

生活衛生関係営業の生産性向上にむけて

Report

消費者動向②：そば・うどん店編

— 調査結果報告書 —

目次

項目	ページ
調査概要	2
調査結果 消費者動向：2021年調査と2018年調査の比較	3
そば店・うどん店の利用頻度	4
1人1回あたりの利用額	6
3年前と比較したそば店・うどん店利用の変化	7
そば店・うどん店の利用頻度が減少した理由	10
行きつけのそば店・うどん店に通う理由	12
そば店・うどん店を検討する際に活用する情報源	13
立ち食い／セルフのそば店・うどん店を選ぶ際に重視すること	14
立ち食い／セルフ以外のそば店・うどん店を選ぶ際に重視すること	15
チェーンのそば・うどん店を選ぶ際に重視すること	16
まとめ	17
参考 2021年調査における店舗利用頻度の変化	20

調査概要

調査方法

インターネット調査

調査地域

全国

抽出方法

楽天インサイトアンケートモニターおよび提携先モニター、かつ、2018年実施調査の回答者より抽出

有効回収数

本調査：7,817サンプル（外食：2,764サンプル／卸：2,242サンプル／サービス・施設：2,811サンプル）

集計対象

調査結果 2021年実施調査と2018年調査の比較

設問により、以下の3つの対象を使い分けて集計した。

→2018年実施調査で最近3年以内にそば店・うどん店の利用経験があると回答した20～60代の男女（2,100サンプル）

→2021年実施調査でそば店・うどん店を利用していると回答した20～60代の男女（1,274サンプル）

→2021年実施調査で利用頻度が減少したと回答した20～60代の男女（887サンプル）

参考 コロナ禍における店舗利用頻度の変化 → すべての回答者（7,817サンプル）

調査期間

2021年4月28日～2021年5月12日

調査 実施機関

実査：楽天インサイト株式会社／分析：株式会社日本能率協会総合研究所

調査結果

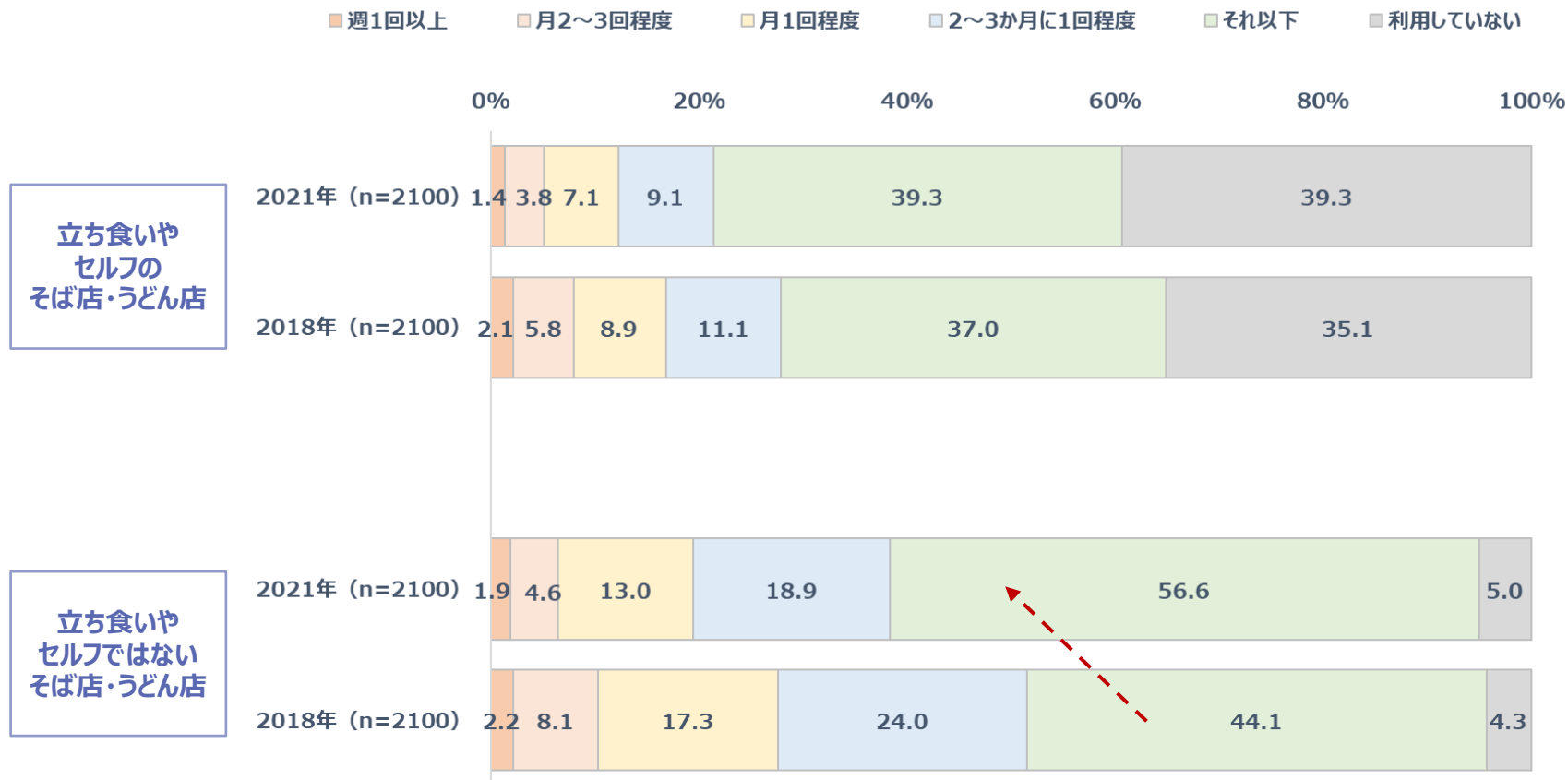
2021年調査と2018年調査の比較

そば店・うどん店の利用頻度

Point

- 立ち食いやセルフのそば店・うどん店は「2～3か月に1回程度」「利用していない」の割合が最も高く39.3%。
- 立ち食いやセルフではないそば店・うどん店は「それ（2～3か月に1回程度）以下」の割合が最も高く56.6%。
- 立ち食いやセルフではないそば店・うどん店は、2018年から2021年にかけて、「それ（2～3か月に1回程度）以下」の割合が増加し、利用頻度が減少している。

