

平成16年度 消費者モニター等事業調査報告書 (概要版) ～すし業・めん類業・喫茶業～

平成17年3月
財団法人東京都生活衛生営業指導センター

◆事業概要

1. 事業の目的・対象業種

厳しい経営環境にある生衛業営業の活性化を図るため、高度化・多様化した消費者ニーズを把握することを目的としている。平成16年度は、「すし店」、「そば・うどん店」、「喫茶店」の3業種を対象とした。

2. 事業の実施方法

事業の実施方策等を検討するための「検討委員会」の具申をもとに、消費者モニターを対象としたアンケート調査を実施。その後、そのアンケート結果を踏まえて、「消費者情報交換会議」を実施し、消費者と各業界の代表者との情報交換を行った。

検討委員会

区 分	氏 名	所 属	備 考
学識経験者の委員	松波 淳也	法政大学 経済学部	委員長
	村 千鶴子	弁 護 士	
	小出 康之	中小企業診断士	委員長代行
消 費 者 団 体 からの委員	水越 雅子	東京消費者団体連絡センター	
	内藤 裕子	東京都地域消費者団体連絡会	
	内藤 英代	消費科学連合会	
	メ野 啓子	大田区消費者団体連絡協議会	
生 活 衛 生 同 業 組 合 からの委員	深沢 松男	東京都鮭商生活衛生同業組合	
	安田 治夫	東京都麺類生活衛生同業組合	
	米谷 重作	東京都喫茶飲食生活衛生同業組合	

3. アンケート調査の方法

(1) 調査方法・対象

都内在住の10代から70代の男女1,000人を対象とし、下記の協力機関を通じて配布・回収を行った。なお、消費者団体での割当の際は、できるだけ性・年代構成が都民の人口構成と乖離しないよう配慮した。

(2) 調査時期

平成16年11月～同12月

(3) 有効回収数

959票

(4) 集計・分析機関

株式会社日本リサーチセンター マーケティングリサーチ本部

(5) 協力機関

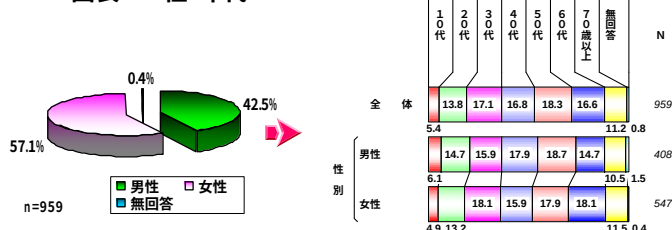
消費者団体	・東京消費者団体連絡センター ・東京都地域消費団体連絡会 ・消費科学連合会 ・大田区消費者団体連絡協議会	各業界の 同業組合	・鮭商生活衛生同業組合 ・麺類生活衛生同業組合 ・喫茶飲食生活衛生同業組合
-------	---	--------------	---

(6) グラフについて

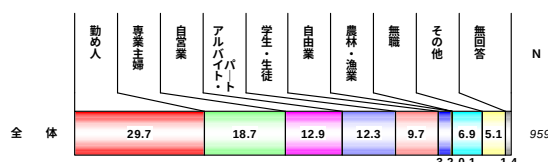
特に断りがないものについては単数回答。また、単数回答の設問に対しては、100%調整を実施している。なお、数値の単位は、特に断りがない場合はパーセント。Nは回答数を表している。

4. アンケート調査の回答者属性

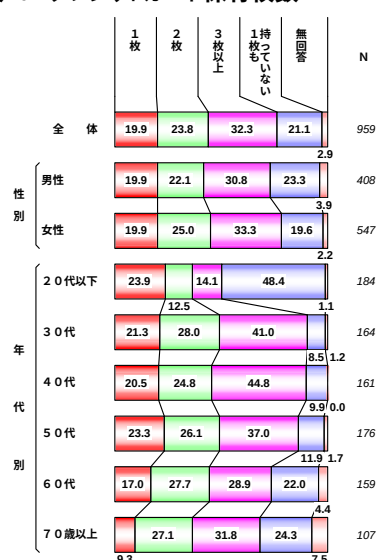
図表 1 性・年代



図表 2 職業



図表 3 クレジットカード保有枚数



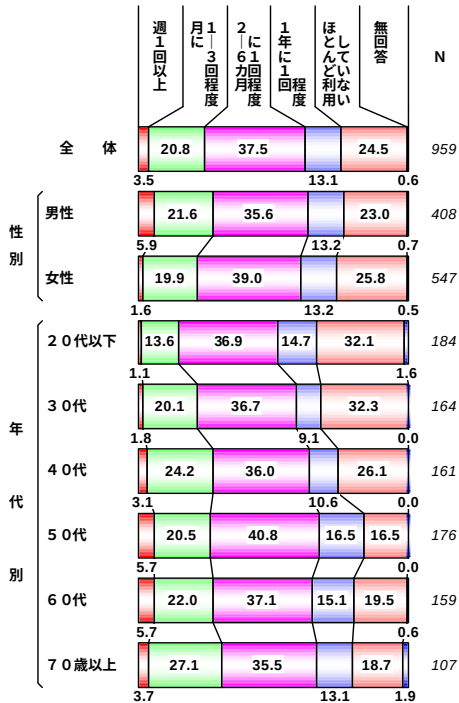
■アンケート調査の結果

1. すし店の利用実態と意識

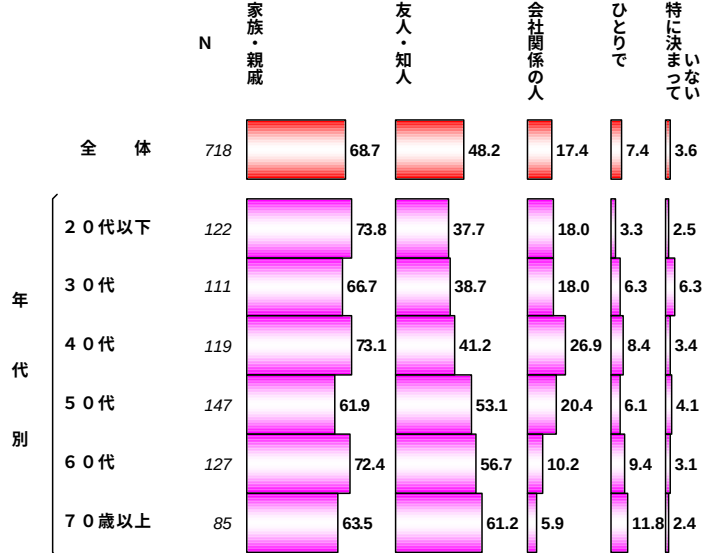
(1) すし店の利用状況

- すし店の利用頻度をみると、「2～6カ月に1回程度」が37.5%と最も高い。「ほとんど利用していない」は24.5%。
- 利用時の同伴者としては、「家族・親戚」が68.7%に達している。

