

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：すし業編

— 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回あたりの利用額：すし店(注文に応じて職人が握る店)	6
1人1回あたりの利用額：回転寿司店・持ち帰り／宅配専門店	8
すし店(注文に応じて職人が握る店)を選ぶ条件	9
すし店(注文に応じて職人が握る店)を選ぶ際に、最も決め手となる条件	10
回転寿司店を選ぶ条件	11
回転寿司店を選ぶ際に、最も決め手となる条件	12
行きつけのお店の評価ポイント	13
すし店を選ぶ際の情報源	14
初めて利用するすし店に求める情報	15
初めて利用するすし店に求める情報：最も決め手になるもの	16
まとめ	17
参考 コロナ禍における店舗利用頻度の変化	19

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

→2018年実施調査で最近3年以内にすし店の利用経験があると回答した20～60代男女（1,878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

利用頻度

Point

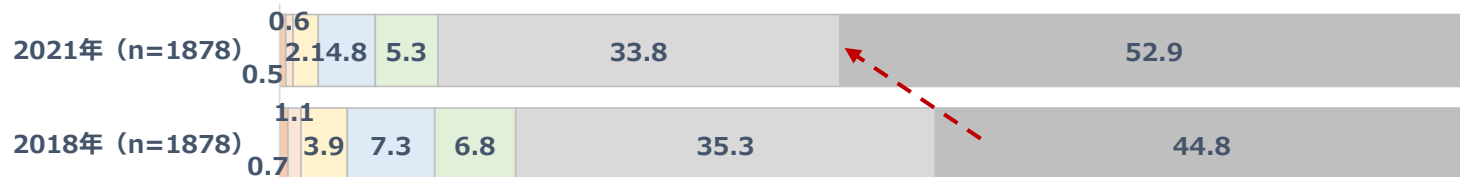
- 業態別利用状況は、すし店47.1%、回転寿司店93.8%、持ち帰り・宅配寿司専門店42.7%である。
- すし店、持ち帰り・宅配寿司専門店は「利用しない」が最も割合が高く5割を上回っている。回転寿司店は「年1回程度・それ以下」が最も割合が高く29.3%。
- 2018年から2021年にかけて、すし店や回転寿司店の利用頻度が減少した一方、持ち帰り/宅配寿司専門店の利用頻度はほとんど変化が見られない。

【設問文】あなたは普段どのくらいの頻度ですし店を利用されていますか。（単一回答）

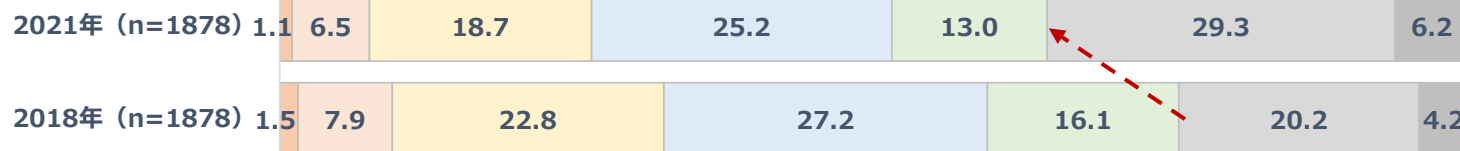
■ 週1回以上 ■ 月2～3回程度 ■ 月1回程度 ■ 2～3か月に1回程度 ■ 年2回程度 ■ 年1回程度・それ以下 ■ 利用しない

0% 20% 40% 60% 80% 100%

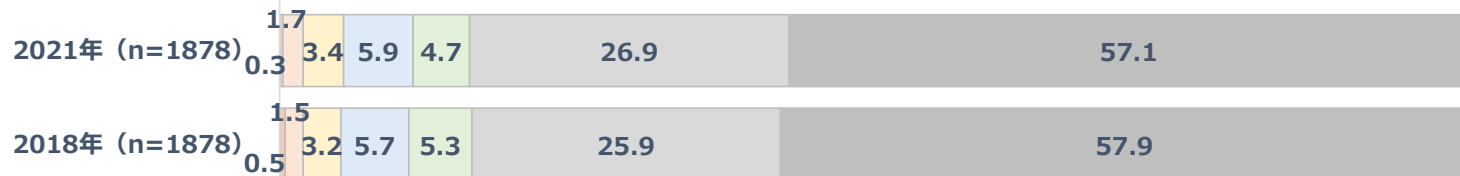
回転寿司店



すし店
注文に応じて
職人が握る店



持ち帰り
寿司専門店/
宅配寿司専門店



利用頻度：性年代別

Point

- ・ 性年代別に、すし店（注文に応じて職人が握る店）を「利用しない」割合を見ると、2018年から2021年にかけて、いずれの区分も「利用しない」割合が増加している。
- ・ 回転寿司店の「年1回程度・それ以下」についても、2018年から2021年にかけて、いずれの区分も「年1回程度・それ以下」の割合が増加しており、すし店（注文に応じて職人が握る店）や回転寿司店は性年代を問わず利用頻度が低下している。

【設問文】あなたは普段どのくらいの頻度ですし店を利用されていますか。（単一回答）

利用頻度：すし店（利用しない）

性年代	調査年	%
男性20-39歳	2021年 (n=199)	54.8
	2018年 (n=271)	44.3
男性40-69歳	2021年 (n=915)	47.4
	2018年 (n=843)	37.7
女性20-39歳	2021年 (n=131)	63.4
	2018年 (n=163)	54.6
女性40-69歳	2021年 (n=633)	58.0
	2018年 (n=601)	52.4

利用頻度：回転寿司店（年に1回程度・それ以下）

性年代	調査年	%
男性20-39歳	2021年 (n=199)	30.2
	2018年 (n=271)	19.9
男性40-69歳	2021年 (n=915)	28.9
	2018年 (n=843)	20.2
女性20-39歳	2021年 (n=131)	22.9
	2018年 (n=163)	11.7
女性40-69歳	2021年 (n=633)	31.0
	2018年 (n=601)	22.8