【設問文】あなたはどのくらいの頻度でそば店・うどん店を利用されていますか。（単一回答）







立ち食いやセルフではないそば店・うどん店の利用頻度：性年代別

Point

- 性年代別に立ち食いやセルフではないそば店・うどん店の「それ（2～3か月に1回程度）以下」についてみると、いずれの区分においても「それ（2～3か月に1回程度）以下」の割合が増加しており、利用頻度が減少している。

【設問文】あなたはどのくらいの頻度でそば店・うどん店を利用されていますか。（単一回答）

立ち食いやセルフではないそば店・うどん店の利用頻度： それ（2～3か月に1回程度）以下			
性年代	調査年		%
男性20-39歳	2021年（n=210）		53.8
	2018年（n=294）		38.1
男性40-69歳	2021年（n=1086）		53.1
	2018年（n=1002）		41.6
女性20-39歳	2021年（n=133）		57.9
	2018年（n=164）		47.6
女性40-69歳	2021年（n=671）		62.9
	2018年（n=640）		50.0

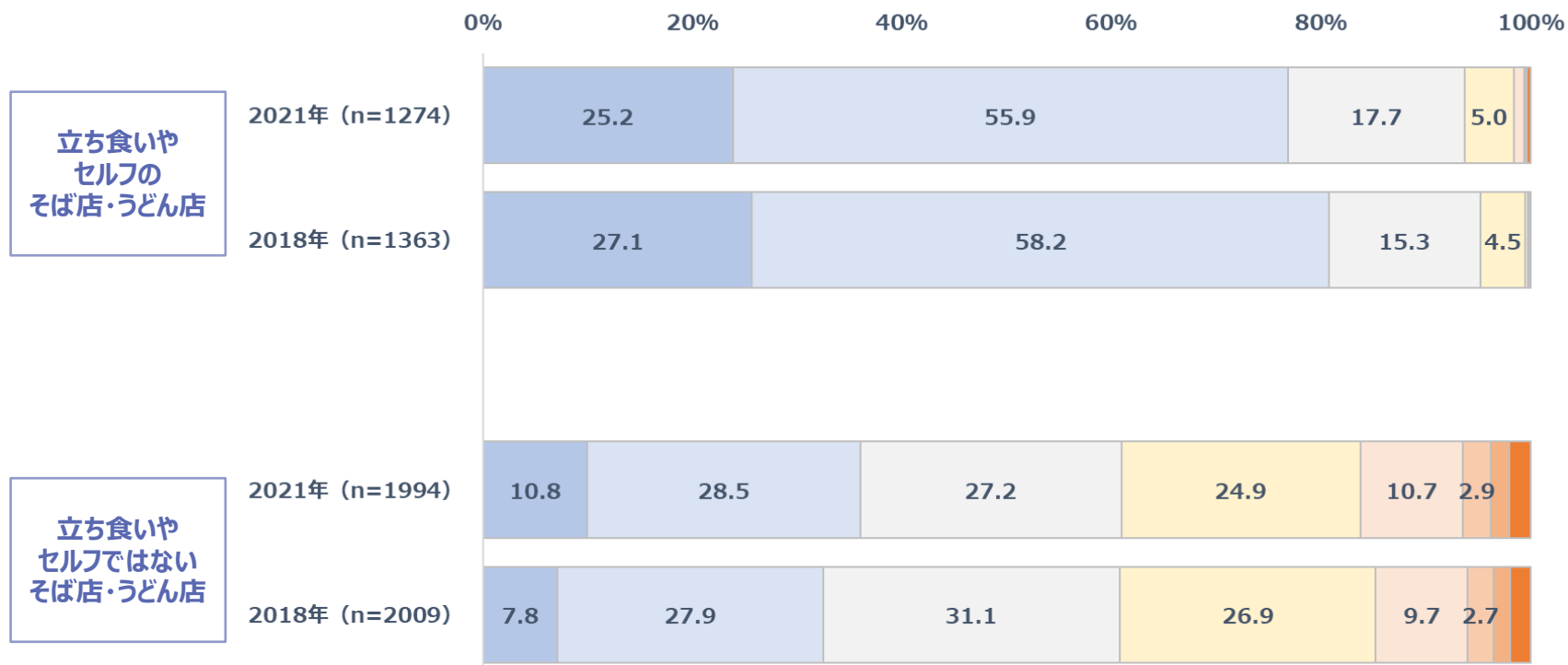
1人1回あたりの利用額

Point

- 立ち食いやセルフのそば店・うどん店は「400円～600円未満」の割合が最も高く55.9%。
- 立ち食いやセルフではないそば店・うどん店は「400～600円未満」28.5%、「600～800円未満」27.2%の割合が高い。
- 2021年と2018年の間には大きな差は見られない。