図表 4 「すし店」の利用頻度



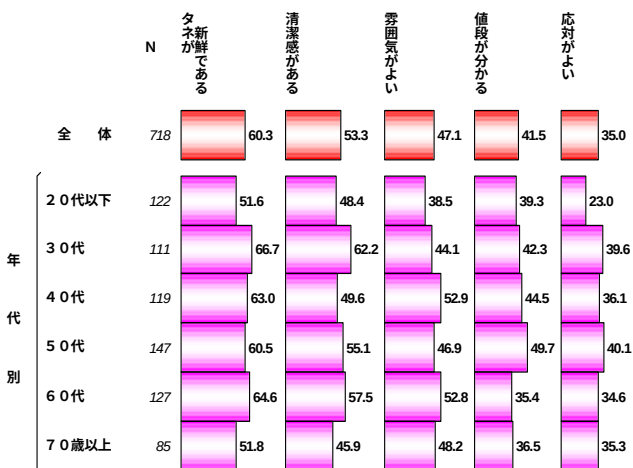
図表 5 「すし店」利用時の同伴者（すし店利用者、複数回答）



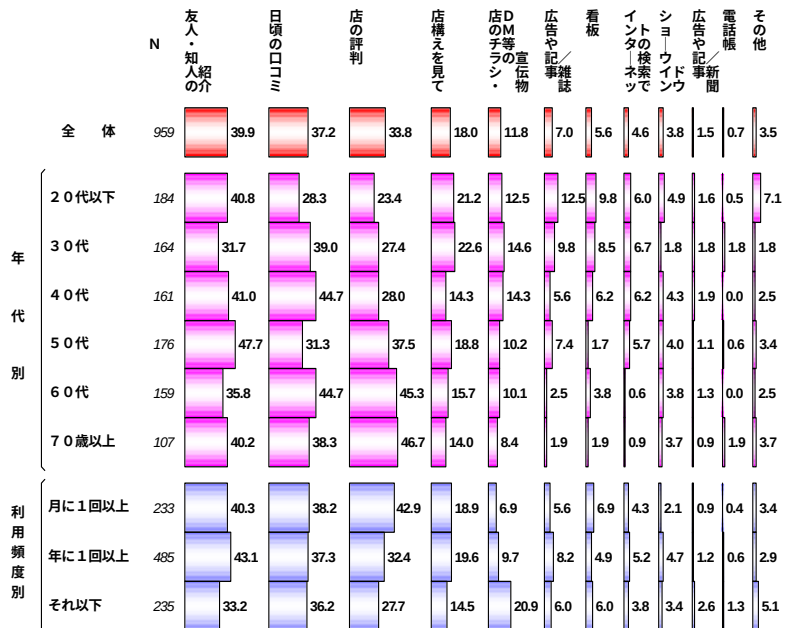
(2) すし店を選ぶ基準・探索方法

- すし店を選ぶ基準については、「タネが新鮮である」(60.3%)、「清潔感がある」(53.3%)が過半数を超えており、「雰囲気がい」(47.1%)が続いている。
- すし店の探し方としては、「友人・知人の紹介」が39.9%、「日頃の口コミ」(37.2%)の順となっている。

