

屋外の公共の場での飲酒、 「反対・計」43.3%が「賛成・計」19.9%を上回る 性年代や屋外の公共の場での飲酒経験有無で意見の差が大きい結果に 屋外の公共の場での飲酒について、実態と賛否やその理由を調査（2024年8月実施）

株式会社リクルート（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：北村 吉弘、以下リクルート）の外食市場に関する調査・研究機関『ホットペッパーグルメ外食総研』（<https://www.hotpepper.jp/ggs/>）は、首都圏・関西圏・東海圏の消費者に屋外の公共の場での飲酒について、実態と賛否やその理由について調査を行いましたので、その結果を発表いたします。

<要約>

POINT1 屋外の公共の場で飲酒したことがある 47.9%。飲酒する人の約 65%が経験者 …… P3-6

▶屋外の公共の場（公園、ビーチ、路上等）での飲酒経験の有無を尋ねたところ、「ある」47.9%、「ない」25.6%。「そもそもお酒は飲まない/飲めない」人が26.5%いるため、飲酒する人では約65%が経験者ということになる。

▶具体的な飲酒場所トップ3は、1位「花見、月見、ピクニックなどの場」（47.6%）、2位「公園、ビーチなど」（42.4%）、3位「旅行先の観光地」（33.3%）。

▶飲酒相手トップ3は、1位「友人、知人と」（55.4%）、2位「家族、親族と」（36.6%）、3位「職場の人と」（26.4%）。

▶その他の状況については、「お店で飲まずに、路上飲み・公園飲み等だけ」（57.0%）、「誘われた」（52.5%）、お酒の入手方法については、「現場近くのお店などで購入」（61.9%）。

POINT2 屋外の公共の場での飲酒、「反対・計」43.3%が「賛成・計」19.9%を上回る …… P7

▶屋外の公共の場での飲酒に対して「賛成」+「どちらかという賛成」の「賛成・計」は19.9%、「反対」+「どちらかという反対」の「反対・計」は43.3%。

▶「そもそもお酒は飲まない/飲めない」人を除き飲酒者に限った集計でも、「反対・計」（35.9%）は「賛成・計」（24.6%）を上回った。

POINT3 賛成理由「風情」「楽しさ」等、反対理由「ゴミ」「大声」等。

性年代やこれまでの屋外の公共の場での飲酒経験有無による考えの違いも目立つ …… P8

▶賛成理由は、1位「風情がある、季節を感じられる」（24.9%）、2位「外での飲酒は楽しい」（21.9%）、3位「安くすむ」（21.6%）。反対理由は、1位「ゴミ等で街が汚れる」（60.4%）、2位「大声など近隣に迷惑」（54.3%）、3位「治安の悪化につながりそう」（45.7%）。

▶他の性年代に比べ、20・30代男性で「外での飲酒は楽しい」の割合が高い一方、30～60代女性では「ゴミ等で街が汚れる」、40～60代女性では「大声など近隣に迷惑」の割合が高く、性別や世代間での考えの違いがやや目立つ。また、屋外の公共の場の飲酒経験別にみると、経験者は賛成理由の選択割合が高い一方、未経験者は反対理由の選択割合が高く、意見が分かれている。

本件に関する
お問い合わせ先

<https://www.recruit.co.jp/support/form/>

調査概要と回答者プロフィール

- ◎調査名 外食市場調査（2024年7月度）
◎調査方法 インターネットによる調査

首都圏、関西圏、東海圏における、夕方以降の外食および中食のマーケット規模を把握することを目的に実施した調査（外食市場調査）の中で、路上や公共の場での飲酒の経験とその内容（場所、相手、入手方法等）、路上や公共の場での飲酒に対する賛否とその理由等について聴取。

- ◎調査対象 首都圏（東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県、茨城県）、関西圏（大阪府、京都府、兵庫県、奈良県、滋賀県）、東海圏（愛知県、岐阜県、三重県）に住む20～69歳の男女（株式会社マクロミルの登録モニター）

■事前調査

- ①調査目的 本調査の協力者を募集するために実施
②調査時期 2024年6月18日（火）～2024年7月4日（木）
③調査対象 首都圏、関西圏、東海圏に住む20～69歳の男女（株式会社マクロミルの登録モニター）
④調査内容 本調査への協力意向、普段の外食頻度、普段の中食頻度
⑤配信数 494,370 件
⑥回収数 27,165 件
⑦本調査対象者数 11,375 件