【設問文】あなたはそば店・うどん店の利用1回あたりどのくらいの金額を出していますか。1人あたりの平均的な支払額をお答えください。（単一回答）

<集計対象：2021年実施調査の利用頻度で、利用していると答えた回答者>

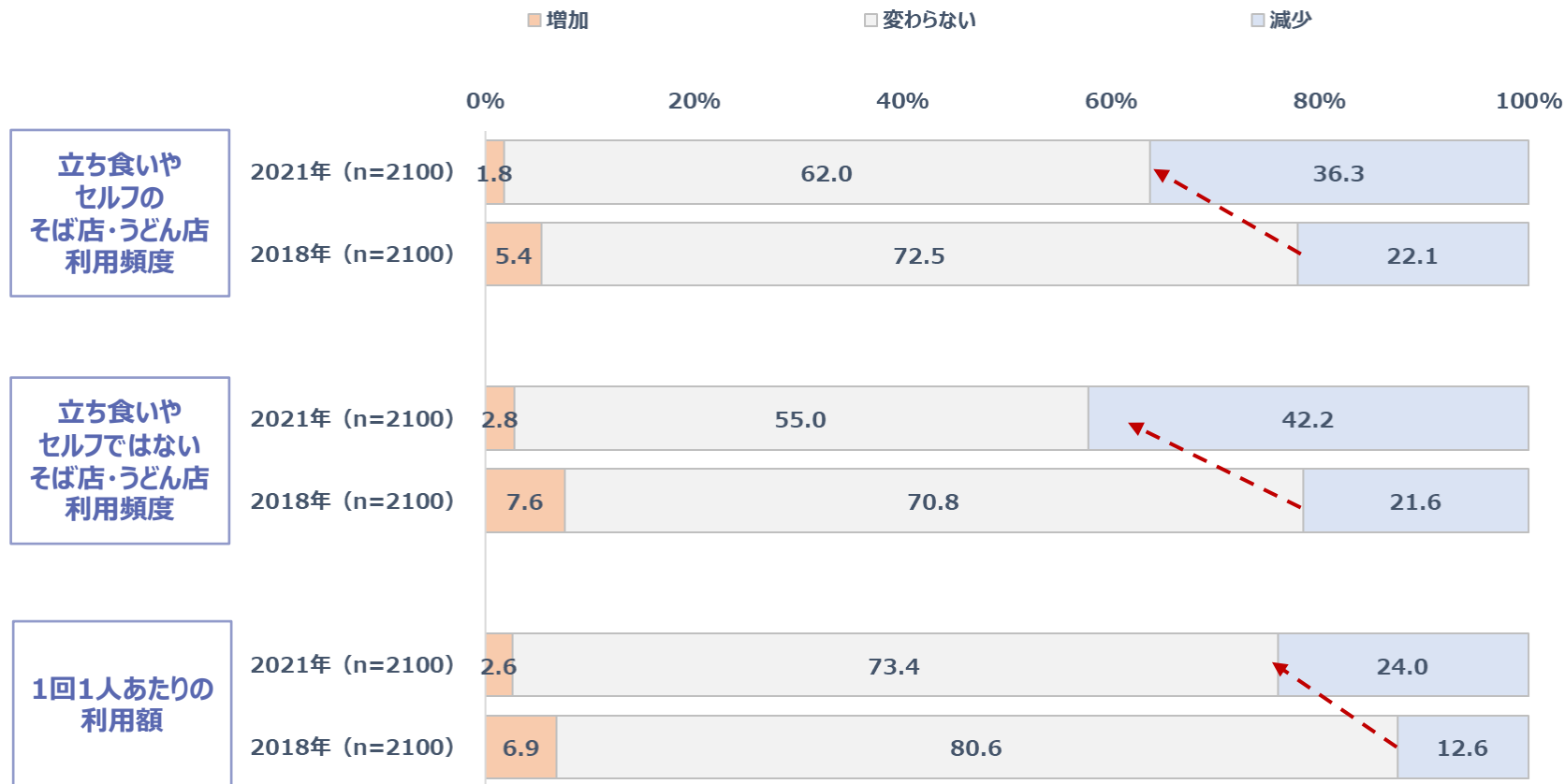


3年前と比較したそば店・うどん店利用の変化

Point

- 立ち食いやセルフの利用頻度は「変わらない」の割合が最も高く62.0%。次いで「減少」が36.3%。
- 立ち食いやセルフではない利用頻度も「変わらない」の割合が最も高く55.0%。次いで「減少」が42.2%。
- 1回1人あたりの利用額は「変わらない」の割合が最も高く73.4%。次いで「減少」が24.0%
- そば店・うどん店の利用は2018年から2021年にかけて、利用頻度・利用額ともに減少している。

【設問文】あなたの以下の店舗の利用は、3年前と比較してどのように変化しましたか。（単一回答）



そば店・うどん店利用の変化（利用頻度）：性年代別

Point

- 性年代別に利用頻度の「減少」についてみると、立ち食いやセルフのそば店・うどん店も立ち食いやセルフではないそば店・うどん店も、いずれの区分においても利用頻度が減少している。

【設問文】あなたの以下の店舗の利用は、3年前と比較してどのように変化しましたか。（単一回答）

立ち食いやセルフのそば店・うどん店の利用頻度の変化：減少

性年代	調査年	%
男性20-39歳	2021年 (n=210)	31.0
	2018年 (n=294)	17.3
男性40-69歳	2021年 (n=1086)	37.8
	2018年 (n=1002)	25.2
女性20-39歳	2021年 (n=133)	26.3
	2018年 (n=164)	17.1
女性40-69歳	2021年 (n=671)	37.4
	2018年 (n=640)	20.6

立ち食いやセルフではないそば店・うどん店の利用頻度の変化：減少

性年代	調査年	%
男性20-39歳	2021年 (n=210)	32.9
	2018年 (n=294)	15.0
男性40-69歳	2021年 (n=1086)	39.5
	2018年 (n=1002)	23.2
女性20-39歳	2021年 (n=133)	42.9
	2018年 (n=164)	20.7
女性40-69歳	2021年 (n=671)	49.5
	2018年 (n=640)	22.3

そば店・うどん店利用の変化（利用金額）：性年代別

Point

- 性年代別に、1回1人あたりの利用金額「減少」についてみると、いずれの区分においても利用金額が減少している。

【設問文】あなたの以下の店舗の利用は、3年前と比較してどのように変化しましたか。（単一回答）

1回1人あたりの利用金額の変化：減少		
性年代	調査年	%
男性20-39歳	2021年 (n=210)	20.5
	2018年 (n=294)	8.8
男性40-69歳	2021年 (n=1086)	21.6
	2018年 (n=1002)	13.3
女性20-39歳	2021年 (n=133)	21.1
	2018年 (n=164)	9.8
女性40-69歳	2021年 (n=671)	29.7
	2018年 (n=640)	13.9

