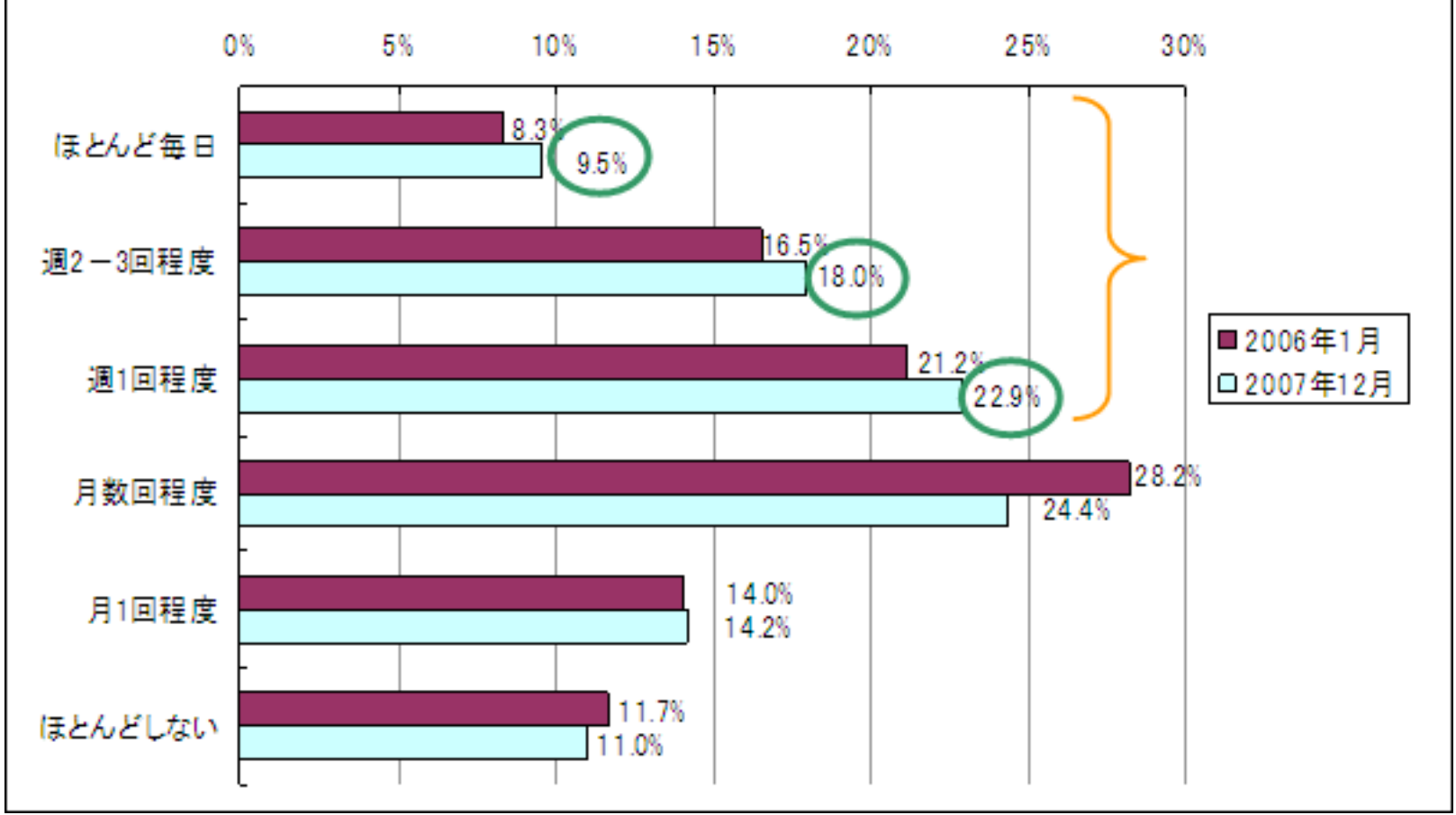


調査結果データ

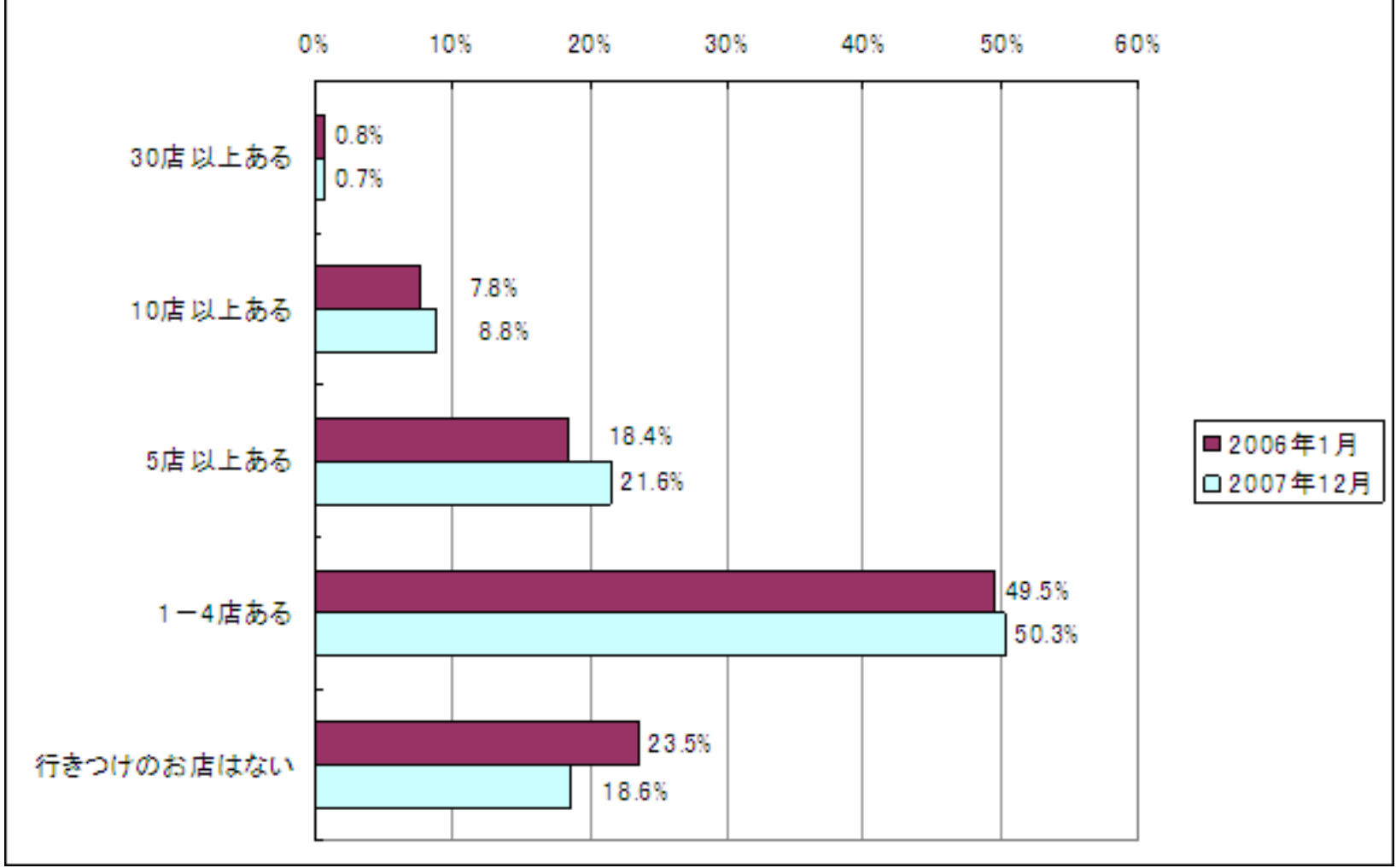
(1) 外食の頻度と行きつけの店の有無

トップは「月数回程度」で28.2%となった。次いで、「週1回程度」22.9%、「週2-3回程度」と続く。「ほとんど毎日」～「週1回程度」の層は、軒並み前回より増加し、週一回以上外食する人の数が半数を超えた。【図1-1】
また、行きつけの店の数は「1-4店」が過半数を占め、全体では 8割以上が行きつけの店を持っている。【図1-2】