- ◆本調査対象者の割付について
- ・本調査では、回答者の偏りをできるだけなくすために、割付を行って回収した。
 - ・性年代別10区分×地域別25区分（首都圏地域13区分、関西圏地域8区分、東海圏地域4区分）＝250セルについて、令和4年人口推計（総務省）に基づき割付を行った。
 - ・本調査の目標回収数は、首都圏3,200s、関西圏1,600s、東海圏1,600s、合計6,400sとした。

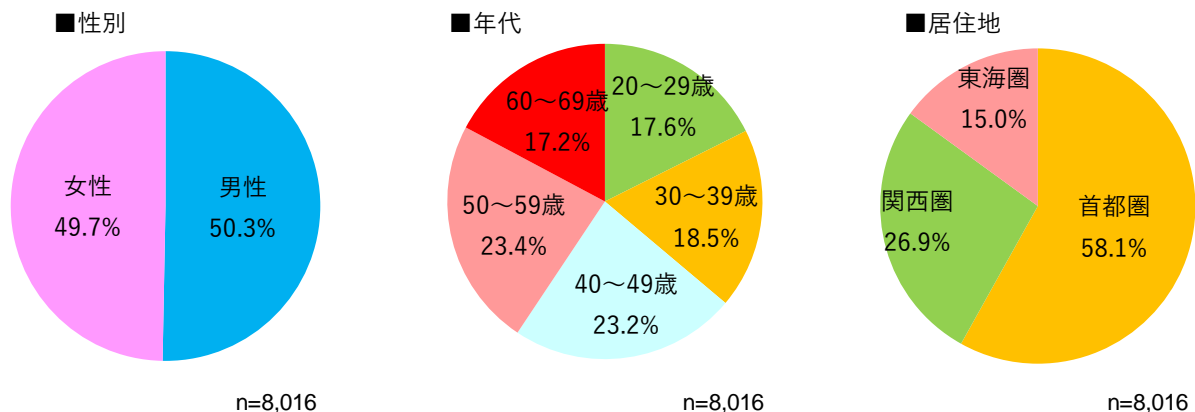
■本調査

- ①調査方法 事前調査で本調査への協力意向が得られたモニターの中から、脱落率を加味して設定した必要数をランダムに抽出し、本調査の案内メールを通知。
②調査期間 2024年8月1日（木）～2024年8月13日（火）
③配信数 10,605 件
④回収数 8,102 件 （回収率 76.4 %）
⑤有効回答数 8,016 件 （首都圏 4,072 件、関西圏 2,108 件、東海圏 1,836 件）

※回収された票のうち、自由回答コメントから、趣旨に合わないと思われる票を無効としたほか、事前調査時の普段の外食・中食頻度の回答と、本調査時の1カ月間の外食・中食回数が著しく乖離している場合、事前調査時の住所と、本調査時の住所が、圏域を越えて変わっている場合を無効とした。

- ◆集計方法について
- ・本調査結果は、令和4年人口推計（総務省）における割付（性年代別10区分×地域別25区分＝250セル）別の構成比に合わせてサンプル数を補正したウェイトバック集計を行っている。
 - ・補正後のサンプル数は次の通り。
3圏域・計 8,016 件（首都圏 4,655 件、関西圏 2,156 件、東海圏 1,206 件）

