

「コロナ禍における飲食店利用」に関するアンケート

2020年12月

政策企画部

1. 調査概要	3
2. 感染防止宣言ステッカーについて	9
3. コロナ禍における飲食店の利用頻度	14
4. コロナ禍における飲食店の利用実態	22

1. 調査概要

■調査目的

- ・感染防止宣言ステッカー（以下「ステッカー」という）の現状と掲示店での取組みを利用者である府民の視点から調査する
- ・コロナ禍における府民の飲食店利用の実態や意識・行動面の変化を調査する

■調査対象

大阪府民2,000名（民間調査会社のインターネットアンケートモニター）

■調査手法

インターネットアンケート調査<匿名調査>

■調査実施期間

2020年12月11日（金）～12月14日（月）

※調査結果に関する注意事項

- ・端数処理の四捨五入により、合計が100.0%にならない 或いは 全体の合計と一致しない場合があります。
- ・減少率や増加倍率は、小数点以下の端数処理を行う前の数値で算出しています。
- ・回答者は民間調査会社のインターネットアンケートモニターであり、無作為抽出サンプルのように「府民全体の縮図」ではない。そのため、本アンケート調査の結果は、無作為抽出による世論調査のように「調査時点での府民全体の状況」を示すものではなく、あくまで本アンケートの回答者の回答状況にとどまる。

「コロナ禍における飲食店利用」に関するアンケート

調査概要：属性【性別・年齢・ステッカーの認知及びステッカー掲示店の利用実績】

令和2年10月から11月に、夕食時に外食をした大阪府民を対象にアンケート調査を実施した。
性別、年齢、ステッカーの認知及びステッカー掲示店の利用実績については、各属性ごとに割付を行い回収した。

◆性別

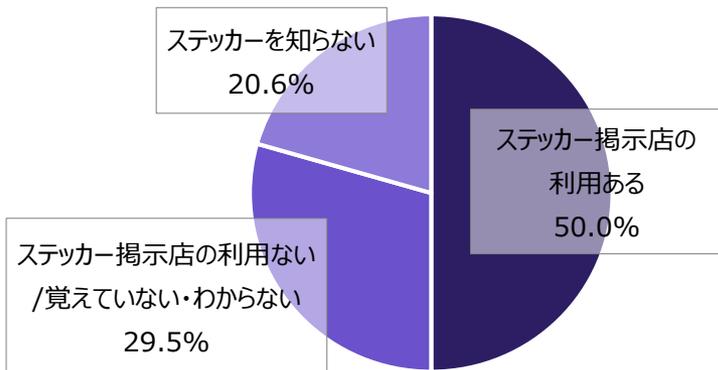
男性：1,000人
女性：1,000人

◆年齢

18～29歳：400人
30代：400人
40代：400人
50代：400人
60歳以上：400人

◆ステッカーの認知及びステッカー掲示店の利用実績

ステッカーを知っている、かつステッカーを掲示している店を利用した：1,000人
ステッカーを知らない、またはステッカーを知っているが掲示している店を利用していない（「覚えていない・わからない」を含む）：1,000人



【性別×年齢×ステッカーの認知及びステッカー掲示店の利用実績】

			ステッカーの認知				合計
			知っている 見たことがある	ステッカー掲示店の利用		知らない	
				ある	ない 覚えていない/ わからない		
男性	18～29歳	人数	156	100	56	44	200
		%	78.0%	50.0%	28.0%	22.0%	100.0%
	30代	人数	151	100	51	49	200
		%	75.5%	50.0%	25.5%	24.5%	100.0%
	40代	人数	150	100	50	50	200
		%	75.0%	50.0%	25.0%	25.0%	100.0%
	50代	人数	156	100	56	44	200
%		78.0%	50.0%	28.0%	22.0%	100.0%	
60歳以上	人数	158	100	58	42	200	
	%	79.0%	50.0%	29.0%	21.0%	100.0%	
合計	人数	771	500	271	229	1000	
	%	77.1%	50.0%	27.1%	22.9%	100.0%	
女性	18～29歳	人数	163	100	63	37	200
		%	81.5%	50.0%	31.5%	18.5%	100.0%
	30代	人数	172	100	72	28	200
		%	86.0%	50.0%	36.0%	14.0%	100.0%
	40代	人数	168	100	68	32	200
		%	84.0%	50.0%	34.0%	16.0%	100.0%
	50代	人数	162	100	62	38	200
%		81.0%	50.0%	31.0%	19.0%	100.0%	
60歳以上	人数	153	100	53	47	200	
	%	76.5%	50.0%	26.5%	23.5%	100.0%	
合計	人数	818	500	318	182	1000	
	%	81.8%	50.0%	31.8%	18.2%	100.0%	
合計	人数	1589	1000	589	411	2000	
	%	79.5%	50.0%	29.5%	20.6%	100.0%	

「コロナ禍における飲食店利用」に関するアンケート

調査概要：属性【職業、高齢者との関わり】

<職業>

	人数	割合
会社役員・団体役員	54	2.7%
会社員（正規雇用）	728	36.4%
会社員（派遣・契約など非正規雇用）	119	5.95%
公務員・団体職員	89	4.45%
パート・アルバイト	303	15.15%
自営業・自由業	151	7.55%
農林水産業	4	0.2%
家内労働・在宅ワーカー	1	0.05%
専業主婦（夫）	272	13.6%
無職	171	8.55%
学生	103	5.15%
その他	5	0.25%

<職場も含めて日常生活で65歳以上の高齢者と関わる可能性があるか>



		(n)	(%)	
全体		2000	60.1	40.0
性別	男性	1000	61.8	38.2
	女性	1000	58.3	41.7
年代	18~29歳	400	39.8	60.3
	30代	400	51.5	48.5
	40代	400	64.5	35.5
	50代	400	62.5	37.5
	60代以上	400	82.0	18.0

「コロナ禍における飲食店利用」に関するアンケート

調査概要:属性【主な外食場所】

<主な外食場所>



		(n)	(%)				
全体		2000	34.9	12.3	9.6	16.2	27.1
性別	男性	1000	34.4	12.9	10.1	17.0	25.6
	女性	1000	35.3	11.7	9.1	15.4	28.5
年代	18~29歳	400	40.3	14.8	13.5	14.3	17.3
	30代	400	38.8	13.0	6.3	15.5	26.5
	40代	400	31.0	13.0	9.3	17.8	29.0
	50代	400	32.3	10.5	9.3	16.5	31.5
	60代以上	400	32.0	10.3	9.8	17.0	31.0

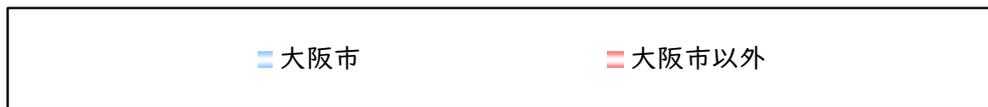
分析においては、「大阪市内で外食することが多い」「どちらかというโต大阪市内で外食することが多い」と回答した人を主に大阪市内で外食する人、「大阪市外で外食することが多い」「どちらかというโต大阪市外で外食することが多い」と回答した人を主に大阪市外で外食する人と分類している。

なお、この質問では特段「外食」について定義していない。

「コロナ禍における飲食店利用」に関するアンケート

調査概要:属性【住所】

<住所>



		(n)	(%)	
全体		2000	35.2	64.9
性別	男性	1000	35.1	64.9
	女性	1000	35.2	64.8
年代	18~29歳	400	37.8	62.3
	30代	400	38.0	62.0
	40代	400	31.5	68.5
	50代	400	35.5	64.5
	60代以上	400	33.0	67.0