図表 6 「すし店」を選ぶ基準-上位5つまで抜粋（すし店利用者、複数回答）



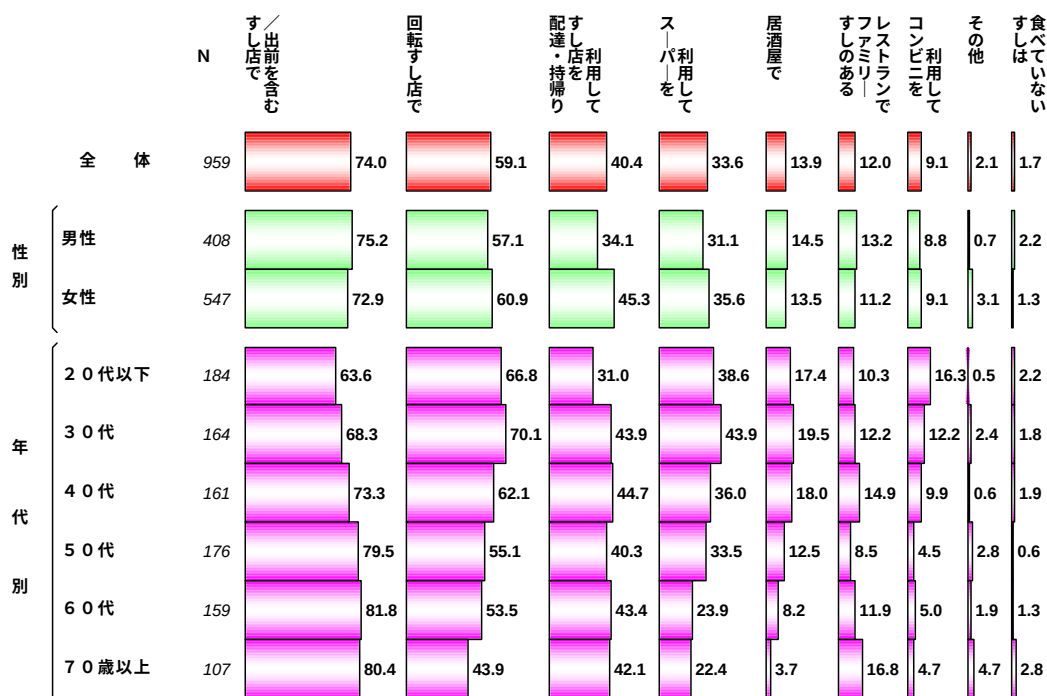
図表 7 「すし店」の探索方法（複数回答）



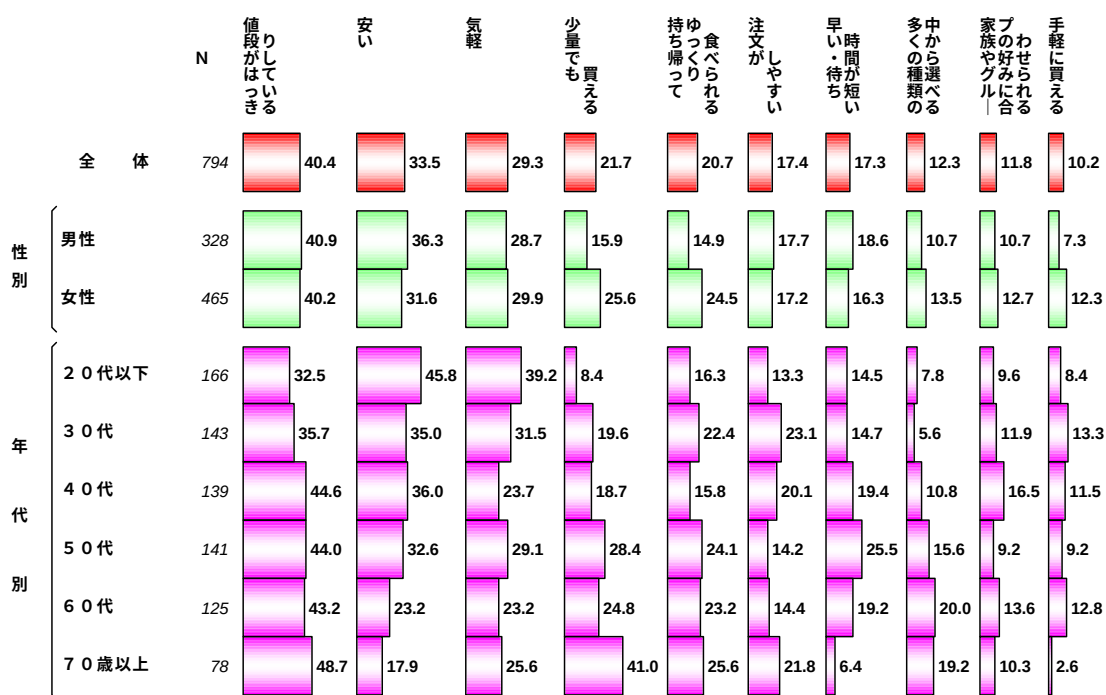
(3) すし店以外を含むすしの食事状況

- 過去1年間のすしの食事場所としては、「すし店で(出前を含む)」が 74.0%に達しているものの、「回転すし店で」が 59.1%で続いている。年代別にみると30代以下は両者の順位が逆転していることがわかる。
- 「すし店」以外の店ですしを買う(食べる)理由としては、「値段がはっきりしている」(40.4%)、「安い」(33.5%)、「気軽」(29.3%)が続いている。

図表 8 過去1年間のすしの食事場所(複数回答)



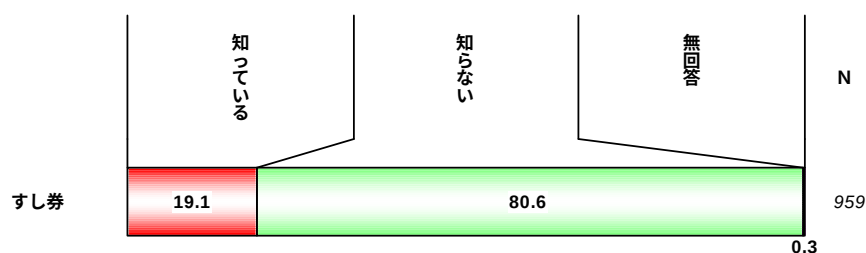
図表 9 「すし店」以外ですしを買う(食べる)理由-上位10位まで抜粋(すし店以外利用者、複数回答)



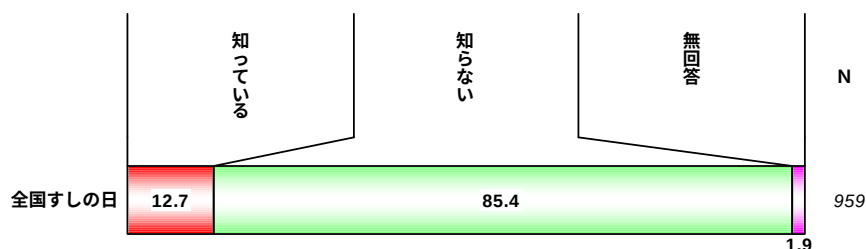
(4)「すし券」「全国すしの日」の認知状況

●すし券を「知っていた」のは全体の19.1%であった。一方、11月1日の「全国すしの日」を「知っている」のは12.7%であった。

図表10 「すし券」の認知状況



図表11 「全国すしの日」の認知状況



(5)すし店に対する要望

図表12 「すし店」に対する要望(自由回答抜粋)

①男性

年代	回答内容
10代	値段が一目でわかるようにしてほしい
20代	産地や鮮度などが明確に判る仕組みにしたい
30代	日本の食文化を代表するので伝統を守りつつがんばってください
40代	常に謙虚に勉強・研究を重ね、お客を満足させて欲しい
40代	すし店でなければできないことをしてほしい
50代	清潔感・好感度・活気、見合った料金
60代	年と共に量は少なくなるので、少量でもネタのいい一人前を用意されているといい
60代	マクロ至上主義はやめてほしい。貝類が少ない。ガラ汁はサービスに
70歳以上	清潔。トイレについて充分な設備
70歳以上	気軽に入れて常連も一見も差別しない雰囲気

②女性

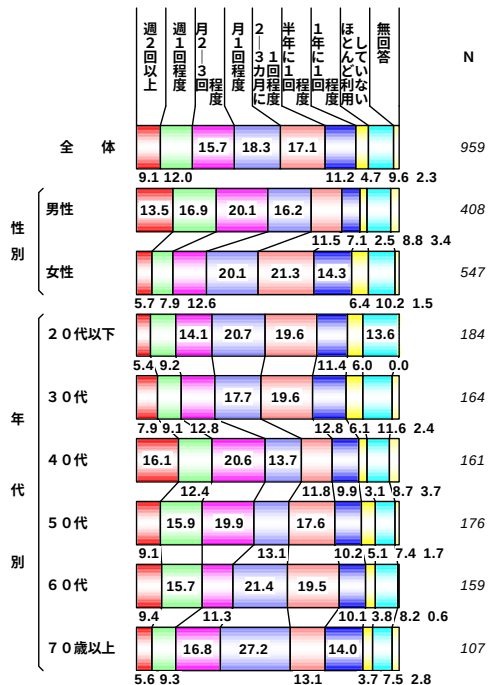
年代	回答内容
10代	値段が分かり易く、入り易い雰囲気が欲しい。友達とも入ってみたい。
20代	店によって一巻とか一皿とか一個とか値段の表示が違うので統一して欲しい
20代	調理の合間にタバコを吸わないで欲しい
30代	店員さんがもっと話しやすいと頼みやすい
40代	ランチに行くことが多いのでランチセットなどを充実させて欲しい
40代	常に清潔感をこころがけていただきたい。鮮度を大切にしたい
50代	昔より価格も明確でお好み寿司でも安心して食べられるようになったと思う
60代	近頃、マスコミで「回転寿司が安いのは寿司ダネに裏がある」と書かれていたので不安
60代	野菜サラダや味噌汁などのセットものは栄養バランスも取れてよい。食後感がある
70歳以上	値段を明示して欲しい。新鮮なネタでできるだけ安く

