

# 女性も通いたくなる 焼き肉店とは？



## 焼き肉と焼き肉店の選択理由

有効回答数は男女合わせて 623 件

アメリカの牛肉輸入問題で揺れている昨今。厳しい営業を強いられている焼き肉店も少なくないだろう。その一方で、近年の焼き肉店は清潔感やオシャレ度も増し、新たに“女性”という新しい顧客を増やし、売り上げを伸ばしている店舗もあるという。これより、実際のお好みや選ばれるポイントなど、女性の動向に注目しながら調査。また、よく利用する焼き肉店のランキングから最近の実態も調

査してみた。  
アンケートは昨年 11 月中旬に実施。有効回答数は 623 件。男女の比率は女性が 48.6%、男性が 51.4% となった。年代別の割合は 30 歳代が 35.6%、40 歳代が 27.6%、20 歳代が 20.1%。地方別の回答割合が高かった上位は、関東地方が 35.4%、近畿地方は 23.6%、中部地方が 11.3% であった。

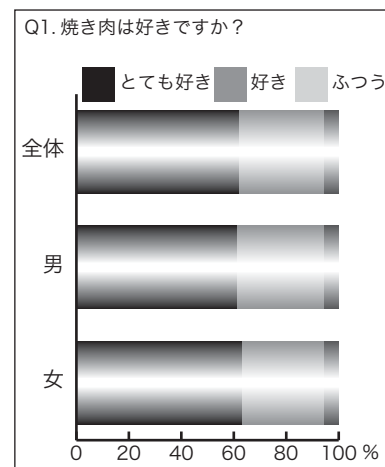
### Q 1 焼き肉は好きですか？

「とても好き～好き」が 94%  
男女差・地域差はなく 90% 超える

焼き肉のし好について調査すると、全体でも「嫌い～とても嫌い」は 0% と、ほぼ万人に愛されるメニューであることがうかがえる。また、男女別・年代別・地域別でも「とても好き～好き」の割合が 90% を超える。細かくみると、30 歳代までは「とても

好き」の割合が約 65%、「好き」が約 30% であるのに対し、40 歳代～50 歳代になると「とても好き」の割合が約 55%、「好き」が約 40% となっている。年齢が増すと、やや好みの度数が下がるようだ。しかしながら、やはり焼き肉は年齢を問わず好まれるメニューであるこ

とには間違いのないようだ。



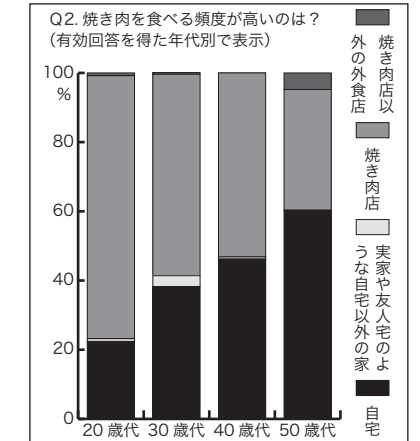
### Q 2 焼き肉を食べる頻度が高いのは？

自宅	40.6%
実家や友人宅のような自宅以外の家	1.9%
焼き肉店	56.7%
焼き肉店以外の外食店	0.8%

## 焼き肉を食べるのは「自宅」か「焼き肉店」が主流 どちらになるかは、年齢別・地域別で違いが

焼き肉を食べる場としては、「自宅」か「焼き肉店」と応えた割合が 9 割を超える結果に。実際には、“焼き肉定食”や“焼き肉弁当”といったランチメニューなどで、もっと日常的に口に入っているものではないかと推測も働くのだが、回答者には“ジュージュー”と鉄板で焼く場面が先にイメージされているように思われる。

男女差をみると、全体とほぼ変わらない結果になった。しかしながら、年齢別や地域別で見ると、「自宅」と「焼き肉店」との割合には違いが表れている。30 歳代までは「自宅」より「焼き肉店」の割合が高いが、そこを境に、40 歳代からはその割合が逆転していくのだ。地域別にみても、関東や中部では「自宅」が約 30%、「焼き肉店」

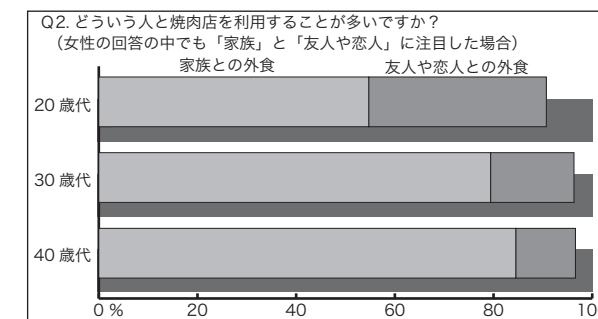


が約 65% であるのに対し、近畿では「自宅」が 54.3%、「焼き肉店」が 42.1% と、地域的な違いもみられる。地域差が表れた理由は調査していないため不明だが、年齢による差が表れたのは、歳を重ねていく中で家庭環境が変わってきたことが原因だと推測される。