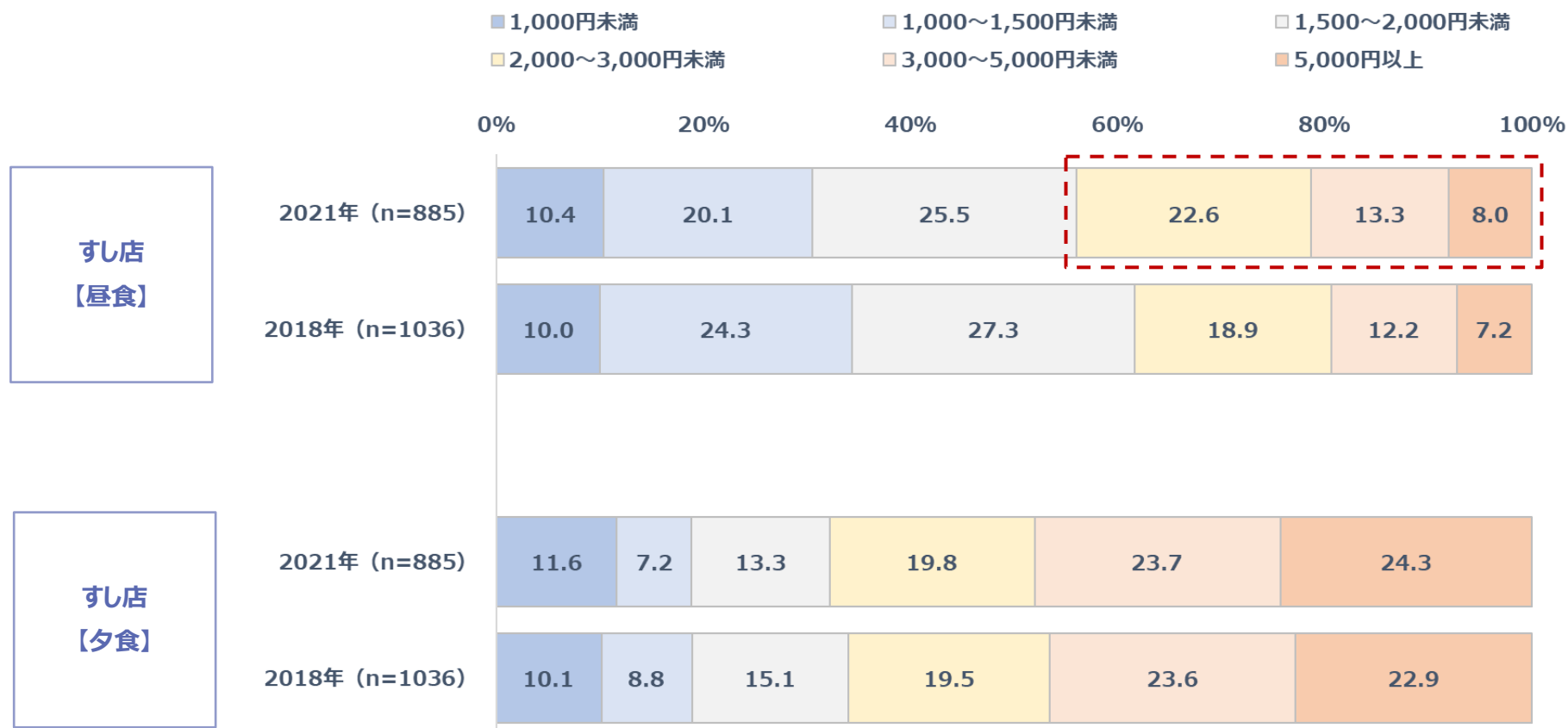
1人1回あたりの利用額：すし店（注文に応じて職人が握る店）

Point

- すし店【昼食】は「1,500～2,000円未満」「2,000～3,000円未満」の割合が高く、【夕食】は「5,000円以上」「3,000～5,000円未満」の割合が高い。
- 2018年から2021年にかけて、すし店【夕食】は変化が見られないが、すし店【昼食】は、2000円以上の価格帯の割合が微増している。

【設問文】1人あたりの平均的な支払金額をお答えください。（単一回答）

<集計対象：業態別のすし店それぞれの利用頻度について、「週に1回以上」～「年に1回以上・それ以下」と答えた回答者>



すし店【昼食】（注文に応じて職人が握る店）1人1回あたりの利用額：性年代別

Point

- 性年代別にみると、すし店（注文に応じて職人が握る店）での利用額「2,000円以上」については、男性40-69歳で割合が増加している。

【設問文】1人あたりの平均的な支払金額をお答えください。（単一回答）

<集計対象：業態別のすし店それぞれの利用頻度について、「週に1回以上」～「年に1回以上・それ以下」と答えた回答者>

平均支払額：すし店【昼食】（2,000円以上）			
性年代	調査年		%
男性20-39歳	2021年（n=90）		52.2
	2018年（n=151）		43.0
男性40-69歳	2021年（n=481）		44.5
	2018年（n=525）		37.7
女性20-39歳	2021年（n=48）		35.4
	2018年（n=74）		37.8
女性40-69歳	2021年（n=266）		41.7
	2018年（n=286）		37.1

