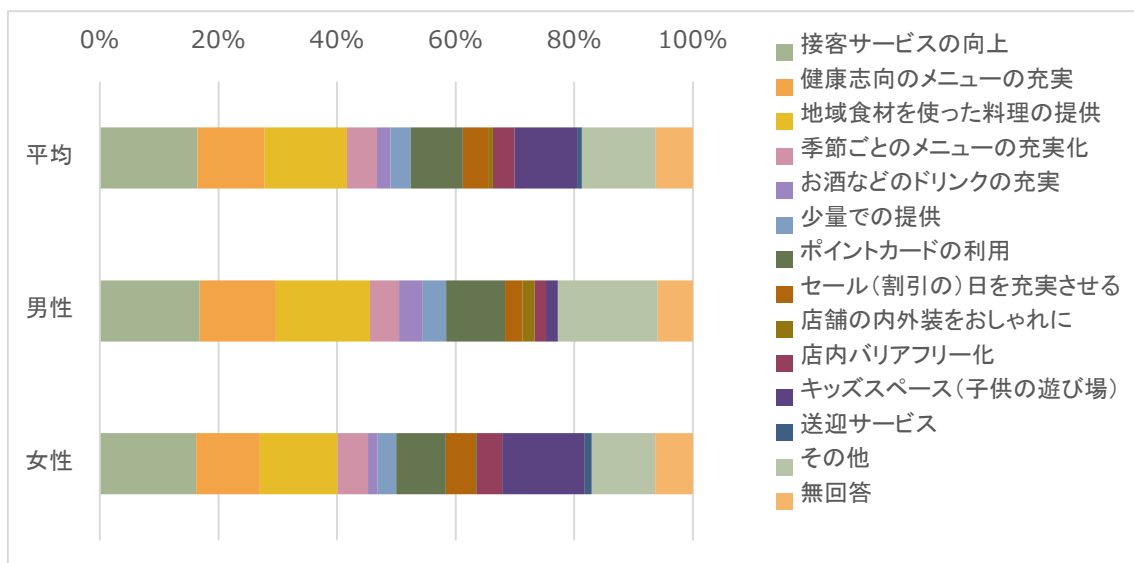
西那須野地区の飲食店に期待することを性別で分類すると、以下の通りである。

- ・ 男性のほうが、回答割合が多かったのは、「健康志向のメニューの充実」、「地域食材を使った料理の提供」、「お酒などのドリンクの充実」、「ポイントカードの利用」などである。
- ・ いっぽう女性のほうが、回答割合が多かったのは、「セール(割引の)日を充実させる」、「店内バリアフリー化」、「キッズスペース(子供の遊び場)」などであった。

□性別西那須野地区の飲食店に期待すること(表)

選択項目	総計		男性		女性	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
接客サービスの向上	58	16.4%	17	16.8%	41	16.3%
健康志向のメニューの充実	40	11.3%	13	12.9%	27	10.7%
地域食材を使った料理の提供	49	13.9%	16	15.8%	33	13.1%
季節ごとのメニューの充実化	18	5.1%	5	5.0%	13	5.2%
お酒などのドリンクの充実	8	2.3%	4	4.0%	4	1.6%
少量での提供	12	3.4%	4	4.0%	8	3.2%
ポイントカードの利用	31	8.8%	10	9.9%	21	8.3%
セール(割引の)日を充実させる	15	4.2%	3	3.0%	12	4.8%
店舗の内外装をおしゃれに	3	0.8%	2	2.0%	1	0.4%
店内バリアフリー化	13	3.7%	2	2.0%	11	4.4%
キッズスペース(子供の遊び場)	37	10.5%	2	2.0%	35	13.9%
送迎サービス	3	0.8%	0	0.0%	3	1.2%
その他	44	12.5%	17	16.8%	27	10.7%
無回答	22	6.2%	6	5.9%	16	6.3%
合計	353	100.0%	101	100.0%	252	100.0%

