

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：社交業編

— 調査結果報告書 —

目次

項目	ページ
調査概要	2
調査結果 2021年調査と2018年調査の比較	3
利用頻度	4
1人1回あたりの利用金額	6
3年前と比較した利用の変化	8
行きつけのバー・スナック・パブに通う理由	10
バー・スナック・パブを検討する際の情報源	11
バー・スナック・パブを選ぶ際の条件	12
バー・スナック・パブを選ぶ際に決め手となる条件	13
バー・スナック・パブに対する興味関心（非利用者対象設問）	14
バー・スナック・パブを利用しない理由（非利用者対象設問）	16
まとめ	17
参考 コロナ禍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年調査と2018年調査の比較

→本調査：2018年実施調査で最近3年以内にバー・スナック・パブの利用経験があると回答した

20～60代の男女（588サンプル）

参考 コロナ禍における消費者意識・行動 → 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

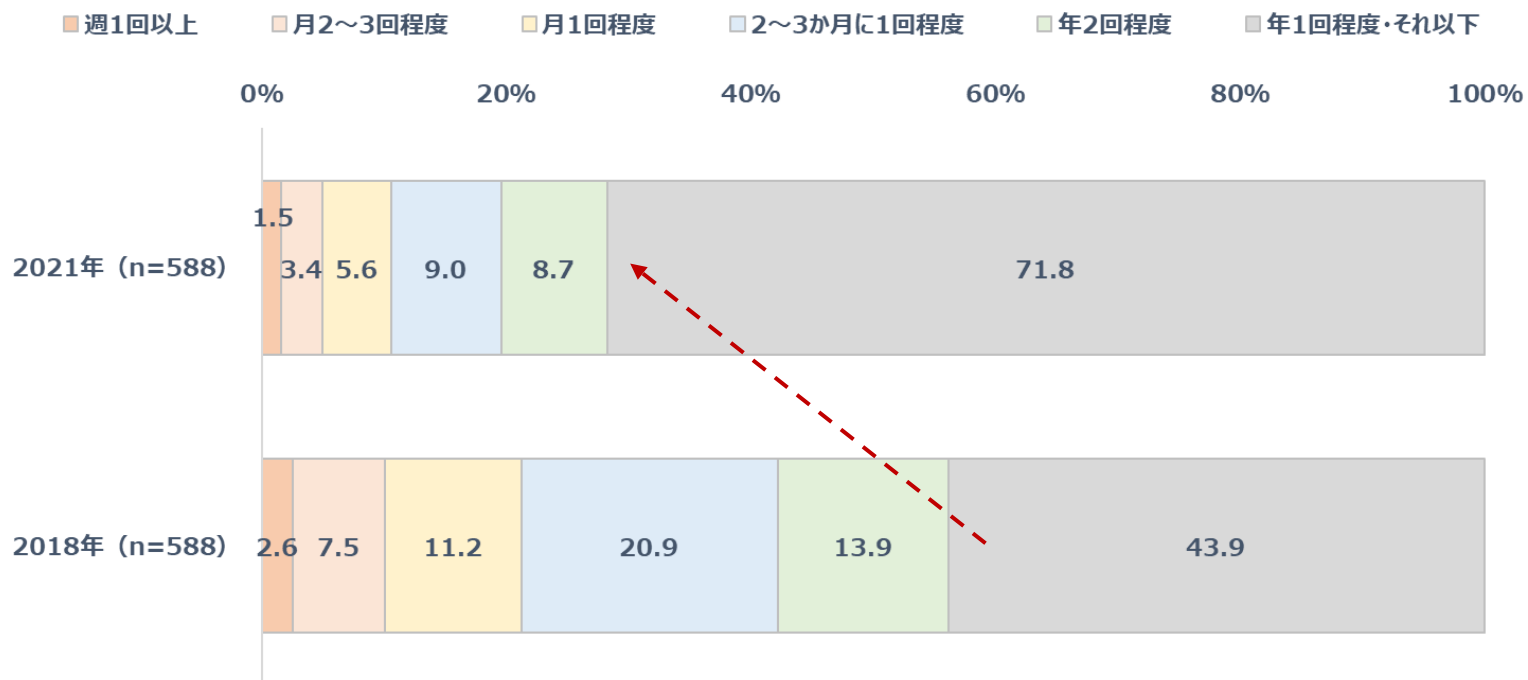
2021年調査と2018年調査の比較

利用頻度

Point

- 「年に1回程度・それ以下」の割合が最も高く71.8%。
- 2018年から2021年にかけて、「年1回程度・それ以下」の割合が増加し、利用頻度は減少している。