2. 感染防止宣言ステッカーについて

「コロナ禍における飲食店利用」に関するアンケート

ステッカーの実効性:ステッカーの有無の考慮【性別・年代別・高齢者との関わり別】

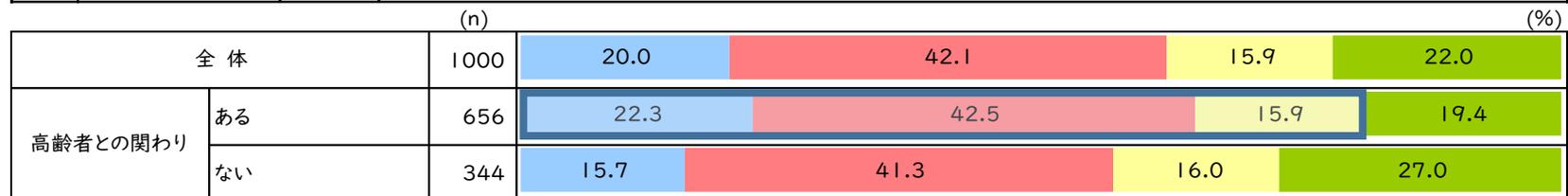
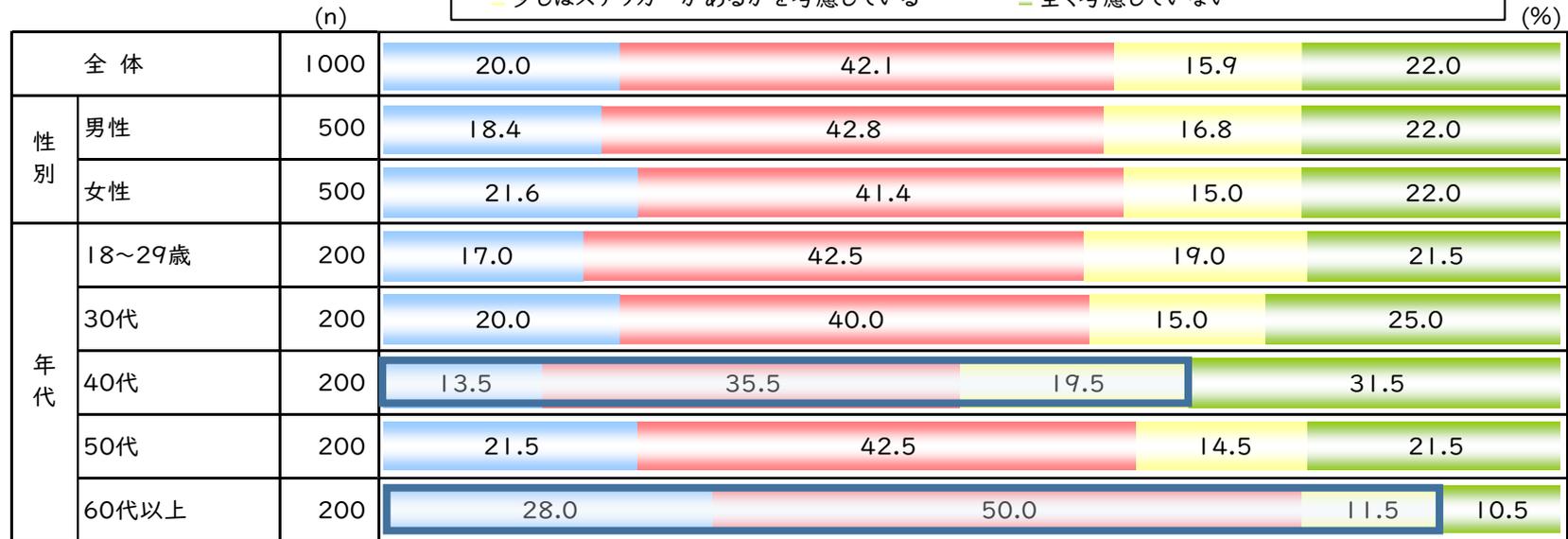
◆ステッカーを掲示している店舗を利用した人のうち、78%がステッカーを考慮していると回答した。

「必ずステッカーのある店を選択している」「できればステッカーのある店を選択している」「少しはステッカーがあるかを考慮している」のいずれかを選択した割合をみると、全体では、78%がステッカーを考慮していると回答した。年代別でみると40代の割合が低く、60代以上が高いことがわかった。

また、日常生活で高齢者と関わる人の方が、そうでない人と比べて、考慮している割合が高かった。

Q あなたは、新型コロナウイルスの第2波（8月ごろ）以降、飲食店を選ぶときに、感染防止宣言ステッカーの有無をどの程度考慮していますか。

■ 必ずステッカーのある店を選択している ■ できればステッカーのある店を選択している
■ 少しはステッカーがあるかを考慮している ■ 全く考慮していない



 は何らかの考慮をしている人

N(回答数)=1,000(ステッカー掲示店の利用実績あり)

「コロナ禍における飲食店利用」に関するアンケート

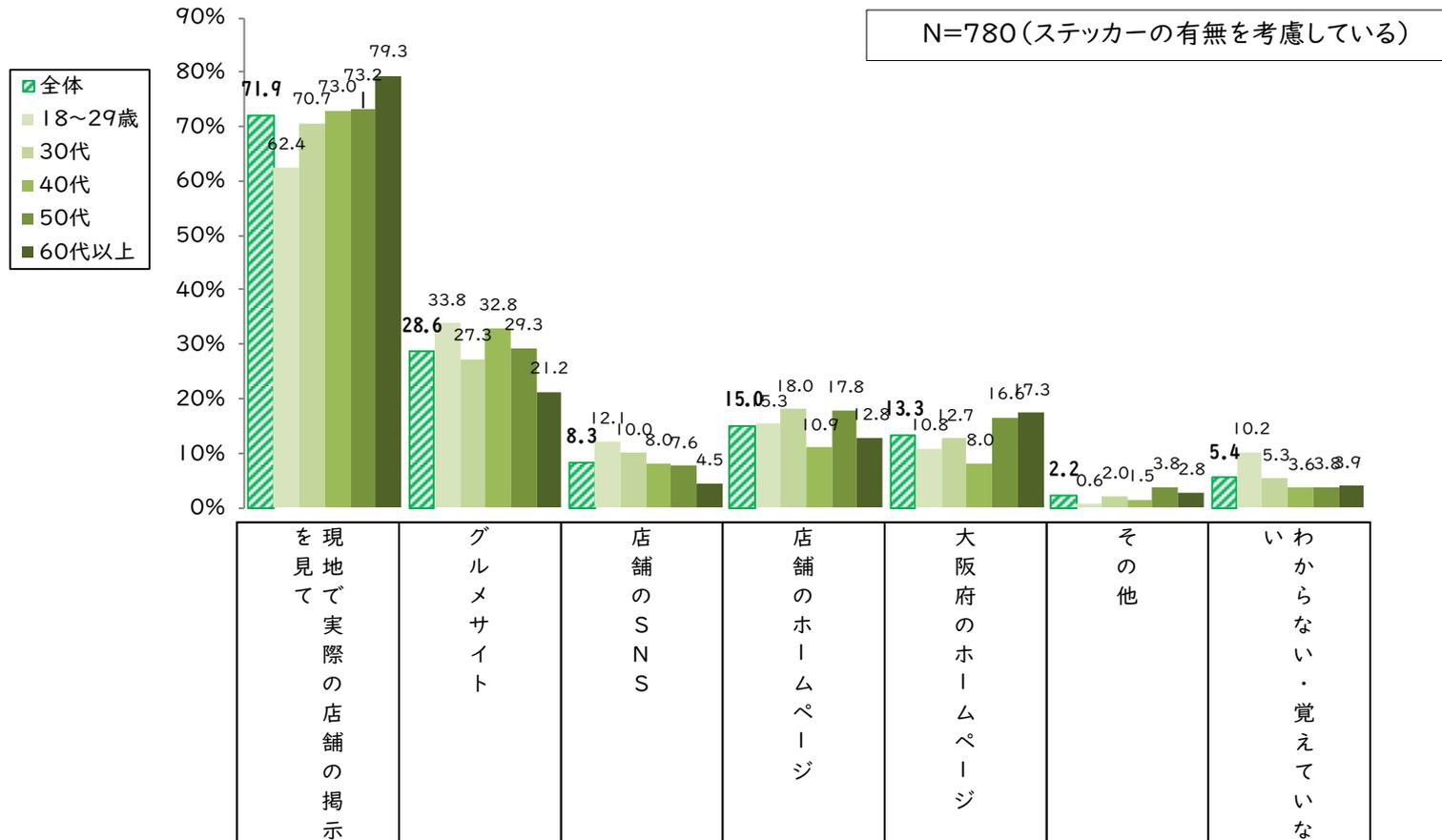
ステッカーの実効性:ステッカー有無の情報源【年代別】

◆主に現地でステッカーがあるかどうかを確認するが、年代によってその割合に違いがある。

全体では71.9%が「現地で実際の店舗の掲示を見て」を選択し、最も多かった。また、年代別で見てもすべての年代でこの選択肢の割合が最も高かった。

しかし、年代別で見ると、若い世代ほど現地で確認する割合が低く、グルメサイトや店舗のSNSで確認する割合が高かった。また、40代以下と50代以上で比較したとき、50代以上の方が40代以下と比べて、「大阪府のホームページ」を選択した割合が高かった。