【図1-1】外食の頻度（2006年1月：n=2,195、2007年12月：n=2,201）



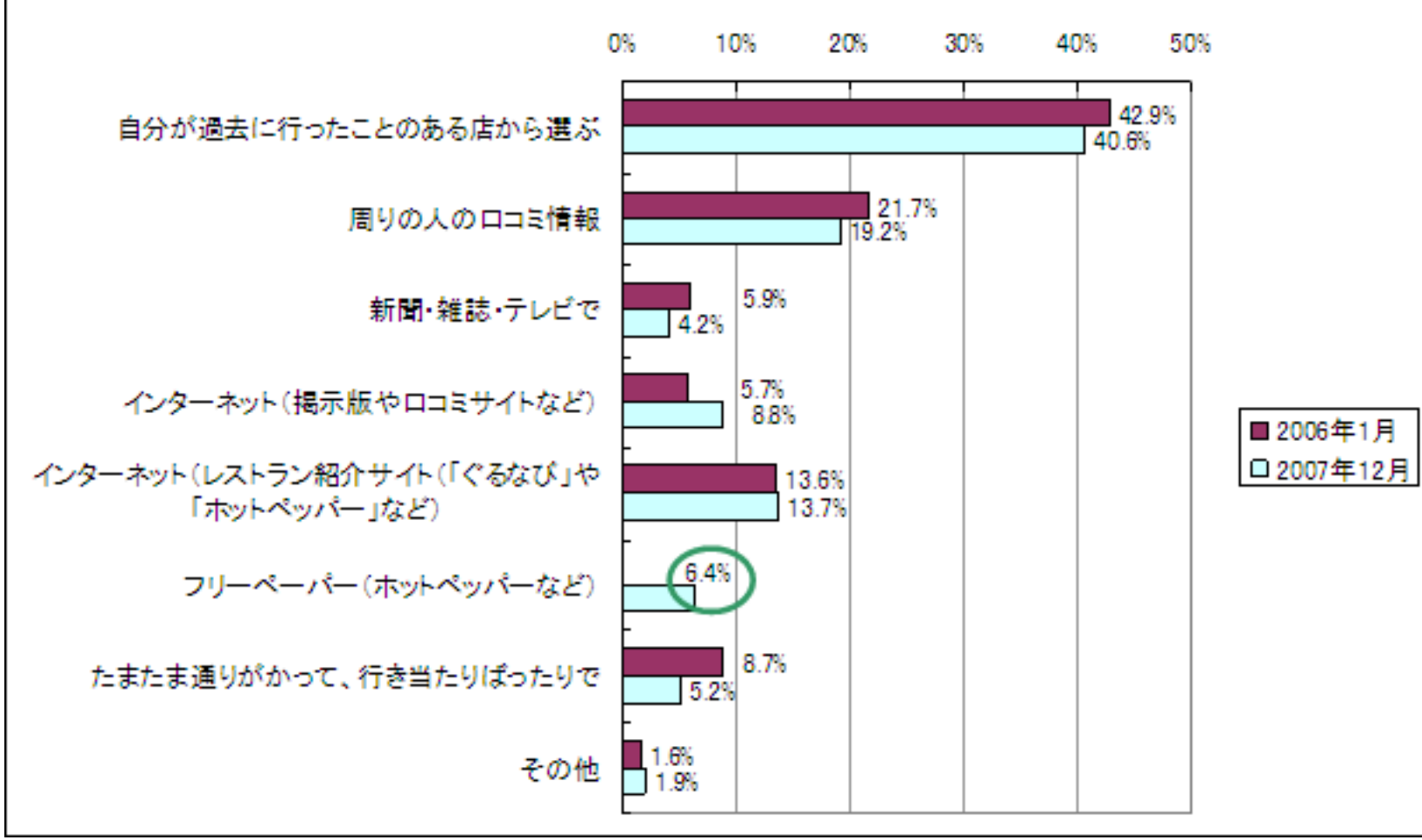
【図1-2】行きつけの店の有無（2006年1月：n=1,938、2007年12月：n=1,958）



(2) 店の選び方

記念日や、接待、家族や恋人等との「特別な場面での外食」の際の店の選び方は、「自分が過去に行ったことがある店から選ぶ」が40.6%で前回同様トップとなり、次いで「周りの人の口コミ情報」の19.2%という順となった。掲示板・口コミサイト・レストラン紹介サイトを含めたインターネットの活用は、今回2割を超えた。また、今回より新設した選択肢である「フリーペーパー」は6.4%となった。【図2-1】