2. そば・うどん店の利用実態と意識

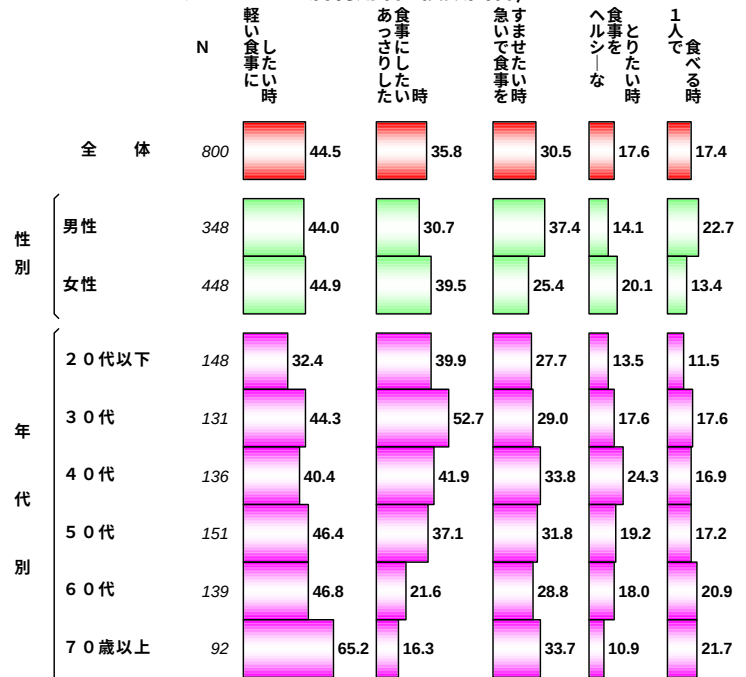
(1) そば・うどん店の利用状況

- そば・うどん店の利用頻度をみると、「月1回程度」が18.3%と最も高い。「ほとんど利用していない」は9.6%。
- そば・うどん店の利用の理由をみると、「軽い食事にしたい時」が44.5%と最も高く、「あっさりした食事にしたい時」(35.8%)が続いている。年代別に見ると、20～40代では「あっさりした食事にしたい時」が最も高くなっている。

図表 13 「そば・うどん店」の利用頻度



図表 14 「そば・うどん店」の利用理由-上位5つまで抜粋
(そば・うどん店利用者、複数回答)



(2) そば・うどん店の重視点

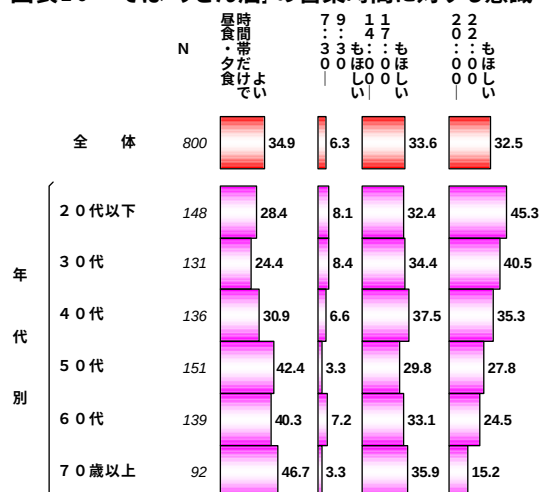
- そば・うどん店を利用する際の重視点として、6つの分野にわけてそれぞれ選択してもらったところ、以下のものが多く挙げられた。

- ①味・量 …「めんのコシ」(67.3%)、「つゆのだし」(58.8%)
- ②魅力 …「めんが手打ち」(43.0%)、「だしに化学調味料を使わない」(40.0%)
- ③メニュー…「季節感を出している」(39.6%)、「シンプルなメニュー構成」(36.4%)
- ④値段 …「満足できれば値段にはこだわらない」(63.1%)
- ⑤雰囲気 …「落ち着くなど雰囲気のよい店」(57.6%)、「衛生的で清潔な店」(39.9%)
- ⑥サービス・立地等…「対応がよい」(67.1%)、「待たない」「そば湯・そば茶サービス」(各31.3%)

(3) そば・うどん店の営業時間に対する意識

- そば・うどん店の営業時間に対する意識としては、「昼食・夕食時間帯だけでよい」(34.9%)とほぼ並んで「14:00～17:00 もほしい」(33.6%)、「20:00～22:00 もほしい」(32.5%)が挙げられている。高年層では、「昼食・夕食時間帯だけでよい」が4割を超えている一方、若年層では、「20:00～22:00 もほしい」が高い。

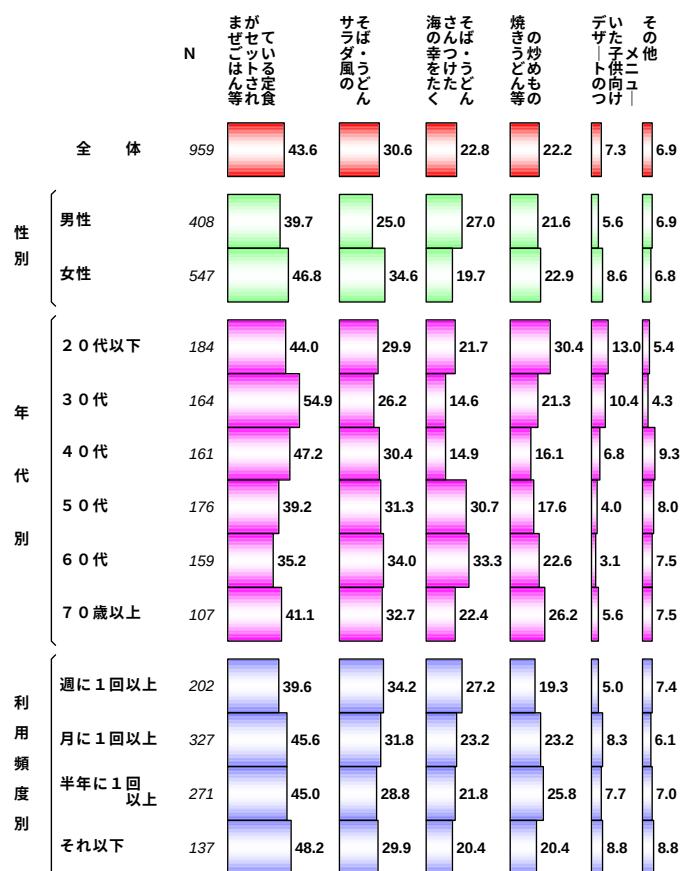
図表 15 「そば・うどん店」の営業時間に対する意識 (そば・うどん店利用者、複数回答)



(4) そば・うどん店にほしいメニュー

●そば・うどん店にほしいメニューとしては、「まぜごはん等がセットされている定食」(43.6%)が最も多く挙げられ、「サラダ風のそば・うどん」が30.6%で続いている。