Q 店舗に感染防止宣言ステッカーがあるという情報を、どこで得られましたか。



「コロナ禍における飲食店利用」に関するアンケート

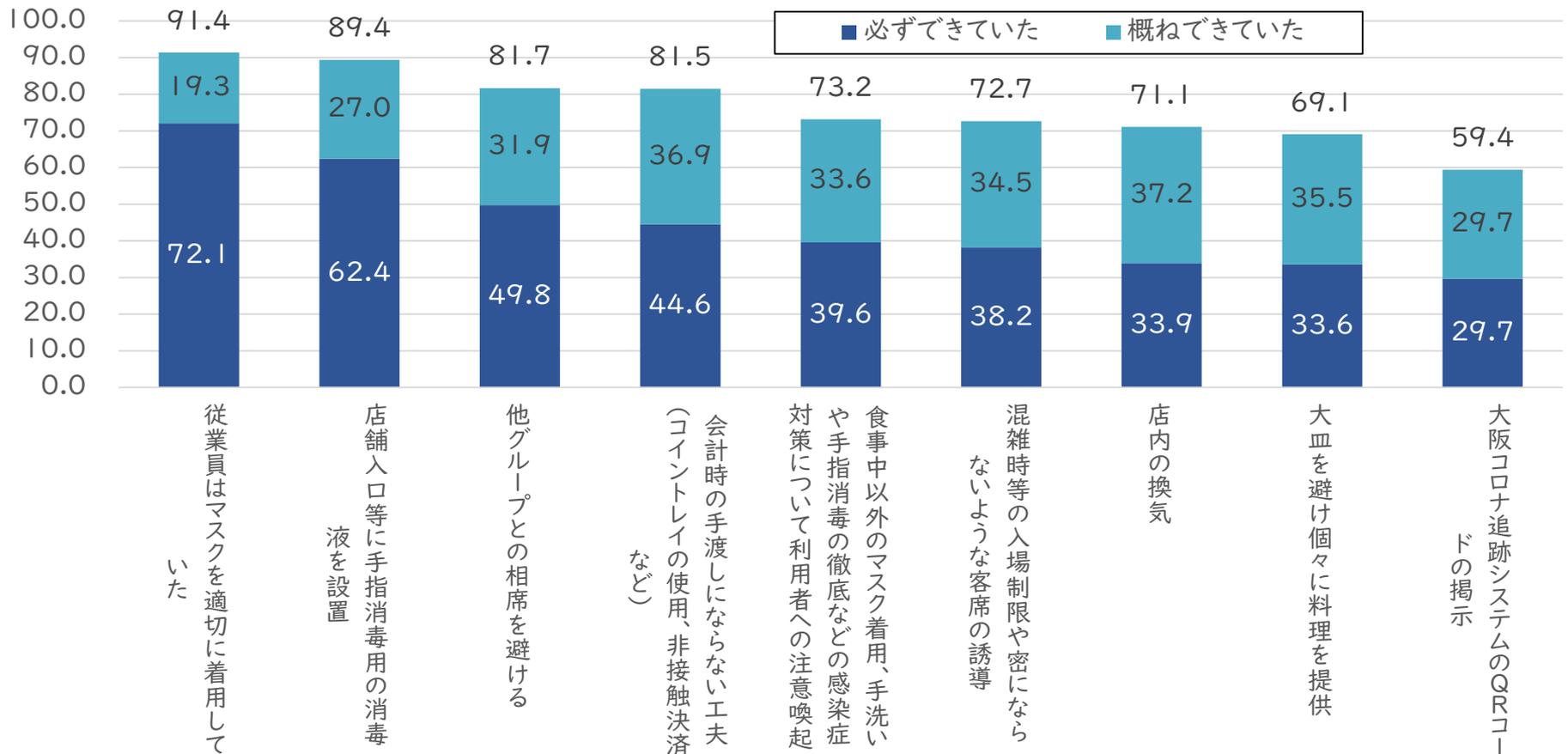
ステッカーの実効性:ステッカー掲示店での感染防止対策

◆感染防止対策によって、実施率に差がある。

全体では「従業員はマスクを適切に着用していた」「店舗入口等に手指消毒用の消毒液を設置」などのできていた割合の高い対策から、「大皿を避け個々に料理を提供」「大阪コロナ追跡システムのQRコードの掲示」などのできていた割合が低いものまで、各対策の実施率には差があった。

Q あなたが訪れたステッカーを掲示していた店舗では、下記の感染防止対策ができていましたか。

N=1,000 (ステッカー掲示店の利用実績あり)

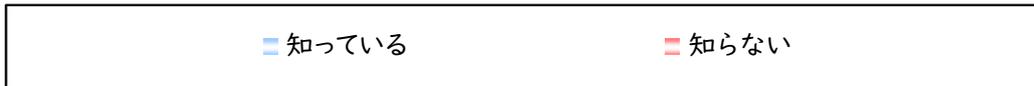


「コロナ禍における飲食店利用」に関するアンケート

ステッカーの実効性：ステッカーコールセンターの認知度【性・年代・高齢者との関わり別】

◆ステッカーのコールセンターについては40代の認知度が低い。また、高齢者との関わりがある人の認知度は高い。
 全体では23.4%が知っていると回答した。年代でみると、40代の認知度が他の年代と比べて低かった。
 日常生活で高齢者との関わりがあるかどうかで比較すると、日常生活で高齢者との関わりがある人の方が知っている割合が高かった。

Q あなたは、「感染防止宣言ステッカーコールセンター」を知っていますか。



		(n)	%	
全体		2000	23.4	76.7
性別	男性	1000	23.0	77.0
	女性	1000	23.7	76.3
年代	18~29歳	400	26.3	73.8
	30代	400	23.8	76.3
	40代	400	18.0	82.0
	50代	400	23.8	76.3
	60代以上	400	25.0	75.0

		(n)	%	
全体		2000	23.4	76.7
高齢者との関わり	ある	1201	25.2	74.8
	ない	799	20.5	79.5

3. コロナ禍における飲食店の利用頻度

「コロナ禍における飲食店利用」に関するアンケート

飲食店の利用頻度：前年同期比

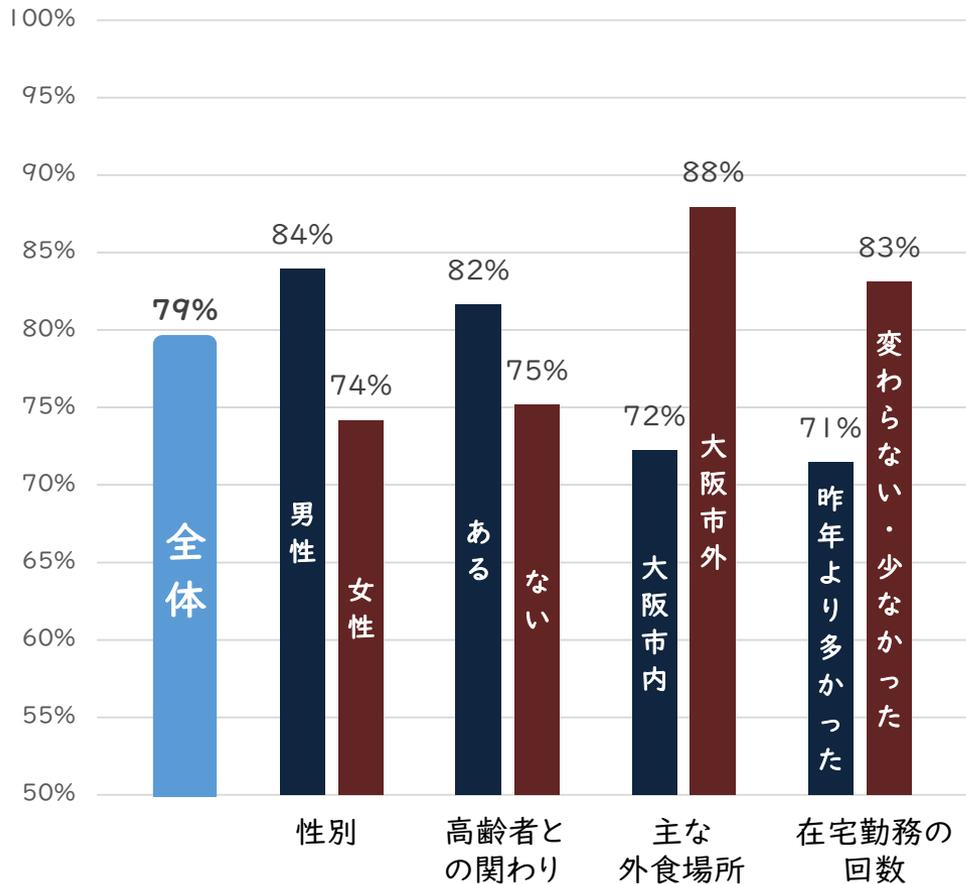
◆10月～11月の外食回数は、全体では約2割減少。性別、高齢者との関わり、主な外食場所、在宅勤務の状況、年代によって減少幅は違う。

10月～11月の外食回数を、昨年(2019年)と今年(2020年)を回答してもらい、減少率を計算した。

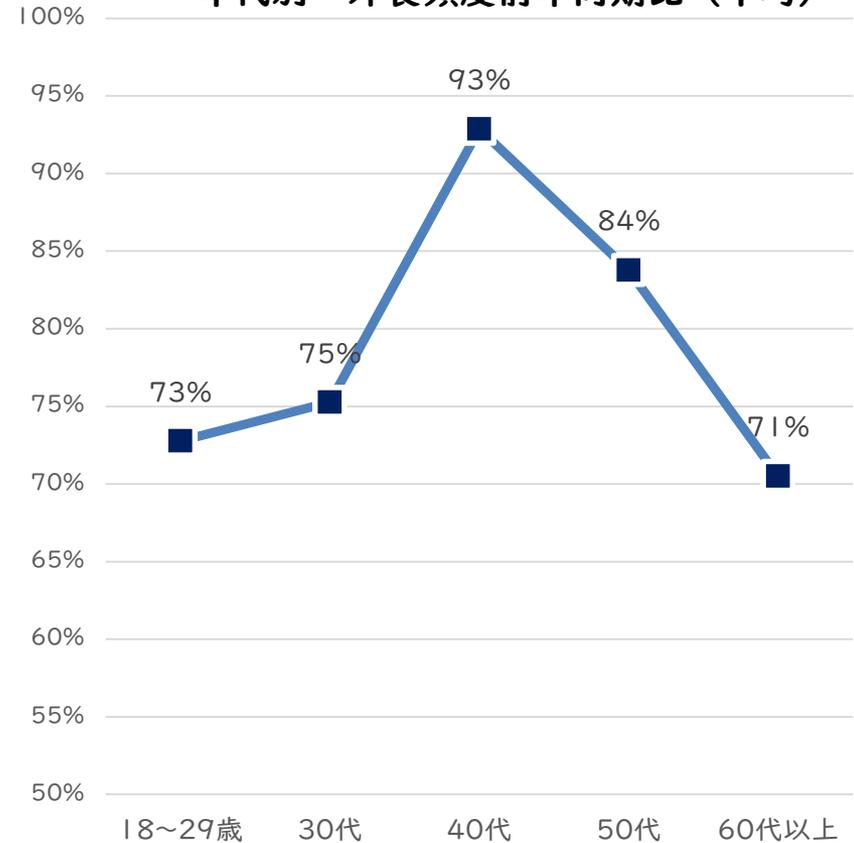
全体では、前年同期比79%となった。属性に分けてみると、女性、主に大阪市内で外食する人、在宅勤務が昨年より増えた人の方が減少幅が大きい傾向がみられた。高齢者との関わりがある人の方が、減少幅が小さかったという結果もあり、今後も注意する必要がある。