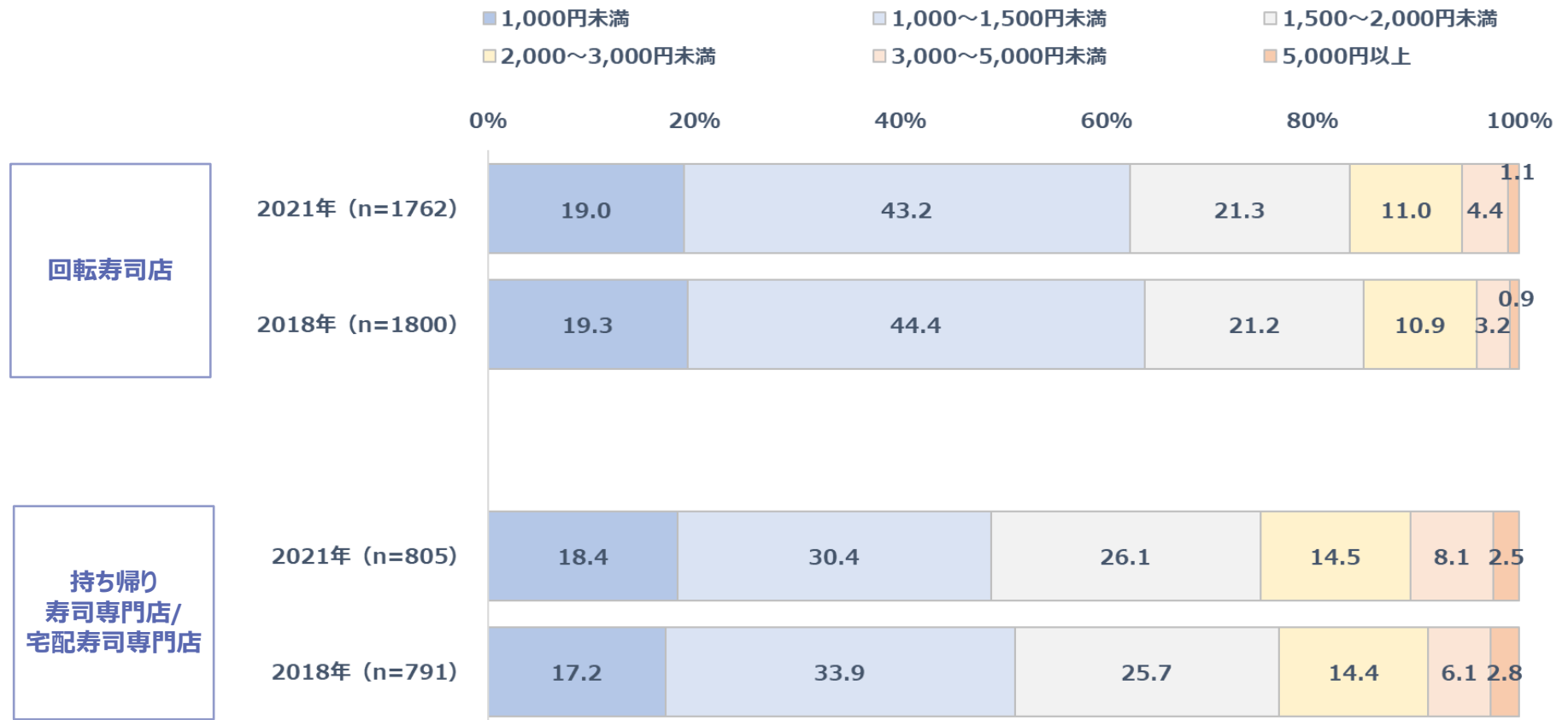
1人1回あたりの利用額：回転寿司店・持ち帰り／宅配専門店

Point

- 回転寿司店は「1,000～1,500円未満」の割合が最も高く43.2%。
- 持ち帰り・宅配寿司専門店は「1,000～1,500円未満」30.4%、「1,500～2,000円未満」26.1%の割合が高い。
- 回転寿司店、持ち帰り/宅配専門店ともに、2018年と2021年との間に大きな差は見られない。