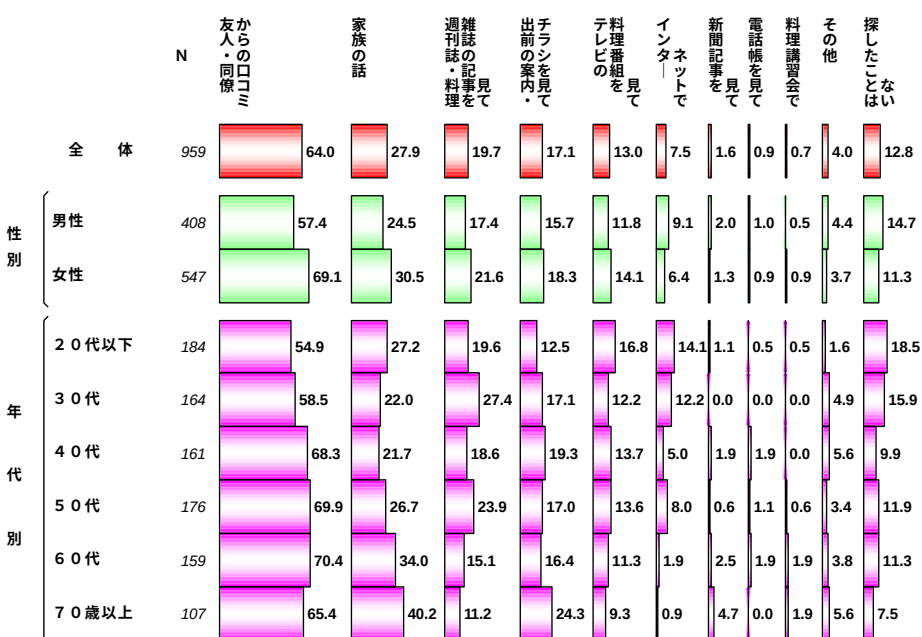
図表16 「そば・うどん店」にほしいメニュー (複数回答)



(5) そば・うどん店を選ぶ情報源

●そば・うどん店を選ぶ情報源としては、「友人・同僚からの口コミ」が64.0%と圧倒的に高く、「家族の話」(27.9%)以下との差は大きい。

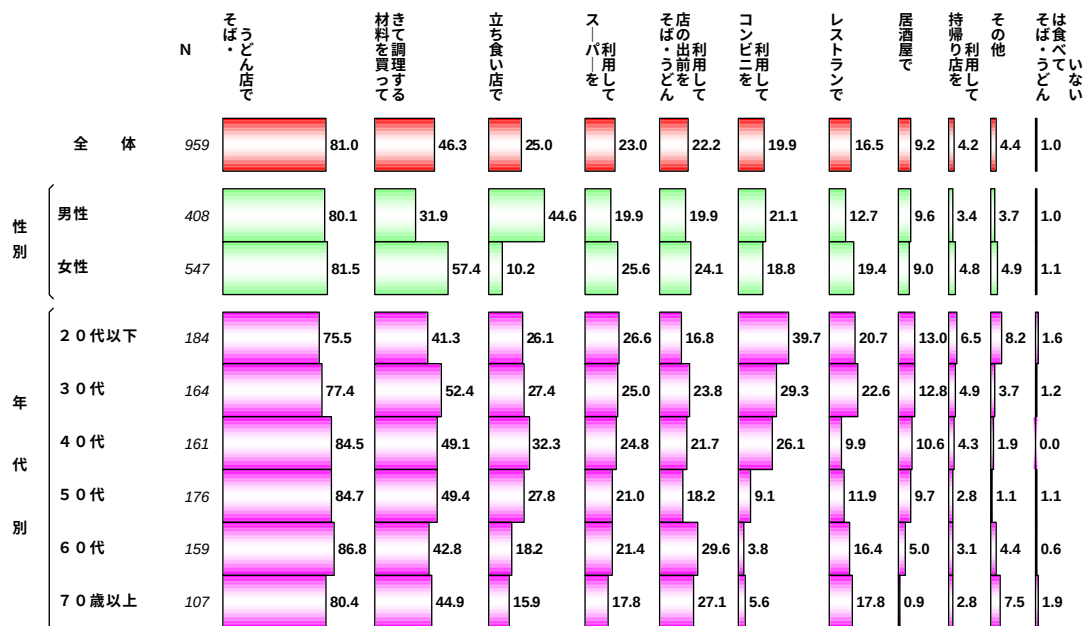
図表17 「そば・うどん店」を選ぶ情報源 (複数回答)



(6) そば・うどん店以外の利用状況

●そば・うどん店以外も含めたそば・うどんの食事場所としては、「そば・うどん店で」(81.0%)が最も高く、女性を中心に多く挙げられた「材料を買ってきて調理する」(46.3%)が続いている。

図表18 過去1年間のそば・うどんの食事場所(複数回答)



(7) そば・うどん店に対する要望

図表19 「そば・うどん店」に対する要望(自由回答抜粋)

①男性

年代	回答内容
10代	料金と店内が見えるところを増やす。
20代	おしゃれな雰囲気のお店に魅力を感じます。
20代	麺の太さやツユの味などを選ぶような店がいい。野菜サラダなどのサイドメニューの拡大。
30代	各店舗が個性を出した営業をすればいいとおもう
40代	ピーク時の禁煙をして欲しい
40代	職人の考え、こだわりを麺に伝えてそば・うどんを作る努力をして欲しい
50代	コシの強さを重視して欲しい。ダシに特徴がほしい
50代	そばは香りが大切。禁煙にすべき
60代	製品の確かさ、輸入品をごまかさない値段の正当性
70歳以上	出前をしない店が多くなって不自由なときがある
70歳以上	2時から夕刻まで閉店するという習慣が納得できない

②女性

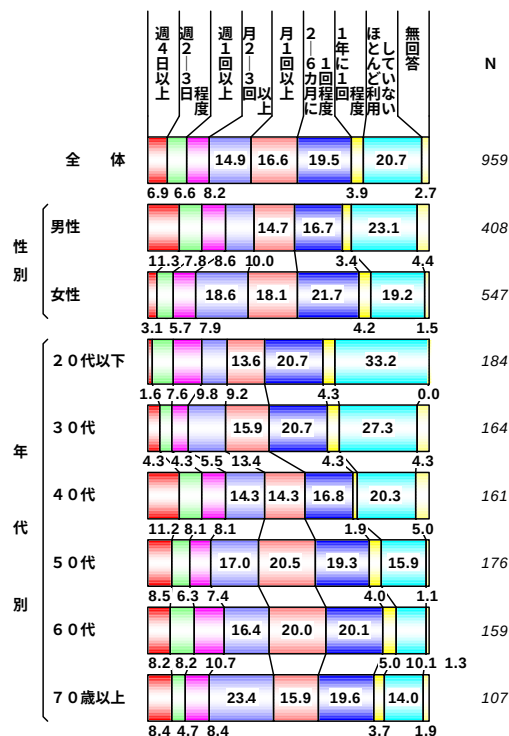
年代	回答内容
10代	全国各地の味や、面白みのある味が食べたい。ドリンクやサラダなどのセットメニューがあるといい
20代	かやくごはんやいなりとのセットものがほしい。甘味もあるといい
20代	接客対応が悪かったり、お店・従業員ともに清潔感がなかったり、繁忙時の態度が悪いものが多い
30代	禁煙席をもっと増やして欲しい。甘味類があるといいです
40代	セットメニューの多いほうが選ぶ楽しみがある。
40代	テーブル・イスが子供に座りにくい
50代	そば粉の入り具合を表示して欲しい
50代	すごく量の多いところがあり、食べ残すことがある。大中小と表示があれば…
60代	素材の産地表示をしてほしい
60代	そば・うどんのつゆが一番美味しいものだと思いますので、添加物のないものにしてほしい
60代	立派な店構えのものは値段が高いものばかりなのであまり利用しない。
70歳以上	普通盛、大盛のほかに、高齢者向けの量も考えて欲しい