年代別でみると、40代や50代の減少幅が小さい傾向がみられた。

属性別 外食頻度前年同期比 (平均)



年代別 外食頻度前年同期比 (平均)



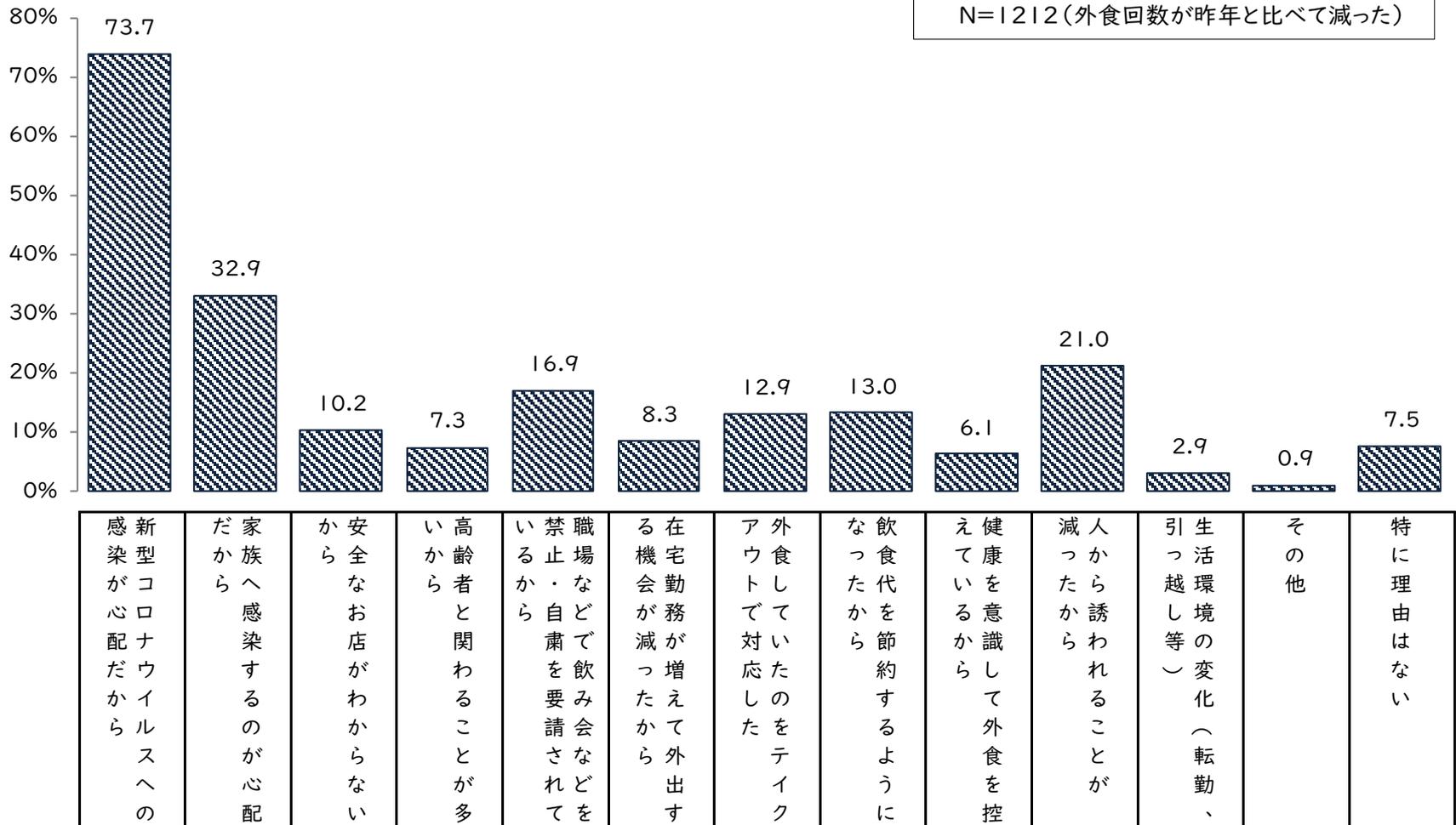
「コロナ禍における飲食店利用」に関するアンケート

飲食店の利用頻度：減少理由

◆感染を心配して外食を減らしている人が最も多い。

全体では、「新型コロナウイルスへの感染が心配だから」「家族へ感染するのが心配だから」等、感染を心配する理由が多かった。

Q 昨年よりも外食回数が減った方に質問です。外食回数が減った理由をすべて選んでください。



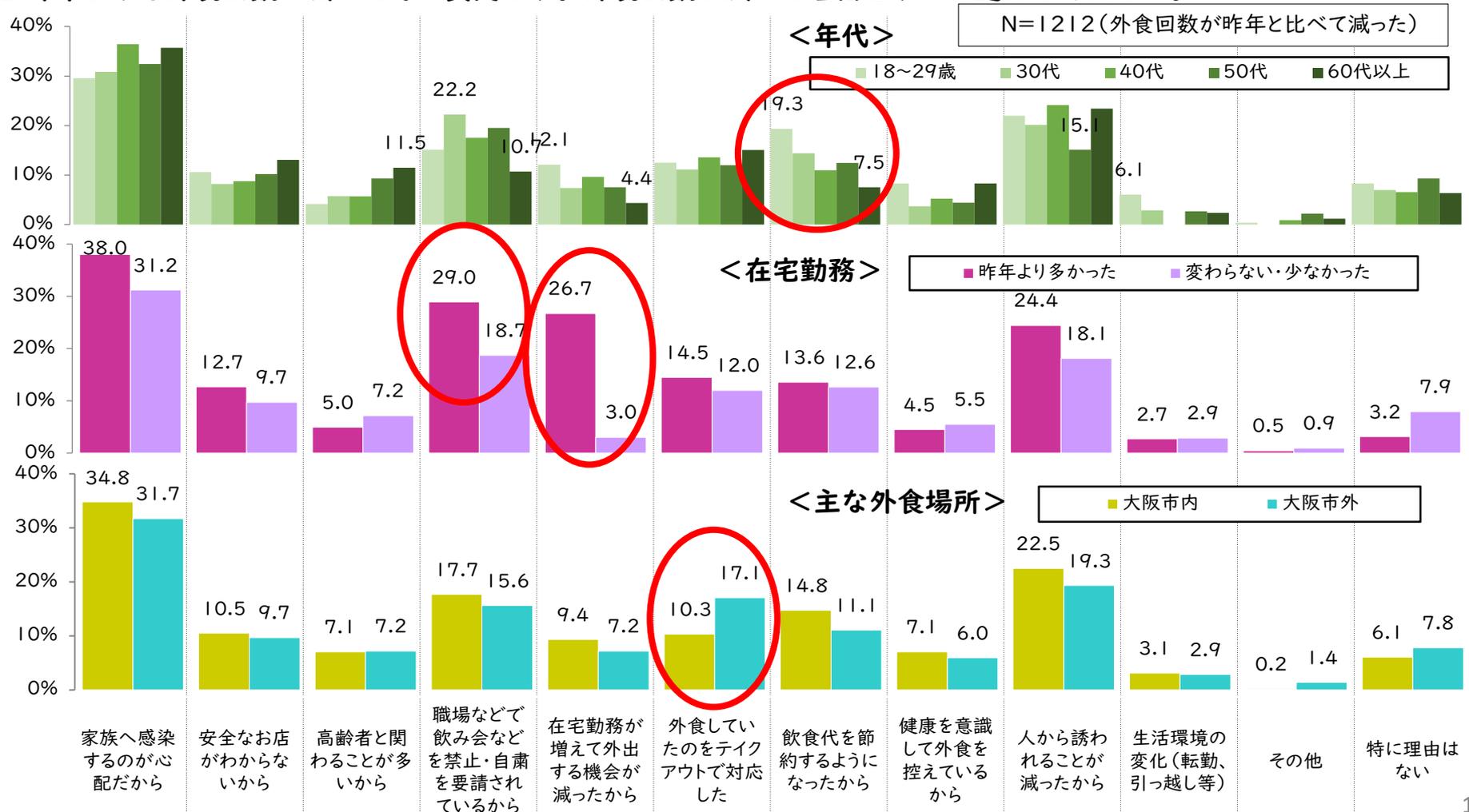
「コロナ禍における飲食店利用」に関するアンケート

飲食店の利用頻度：減少理由【年代、在宅勤務、外食場所別】

◆感染を心配する理由以外は属性によって差がある。

前頁と同じ質問で「新型コロナウイルスへの感染が心配だから」以外の選択肢について、各属性に分けて分析した。若い世代ほど飲食代の節約を選んだ割合が高い傾向にあった。在宅勤務が前年より多い人の方が在宅勤務や会社からの要請を理由とする割合が高かった。また、主な外食場所が大阪市外の方がテイクアウトで対応した割合が高かった。