【設問文】あなたはどのくらいの頻度でバー・スナック・パブを利用されていますか。（単一回答）



利用頻度：性年代別

Point

- 性年代別に「年1回程度・それ以下」についてみると、いずれの区分においても割合は増加しており、区分に関係なく利用頻度は減少している。

【設問文】あなたはどのくらいの頻度でバー・スナック・パブを利用されていますか。（単一回答）

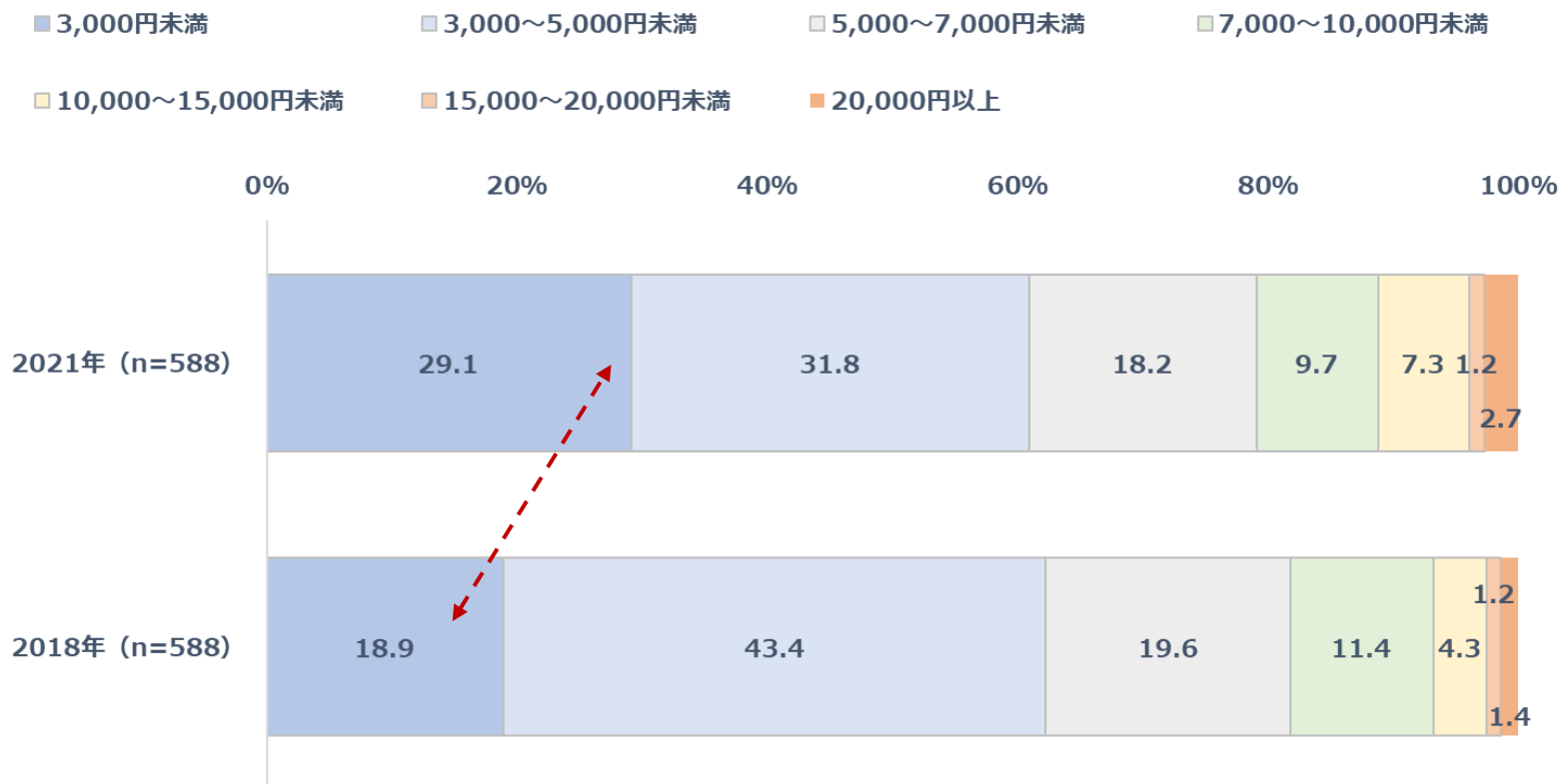
利用頻度：年1回程度・それ以下		
性年代	調査年	%
男性20-39歳	2021年 (n=75)	76.0
	2018年 (n=110)	45.5
男性40-69歳	2021年 (n=375)	68.5
	2018年 (n=340)	40.6
女性20-39歳	2021年 (n=47)	78.7
	2018年 (n=54)	46.3
女性40-69歳	2021年 (n=91)	78.0
	2018年 (n=84)	53.6

1人1回あたりの利用金額

Point

- 「3,000～5,000円未満」31.8%、「3,000円未満」29.1%の割合が高い。次いで「5,000～7,000円未満」18.2%。
- 2018年から2021年にかけて、「3,000円未満」の割合が増加し、1人1回あたりの利用金額は低下している。

【設問文】あなたはバー・スナック・パブの利用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）



1人1回あたりの利用金額：性年代別

Point

- 性年代別に「3,000円未満」についてみると、男性40-69歳の割合が増加しており、1人1回あたりの利用金額が減少している。

【設問文】あなたはバー・スナック・パブの利用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）

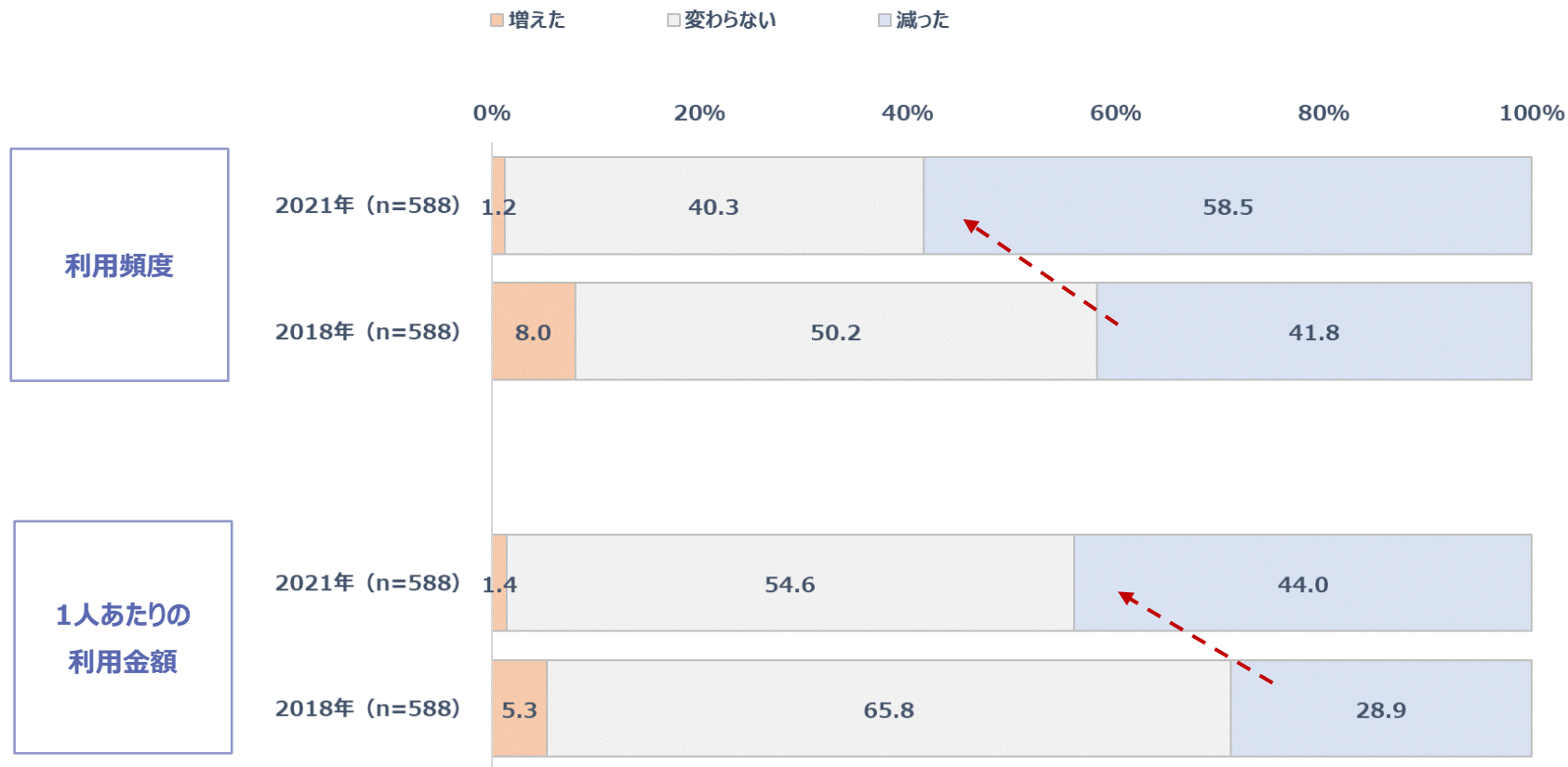
平均支払額：3,000円未満			
性年代	調査年		%
男性20-39歳	2021年 (n=75)		38.7
	2018年 (n=110)		27.3
男性40-69歳	2021年 (n=375)		18.7
	2018年 (n=340)		8.5
女性20-39歳	2021年 (n=47)		57.4
	2018年 (n=54)		40.7
女性40-69歳	2021年 (n=91)		49.5
	2018年 (n=84)		35.7