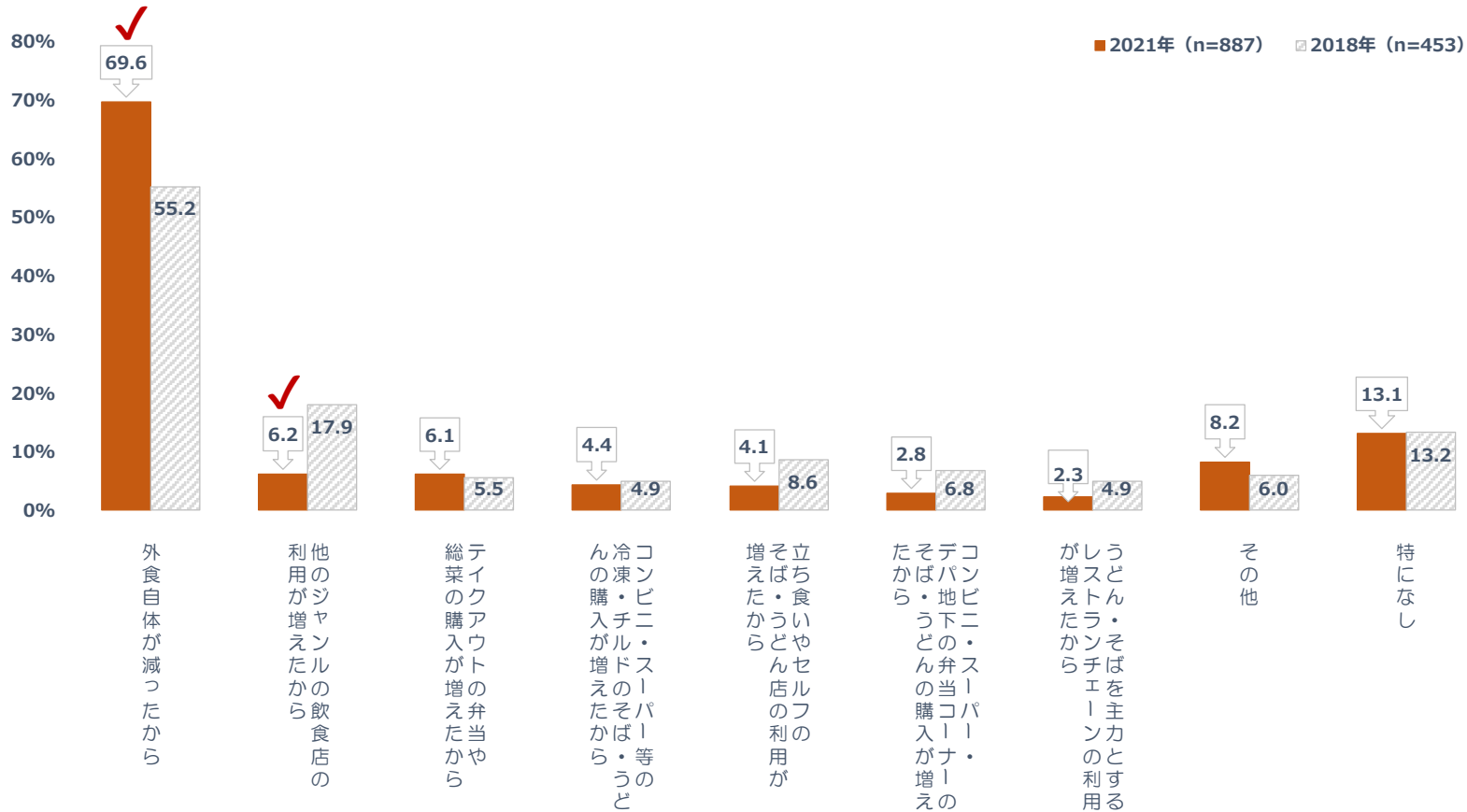
立ち食い／セルフではないそば店・うどん店の利用頻度が減少した理由

Point

- 「外食自体が減ったから」の割合が最も高く69.6%。
- 2018年から2021年にかけて、「外食自体が減ったから」の割合が増加し、「他のジャンルの飲食店の利用が増えたから」は減少している。