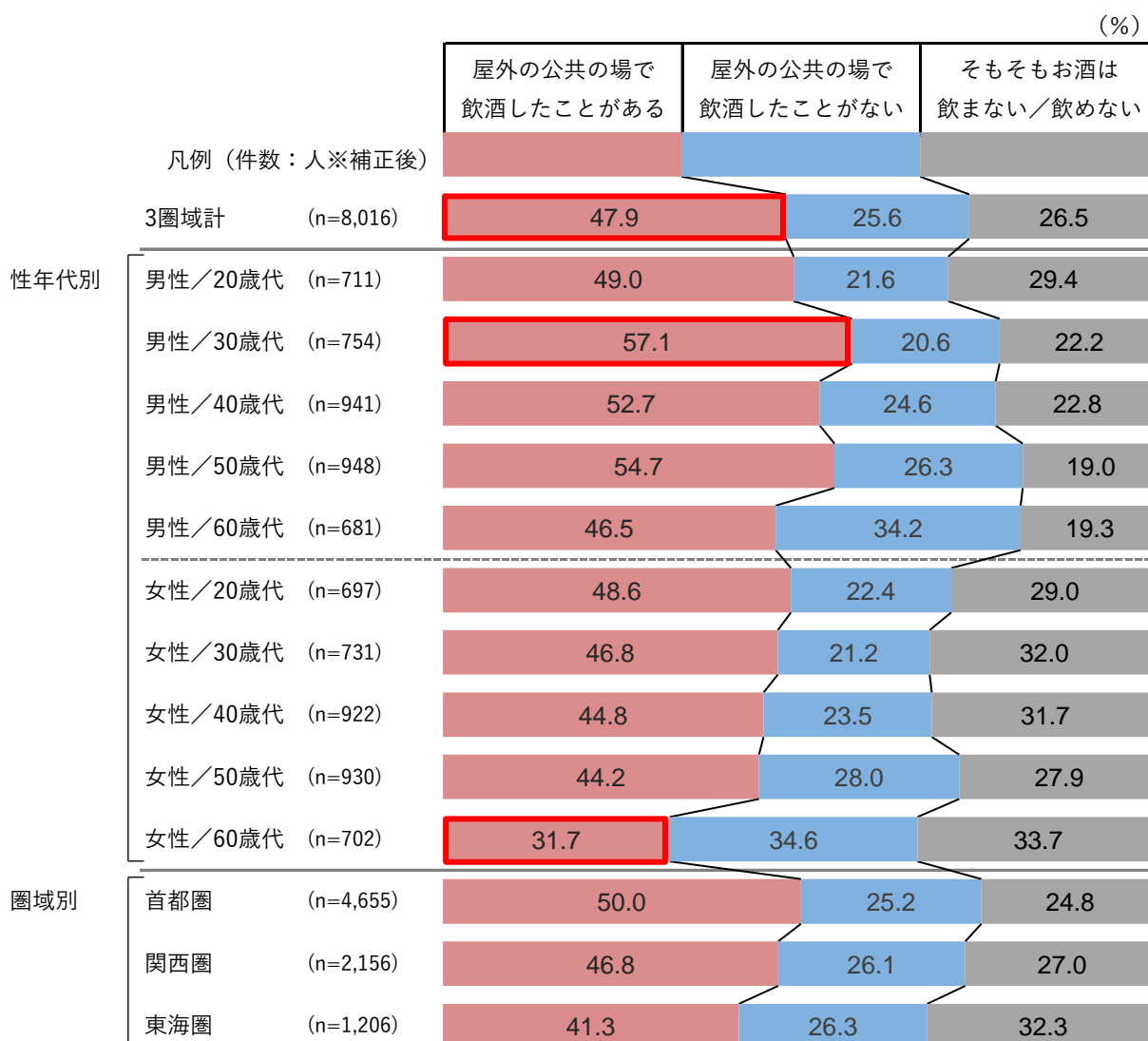
◆回答者プロフィール（ウェイトバック後）



1. 屋外の公共の場で飲酒したことがある人は47.9%。飲酒する人の約65%が経験

屋外の公共の場（公園、ビーチ、路上等。屋台等の飲食専用スペースは除く）での飲酒経験の有無を尋ねたところ、「ある」は47.9%、「ない」は25.6%。「そもそもお酒は飲まない/飲めない」人が26.5%いるため、飲酒する人では約65%が経験者ということになる。性年代別では、経験者の割合が最も高いのは30代男性で57.1%、逆に最も低いのは60代女性で31.7%であった。飲酒する人に限定しても、経験者の割合は30代男性で最も高く、60代女性で最も低かった。