3. 喫茶店の利用実態と意識

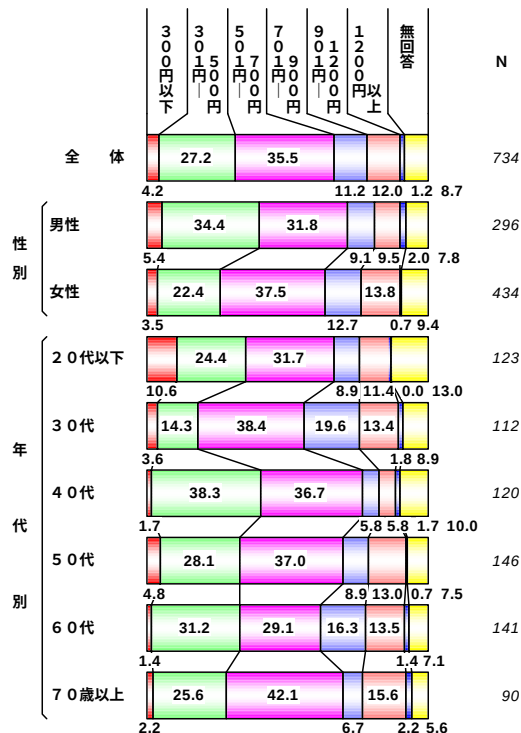
(1) 喫茶店の利用状況

- 喫茶店の利用頻度をみると、「ほとんど利用していない」が20.7%と最も高い一方で、「週4日以上」も6.9%に達しており、かなりばらつきがあることがわかる。年代別にみると若年層ほど利用頻度は低い。
- 1回あたりの利用金額をみると、「501円～700円」が35.5%と最も高く、「301円～500円」が27.2%で続き、この2つで6割を上回っている。
- 利用時間帯で最も多く挙げられているのは、「14～17時」の54.1%。特に女性が目に付く。
- 主に利用するメニューとしては、「ホットコーヒー」(77.8%)が圧倒的に高い。しかし20代に限ってみると他のメニューとの差は小さい。また、男性は「アイスコーヒー」、女性は「ケーキ」「紅茶」が比較的高い。

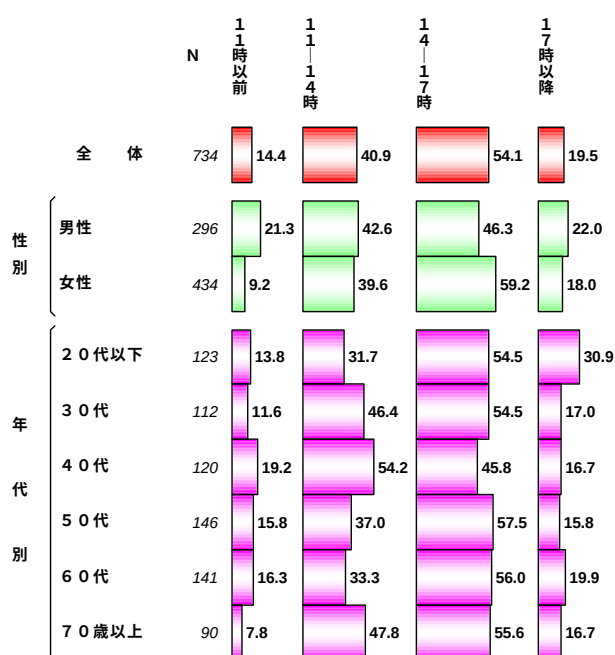
図表20 「喫茶店」の利用頻度



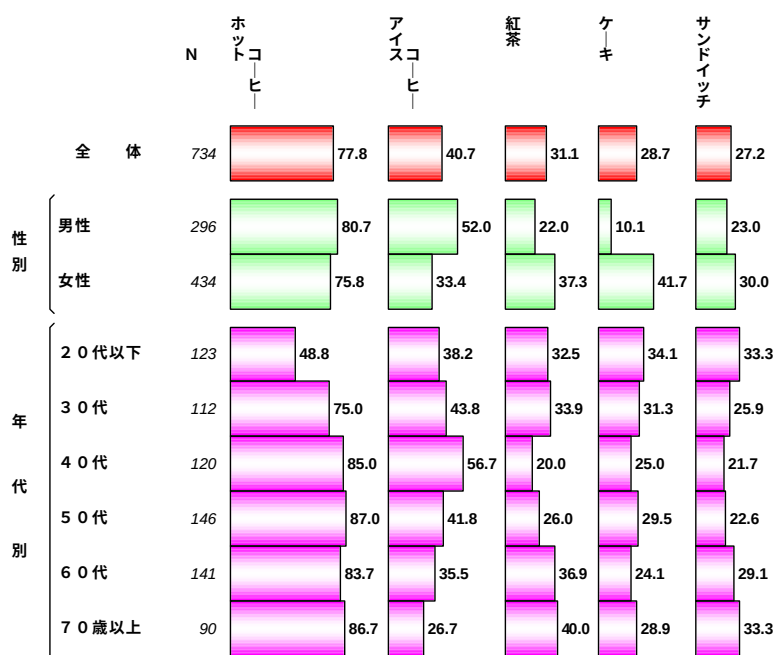
図表21 「喫茶店」での1回あたりの利用金額 (喫茶店利用者)



図表22 「喫茶店」の利用時間帯 (喫茶店利用者、複数回答)



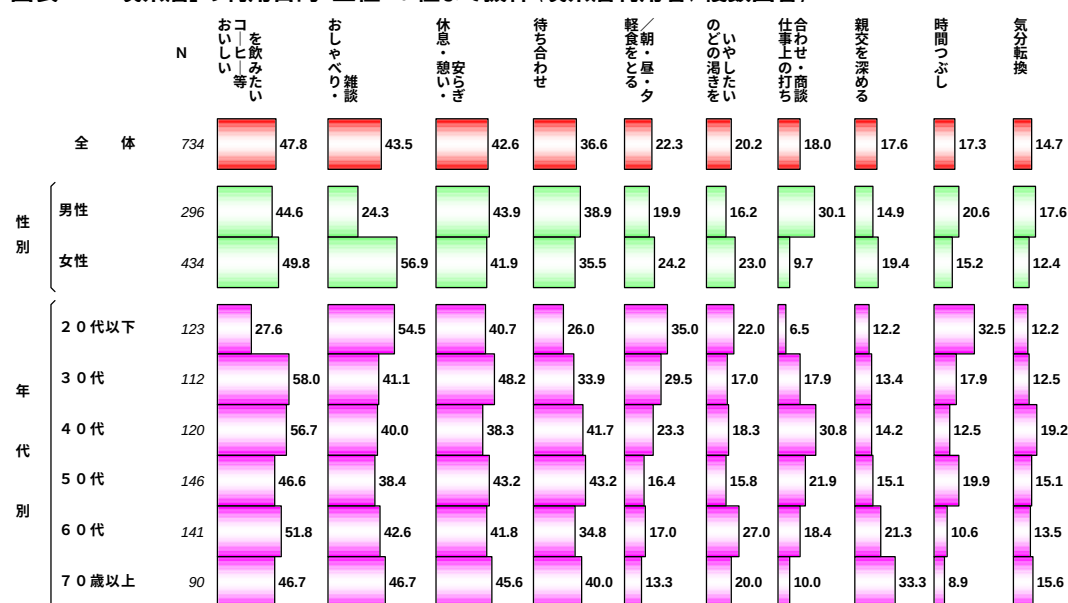
図表23 「喫茶店」で利用するメニュー-上位5つまで抜粋 (喫茶店利用者、複数回答)