Q 昨年よりも外食回数が減った方に質問です。外食回数が減った理由をすべて選んでください。



「コロナ禍における飲食店利用」に関するアンケート

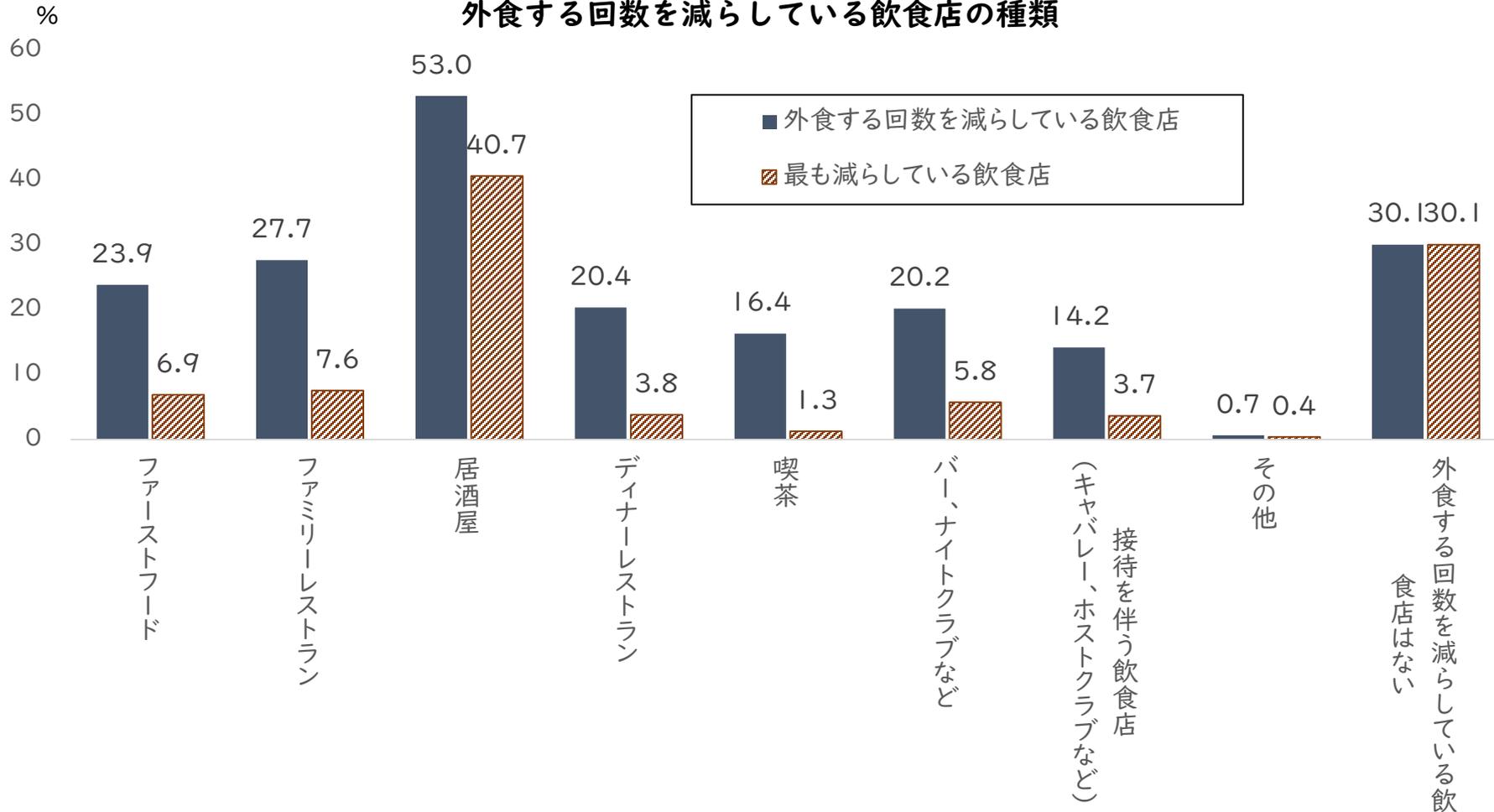
飲食店の利用頻度：外食回数を減らしている飲食店の種類

◆いずれの飲食店についても外食回数を減らしている。特に居酒屋を減らしている人が多い。

「外食する回数を減らしている飲食店」では、どの飲食店についても一定程度選択されている。また、「外食する回数を減らしている飲食店はない」を選択した人は全体の30.1%であった。

上記の減らしている飲食店の中から、「最も減らしている飲食店」を質問した結果、居酒屋が40.7%と圧倒的に高かった。

外食する回数を減らしている飲食店の種類



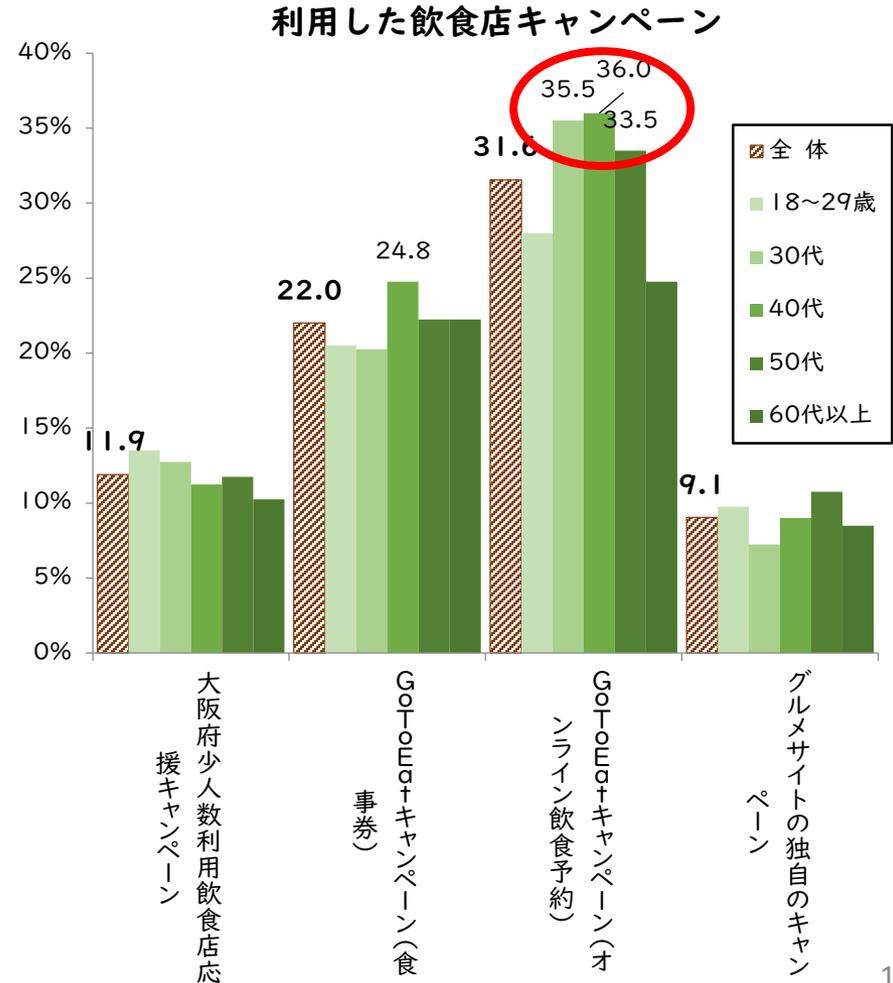
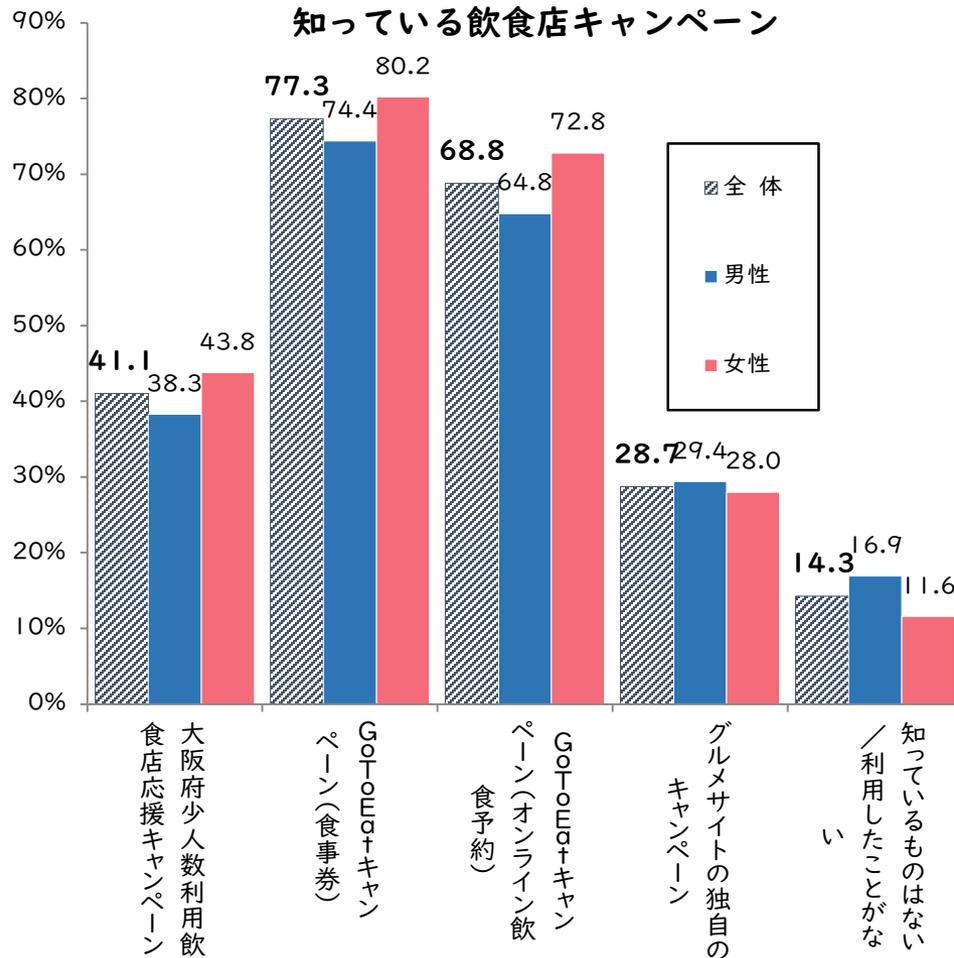
「コロナ禍における飲食店利用」に関するアンケート