屋外の公共の場での飲酒経験（通期）（全体／単一回答）



※コロナ禍前・中・後のいずれかにおいて「屋外の公共の場で飲酒したことがある」場合、通期で同カテゴリーとして集計。

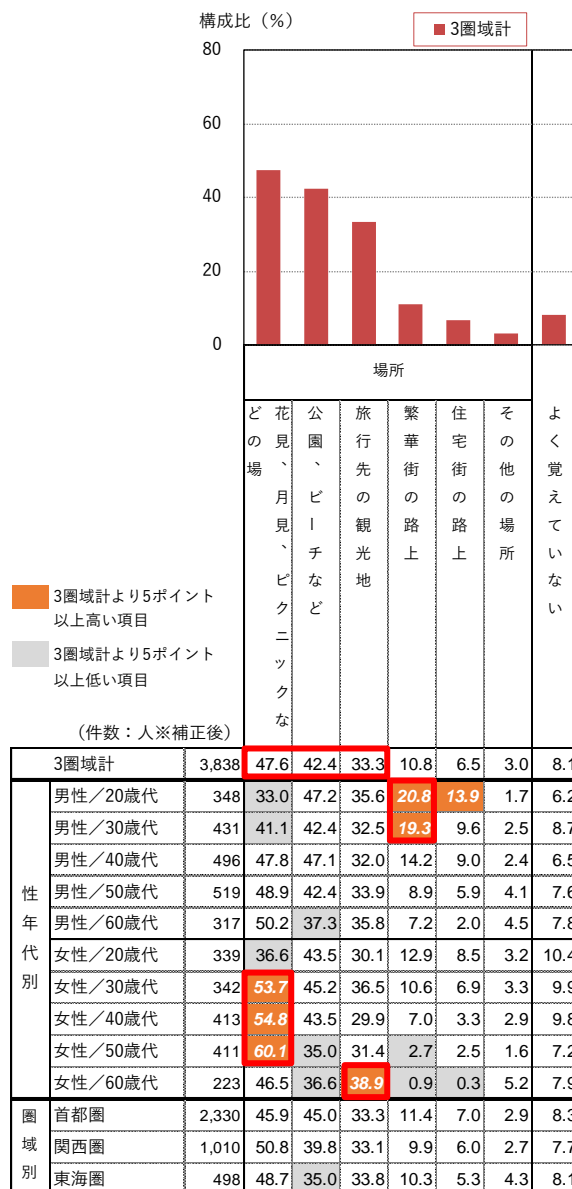
※コロナ禍・中・後のいずれも「そもそもお酒は飲まない/飲めない」場合、通期で同カテゴリーとして集計。

※上記にあてはまらない場合、通期で「屋外の公共の場で飲酒したことがない」として集計。

2. 屋外の公共の場での飲酒場所、トップは「花見、月見、ピクニックなどの場」で47.6%

屋外の公共の場で飲酒した際の具体的な場所を尋ねたところ、トップ3は、1位が「花見、月見、ピクニックなどの場」(47.6%)、2位が「公園、ビーチなど」(42.4%)、3位が「旅行先の観光地」(33.3%)となっている。性年代別では、30~50代女性は「花見、月見、ピクニックなどの場」が、60代女性は「旅行先の観光地」が、20・30代男性は「繁華街の路上」が、他の性年代に比べて割合が高くなっている。