(2) 喫茶店の利用目的

● 喫茶店の利用目的をみると、「おいしいコーヒー等飲みたい」が 47.8%、「おしゃべり・雑談」(43.5%)、「休息・憩い・安らぎ」(42.6%)といったものが多く挙げられている。

図表 24 「喫茶店」の利用目的-上位 10 位まで抜粋 (喫茶店利用者、複数回答)



(3) 喫茶店を選ぶ基準

● 喫茶店を選ぶ基準として、4つの分野にわけてそれぞれ選択してもらったところ、以下のものが多く挙げられた。

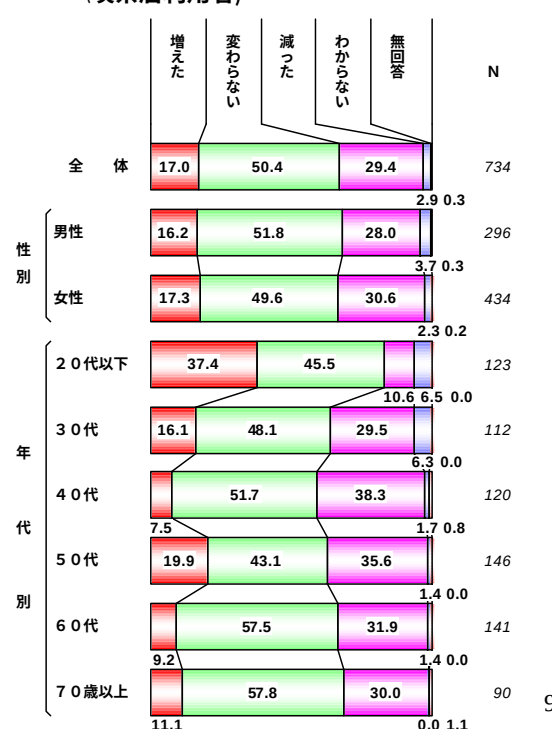
- ①立地 …「駅前」(50.1%)、「近隣の商店街」(37.7%)、「デパートやショッピングセンター内」(33.0%)
- ②雰囲気 …「1人でも入りやすい」(43.2%)、「落ち着いて話ができる」(40.6%)
- ③サービス …「対応がよい」(73.8%)、「追いたてない」(39.0%)
- ④メニュー …「値段が手ごろ」(61.6%)、「味がよい」(61.4%)

(4) 喫茶店利用回数の増減傾向と意識

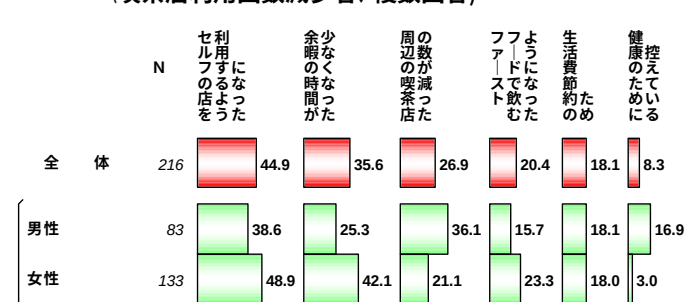
● 喫茶店利用回数が「変わらない」が 50.4%と最も高い。「減った」の 29.4%は、「増えた」(17.0%)を上回っている。属性別にみると、40代の落ち込みが大きい。

● 利用回数の減少理由を尋ねてみると、「セルフの店を利用するようになった」(44.9%)が最も多く挙げられている。「余暇の時間が少なくなった」が 35.6%で続いている。

図表 25 2～3年前と比較しての「喫茶店」利用回数の変化 (喫茶店利用者)



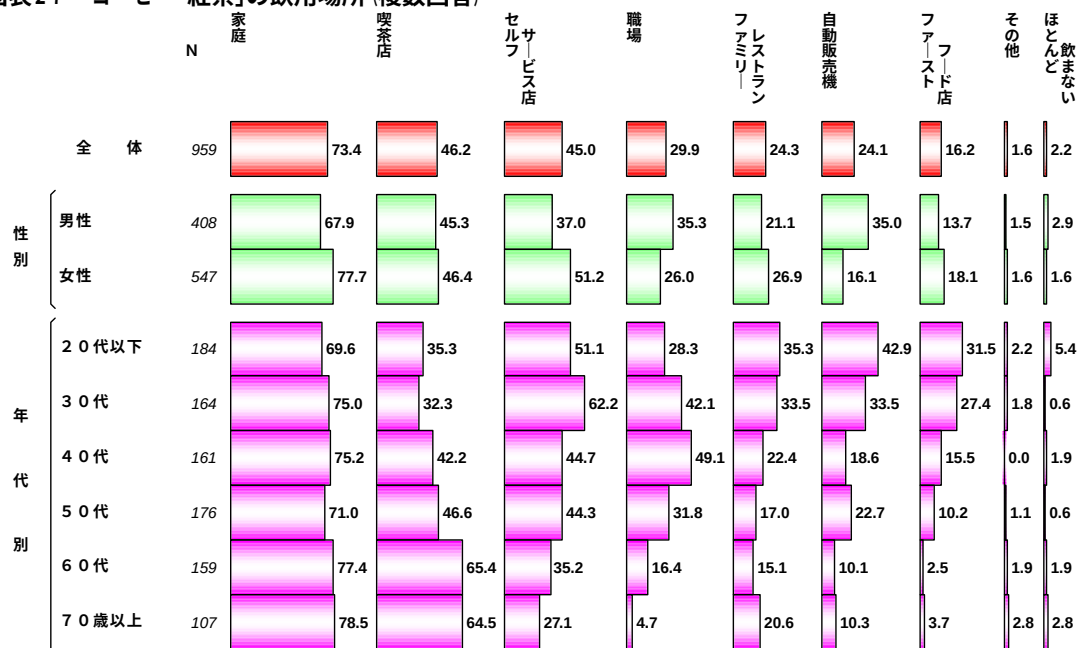
図表 26 「喫茶店」利用回数の減少理由 (喫茶店利用回数減少者、複数回答)