【設問文】立ち食いやセルフではないそば・うどん店の利用が減少したのはどうしてですか。（複数回答）

<集計対象：立ち食い／セルフではないそば店・うどん店の利用頻度が減少したと答えた回答者>



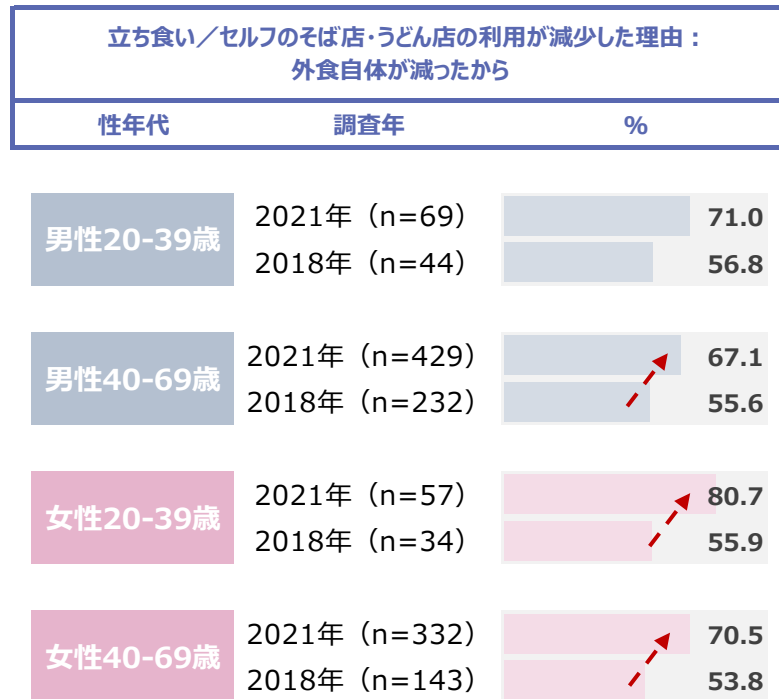
立ち食い／セルフではないそば店・うどん店の利用が減少した理由 ： 性年代別

Point

- ・ 性年代別に「**外食自体が減ったから**」についてみると、いずれの区分においても割合が増加している。

【設問文】立ち食いやセルフではないそば・うどん店の利用が減少したのはどうしてですか。（複数回答）

<集計対象：立ち食い／セルフでないそば店・うどん店の利用頻度が減少したと答えた回答者>

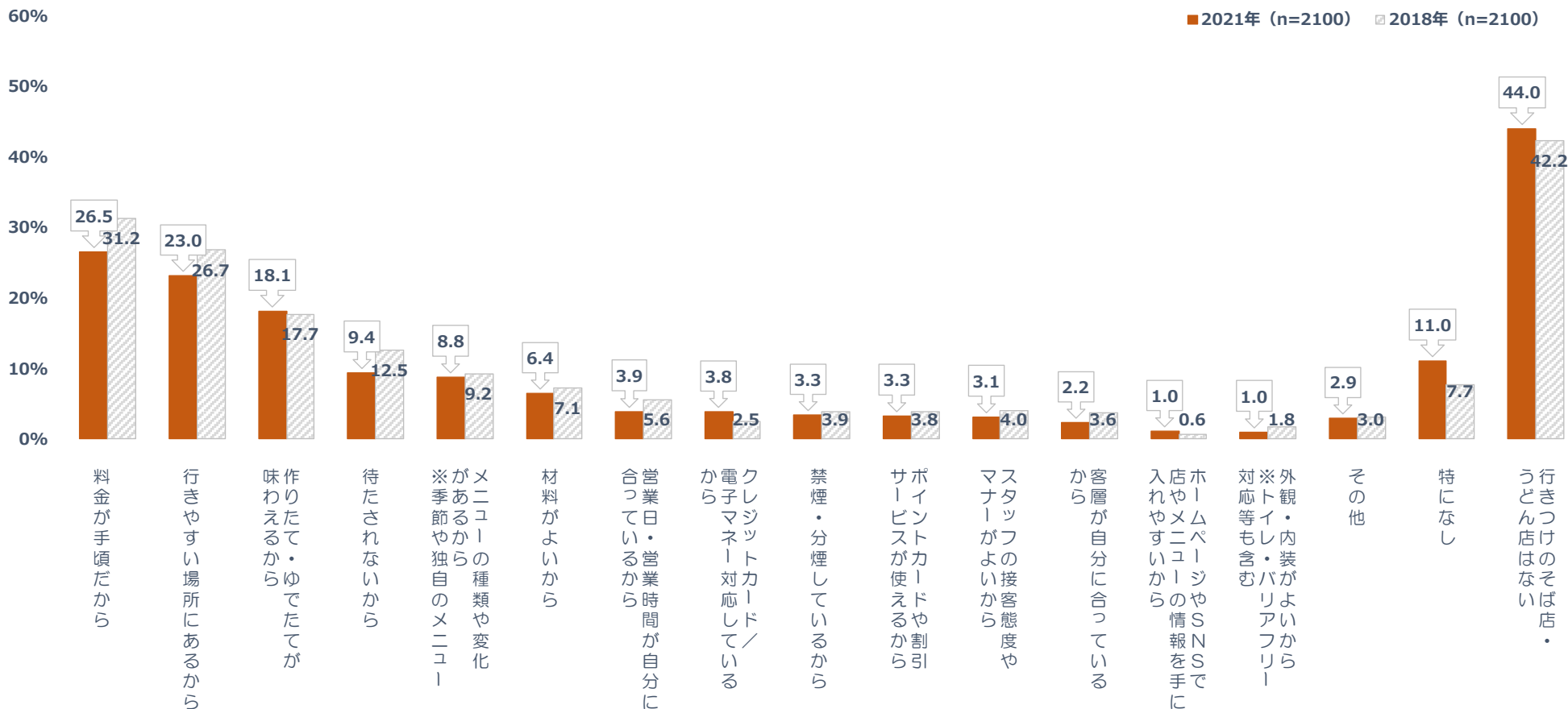


行きつけのそば店・うどん店に通う理由

Point

- 「行きつけのそば店・うどん店はない」が44.0%。
- 行きつけのそば店・うどん店に通う理由は、「料金が手頃だから」26.5%、「行きやすい場所にあるから」23.0%。
- 2021年と2018年の間には大きな差は見られない。

【設問文】あなたが行きつけにしているそば店・うどん店に通う理由をお答えください。（複数回答）

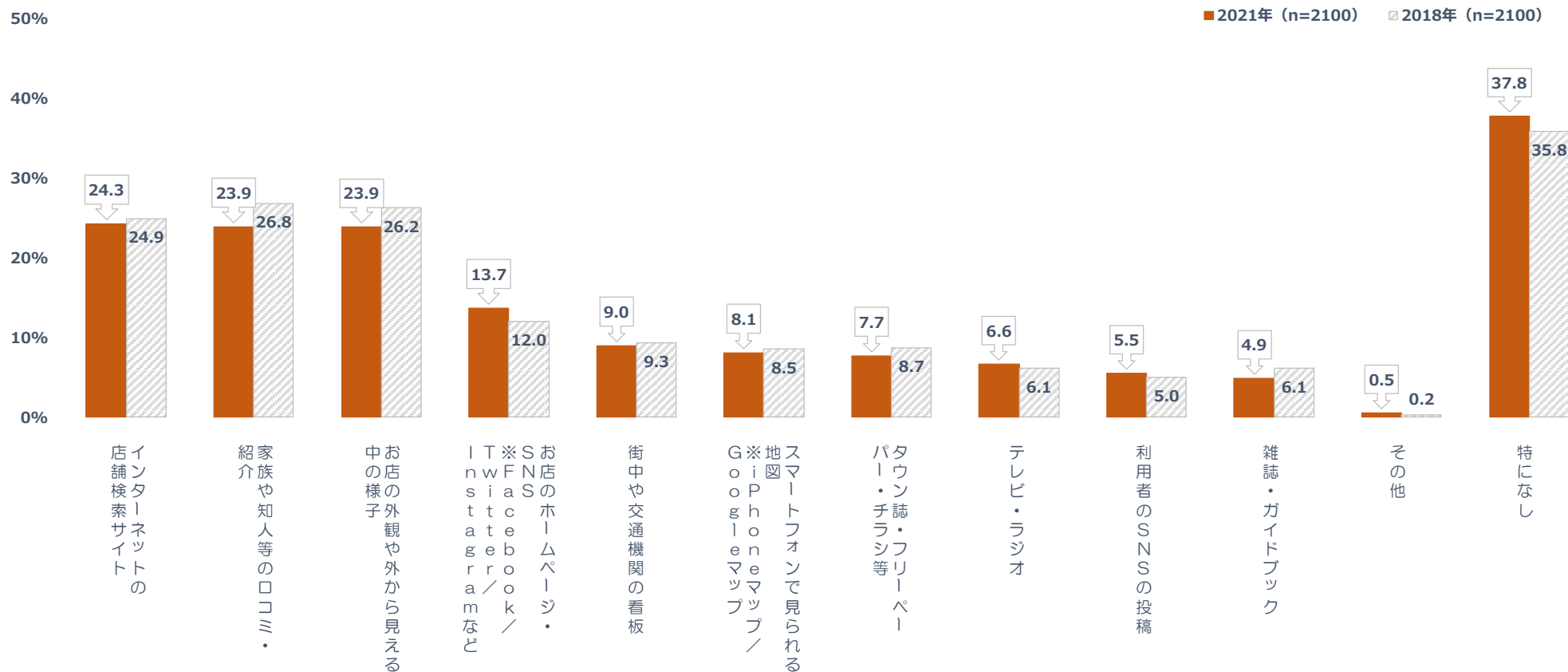


そば店・うどん店を検討する際に活用する情報源

Point

- 「インターネットの店舗検索サイト」24.3%、「家族や知人等の口コミ・紹介」「お店の外観や外から見える中の様子」23.9%。
- 2021年と2018年の間には大きな差は見られない。