飲食店の利用頻度：知っているキャンペーン、利用したキャンペーン【性、年代別】

◆国のGoToEatキャンペーン（オンライン飲食予約）が最も多く利用されている。

全体として国のGoToEatキャンペーンの認知度が高かった。また、利用されているキャンペーンとしては、国のキャンペーンのうち、オンライン飲食予約が最も利用されていた。大阪府の少人数利用・飲食店応援キャンペーン（以下「飲食CP」という）を知っている人は、41.1%、利用した人は11.9%であった。

性別では、女性の方が国・府いずれのキャンペーンについても認知度が高かった。また、国のGoToEatキャンペーンのオンライン飲食予約は、30代～50代で利用した割合が高かった。



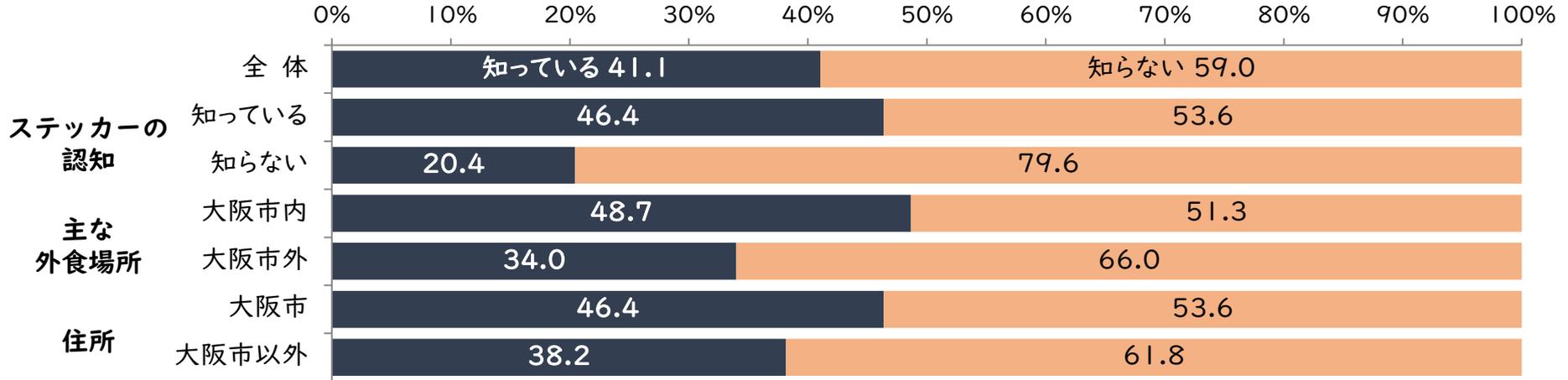
「コロナ禍における飲食店利用」に関するアンケート

飲食店の利用頻度：少人数利用・飲食店応援キャンペーンの認知・利用

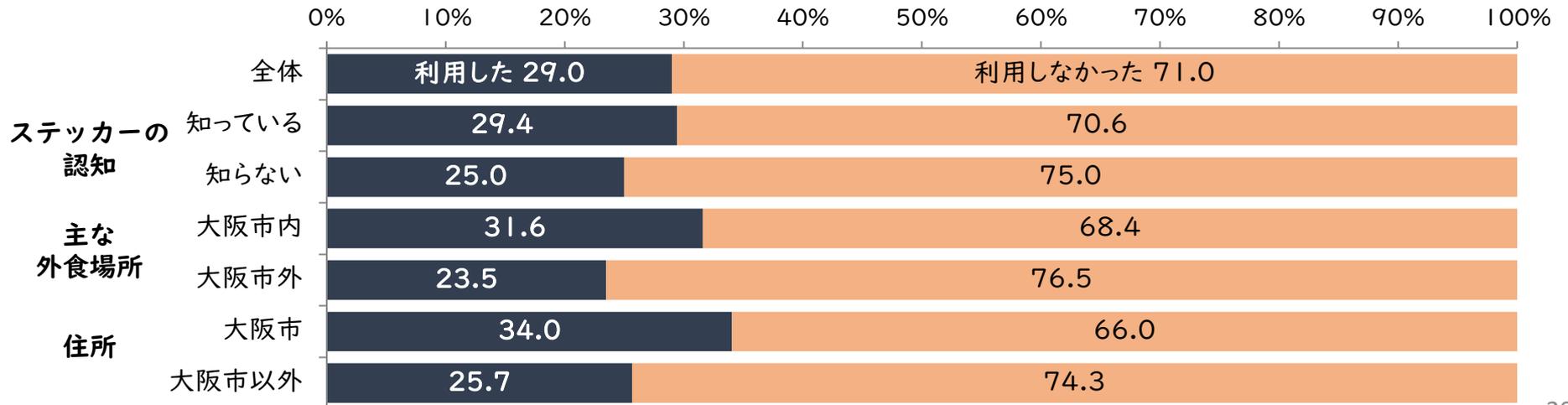
◆ステッカーを知っている人、主に大阪市内で外食する人、大阪市内に住んでいる人が認知、利用ともに多い。

飲食CPを知っている、または利用していると回答した割合は、ステッカーの知っている人、主に大阪市内で外食する人、大阪市内に住んでいる人の方が高かった。

飲食CPを知っている割合



飲食CPを利用した割合



「コロナ禍における飲食店利用」に関するアンケート

飲食店の利用頻度：少人数利用・飲食店応援キャンペーン利用実績

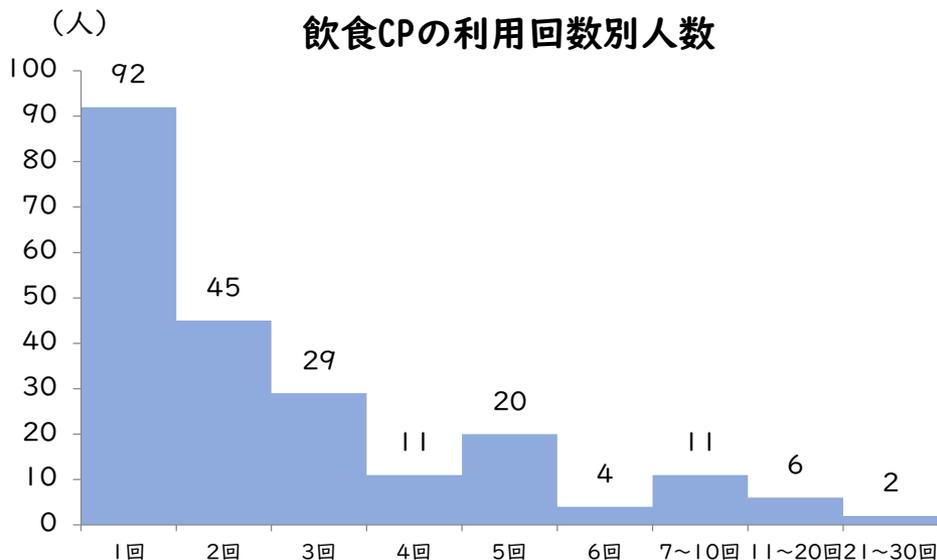
◆飲食CPの利用は大半が1回のみ。飲食CPの利用率は大阪市内で高い。

10月～11月の2か月における飲食CPを利用した人の利用回数の平均値は全体で2.89回であるが、利用回数別にみると大半が1回のみで、利用回数が3回までで全体の75.5%を占める結果となった。また、そのうちミナミ地区のポイント上乘せがあった割合の平均は40.4%であった。

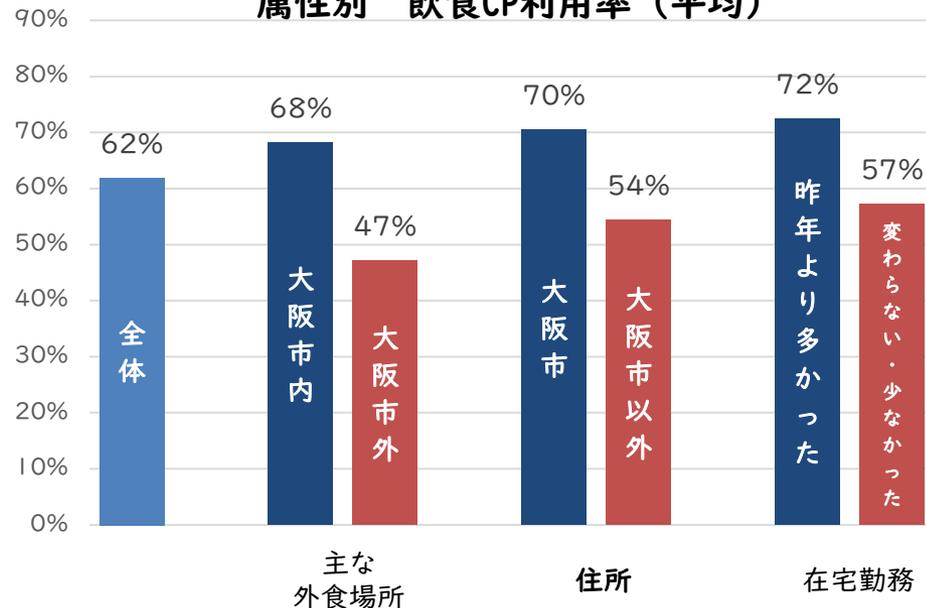
飲食CPの利用率（今年10～11月の外食回数のうち、飲食CPを利用した割合）を見ると、主な外食場所や住所が大阪市内の人が大阪市内の人と比べて高かった。また、在宅勤務が昨年より多かった人の方が、飲食CPを利用した割合は高かった。