(5) コーヒー・紅茶の飲用場所

●コーヒーや紅茶の普段の飲用場所としては、「家庭」が73.4%と最も高い。「喫茶店」は46.2%で、「セルフサービス店」(45.0%)とほぼ並んでいる。年代別では、高年層は「喫茶店」、若年層は「セルフサービス店」等が高い。

図表27 「コーヒー・紅茶」の飲用場所(複数回答)



(6) 喫茶店に対する要望

図表28 「喫茶店」に対する要望(自由回答抜粋)

①男性

年代	回答内容
10代	パフェをメニューに加えることを強く希望
20代	ゆったりとくつろげる雰囲気さえあればいい
20代	基本的に高く入りづらい
30代	家で飲みたいときに挽いたほうが安く美味しく飲める。安くおいしい店を望む
30代	禁煙スペースの確立
40代	コーヒーにこだわりをもっている職人がいる店がいい
40代	セルフサービス店に比べ、家族と一緒に入りにくい。コーヒー以外のメニューを豊富にして欲しい
40代	よいオーディオを利用してよい音楽が流れている喫茶店が多くあるといい
50代	静かで客あたりの良い店を望む
50代	専門店が少ない。探し出すのが不便
60代	セルフサービス店とは異なる重厚なムード・食器・音楽などを
70歳以上	ブレンド内容をメニューに記入して欲しい

②女性

年代	回答内容
10代	入り易く低価格で多くのメニューがあるといい。長時間いても邪険にされない店があると嬉しい
20代	コーヒー以外のメニューをもっと増やして欲しい
20代	アジア系コーヒーショップや紅茶専門店を作って欲しい。他店にはないメニュー作り
30代	ランチの定番メニューのほかにもっとメニューを増やして欲しい。デザートの種類の実を望む。
30代	タバコの分煙化をもっと徹底してほしい。
40代	店内が暗くしてある店が多いように思うが、暗くないほうが好きである。分煙している店が好きだ。
40代	セルフサービス店は手軽で味もよいので、喫茶店に行く機会が減った。
50代	店内でケイタイをしている人や大声の人は注意して欲しい
50代	専門店なので美味しいコーヒーをいれてほしい
60代	ぬるいコーヒーはガッカリする。サイホンやフィルターで目の前でいれてくれる店がよい
60代	昔のように静かに音楽を聞かせてくれる店がなくなった。静かにものを考える場所がなくなった。
70歳以上	フルーツを切った手で金銭授受しているが少なくとも手くらい拭いてほしい
70歳以上	コーヒー店は少々おかわりサービスがあってもいい

■消費者情報交換会議での主な発言内容

①「すし店」について

モニター代表の意見	理美容組合、事務局からの回答
・時価の値段を明示して欲しい。 ・タネや価格等で安心な店が増えるように。 ・値段が不明で店に入りにくい。	・組合では明朗会計は非常に大事なことで推進しており、値段を表示する店は増えてきている。1個1個まで表示している店もある。 ・高級店と一般大衆店との区別は看板だけでは分かりにくい、店の雰囲気である程度分かる。
・若い年代は回転寿司を使う。	・脅威ではあるが、回転寿司、持ち帰り寿司などで寿司を食べる人が非常に増えている。将来すし店の客になると期待している。
・すしの日のPRが欲しい。 ・すし券のPRを充実するように。	・「すし券」「すしの日」のPRには組合でも力を入れて行ってきたが、なお一層努力しなくては。

②「そば・うどん店」について

モニター代表の意見	理容組合からの回答
・出前を行ってほしい。	・出前自体は減ってきている。 ・そばはのびるので、店で食べていただくのが一番であるが、出前には迅速なお届けに気を付けている。
・午後8時以降も営業をして欲しい。	・家庭内労働であり長時間の営業は体力的には厳しい。
・テーブルが小さい。	・わずかな時間内に多くのお客さんを受け入れるため、テーブルが小さい店もある。 ・地域の状況にあわせ店舗の改装を行っており、清潔で食べやすい雰囲気にしている。
・店により味を裏切ることが少ない。	・手打ちと機械打ちとはあまり差がない。そば作り向上のため組合ではDVDを用いて技術のレベルアップに努めている。
・街全体に活気を起こすようにすると良い。	・そばがブームで、そば打ちが流行っているが、本当のそばの魅力を広めるため「大江戸めん祭り」を今年6月ビックサイトで開催する。消費者の方にぜひご覧になっていただきたい。

③「喫茶店」について

モニター代表の意見	美容組合からの回答
・落ち着いた雰囲気を大切にしたい。 ・おいしいコーヒーをゆったりと飲みたい。	・雰囲気、味等を高めるには、売上げが一時期に比べ大変減少しており難しいときがある。 ・雰囲気の向上には、設備とソフトのフォローが大切であるが、負担がかかる。 ・客がマナーを守らないときもある。
・特色あるコーヒーを飲む雰囲気が欲しい。 ・家族で利用が出来るように。	・特色ある店を目指して展開して行きたい。 ・個性を出して客を営業ベースまで確保するのは苦労がある。
・軽食が出来るように。	・食事を出している店も多いが、かなり負担がかかる。
・店員の接遇に配慮が足りない。	・若いウェイトレスの教育は思うようには出来ない。

④3業種全般、その他

モニター代表の意見
・高齢化に対応した営業姿勢が求められる。 ・寿司やそばは、伝統ある日本の食である。誇りを持って従事し、長く残ってもらえるようにしていただきたい。 ・米、そばは日本人のルーツである。寿司を外国に出すとしても本来の味を損なわないよう自信を持っていただきたい。 ・巨大化する東京のなかで地道な商売は、宝物である。商店街活性化には組合員の方は率先して街づくりの中に入っていただきたい。 ・地域に根を張った商店街全体で、街の活性化を図るようにしないといけない。 ・商店街の方々は、同地域の消費者と同じ仲間であり構成メンバーであり応援も多い。 ・特色のある店には応援する人がいるので、個性を生かしての営業をやって欲しい。 ・寿司、そば、コーヒーには高度な技術が伴う。その技術を売り物にして他との差を特徴付けて元気な店作りをやっていただきたい。身近な所にそのような店があれば街の誇りとなる。

※発言時間の制約等もあり、モニター代表からの意見・質問と各業種代表等の発言は必ずしもリンクしていない。

○発行／財団法人東京都生活衛生営業指導センター
〒150-0012 東京都渋谷区広尾 5-7-1 東京都広尾庁舎内
TEL03-3445-8751

○編集／株式会社日本リサーチセンター
〒104-0032 東京都中央区八丁堀 4-5-4 秀和桜橋ビル
TEL03-3206-8338 (調査企画2部 パブリックリサーチチーム)

○平成17年3月発行 ☑禁断転載