3年前と比較した利用の変化

Point

- 利用頻度は「減った」の割合が最も高く58.5%、次いで「変わらない」40.3%。
- 1人あたりの利用金額は「変わらない」の割合が最も高く54.6%、次いで「減った」44.0%。
- 2018年以前から2021年にかけて、利用頻度、1人あたりの利用金額ともに低下傾向を示している。

【設問文】あなたのバー・スナック・パブの利用について、3年前と比較して変化しましたか。（単一回答）



3年前と比較した利用の変化：性年代別

Point

- 性年代別に、利用頻度、利用金額が「減った」についてみると、利用頻度、利用金額のいずれも、男女ともに40-69歳で「減った」割合が増加しており、2018年以前から2021年にかけて40-69歳の利用頻度、利用金額は低下傾向を示している。

【設問文】あなたのバー・スナック・パブの利用について、3年前と比較して変化しましたか。（単一回答）

3年前と比較した利用頻度：減った

性年代	調査年	%
男性20-39歳	2021年 (n=75)	38.7
	2018年 (n=110)	36.4
男性40-69歳	2021年 (n=375)	64.3
	2018年 (n=340)	47.6
女性20-39歳	2021年 (n=47)	46.8
	2018年 (n=54)	29.6
女性40-69歳	2021年 (n=91)	57.1
	2018年 (n=84)	33.3

3年前と比較した利用金額：減った

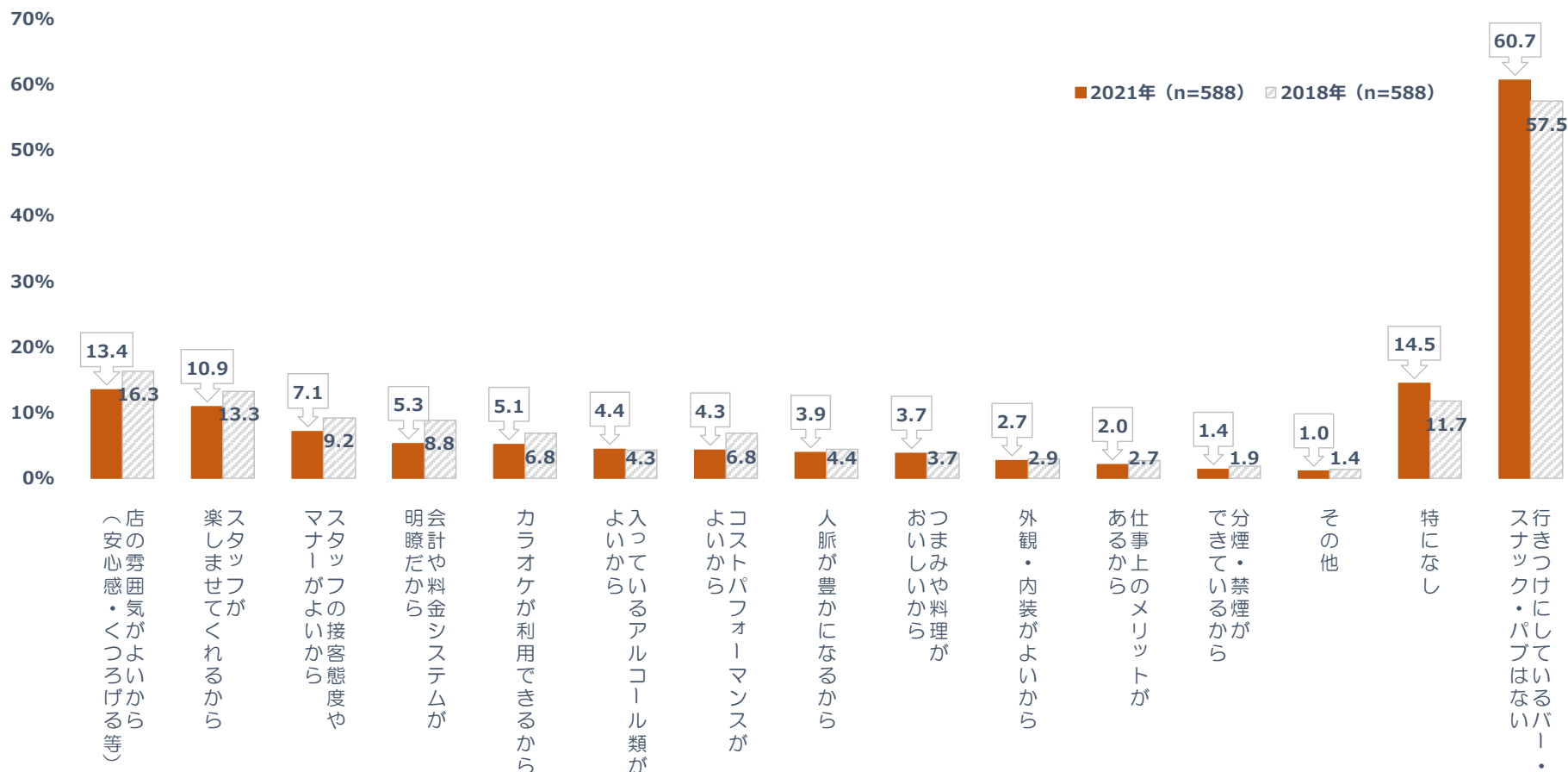
性年代	調査年	%
男性20-39歳	2021年 (n=75)	34.7
	2018年 (n=110)	26.4
男性40-69歳	2021年 (n=375)	46.9
	2018年 (n=340)	32.9
女性20-39歳	2021年 (n=47)	38.3
	2018年 (n=54)	18.5
女性40-69歳	2021年 (n=91)	42.9
	2018年 (n=84)	22.6