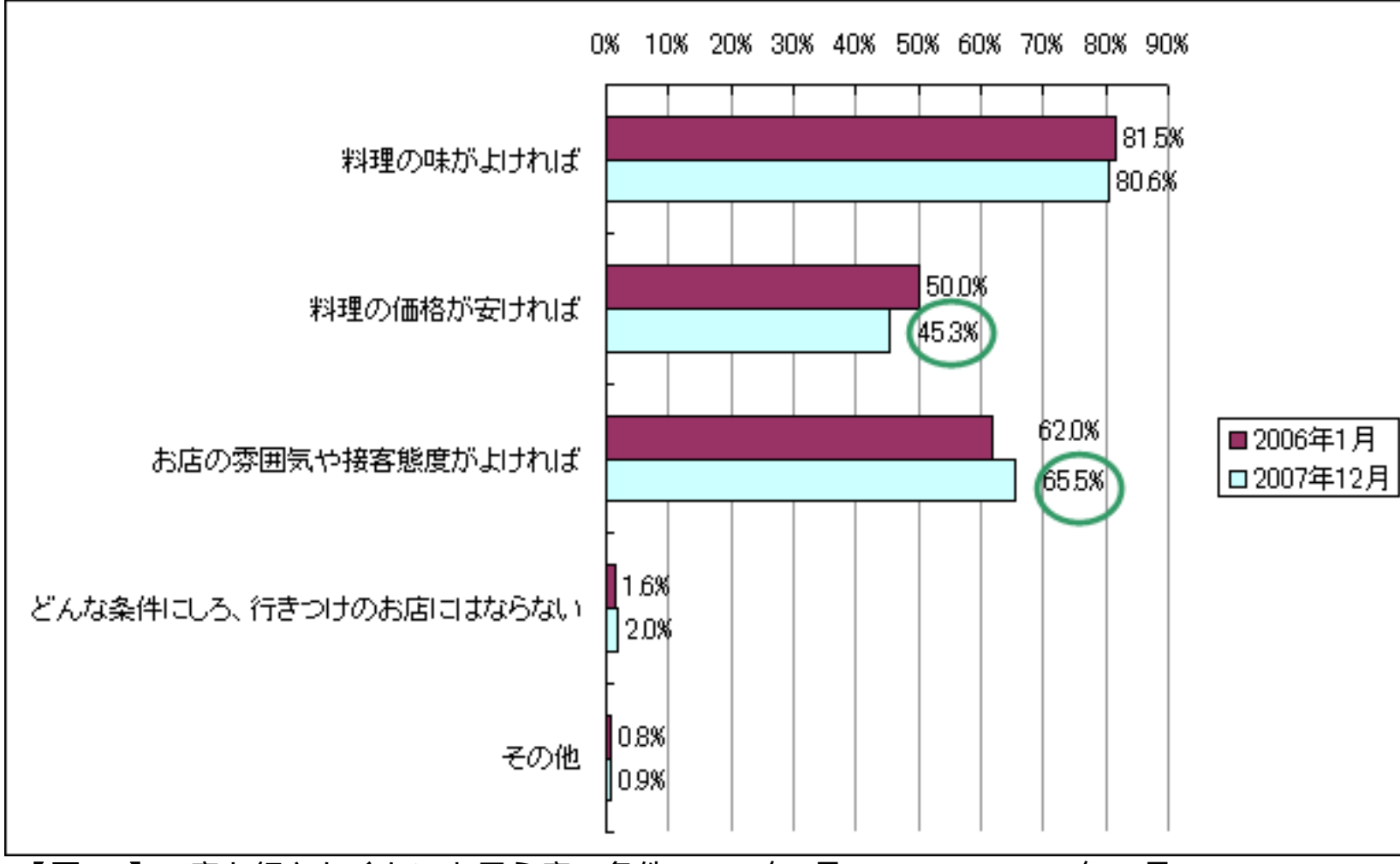
【図2-1】店の選び方（2006年1月：n=2,195、2007年12月：n=2,201）