【設問文】あなたがそば店・うどん店を検討する際に、どのような情報源を活用していますか。（複数回答）

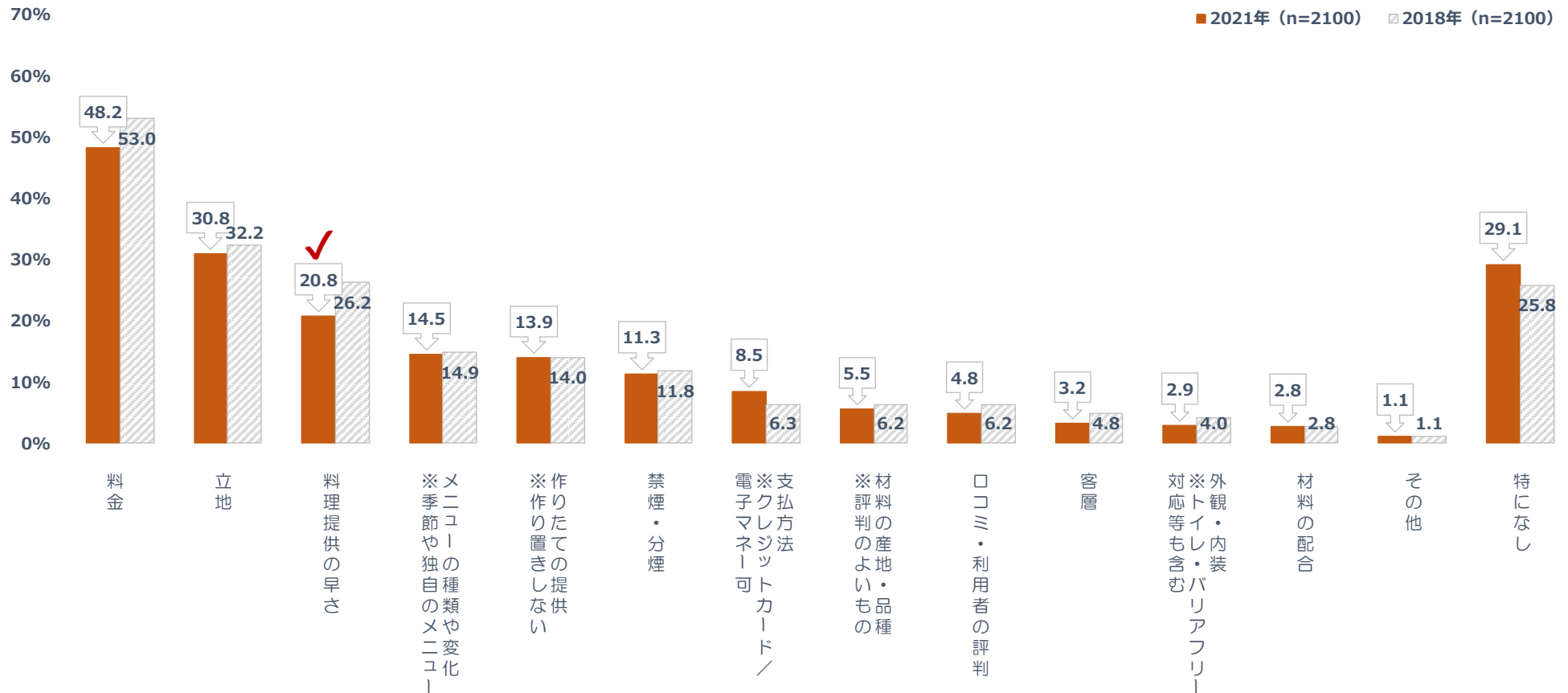


立ち食い／セルフのそば店・うどん店を選ぶ際に重視すること

Point

- 「料金」の割合が最も高く48.2%。次いで「立地」30.8%、「料理提供の早さ」20.8%。
- 2018年から2021年にかけて、「料理提供の早さ」の割合が減少している。