行きつけのバー・スナック・パブに通う理由

Point

- 「行きつけはない」が60.7%と割合が高い。
- 行きつけの店に通う理由としては、「店の雰囲気がいから」13.4%、「スタッフが楽しませしてくれるから」10.9%の割合が高く、次いで「スタッフの接客態度やマナーがいから」7.1%。
- 2021年と2018年との間に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バー・スナック・パブに通う理由をお答えください。（複数回答）

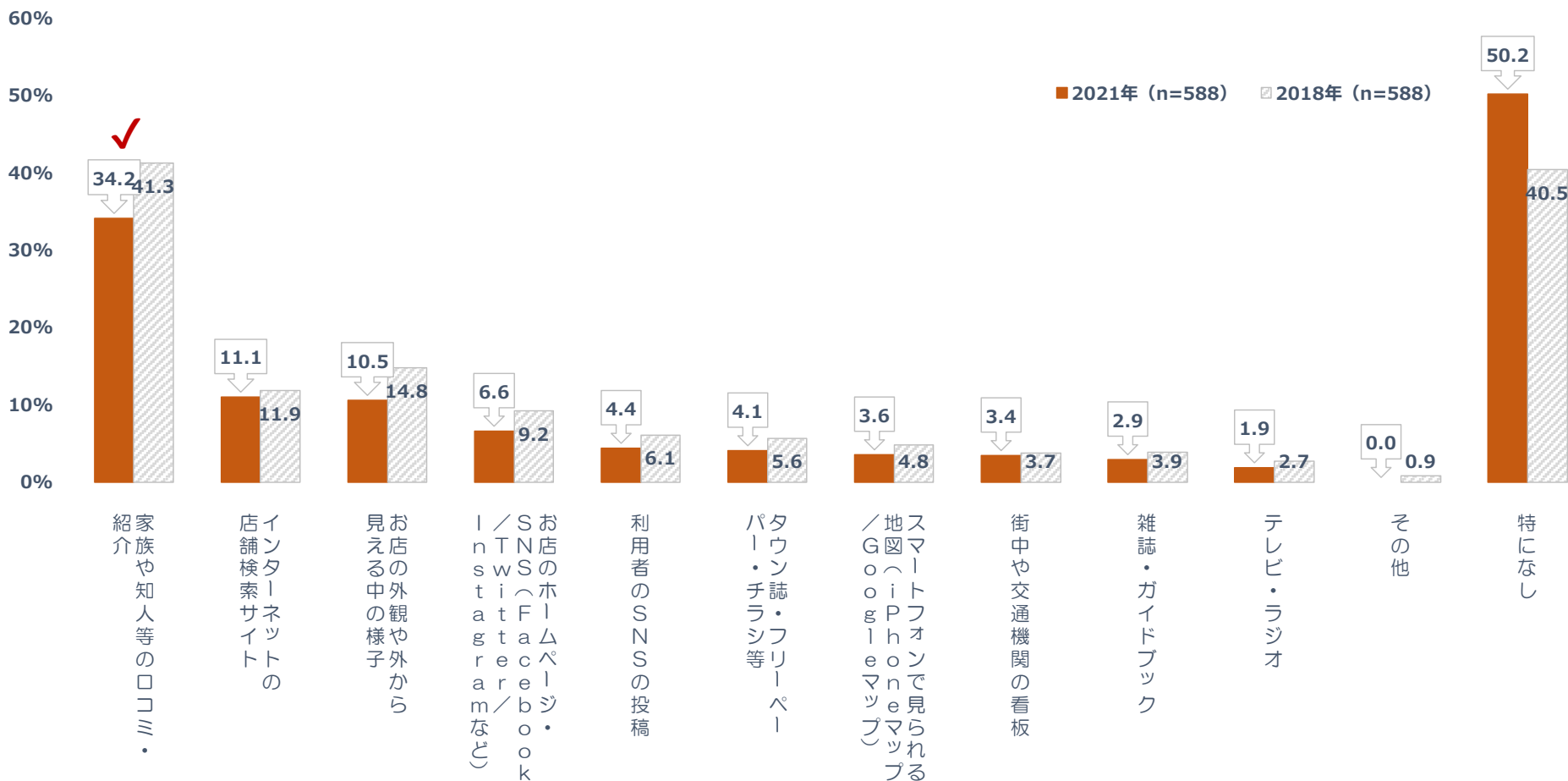


バー・スナック・パブを検討する際の情報源

Point

- 「家族や知人等の口コミ・紹介」の割合が最も高く34.2%。次いで「インターネットの店舗検索サイト」11.1%、「お店の外観や外から見える中の様子」10.5%。
- 2018年から2021年にかけて、「家族や知人等の口コミ・紹介」の割合が減少している。