□性別西那須野地区の飲食店に期待すること(割合グラフ)



③予算別：

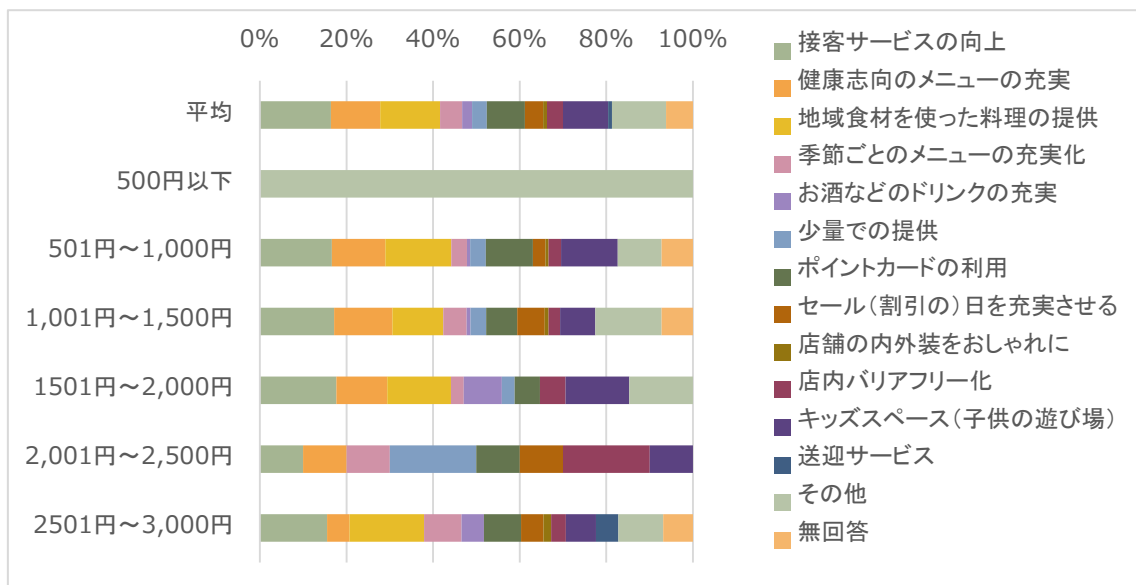
まず、西那須野地区の飲食店に期待することランチの予算別で分類すると、以下の通りである。

- ・ 「1,001 円～1,500 円」が予算の層では、他の層に比べて、「セール(割引の)日を充実させる」ことを期待する割合が多かった。
- また、「501 円～1,000 円」が予算の層と、「1,501 円～2,000 円」が予算の層は平均に比べ、「キッズスペース(子供の遊び場)」を求めている。

□<ランチ>予算別西那須野地区の飲食店に期待すること(表)