飲食CP利用回数(A)	2.89回
ミナミ地区の上乗せ回数(B)	1.26回
ミナミ地区のポイント上乘せがあった割合((B÷A)の平均値)	40.4%
飲食CPの利用率((A÷今年10月～11月の外食回数)の平均値)	61.9%

飲食CPの利用回数別人数



属性別 飲食CP利用率（平均）



4. コロナ禍における飲食店の利用実態

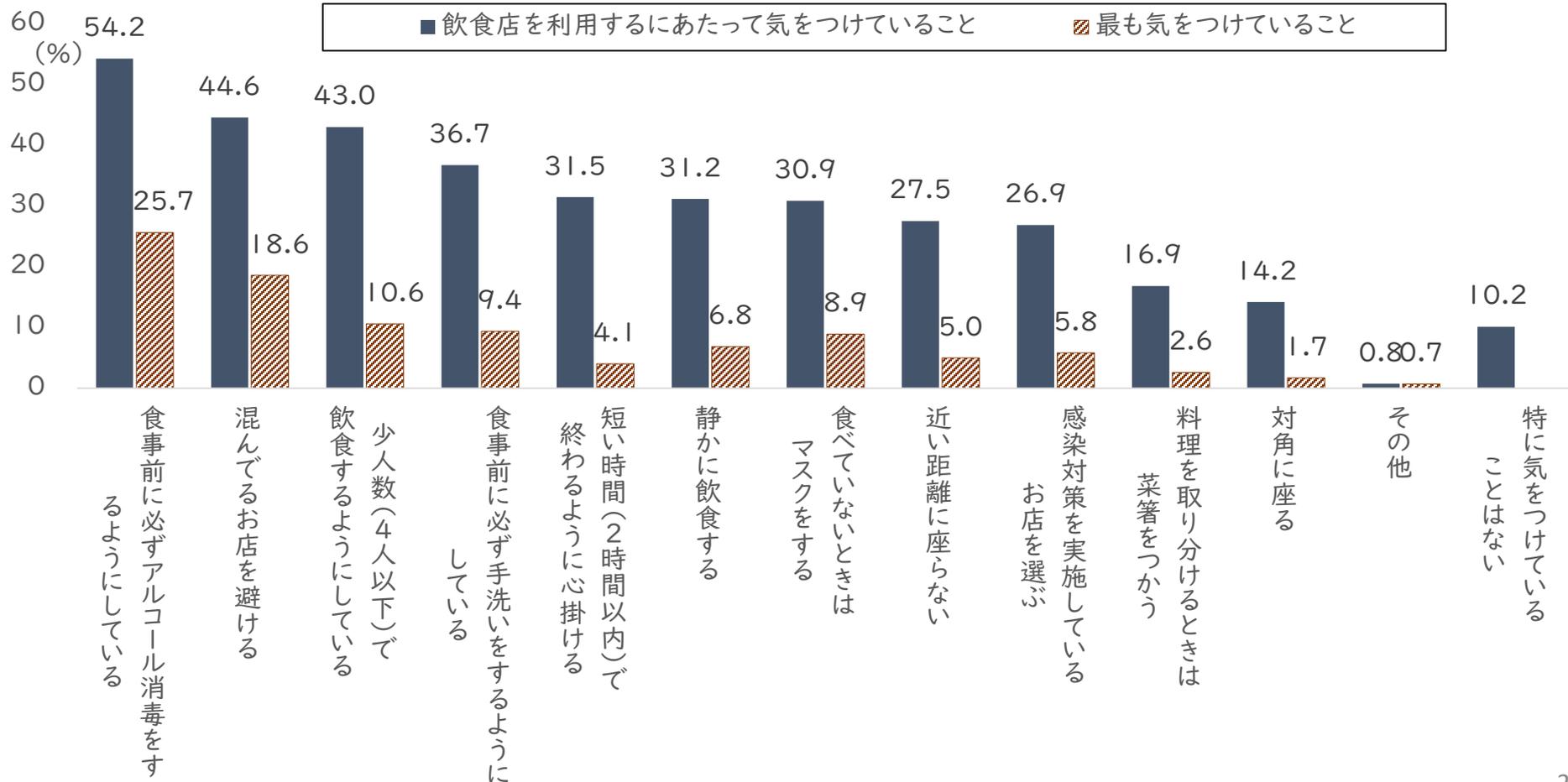
「コロナ禍における飲食店利用」に関するアンケート

飲食店の利用実態:飲食店利用時に気をつけていること

◆食事前のアルコール消毒、混雑店の回避、少人数利用を気をつけている割合が高い。

第2波(8月ごろ)以降に飲食店を利用する際に気をつけていることと、最も気をつけていることを質問したところ、「食事前に必ずアルコール消毒をするようにしている」「混んでるお店を避ける」「少人数(4人以下)で飲食するようにしている」の順に気をつけている割合が高かった。

Q 新型コロナウイルスの第2波(8月ごろ)以降、飲食店を利用するにあたって気をつけていることをすべて選んでください。



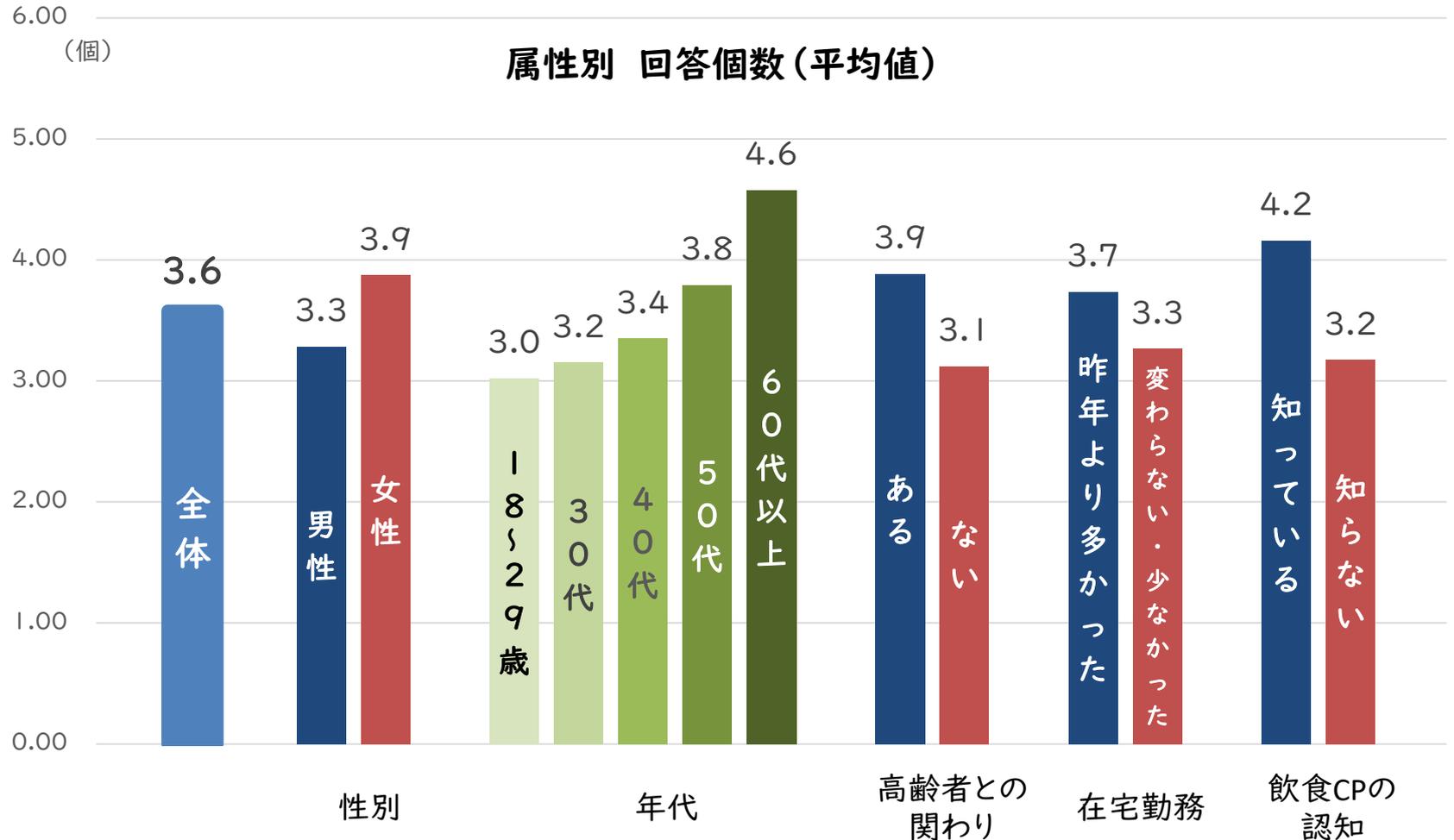
「コロナ禍における飲食店利用」に関するアンケート

飲食店の利用実態:飲食店利用時に気をつけていること【回答個数】

◆高齢の世代ほど感染に気をつけている傾向がある。また、その他の属性によっても差がみられた。

前頁の「飲食店利用時に気をつけていること」の質問で、感染対策の選択肢を選択した個数を分析した。個数が多いほど感染に気をつけていると解釈する。

全体では一人当たり平均3.6個回答していた。また、性別では女性の方が、年代では高齢の世代ほど、感染に気をつけていた。さらに、高齢者との関わりがある人や在宅勤務が昨年より多かった人、飲食CPを知っている人の方が、感染に気をつけている傾向がみられた。