【設問文】あなたがそば店・うどん店を選ぶ際に重視することをお答えください。（複数回答）

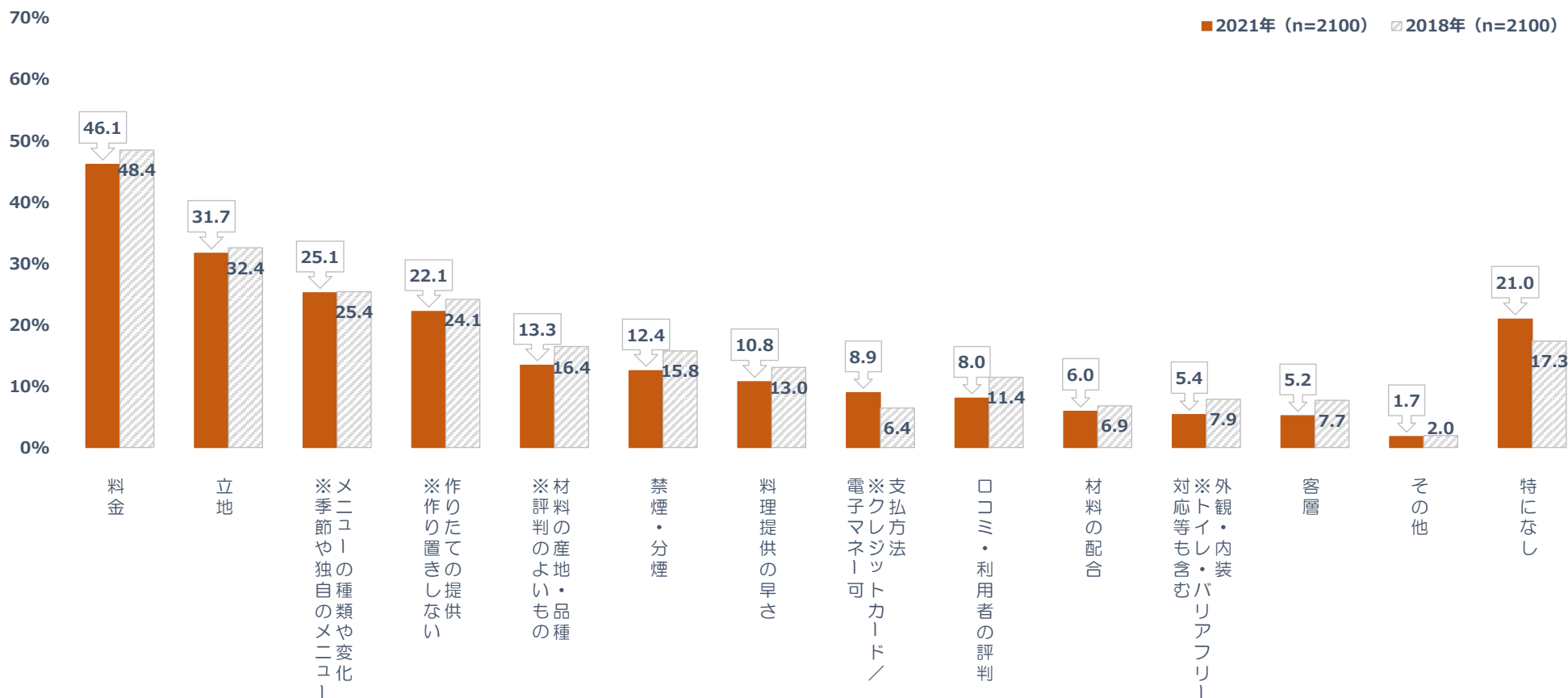


立ち食い／セルフ以外のそば店・うどん店を選ぶ際に重視すること

Point

- 「料金」の割合が最も高く46.1%。次いで「立地」31.7%。
- 2021年と2018年の間には大きな差は見られない。

【設問文】あなたがそば店・うどん店を選ぶ際に重視することをお答えください。（複数回答）

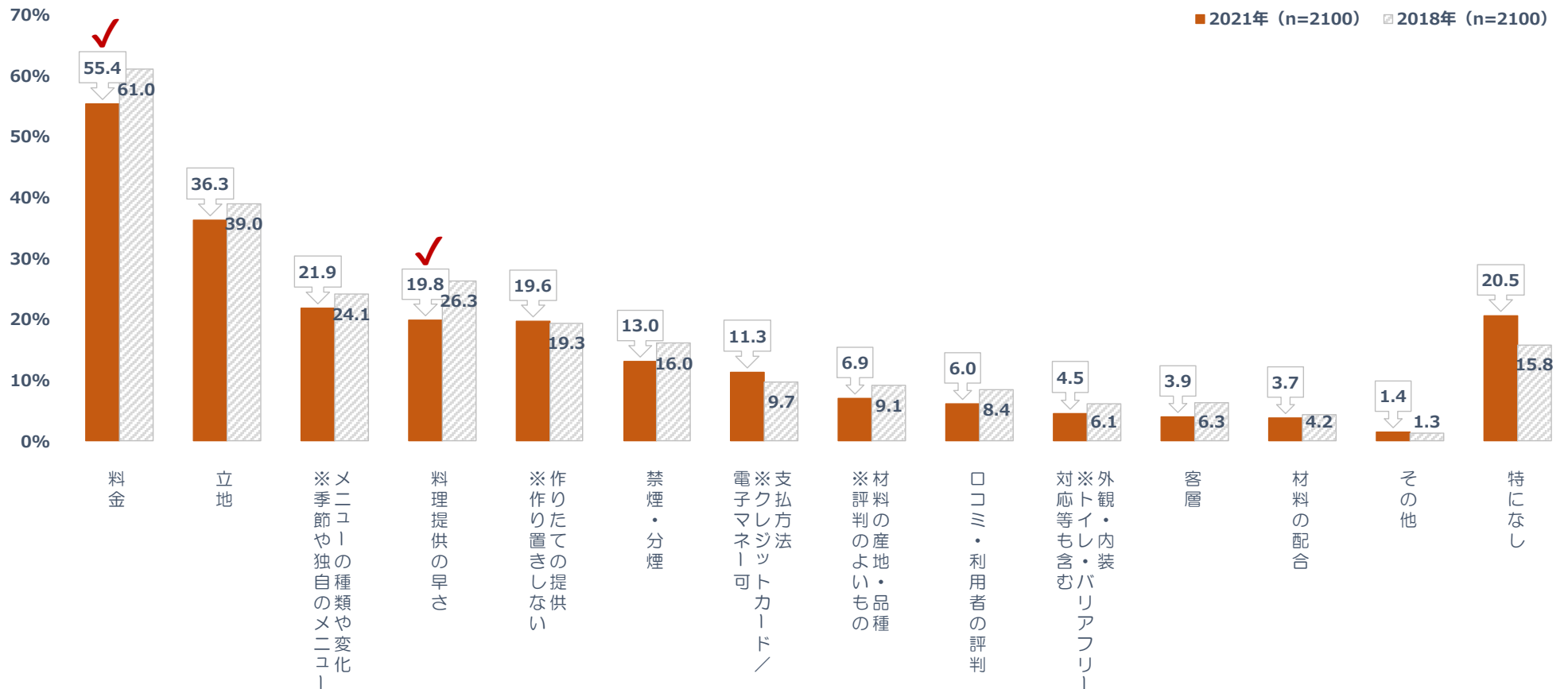


チェーンのそば・うどん店を選ぶ際に重視すること

Point

- 「料金」の割合が最も高く55.4%。次いで「立地」36.3%。
- 2018年から2021年にかけて、「料金」「料理提供の早さ」の割合が減少している。

【設問文】あなたがそば店・うどん店を選ぶ際に重視することをお答えください。（複数回答）



まとめ

まとめ：そば・うどん業

2021年調査全体傾向

2018年調査と比較した2021年調査の特徴

そば店・うどん店の 利用頻度

- 立ち食いやセルフのそば店・うどん店：「2～3か月に1回程度」「利用していない」が最も割合が高く39.3%。
- 立ち食いやセルフではないそば店・うどん店：「それ以下」が最も割合が高く56.6%。

- 立ち食いやセルフではないそば店・うどん店は、2018年から2021年にかけて、「2～3か月に1回程度」の割合が低下、「それ以下」の割合は増加。

1人1回あたりの 利用額

- 立ち食いやセルフのそば店・うどん店：「400円～600円未満」が最も割合が高く55.9%。
- 立ち食いやセルフではないそば店・うどん店：「400～600円未満」28.5%、「600～800円未満」27.2%の割合が高い

- 2021年と2018年の間には大きな差は見られない。

3年前と比較した そば店・うどん店 利用の変化

- 立ち食いやセルフの利用頻度は「変わらない」が最も割合が高く62.0%。次いで「減少」が36.3%。
- 立ち食いやセルフではない利用頻度は「変わらない」が最も割合が高く55.0%。次いで「減少」が42.2%。
- 1回1人あたりの利用額は「変わらない」が最も割合が高く73.4%。次いで「減少」が24.0%