選択項目	総計		500円以下		501円～1,000円		1,001円～1,500円		1,501円～2,000円		2,001円～3,000円		無回答	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
接客サービスの向上	58	16.4%	0	0.0%	23	16.7%	19	17.1%	6	17.6%	1	10.0%	9	15.5%
健康志向のメニューの充実	40	11.3%	0	0.0%	17	12.3%	15	13.5%	4	11.8%	1	10.0%	3	5.2%
地域食材を使った料理の提供	49	13.9%	0	0.0%	21	15.2%	13	11.7%	5	14.7%	0	0.0%	10	17.2%
季節ごとのメニューの充実化	18	5.1%	0	0.0%	5	3.6%	6	5.4%	1	2.9%	1	10.0%	5	8.6%
お酒などのドリンクの充実	8	2.3%	0	0.0%	1	0.7%	1	0.9%	3	8.8%	0	0.0%	3	5.2%
少量での提供	12	3.4%	0	0.0%	5	3.6%	4	3.6%	1	2.9%	2	20.0%	0	0.0%
ポイントカードの利用	31	8.8%	0	0.0%	15	10.9%	8	7.2%	2	5.9%	1	10.0%	5	8.6%
セール(割引の)日を充実させる	15	4.2%	0	0.0%	4	2.9%	7	6.3%	0	0.0%	1	10.0%	3	5.2%
店舗の内外装をおしゃれに	3	0.8%	0	0.0%	1	0.7%	1	0.9%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.7%
店内バリアフリー化	13	3.7%	0	0.0%	4	2.9%	3	2.7%	2	5.9%	2	20.0%	2	3.4%
キッズスペース(子供の遊び場)	37	10.5%	0	0.0%	18	13.0%	9	8.1%	5	14.7%	1	10.0%	4	6.9%
送迎サービス	3	0.8%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	5.2%
その他	44	12.5%	2	100.0%	14	10.1%	17	15.3%	5	14.7%	0	0.0%	6	10.3%
無回答	22	6.2%	0	0.0%	10	7.2%	8	7.2%	0	0.0%	0	0.0%	4	6.9%
合計	353	100.0%	2	100.0%	138	100.0%	111	100.0%	34	100.0%	10	100.0%	58	100.0%

□<ランチ>予算別西那須野地区の飲食店に期待すること(割合グラフ)



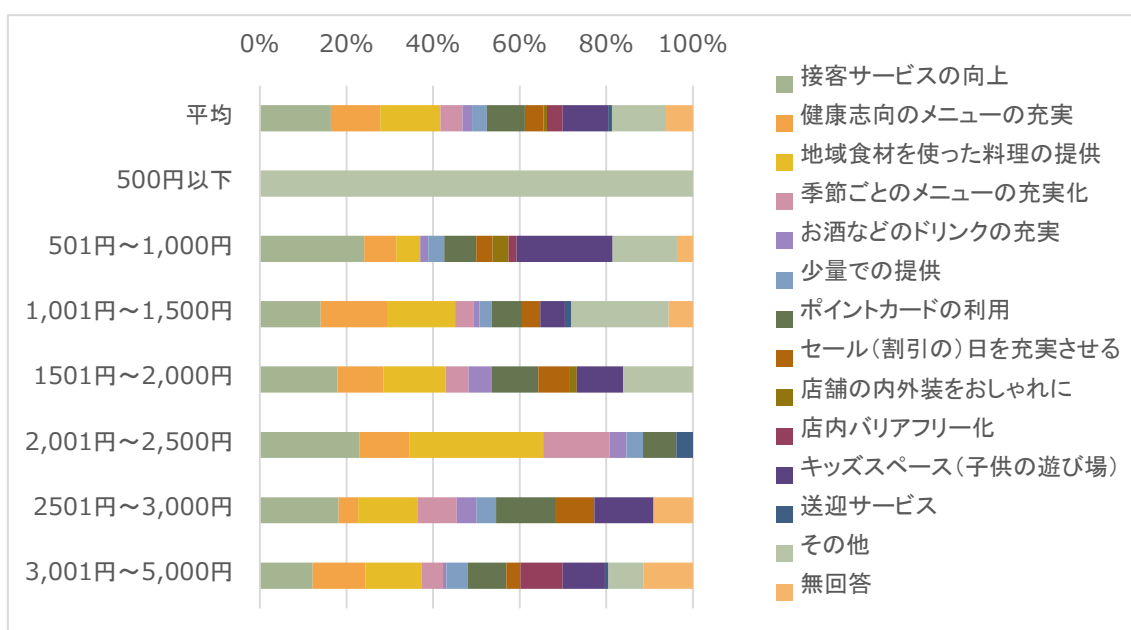
次に、西那須野地区の飲食店に期待することをディナーの予算別で分類すると、以下の通りとなった。