【設問文】1人あたりの平均的な支払金額をお答えください。（単一回答）

<集計対象：業態別のすし店それぞれの利用頻度について、「週に1回以上」～「年に1回以上・それ以下」と答えた回答者>



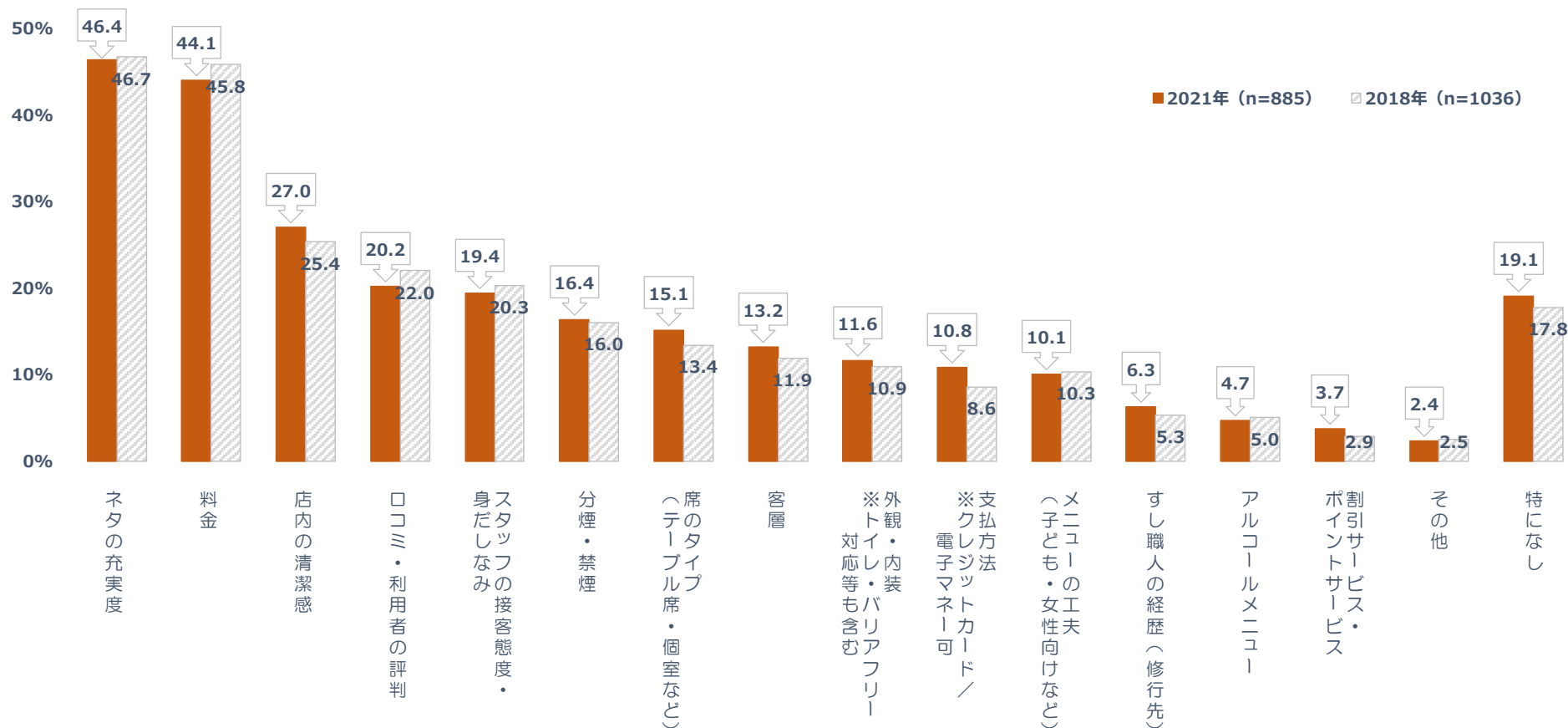
すし店（注文に応じて職人が握る店）を選ぶ条件

Point

- ・「ネタの充実度」46.4%、「料金」44.1%の割合が最も高い。
- ・2021年と2018年との間に大きな差は見られない。

【設問文】すし店（注文に応じて職人が握る店）を選ぶ際の条件をお答えください。（複数回答）

<集計対象：すし店の利用頻度について、「週に1回以上」～「年に1回以上・それ以下」と答えた回答者>



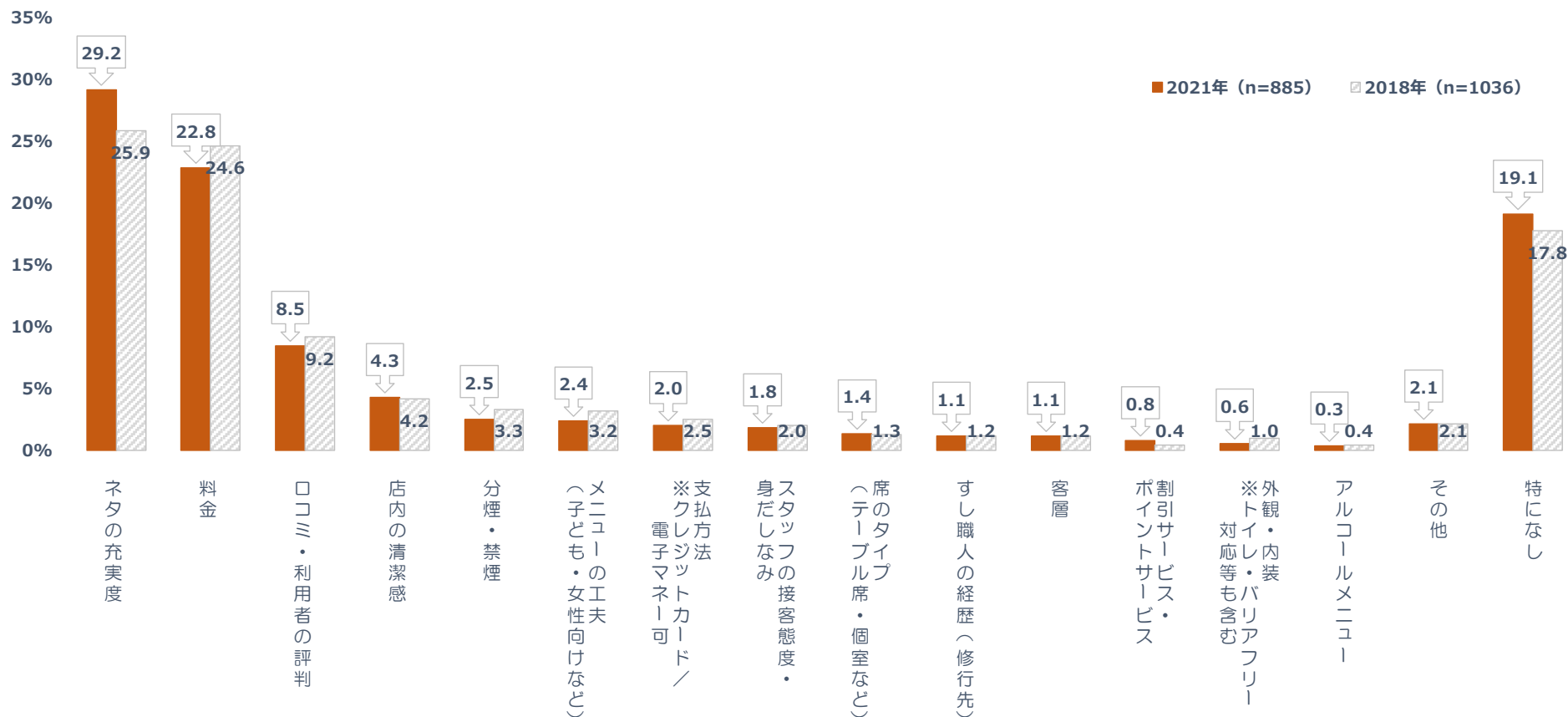
すし店（注文に応じて職人が握る店）を選ぶ際に、最も決め手となる条件

Point

- 「ネタの充実度」の割合が最も高く29.2%、次いで「料金」22.8%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】すし店（注文に応じて職人が握る店）を選ぶ際に、最も決め手となる条件をお答えください。（単一回答）

<集計対象：すし店の利用頻度について、「週に1回以上」～「年に1回以上・それ以下」と答えた回答者>



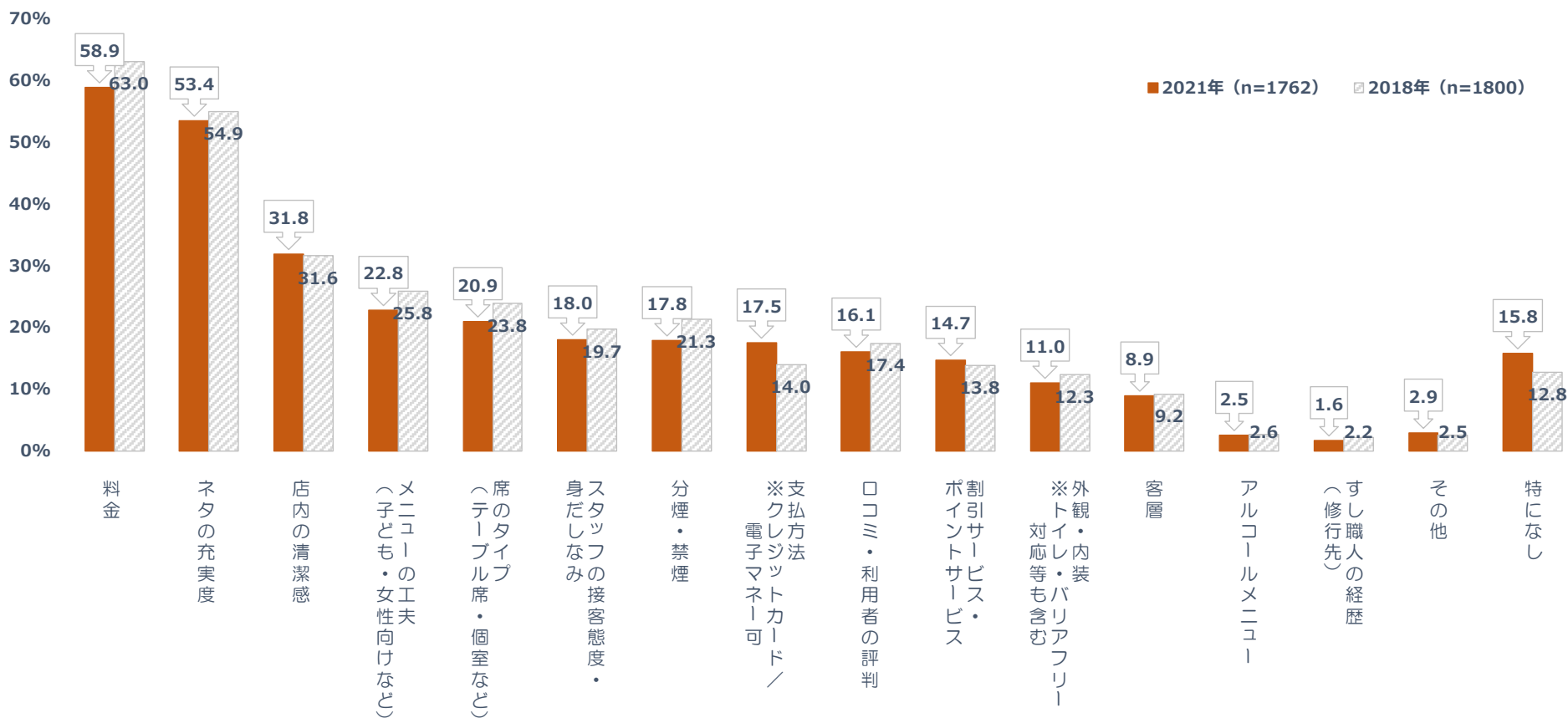
回転寿司店を選ぶ条件

Point

- ・「料金」58.9%、「ネタの充実度」53.4%の割合が高く、次いで「店内の清潔感」31.8%。
- ・ 2021年と2018年との間に大きな差は見られない。