- そば店・うどん店の利用は2018年から2021年にかけて、利用頻度・利用額ともに減少。

立ち食い／セルフの そば店・うどん店の 利用が減少した理由

- 「外食自体が減ったから」が最も割合が高く69.6%。

- 2018年から2021年にかけて、「外食自体が減ったから」の割合が増加。「他のジャンルの飲食店の利用が増えたから」は減少。

まとめ：そば・うどん業

2021年調査全体傾向

2018年調査と比較した2021年調査の特徴

行きつけの そば店・うどん店に 通う理由

- 「行きつけのそば店・うどん店はない」が最も割合が高く44.0%、次いで「料金が手頃だから」26.5%、「行きやすい場所にあるから」23.0%。

- 2021年と2018年の間には大きな差は見られない。

チェーンの そば・うどん店を 選ぶ際に重視すること

- 「料金」が最も割合が高く55.4%。次いで「立地」36.3%。

- 2018年から2021年にかけて、「料金」「料理提供の早さ」の割合が減少。

立ち食い／セルフの そば店・うどん店を 選ぶ際に重視すること

- 「料金」が最も割合が高く48.2%。次いで「立地」30.8%、「料理提供の早さ」20.8%。

- 2018年から2021年にかけて、「料理提供の早さ」の割合が減少。

立ち食い／セルフ 以外の そば店・うどん店を 選ぶ際に重視すること

- 「料金」が最も割合が高く46.1%。次いで「立地」31.7%。

- 2021年と2018年の間には大きな差は見られない。

そば店・うどん店を 検討する際に 活用する情報源

- 「インターネットの店舗検索サイト」24.3%、「家族や知人等の口コミ・紹介」「お店の外観や外から見える中の様子」23.9%。

- 2021年と2018年の間には大きな差は見られない。

参考

2021年調査における店舗利用頻度の変化

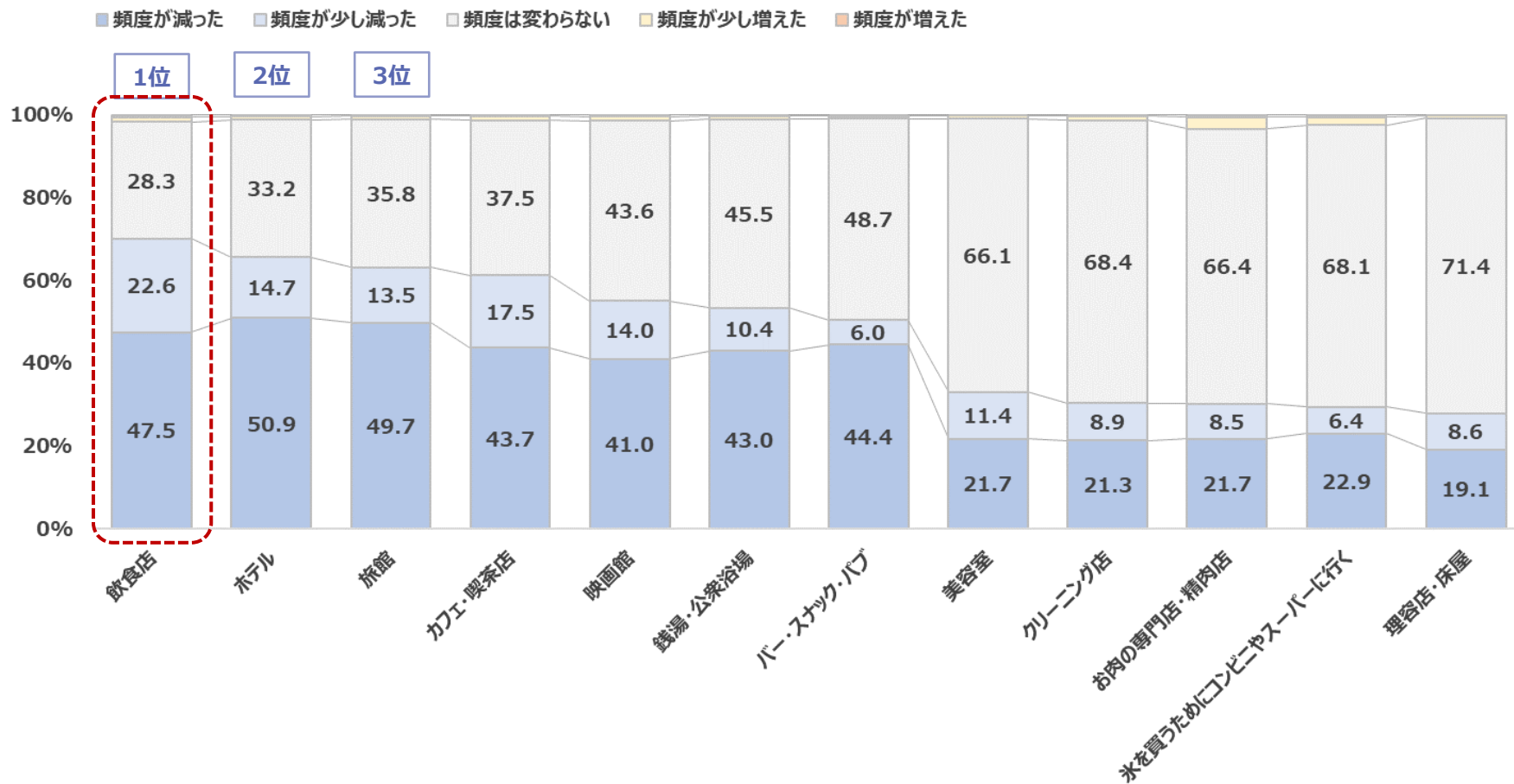
※次ページの全体ランキングは、消費者動向①「コロナ禍における消費者意識・行動」 P12の再掲

コロナ禍における店舗利用頻度の変化：全体ランキング

Point

- ・ 飲食業、宿泊業、映画、公衆浴場業、社交業の利用頻度の低下が大きい。
- ・ 「飲食店」は70.0%が「減少した（減った+少し減った）」と回答している。

【設問文】コロナ禍により、以下のお店・サービスの利用頻度はどのように変化しましたか。（単一回答）



コロナ禍における店舗利用頻度の変化：性年代別

Point

- 性年代別で見ると、女性に比べ男性は減少割合が少なく、男性も40-69歳よりも20-39歳の若い世代の減少割合が少ない。

【設問文】コロナ禍により、以下のお店・サービスの利用頻度はどのように変化しましたか。（単一回答）

飲食店

