



首都圏の女性1238人に国内のランチの外出について聞いた。

### ランチの外出利用頻度は「月2～3回」27.1% 一緒に行くのは「友人と」41.0%

ランチはどのくらいの頻度で外出店舗を利用するかを聞いたところ、「月2～3回程度」が27.1%で最も多く、次いで、「月1回程度」23.6%、「週1回程度」20.3%、「数ヶ月に1回程度」18.3%と続く。尚、ランチの外出の「週1回程度以上」の割合は、30.1%となった。(グラフ)

年代別でみると、20代では「週1回程度」がどの年代よりも多く、「週1回程度以上」の割合は46.9%と、半数近くを占めた。

また、ランチの外出に誰と行くかを聞いたところ、「友人と」が41.0%で最多。次いで「家族何人か」と21.1%、「夫と」18.9%と続く。

年代別でみると、50代までは年代が高くなるにつれ、「友人と」の割合が高くなり、50代では46.4%と最も高い。反対に「家族何人か」とは20代・30代で多く、年代があがるほど減少。また、「夫と」は50代で21.3%、60代以上で33.7%となった。(グラフ)

### ランチの外出に行く場所を決めることが多いのは「本人」が49.9%

ランチの外出に行く場所は、誰が決めることが多いかは、「本人」が49.9%、次いで「友人」23.7%、「夫」13.7%と続く。

年代別でみると、20代では「本人」が61.5%と6割を占めている。年代が高くなるにつれ、「友人」が増加しており、50代では30.8%と、どの年代よりも高くなった。(グラフ)

### <回答者プロフィール>

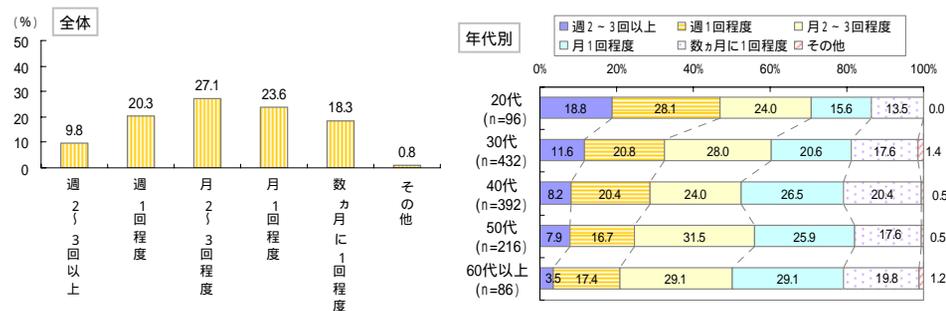
年齢：20代以下 7.8%、30代 35.1%、40代 32.3%、50代 17.9%、60代以上 6.9%、平均年齢 42.71歳。働き方：専業主婦 52.1%、フルタイムワーク 21.9%、パート・アルバイトワーク 21.2%、そのほか 4.8%。未既婚：未婚16.9%、既婚83.1%。居住地：東京都 41.4%、神奈川県 29.9%、千葉県 17.4%、埼玉県 11.3%。

リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

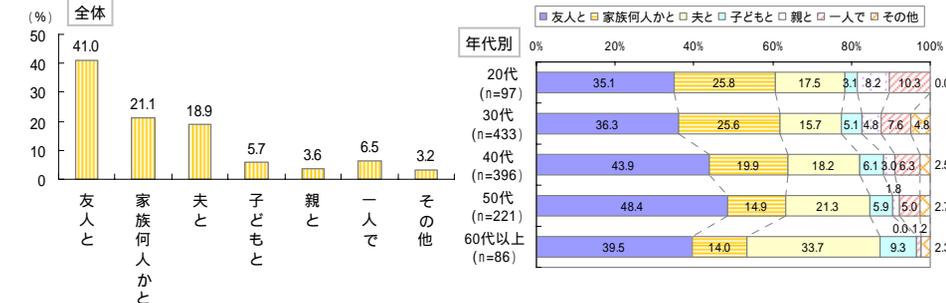
ウェブサイト <http://www.kurashihow.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

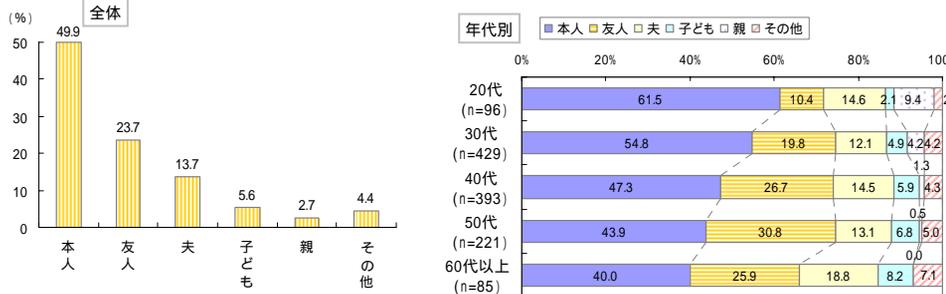
グラフ ラunchはどのくらいの頻度で外出店舗を利用しますか？ (n=1222)