【設問文】回転寿司店を選ぶ際の条件をお答えください。（複数回答）

<集計対象：回転寿司の利用頻度について、「週に1回以上」～「年に1回以上・それ以下」と答えた回答者>



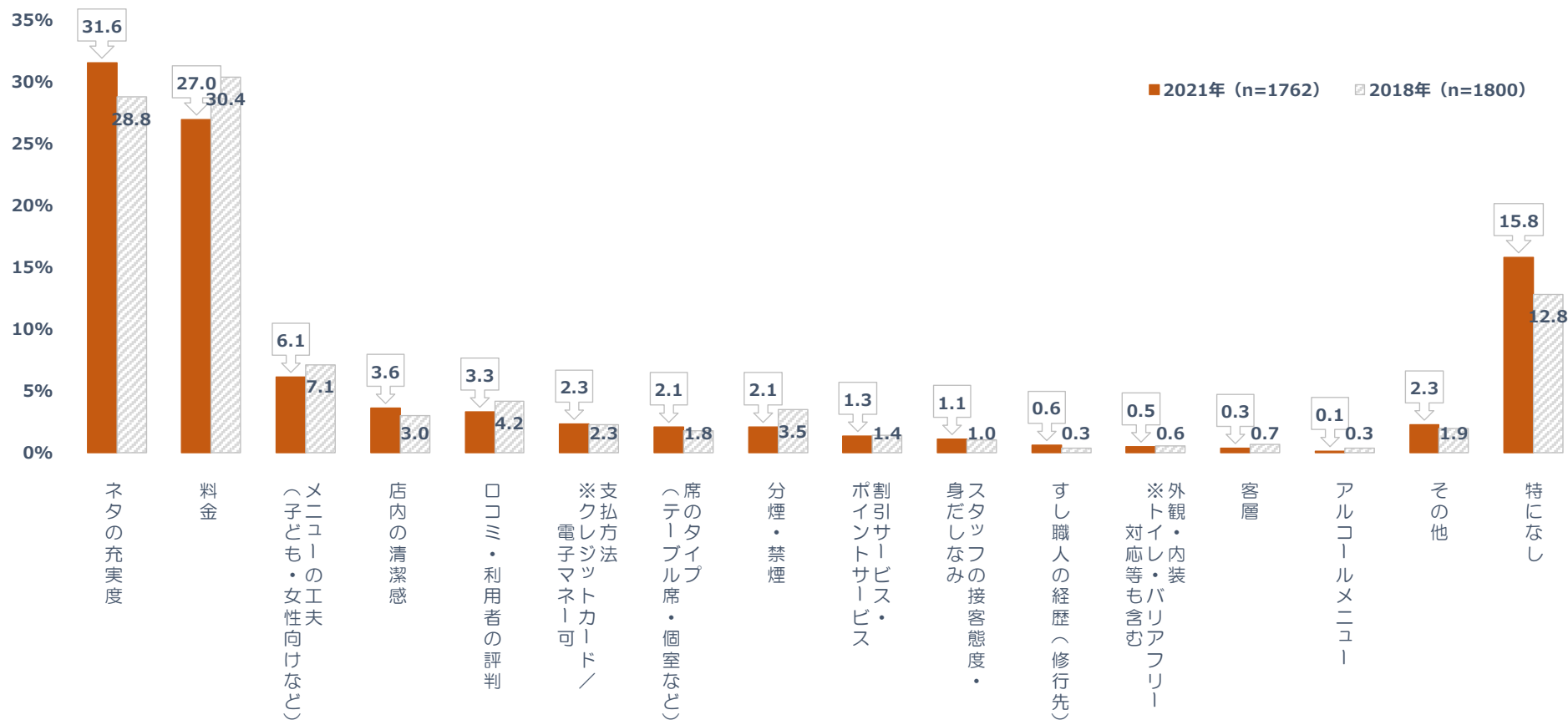
回転寿司店を選ぶ際に、最も決め手となる条件

Point

- ・「ネタの充実度」の割合が最も高く31.6%、次いで「料金」27.0%。
- ・ 2021年と2018年との間に大きな差は見られない。

【設問文】回転寿司店を選ぶ際に最も決め手となる条件をお答えください。（単一回答）

<集計対象：回転寿司の利用頻度について、「週に1回以上」～「年に1回以上・それ以下」と答えた回答者>

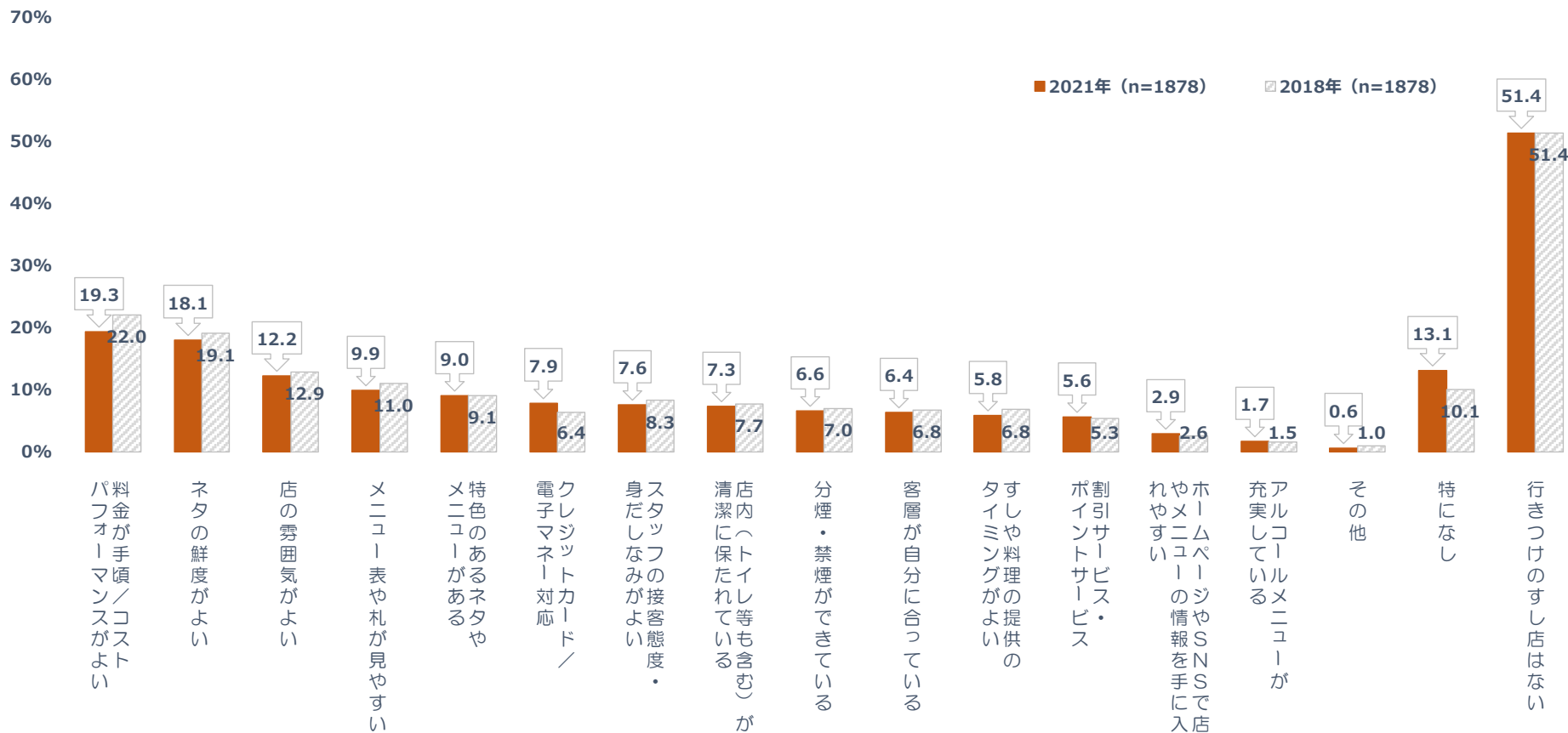


行きつけのお店の評価ポイント

Point

- 半数が「行きつけのすし店はない」と回答。
- 行きつけのお店の評価のポイントは、「料理が手頃／コストパフォーマンスがよい」19.3%、「ネタの鮮度がよい」18.1%の割合が高く、次いで「店の雰囲気が良い」12.2%。
- 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すし店の評価できるところをお答えください。（複数回答）