【設問文】あなたがバー・スナック・パブを検討する際に、どのような情報を活用していますか。（複数回答）

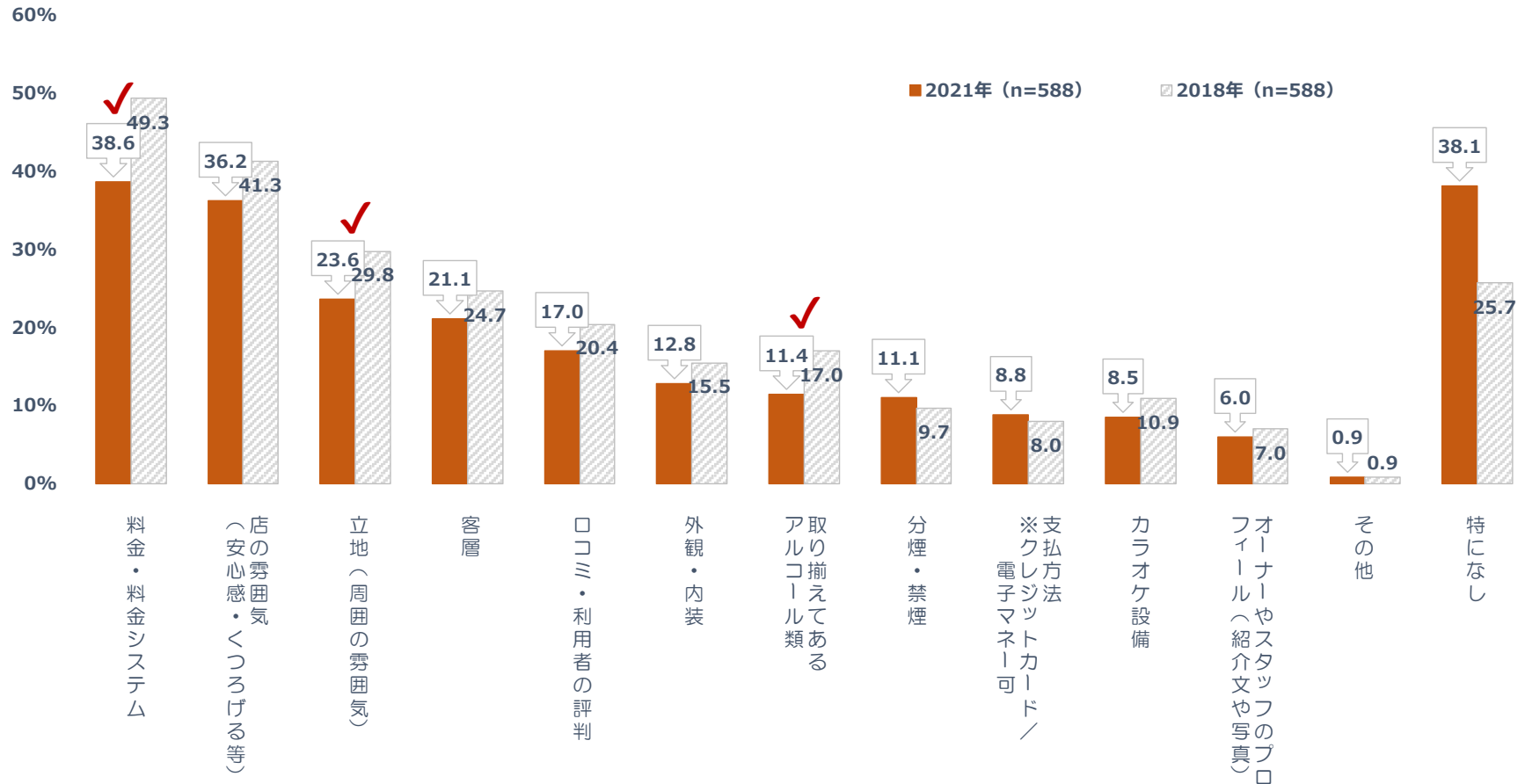


バー・スナック・パブを選ぶ際の条件

Point

- 「料金・料金システム」38.6%、「店の雰囲気」36.2%の割合が高い。次いで「立地」23.6%、「客層」21.1%。
- 2018年から2021年にかけて、「料金・料金システム」「立地」「取り揃えてあるアルコール類」の割合が減少している。