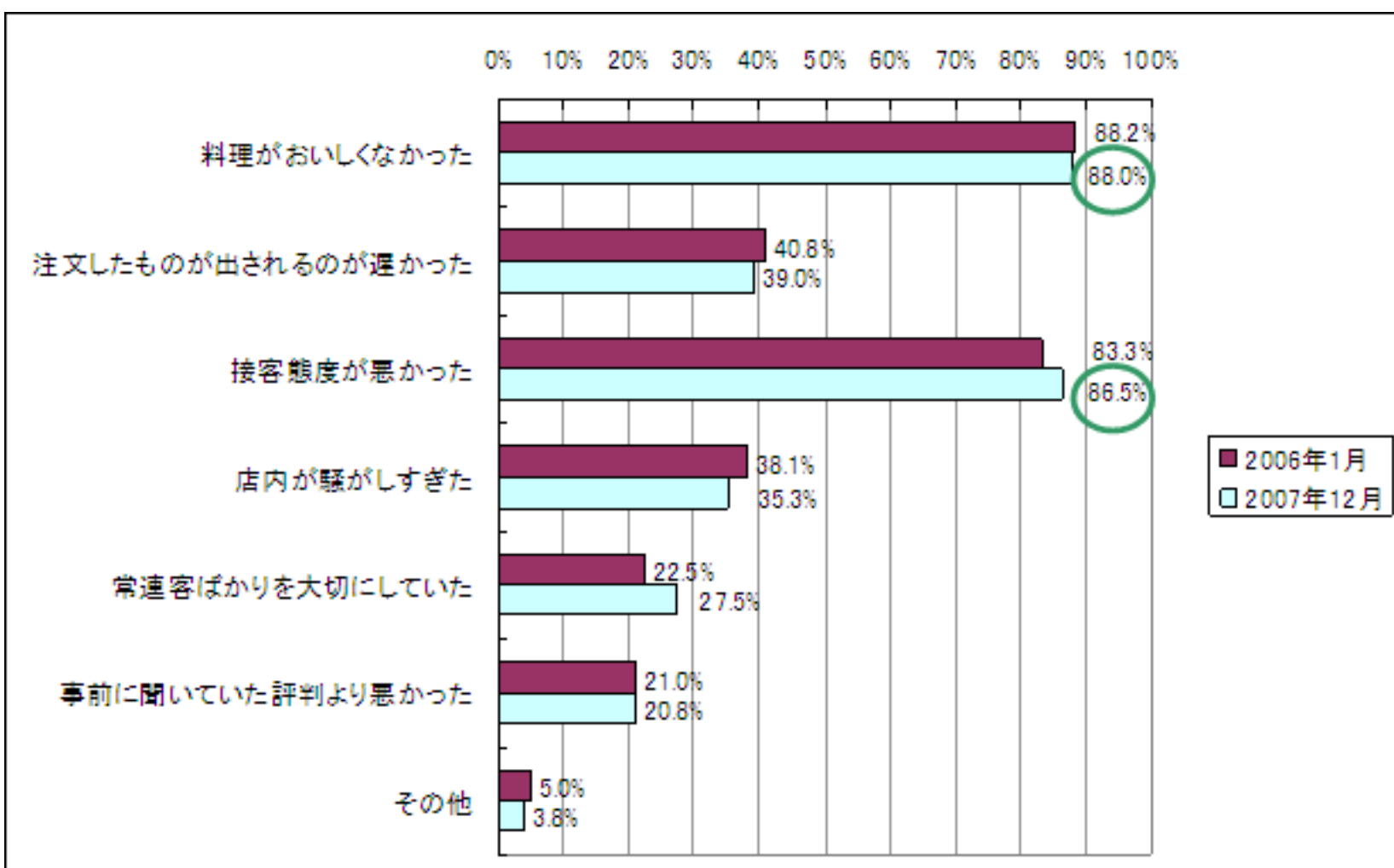
(3) 行きたい店/行きたくない店の条件

特別な外食をするための店が行きつけの店となる条件として、前回と変わらず「料理の味」がトップで80.6%となった。次に多いのが「店の雰囲気や接客態度」で65.5%、3位の「価格」が45.3%となり今回2位と3位の差が20%以上に広がった。(前回の差は12.0%)【図3-1】
二度と行きたくない店の条件については「料理がおいしくなかった」が88.0%、「接客態度が悪かった」が86.5%で依然として他項目と比較してきわめて高い割合となっている。全体的に前回との大きな変化は見られない。【図3-2】

【図3-1】【特別な外食】をするための店が【行きつけの店】となる条件（2006年1月：n=2,195、2007年12月：n=2,201）



【図3-2】二度と行きたくないと思う店の条件（2006年1月：n=1,482、2007年12月：n=1,593）



(4) メニューに表示してほしい内容（2007年新設）

メニューに表示してほしい内容は、「カロリー」がトップで男性の41.2%、女性の59.0%の割合となっている。女性は2位「原産地」40.2%、3位「原材料名」35.8%と続く。一方、男性の36.4%が「特になし」と回答している。表示してほしい内容のどの項目も男性より女性の方が選択する割合が高く、男女間での意識差が見てとれる結果となった。【図4-1】

【図4-1】メニューに表示してほしい内容（2007年12月：男性n=942 女性n=1,016）