- ・ 「2,001 円～2,500 円」が予算の層では「地域食材を使った料理の提供」に期待する割合が多い。また、「季節ごとのメニューの充実化」の割合も多く、一風変わったメニューを楽しみたいと考えられる。逆にこれらのことを注意することで、顧客単価を上げられるとも考えられる。
- ・ 「501 円～1,000 円」が予算の層と、「2,001 円～2,500 円」が予算の層では、「接客サービスの向上」に期待する割合が多くなっている。お客様の予算に限らず、接客サービスを一定に保つことによって、定期的な来店につながると考えられる。

□ <ディナー> 予算別西那須野地区の飲食店に期待すること(表)

選択項目	総計		500円以下		501円～1,000円		1,001円～1,500円		1,501円～2,000円		2,001円～3,000円		3,001円～5,000円		無回答	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
接客サービスの向上	58	16.4%	0	0.0%	13	24.1%	10	14.1%	10	17.9%	6	23.1%	4	18.2%	15	12.2%
健康志向のメニューの充実	40	11.3%	0	0.0%	4	7.4%	11	15.5%	6	10.7%	3	11.5%	1	4.5%	15	12.2%
地域食材を使った料理の提供	49	13.9%	0	0.0%	3	5.6%	11	15.5%	8	14.3%	8	30.8%	3	13.6%	16	13.0%
季節ごとのメニューの充実化	18	5.1%	0	0.0%	0	0.0%	3	4.2%	3	5.4%	4	15.4%	2	9.1%	6	4.9%
お酒などのドリンクの充実	8	2.3%	0	0.0%	1	1.9%	1	1.4%	3	5.4%	1	3.8%	1	4.5%	1	0.8%
少量での提供	12	3.4%	0	0.0%	2	3.7%	2	2.8%	0	0.0%	1	3.8%	1	4.5%	6	4.9%
ポイントカードの利用	31	8.8%	0	0.0%	4	7.4%	5	7.0%	6	10.7%	2	7.7%	3	13.6%	1	8.9%
セール(割引)の日を充実させる	15	4.2%	0	0.0%	2	3.7%	3	4.2%	4	7.1%	0	0.0%	2	9.1%	4	3.3%
店舗の内外装をおしゃれに	3	0.8%	0	0.0%	2	3.7%	0	0.0%	1	1.8%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
店内バリアフリー化	13	3.7%	0	0.0%	1	1.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	12	9.8%
キッズスペース(子供の遊び場)	37	10.5%	0	0.0%	12	22.2%	4	5.6%	6	10.7%	0	0.0%	3	13.6%	12	9.8%
送迎サービス	3	0.8%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.4%	0	0.0%	1	3.8%	0	0.0%	1	0.8%
その他	44	12.5%	1	100.0%	8	14.8%	16	22.5%	9	16.1%	0	0.0%	0	0.0%	10	8.1%
無回答	22	6.2%	0	0.0%	2	3.7%	4	5.6%	0	0.0%	0	0.0%	2	9.1%	14	11.4%
合計	353	100.0%	1	100.0%	54	100.0%	71	100.0%	56	100.0%	26	100.0%	22	100.0%	123	100.0%

□ <ディナー> 予算別西那須野地区の飲食店に期待すること(割合グラフ)



また、その他の自由記述欄で書かれた内容は以下のとおりであった。

□那須野地区の飲食店に期待すること[自由記入一覧](表)

年齢	性別	飲食店に期待すること(その他回答)
30	男性	子供用メニューがある店
40	男性	値段が安い店
40	女性	おいしいお店
50	女性	おいしいお店
60	男性	料理がすぐ出てくる店
60	女性	安くておいしい店
60	女性	安くておいしい店
60	女性	清潔感のある店
70	男性	清潔感のある店
70	男性	一人でも行きやすい店

【作成/監修】

〒324-0054

栃木県大田原市若松町 505-1 柴田若松コーポ 103 号
株式会社ネオクラシック 中小企業診断士 柴田 幸紀