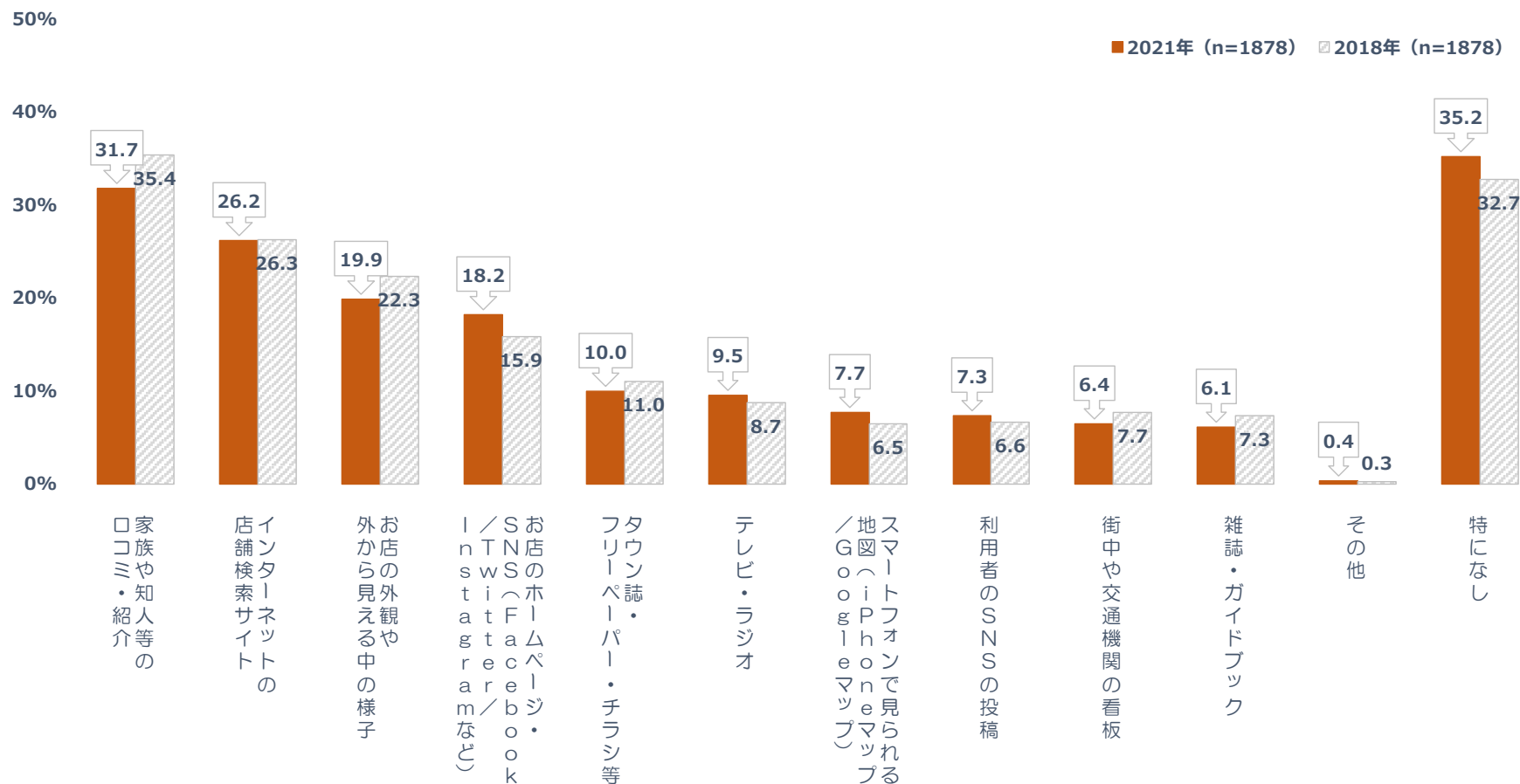


すし店を選ぶ際の情報源

Point

- 「家族や知人等の口コミ・紹介」の割合が最も高く31.7%、次いで「インターネットの店舗検索サイト」26.2%、「お店の外観や外から見える中の様子」19.9%。
- 2021年と2018年との間に大きな差は見られない。