屋外の公共の場での飲酒場所（コロナ禍前・中・後のいずれかにおいて、屋外の公共の場で飲酒したことがある人／複数回答）

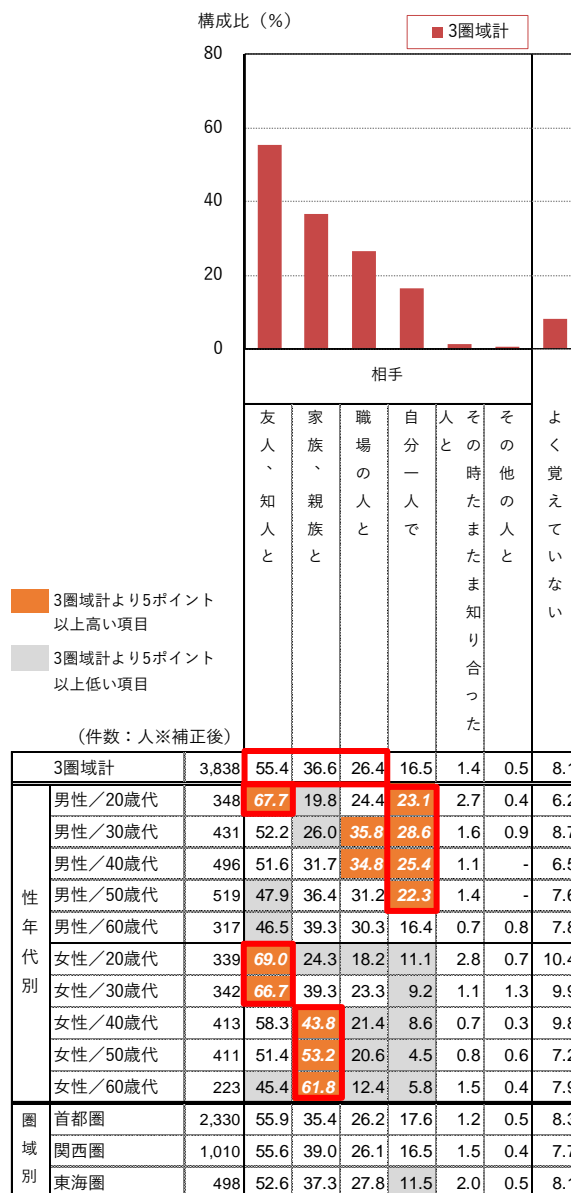


※調査では『場所』『相手』『お酒の入手方法』『お店で飲むこととの前後関係』『特定の状況』のそれぞれから1つ以上回答してもらう形式とした。

3. 屋外の公共の場での飲酒相手、トップは「友人、知人と」で55.4%

屋外の公共の場での飲酒相手を尋ねたところ、トップ3は、1位が「友人、知人と」(55.4%)、2位が「家族、親族と」(36.6%)、3位が「職場の人と」(26.4%)となっている。性年代別では、20・30代男女と30代女性で「友人、知人と」が、40～60代女性で「家族、親族と」が、20～50代男性で「自分一人で」が、他の性年代よりも割合が高かった。