【設問文】あなたがバー・スナック・パブを選ぶ条件についてお答えください。（複数回答）

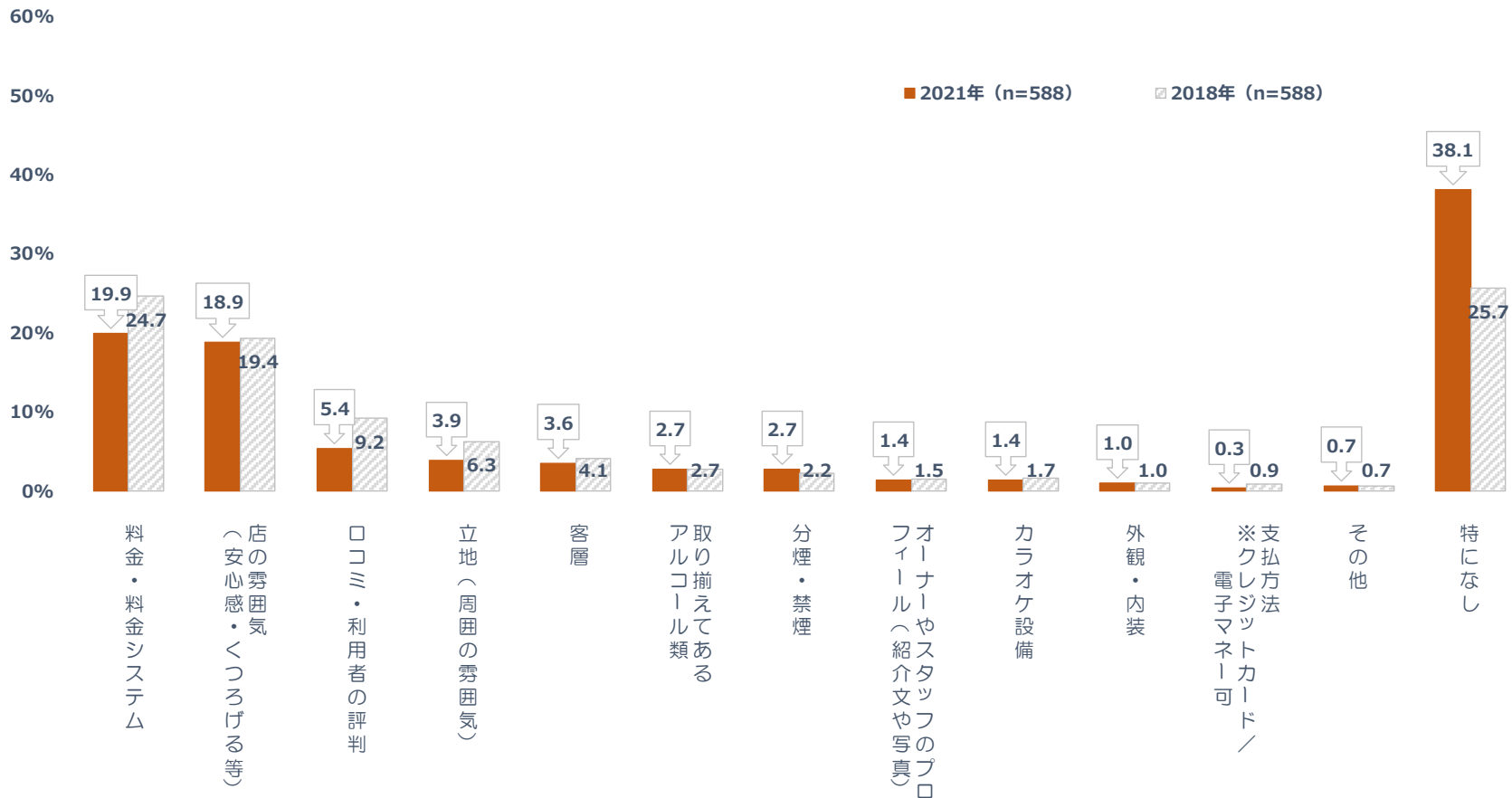


バー・スナック・パブを選ぶ際に決め手となる条件

Point

- 「料金・料金システム」19.9%、「店の雰囲気」18.9%の割合が高い。
- 2021年と2018年との間に大きな差は見られない。

【設問文】あなたがバー・スナック・パブを選ぶ際に、最も決め手となる条件についてお答えください。（単一回答）



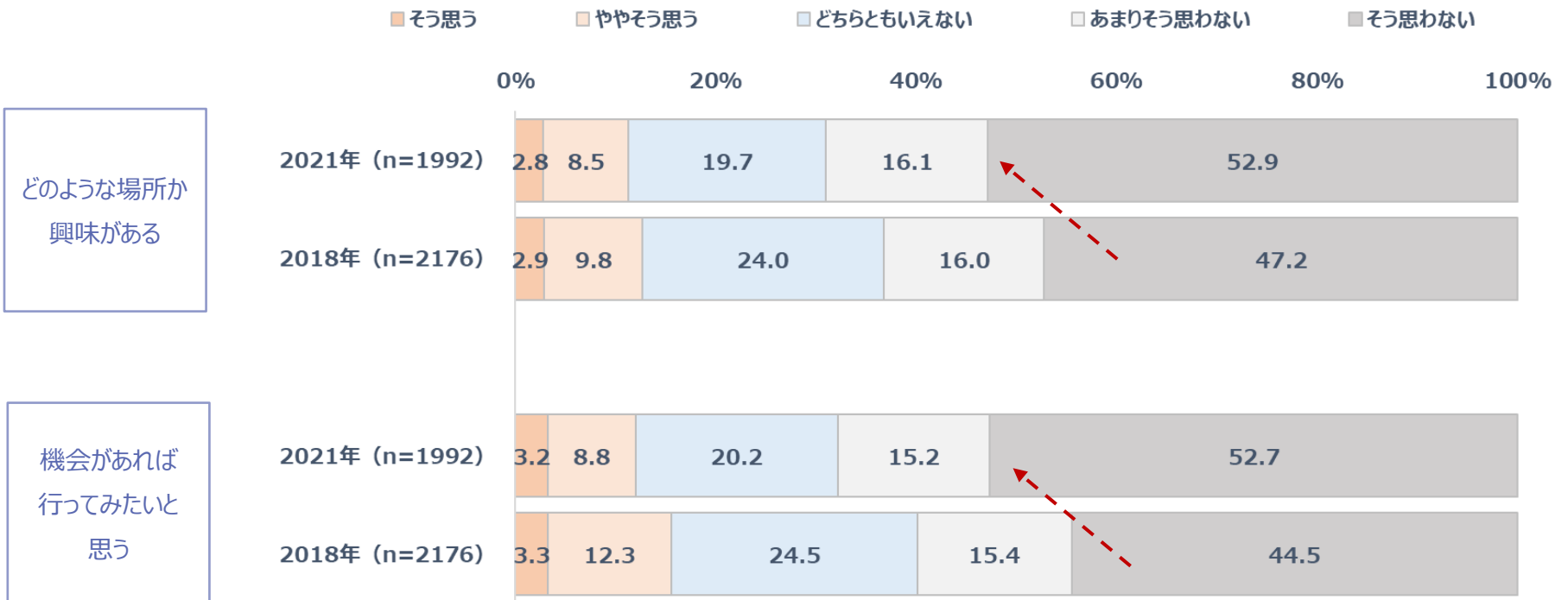
バー・スナック・パブに対する興味関心（非利用者対象設問）

Point

- 「（バー・スナック・パブが）どのような場所か興味がある」については、「そう思わない」の割合が最も高く52.9%。
- 「（バー・スナック・パブに）機会があれば行ってみたいと思う」は、「そう思わない」の割合が最も高く52.7%。
- 2018年から2021年にかけて「そう思わない」の割合が増加し、全体として興味関心度が低下している。

【設問文】最近3年以内にバー・スナック・パブを利用していない方にお伺いします。利用しないのはどうしてですか。（単一回答）

<集計対象：最近3年間以内にバー・スナック・パブの利用経験が「ない」と答えた回答者>



バー・スナック・パブに対する興味関心：性年代別（非利用者対象設問）

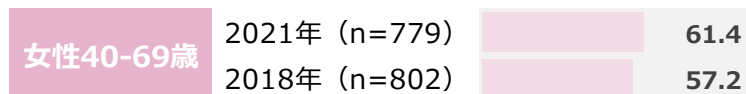
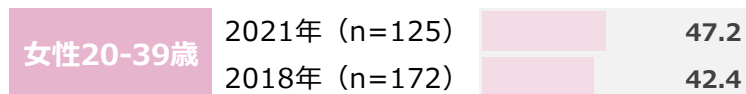
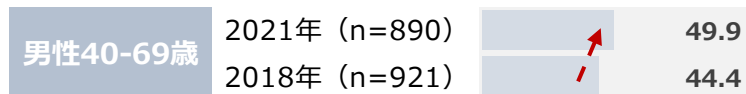
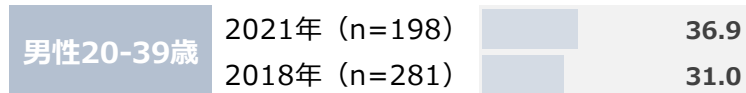
Point

- 性年代別に、「（バー・スナック・パブに）行ってみたいとは思わない」「（バー・スナック・パブが）どのような場所か興味があるとは思わない」についてみると、いずれも男性40-69歳の割合が増加しており、男性40-69歳の興味関心度が低下している。