【設問文】あなたはすし店を選ぶ際に、どのような情報源を活用していますか。（複数回答）

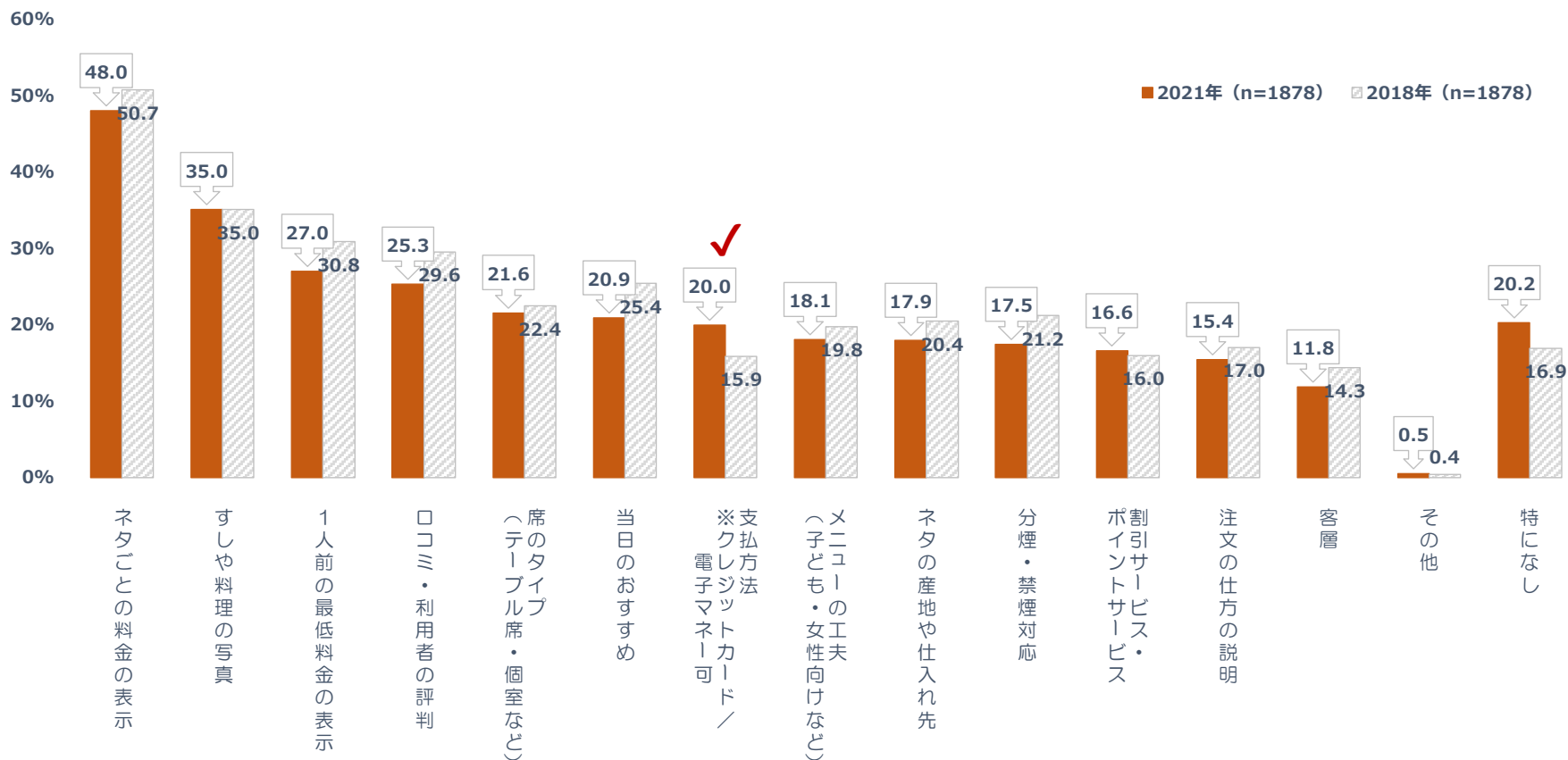


初めて利用するすし店に求める情報

Point

- 「ネタごとの料金の表示」の割合が最も高く48.0%。次いで「すしや料理の写真」35.0%、「1人前の最低料金の表示」27.0%、「口コミ・利用者の評判」25.3%。
- 2021年と2018年との間に大きな差は見られない中で、「支払方法」については増加している。

【設問文】あなたは、初めて利用するすし店を選ぶ際に、どのような情報源があると入りたい／入店しやすいと思いますか。（複数回答）

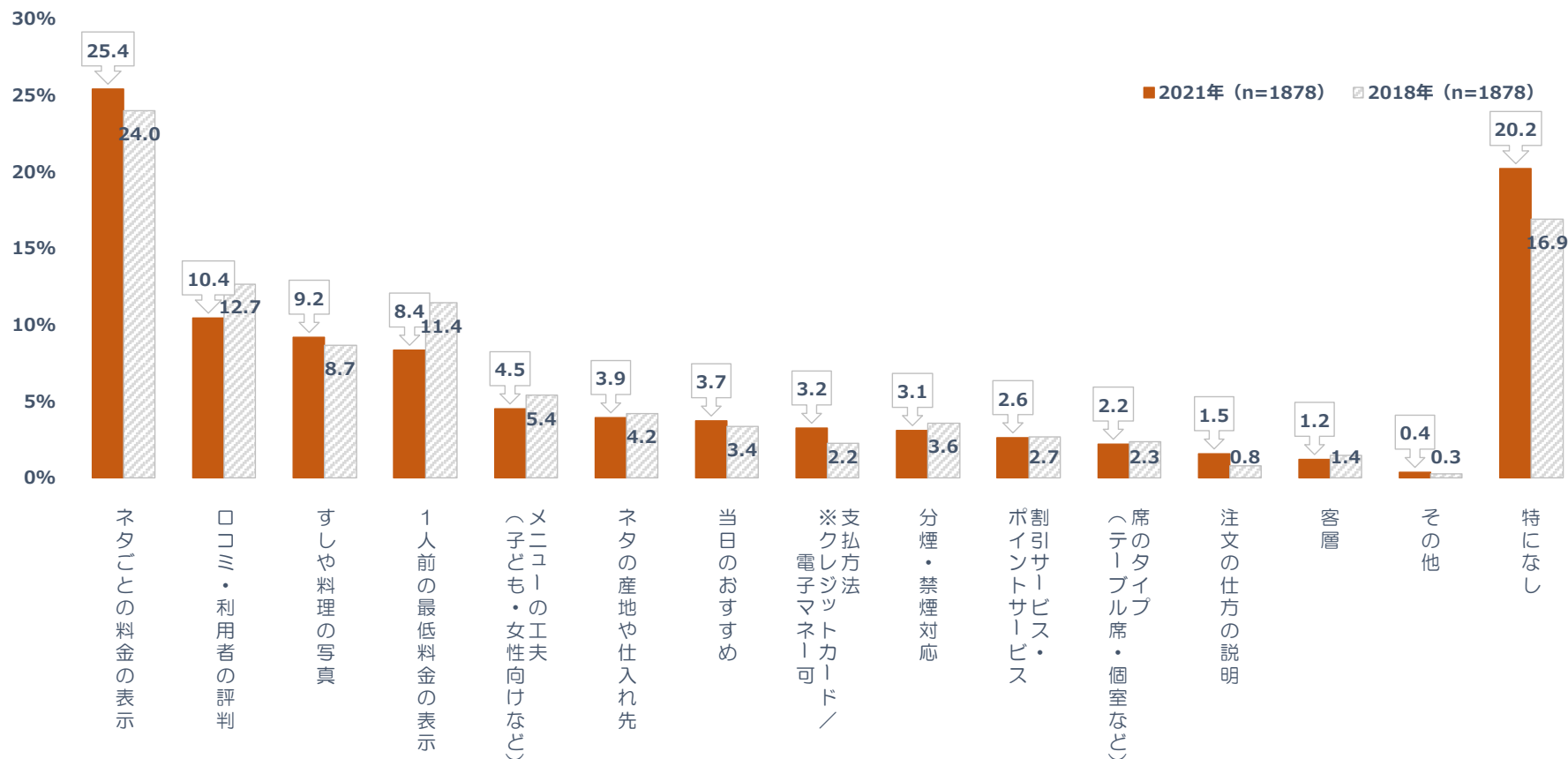


初めて利用するすし店に求める情報：最も決め手になるもの

Point

- 「ネタごとの料金の表示」が最も割合が高く25.4%。次いで「口コミ・利用者の評判」10.4%、「すしや料理の写真」9.2%、「1人前の最低料金の表示」8.4%。
- 2021年と2018年との間に大きな差は見られない。

【設問文】あなたは、初めて利用するすし店を選ぶ際に、どのような情報源があると入りたい／入店しやすいと思いますか。最も決め手になるものをお答えください。（単一回答）



まとめ

まとめ：すし業

2021年調査全体傾向

- 利用状況は、すし店47.1%、回転寿司店93.8%、持ち帰り・宅配寿司専門店42.7%
- すし店、持ち帰り・宅配寿司専門店は「利用しない」が最も割合が高く5割を上回っている。回転寿司店は「年1回程度・それ以下」が最も割合が高く29.3%。