屋外の公共の場での飲酒相手（コロナ禍前・中・後のいずれかにおいて、屋外の公共の場で飲酒したことがある人／複数回答）

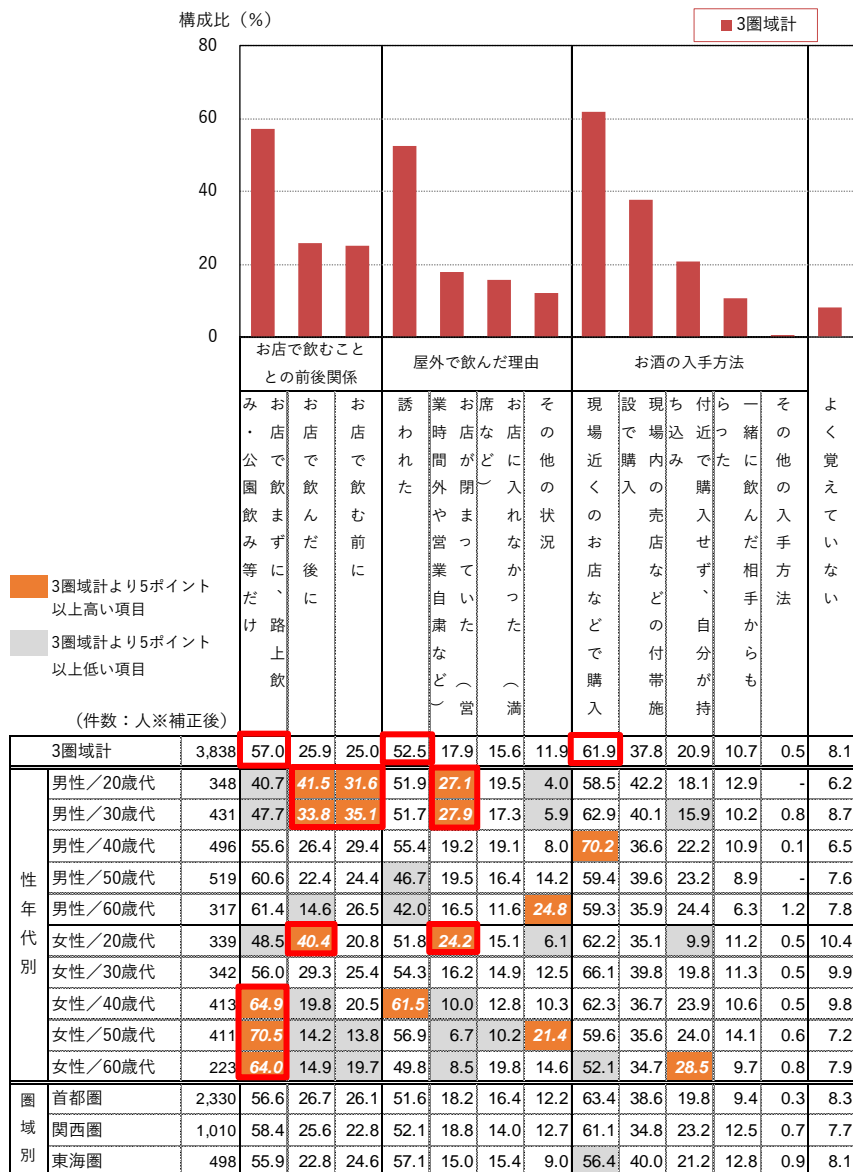


※調査では『場所』『相手』『お酒の入手方法』『お店で飲むこととの前後関係』『特定の状況』のそれぞれから1つ以上回答してもらう形式とした。

4. 「お店では飲まずに」「誘われて」「現場近くのお店などで購入」が多い状況

屋外の公共の場での飲酒の経験者に、お店での飲酒との前後関係、屋外で飲んだ理由、お酒の入手方法を尋ねた。お店での飲酒との前後関係については「お店で飲まずに、路上飲み・公園飲み等だけ」(57.0%)の回答が最多で、屋外で飲んだ理由は「誘われた」(52.5%)が最多、お酒の入手方法は「現場近くのお店などで購入」(61.9%)が最多だった。性年代別で見ると40～60代女性で「お店で飲まずに、路上飲み・公園飲み等だけ」が、20・30代男性と20代女性で「お店で飲んだ後に」「お店が閉まっていた(営業時間外や営業自粛など)」が、20・30代男性で「お店で飲む前に」が、他の性年代に比べ割合が高くなっている。屋外の公共の場での飲酒経験のある20・30代男性の約3～4割が、お店での飲酒の前や後に、屋外の公共の場で飲酒していた。若い男性においては、お店での飲酒だけでは時間的にももの足りないことが、屋外の公共の場での飲酒につながったのかもしれない。

屋外の公共の場での飲酒について、お店での飲酒との前後関係、屋外で飲んだ理由、お酒の入手方法(コロナ禍前・中・後のいずれかにおいて、屋外の公共の場で飲酒したことがある人/複数回答)