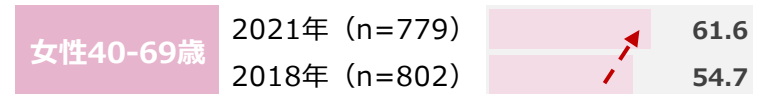
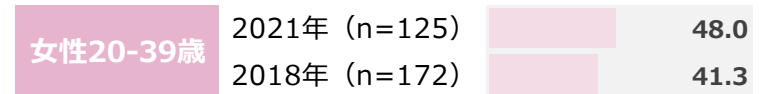
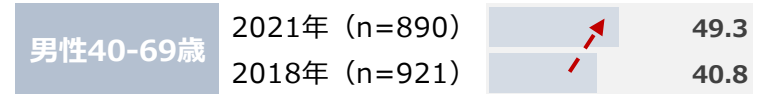
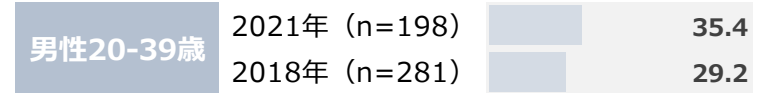
【設問文】最近3年以内にバー・スナック・パブを利用していない方にお伺いします。利用しないのはどうしてですか。（単一回答）

<集計対象：2018年実施調査で最近3年間以内にバー・スナック・パブの利用経験が「ない」と答えた回答者>

バー・スナック・パブに対する興味関心：機会があれば行ってみたいと思わない		
性年代	調査年	%



バー・スナック・パブに対する興味関心：どのような場所か興味があると思わない		
性年代	調査年	%



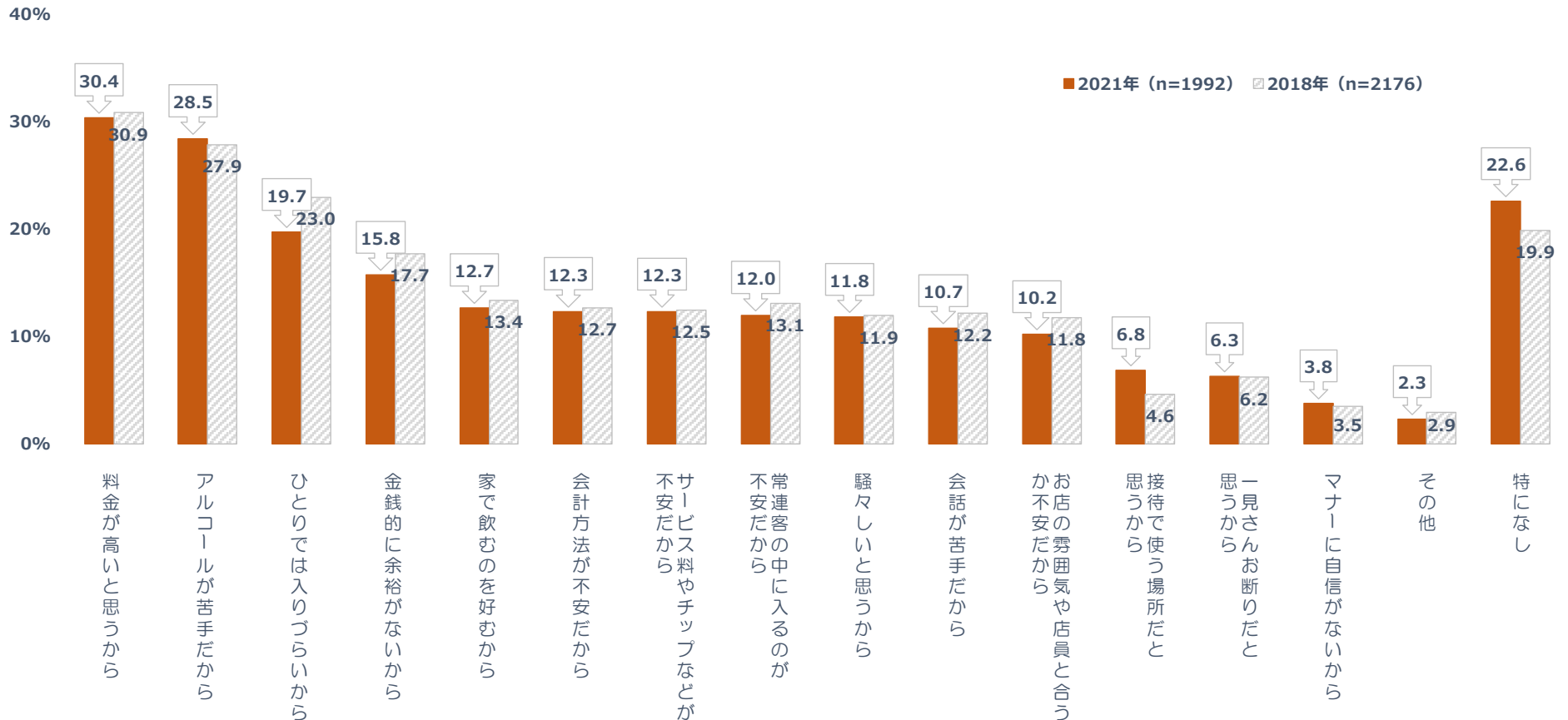
バー・スナック・パブを利用しない理由（非利用者対象設問）

Point

- 「料金が高いと思うから」30.4%、「アルコールが苦手だから」28.5%の割合が高く、次いで「ひとりでは入りづらいから」19.7%。
- 2021年と2018年との間に大きな差は見られない。

【設問文】最近3年以内にバー・スナック・パブを利用していない方にお伺いします。利用しないのはどうしてですか。（複数回答）

<集計対象：最近3年間以内にバー・スナック・パブの利用経験が「ない」と答えた回答者>



まとめ

まとめ：社交業

2021年調査全体傾向

- 「年に1回程度・それ以下」の割合が最も高く71.8%。
- 「3,000～5,000円未満」31.8%、「3,000円未満」29.1%の割合が高い。次いで「5,000～7,000円未満」18.2%
- 利用頻度は「減った」の割合が最も高く58.5%、次いで「変わらない」40.3%。
- 1人あたりの利用金額は「変わらない」の割合が最も高く54.6%、次いで「減った」44.0%。
- 「行きつけはない」60.7%の割合が高い。
- 行きつけの店に通う理由としては、「店の雰囲気がいから」13.4%、「スタッフが楽しませてくれるから」10.9%、「スタッフの接客態度やマナーがよいから」7.1%。
- 「家族や知人等の口コミ・紹介」の割合が最も高く34.2%。次いで「インターネットの店舗検索サイト」11.1%、「お店の外観や外から見える中の様子」10.5%。