グラフ ラunchの外出には、誰とよく行きますか？ (n=1233)



グラフ ラunchの外出に行く場所は、誰が決めることが多いですか？ (n=1224)



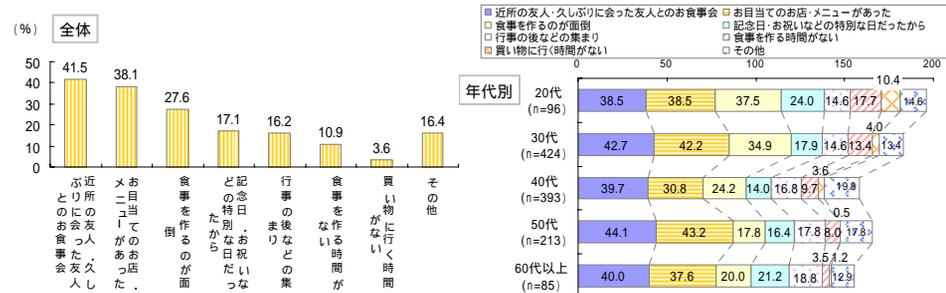


## ランチを外食にしようと思うきっかけは 「近所の友人・久しぶりに会った友人とお食事会」41.5%

ランチを外食にしようと思うきっかけは、「近所の友人・久しぶりに会った友人とお食事会」41.5%、「お目当てのお店・メニューがあった」38.1%が多く、次いで「食事を作るのが面倒」27.6%となつた。

年代別で見ると、「近所の友人・久しぶりに会った友人とお食事会」や「お目当てのお店・メニューがあった」はどの年代においても多い。一方、20代・30代では「食事を作るのが面倒」が3割台と、40代以上と比べて高い。また、「記念日・お祝いなどの特別な日だったから」では、20代、60代以上で2割台となった。(グラフ)

グラフ ランチを外食にしようと思うきっかけは何ですか？ (n=1211)



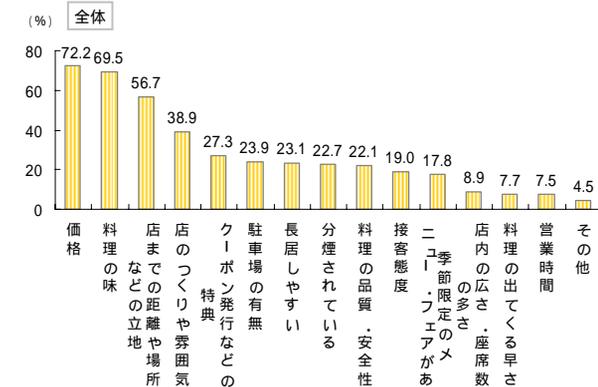
## ランチでよくする外食を選ぶ決め手は 「価格」「料理の味」「店までの距離や場所などの立地」

ランチでよくする外食は、何が決め手で選んでいるかでは、「価格」72.2%、「料理の味」69.5%、「店までの距離や場所などの立地」56.7%がトップ3となった。(グラフ)

ランチに外食をする際、適当だと思う1人あたりの利用額を聞いたところ、「1000円以上～2000円未満」49.4%が最も多く、次いで「1000円未満」42.8%となった。

年代別で見ると、20代・30代では「1000円未満」が半数となった。50代・60代以上では「1000円以上～2000円未満」で半数以上となり、「2000円以上～3000円未満」でも1割以上と、年代が高いほど金額も高くなった。(グラフ)

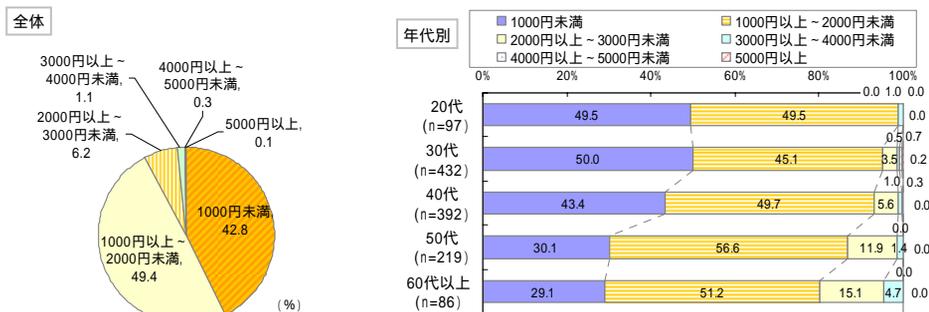
グラフ ランチでよくする外食は、何が決め手で選んでいますか？ (n=1228)



## <回答者プロフィール>

年齢：20代以下7.8%、30代35.1%、40代32.3%、50代17.9%、60代以上6.9%、平均年齢42.71歳。働き方：専業主婦52.1%、フルタイムワーク21.9%、パート・アルバイトワーク21.2%、その他4.8%。未婚：未婚16.9%、既婚83.1%。居住地：東京都41.4%、神奈川県29.9%、千葉県17.4%、埼玉県11.3%。

グラフ ランチに外食を利用する際、適当だと思う1人あたりの利用額は？ (n=1226)



リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430