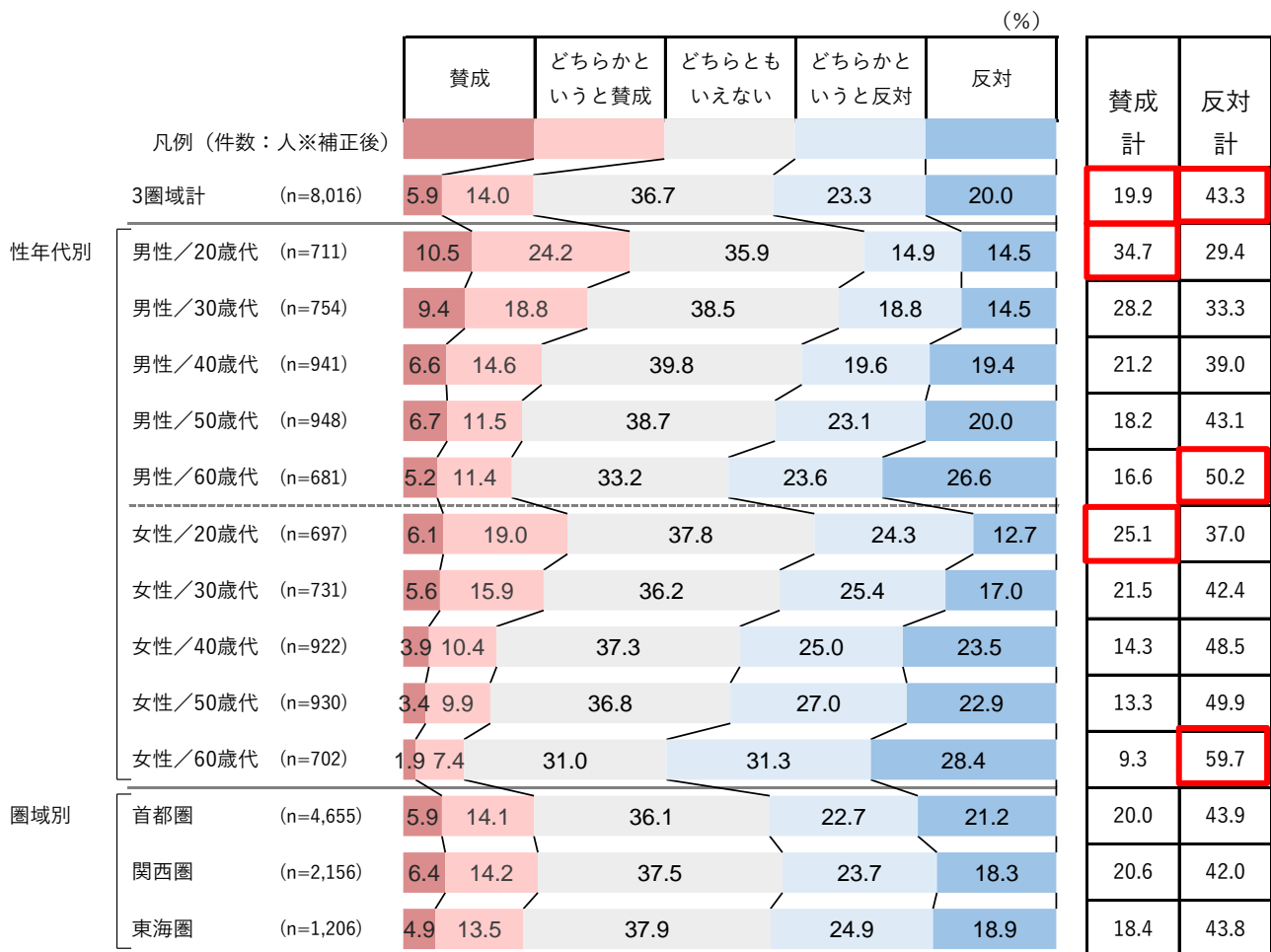


※調査では『場所』『相手』『お酒の入手方法』『お店で飲むこととの前後関係』『特定の状況』のそれぞれから1つ以上回答してもらう形式とした。

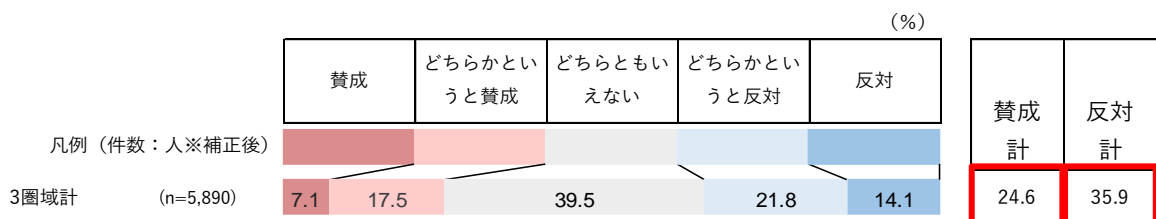
5. 屋外の公共の場での飲酒、「反対・計」43.3%が「賛成・計」19.9%を上回る

屋外の公共の場での飲酒に対する賛否を尋ねたところ、「賛成」+「どちらかという賛成」の「賛成・計」は19.9%、「反対」+「どちらかという反対」の「反対・計」は43.3%と、反対が賛成を上回った。また、「そもそもお酒は飲まない/飲めない」人を除き飲酒者に限った集計でも、「反対・計」(35.9%)は「賛成・計」(24.6%)を上回った。性年代別で見ると、60代では男女とも「反対・計」が過半数(男性：50.2%、女性：59.7%)である。他方、20代では男女とも「賛成・計」の割合(男性：34.7%、女性：25.1%)が上の年代よりも高い。特に20代男性では「賛成・計」(34.7%)が「反対・計」(29.4%)を上回った。

屋外の公共の場での飲酒に対する賛否(全体/単一回答)