2018年調査と比較した2021年調査の特徴

- 2018年から2021年にかけて、「年1回程度・それ以下」の割合が増加し、利用頻度は減少している。
- 2018年から2021年にかけて、「3,000円未満」の割合が増加し、「3,000～5,000円未満」が減少しており、平均支払額は減少傾向。
- 2018年以前から2021年にかけて、利用頻度、1人あたりの利用金額ともに低下傾向を示している。
- 2021年と2018年との間に大きな差は見られない。
- 2018年から2021年にかけて、「家族や知人等の口コミ・紹介」の割合が減少している。

利用頻度

1人1回あたりの 利用金額

3年前と比較した 利用の変化

行きつけの お店に通う理由

お店を検討する際の 情報源

まとめ：社交業

2021年調査全体傾向

2018年調査と比較した2021年調査の特徴

お店を選ぶ条件

- 「料金・料金システム」が最も多く38.6%、「店の雰囲気」36.2%、「立地」23.6%。

- 2018年から2021年にかけて、「料金・料金システム」「店の雰囲気」「立地」「取り揃えてあるアルコール類」の割合が減少している。

お店を選ぶ際に、決め手となる条件

- 「料金・料金システム」が最も多く19.9%、「店の雰囲気」18.9%の割合が高い。

- 2021年と2018年との間に大きな差は見られない。

バー・スナック・パブに対する興味関心

- 「（バー・スナック・パブが）どのような場所か興味がある」については、「そう思わない」の割合が最も高く52.9%。
- 「（バー・スナック・パブに）機会あれば行ってみたいと思う」は、「そう思わない」の割合が最も高く52.7%。

- 2018年から2021年にかけて「そう思わない」の割合が増加し、全体として興味関心度が低下している。

利用しない理由

- 「料金が高いと思うから」30.4%、「アルコールが苦手だから」28.5%の割合が高く、次いで「ひとりでは入りづらいから」19.7%。

- 2021年と2018年との間に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

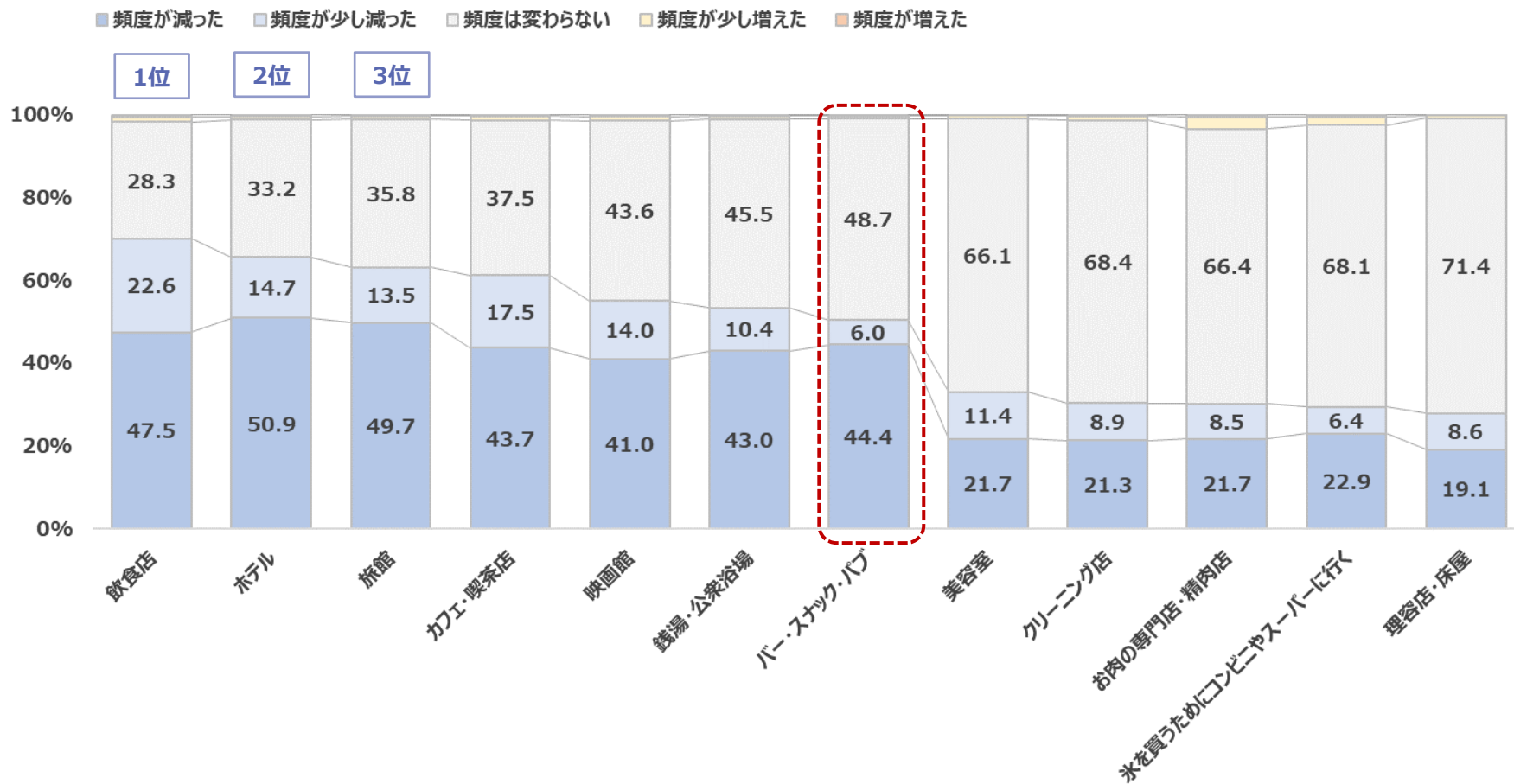
※次ページの全体ランキングは、消費者動向①「コロナ禍における消費者意識・行動」 P12の再掲

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。
- ・ 「バー・スナック・パブ」は50.4%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

Point

- 性年代別で見ると、男性40-69歳は他の区分に比べ利用頻度が減少している。

【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）

バー・スナック・パブ