- すし店【昼食】は「1,500～2,000円未満」「2,000～3,000円未満」の割合が高く、【夕食】は「5,000円以上」「3,000～5,000円未満」の割合が高い。
- 回転寿司店は「1,000～1,500円未満」の割合が最も高く43.2%。
- 持ち帰り・宅配寿司専門店は「1,000～1,500円未満」30.4%、「1,500～2,000円未満」26.1%の割合が高い。

- 「ネタの充実度」46.4%、「料金」44.1%の割合が最も高い。

- 「ネタの充実度」の割合が最も高く29.2%、次いで「料金」22.8%の割合が高い。

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、すし店や回転寿司店の利用頻度が減少した一方、持ち帰り/宅配寿司専門店の利用頻度はほとんど変化が見られない。

- 2018年から2021年にかけて、すし店【夕食】は変化が見られないが、すし店【昼食】は、2000円以上の価格帯の割合が微増している。
- 回転寿司店、持ち帰り/宅配専門店ともに、2021年と2018との間に大きな差は見られない。

- 2021年と2018年との間に大きな差は見られない。

- 2021年と2018年との間に大きな差は見られない。

利用頻度

平均支払額

すし店

(注文に応じて職人が握る店)

を選ぶ条件

すし店

(注文に応じて職人が握る店)

を選ぶ際に、 決め手となる条件

まとめ：すし業

2021年調査全体傾向

- 「料金」58.9%、「ネタの充実度」53.4%の割合が高く、次いで「店内の清潔感」31.8%。
- 「ネタの充実度」が最も多く31.6%、次いで「料金」27.0%。
- 半数が「行きつけのすし店はない」と回答。
- 行きつけのお店の評価のポイントは、「料理が手頃／コストパフォーマンスがよい」19.3%、「ネタの鮮度が良い」18.1%の割合が高く、次いで「店の雰囲気」がよい」12.2%。
- 「家族や知人等の口コミ・紹介」の割合が最も高く31.7%、次いで「インターネットの店舗検索サイト」26.2%、「お店の外観や外から見える中の様子」19.9%。
- 「ネタごとの料金の表示」が最も多く48.0%、次いで「すしや料理の写真」35.0%、「1人前の最低料金の表示」27.0%。
- 「ネタごとの料金の表示」の割合が最も高く25.4%、次いで「口コミ・利用者の評判」10.4%、「すしや料理の写真」9.2%、「1人前の最低料金の表示」8.4%。

2018年調査と比較した2021年調査の特徴

- 2021年と2018年との間に大きな差は見られない。
- 2021年と2018年との間に大きな差は見られない。
- 2021年と2018年との間に大きな差は見られない。
- 2021年と2018年との間に大きな差は見られない。
- 2021年と2018年との間に大きな差は見られない中で、「支払方法」については増加している。
- 2021年と2018年との間に大きな差は見られない。

回転寿司店を 選ぶ条件

回転寿司店を 選ぶ際に、 決め手となる条件

行きつけのお店の 評価ポイント

すし店を選ぶ際の 情報源

初めて利用する すし店に求める 情報

初めて利用する すし店に求める情報 最も決め手になるもの

参考

2021年調査における店舗利用頻度の変化

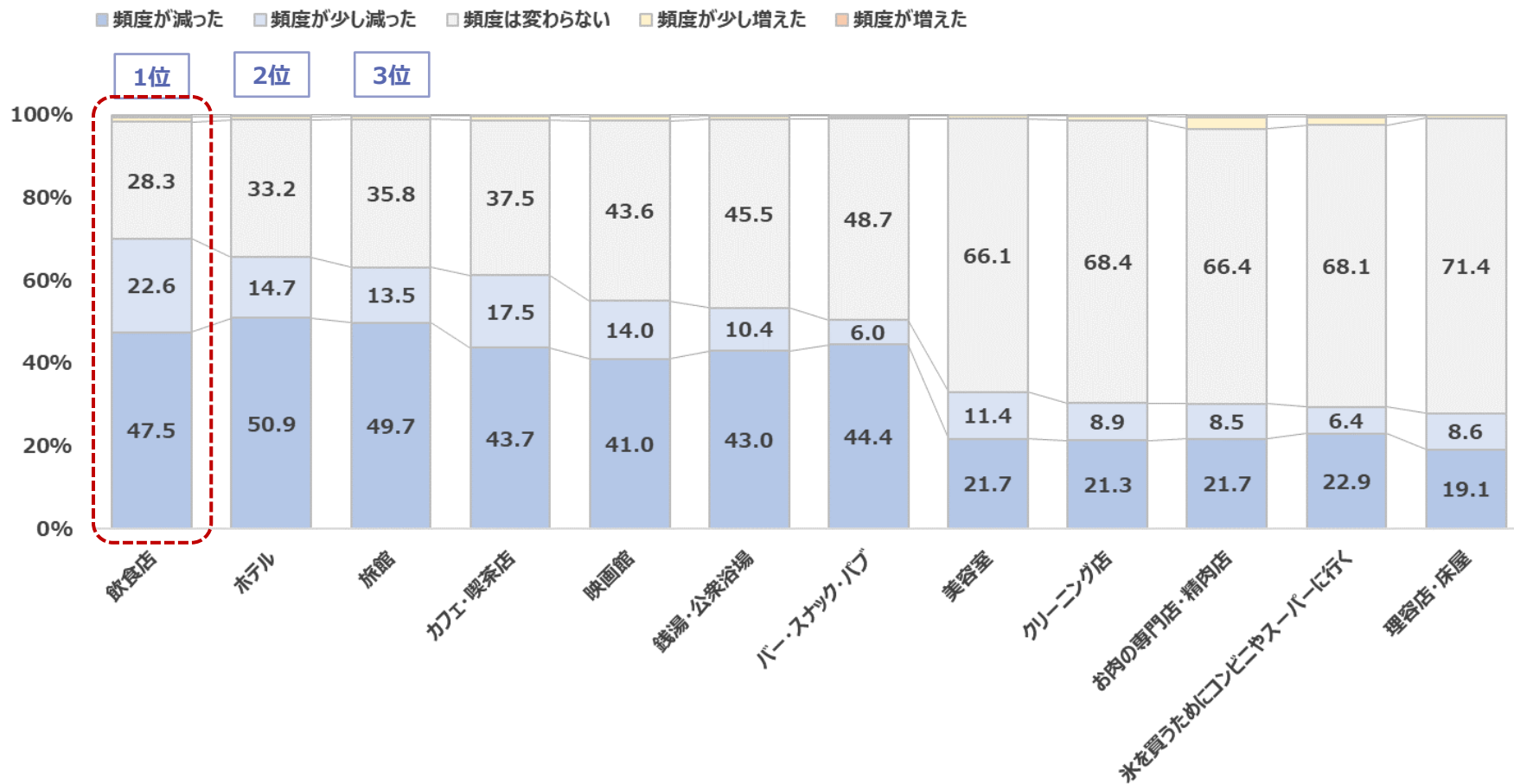
※次ページの全体ランキングは、消費者動向①「コロナ禍における消費者意識・行動」 P12の再掲

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