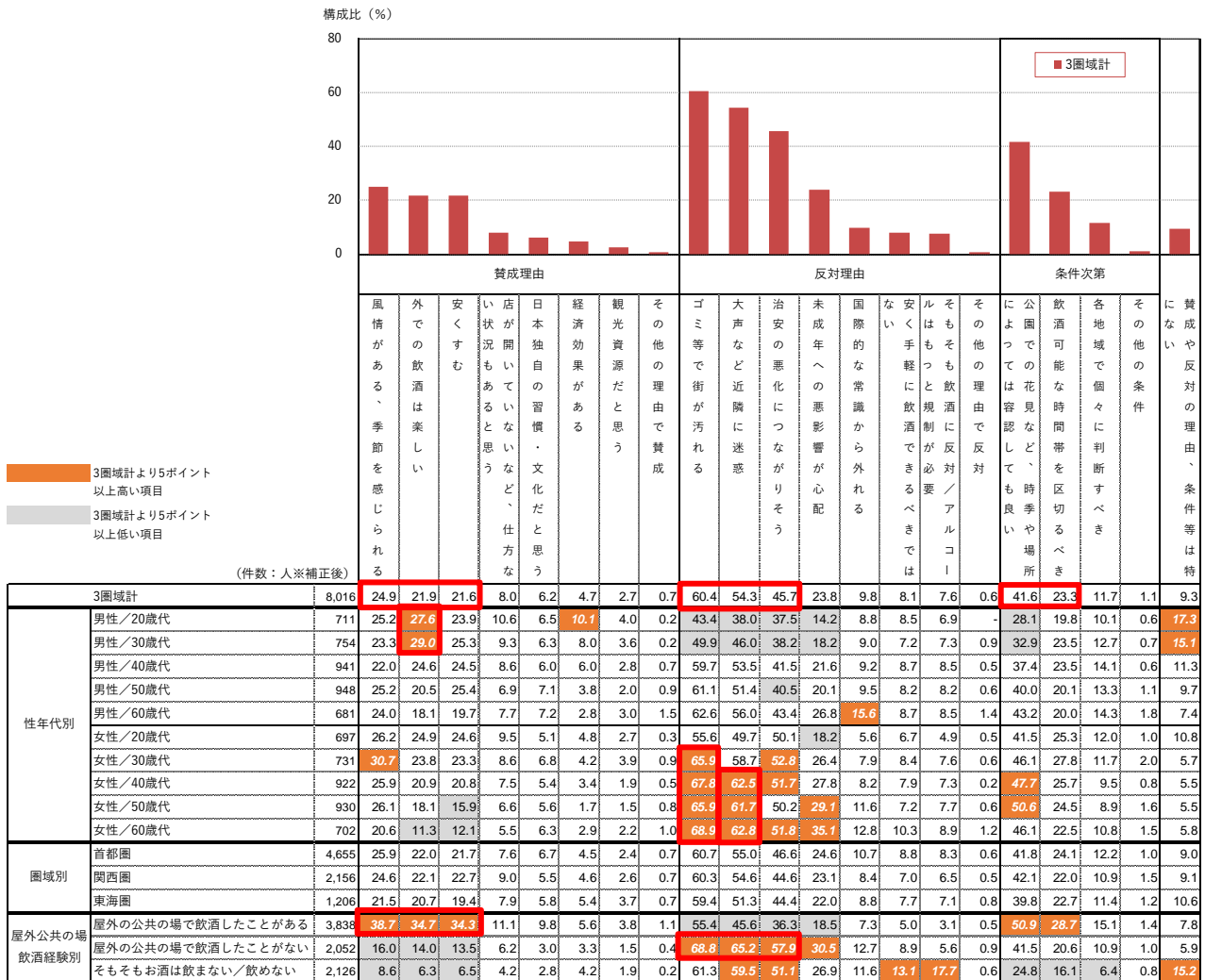
<参考> 屋外の公共の場での飲酒に対する賛否(そもそもお酒は飲まない・飲めない人を除く/単一回答)



6. 賛成理由「風情」「楽しさ」等、反対理由「ゴミ」「大声」等。性年代による考えの違いも目立つ

屋外の公共の場での飲酒に対する賛否理由を尋ねたところ、賛成理由のトップ3は1位「風情がある、季節を感じられる」(24.9%)、2位「外での飲酒は楽しい」(21.9%)、3位「安くすむ」(21.6%)で、反対理由のトップ3は、1位「ゴミ等で街が汚れる」(60.4%)、2位「大声など近隣に迷惑」(54.3%)、3位「治安の悪化につながりそう」(45.7%)であった。また、条件次第で賛成の場合の条件1位は「公園での花見など、時季や場所によっては容認しても良い」(41.6%)、2位「飲酒可能な時間帯を区切るべき」(23.3%)となっている。性年代別に見ると、他の性年代に比べ、20・30代男性で「外での飲酒は楽しい」の割合が高い一方、30~60代女性では「ゴミ等で街が汚れる」、40~60代女性では「大声など近隣に迷惑」の割合が高く、性別や世代間での考えの違いがやや目立つ結果となっている。また、屋外の公共の場の飲酒経験別にみると、経験者は賛成理由の選択割合が高い一方、未経験者は反対理由の選択割合が高く、意見が分かれている。

屋外の公共の場での飲酒に対する賛否理由（全体／複数回答）



リクルートグループについて

1960年の創業以来、リクルートグループは、就職・結婚・進学・住宅・自動車・旅行・飲食・美容などの領域において、一人ひとりのライフスタイルに応じたより最適な選択肢を提供してきました。現在、HRテクノロジー、マッチング&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、60を超える国・地域で事業を展開しています。リクルートグループは、新しい価値の創造を通じ、社会からの期待に応え、一人ひとりが輝く豊かな世界の実現に向けて、より多くの『まだ、ここにはない、出会い。』を提供していきます。

詳しくはこちらをご覧ください。

リクルートグループ：<https://recruit-holdings.com/ja/> リクルート：<https://www.recruit.co.jp/>