「コロナ禍における飲食店利用」に関するアンケート

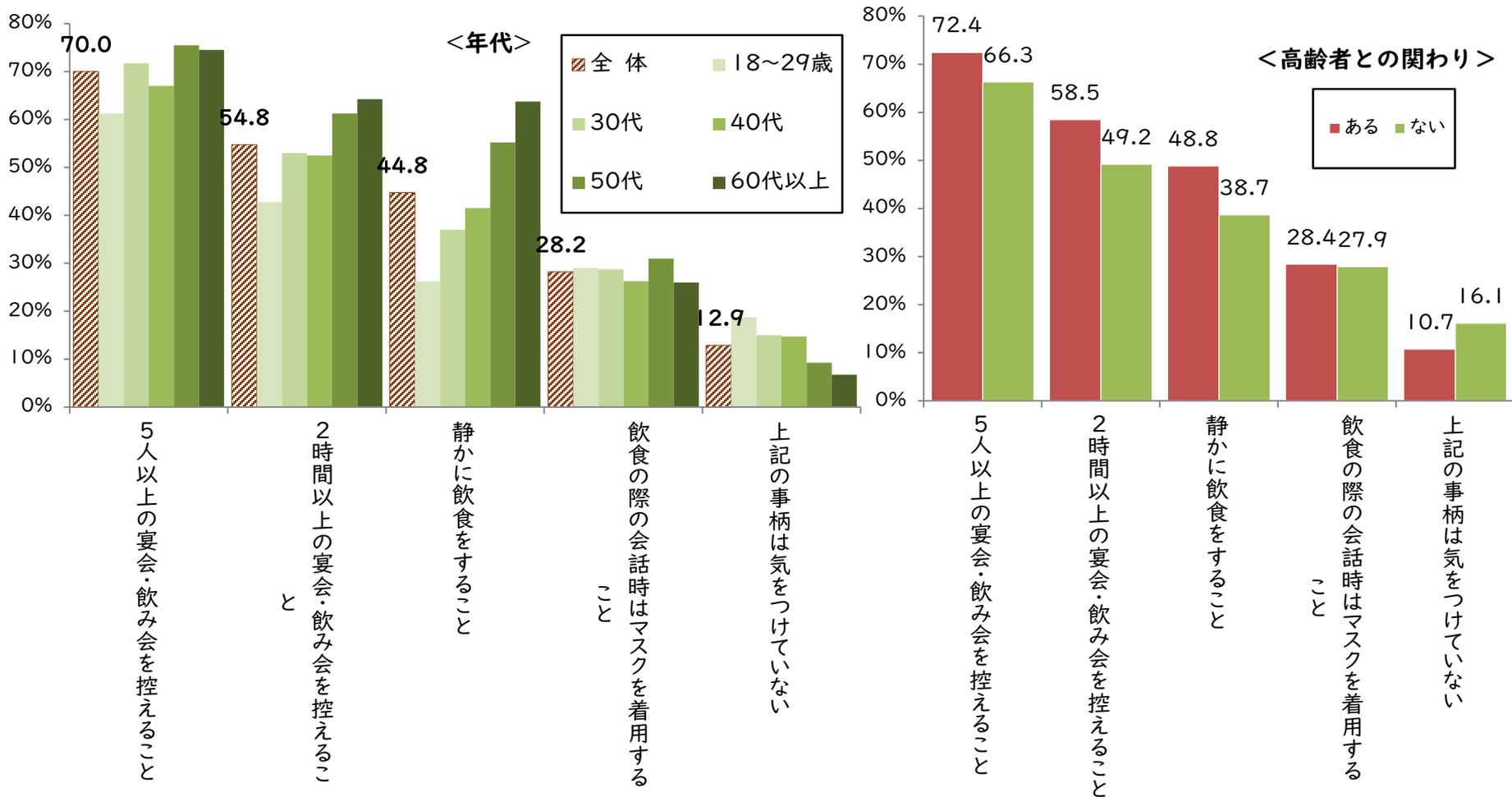
飲食店の利用実態：府の呼びかけている事柄のうち、できているもの

◆5人以上を避けるのは、約7割ができていると回答した。「静かに飲食」などは、高齢の世代ほどできていた。

府が呼びかけている事柄のうち、できていると思うものを質問したところ、最もできているのは「5人以上の宴会・飲み会を控えること」で、次いで「2時間以上の宴会・飲み会を控えること」「静かに飲食をすること」の順にできている割合が高かった。

年代で見ると、特に「静かに飲食をすること」などは高齢の世代ほどできている割合が高かったが、会話時のマスク着用はいずれの年代においてもできている割合が低かった。また、高齢者との関わりがある人の方が、対策ができている割合が高い傾向がみられた。

Q 大阪府が飲食店を利用するにあたり呼び掛けている以下の事柄で、できていると思うことをすべて選んでください。



「コロナ禍における飲食店利用」に関するアンケート

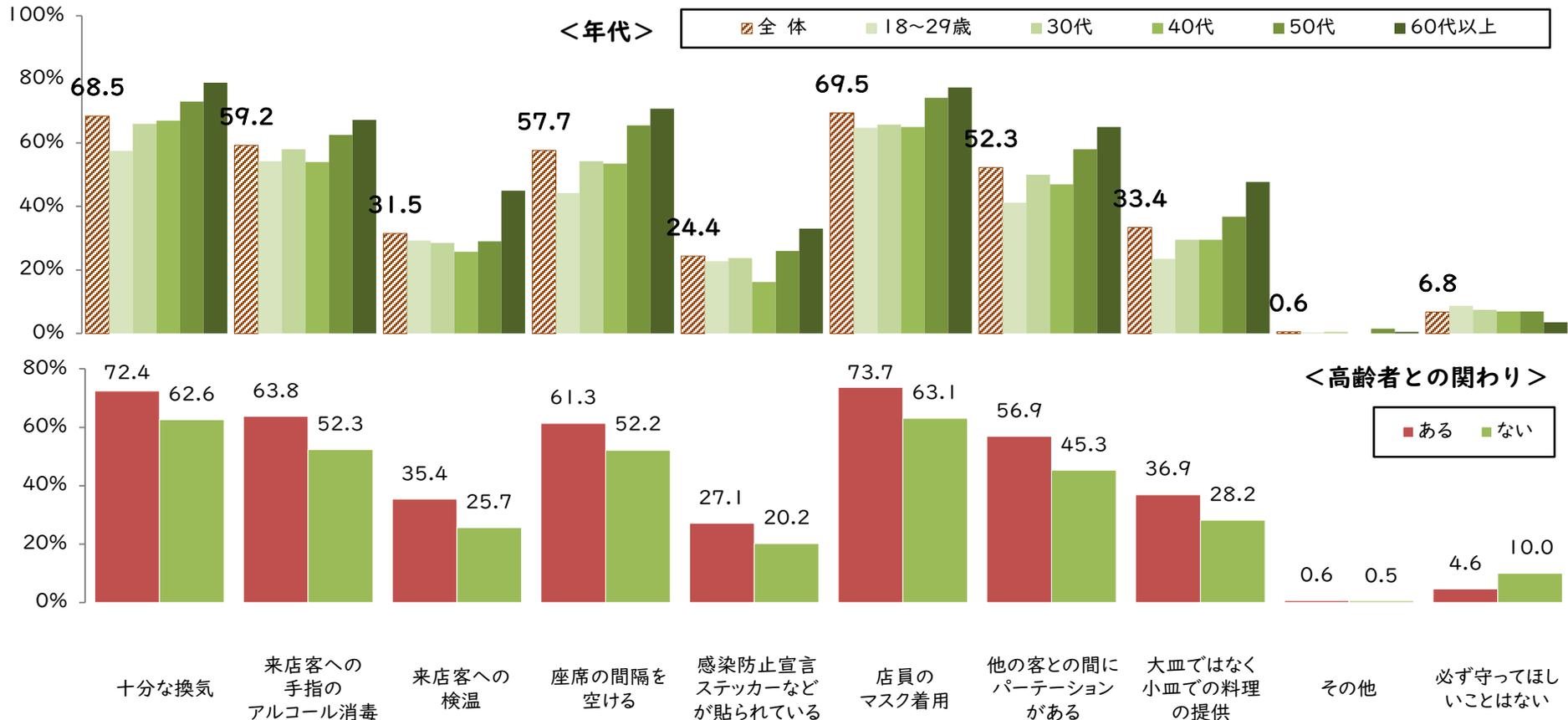
飲食店の利用実態：飲食店に必ず守ってほしいこと

◆高齡の世代ほど、各種感染対策について、飲食店に必ず守ってほしいと思う割合が高かった。

飲食店に必ず守ってほしい感染対策としては、「店員のマスク着用」が最も高く、次いで「十分な換気」「来店客への手指のアルコール消毒」「座席の間隔を空ける」の順にできている割合が高かった。

年代で見ると、全体的に高齡の世代ほど守ってほしいと思う割合が高かった。また、高齡者との関わりがある人の方が守ってほしいと思う割合が高かった。

Q 飲食店に対して必ず守ってほしい感染症対策として、当てはまるものをすべて選んでください。



《お問い合わせ先》

【本調査全般に関すること】

大阪府 政策企画部 企画室推進課

担当者:成田、福田

電話 :06-6944-7690

【感染防止宣言ステッカーに関すること】

大阪府 危機管理室 災害対策課

担当者:新井、平井

電話 :06-4397-3294

【少人数利用・飲食店応援キャンペーンに関すること】

大阪府 政策企画部 広域調整室事業推進課

担当者:鍋島、山邊

電話 :06-6943-8077