### Q 3 どんな人と焼き肉店を利用することが多いですか？

## 女性の「友人や恋人」と焼き肉店活用 利用する割合はほぼ 2 割

一緒に焼き肉店に行くのは、「家族」か「友人や恋人」が 9 割を超え、それ以外の仕事関係者や一人での食事はまれであることが分かった。そ



こで、上位を占める「家族」と「友人や恋人」の割合に注目してみた。男性の場合、「家族」の割合が 55.6% で「友人や恋人」は 31.3% だ

ったのに対し、女性の場合、「家族」の割合が 73.6% で「友人や恋人」は 20.1% だった。この結果から推測出来るのは、女性が友人と

1 位	家族との外食	64.4%
2 位	友人や恋人との外食	25.8%
3 位	職場関係の人との外食	4.7%
4 位	その他	3.7%
5 位	一人での食事	1.1%
6 位	接待	0.3%



食事に行く際に、焼き肉店を選んでいる場合がまだまだ多いことを示しているのではないだろうか？。逆にいえば、女性だけで行きやすい焼き肉店づくりが出来れば、もっと客を取り込めると思われる。その傾向は、年齢が上るほどにみられることから、友人とのぜいたくランチを楽しむ主婦層などを取り込める対策を練るなど、工夫次第で新しい顧客を獲得出来るそうだ。

**Q 4** 焼き肉店を選ぶ際に最も重視するポイントは。(複数回答可)

1位	肉の品質	62.6%
2位	価格	45.9%
3位	肉の種類	43.5%
4位	タレ	26.2%
5位	店の清潔感	19.4%
6位	サイドメニューの豊富さ	15.7%
7位	店員の対応	10.4%
8位	立地条件	6.6%
9位	サービスの質	6.1%
10位	個室がある	5.8%
11位	鉄板など焼くもの	4.7%
12位	駐車場の有無	4.5%
13位	座席が広い	3.2%
14位	掘りごたつタイプの座席がある	2.6%
15位	酒の種類	2.1%
16位	アットホームさ	1.9%
17位	喫煙席と禁煙席が分かれている	1.8%
18位	店の洗練度	1.4%
19位	その他	1.0%
20位	椅子などインテリア	0.8%
21位	照明の明るさ	0.3%
	席数	0.3%
23位	カウンター席がある	0.2%
24位	音楽の趣味	0.0%



度」椅子などインテリア」といった、店の居心地や雰囲気、オシャレ度を表わす要素は、意外にも下位に偏っている。とりあえず、支払う金額に見合ったおいしい肉がいただけ「清潔感」があれば、「行ってみたい」と思わせる焼き肉店に入れそう。

女性に注目してみると、「サイドメニューの豊富さ」を選んだ女性の割合は、20歳代で22.7%、30歳代で24.3%、40歳代で17.2%と、男性よりも重視する傾向があるのが分かる。また、「個室がある」を選ぶ割合も、40歳代では0%だったのに対し、20歳代で12.0%、30歳代で8.8%となり、若い層ほど個室を好む傾向がみられる。Q3の結果からも推測されるのは、年齢が上るほど家族での利用が増えるため、個室へのこだわりが薄らぐのだろう。

**焼き肉店を選ぶポイントはやっぱり“肉”  
女性は「サイドメニューの豊富さ」も重視**

セレクトポイントに「肉の品質」や「肉の種類」が上位を占めていることから、やはり焼き肉店としては、「肉」という主軸を中心に考える必要があるのはいうまでもない。この傾向は男女別・年齢別・地域別にみても同じ結果となっている。また、「価格」が2位にきていることから、「肉のクオリティに対する価値」という点もシビアにみられることがうかがえる。一方で、「アットホームさ」「店の洗練

**Q 5** 焼き肉店にあればうれしい食事メニューは?(複数回答可)

**若い女性ほどデザートは必須メニュー  
意外とワインは不人気?**

今回の調査でも最も男女差がみられたのは、サイドメニューやドリンクの好み。食事メニューに注目すると、男性が基本的に肉にこだわっているのに対し、女性はデザートや肉以外のメニューへの関

心が高い傾向がある。とくに、20歳代の女性に関しては、「豊富なデザート類」で33.3%、「アイスクリーム類」で20.0%と、デザート全般に関する嗜好が強いようだ。また、「有機野菜」については、30歳代女性では22.1%と全体と比べ

て関心が高く、ある意味、最も美容に対する関心が高いと思われる世代ならではの「カラダの中からキレイに」の気持ちが漂っているようだ。とはいえ、「有機野菜」と

いうコストや入手ルートの問題があるアイテムをすぐに導入するのはむずかしい店舗も多いだろう。それより、最近の漢方ブームによって、カラダにいい漢方食材を使

ったメニューを考案する方が、女性の関心をつかむ近道かもしれない。

男性(食事メニュー)

1位	石焼きビビンバなどのご飯物	30.0%
2位	珍しい部位の肉	29.1%
3位	豊富なタレ	23.1%
	銘柄など的高级肉	23.1%
5位	地元で生産された肉	15.3%
6位	有機野菜	12.5%
7位	魚介類	11.9%
8位	豊富なデザート類	10.9%
9位	アイスクリーム類	10.3%
10位	麺類	8.4%
11位	スープ類	8.1%
	銘柄鶏肉	8.1%
13位	とくになし	7.5%
14位	豚内臓肉	5.9%
15位	その他	0.6%

女性(食事メニュー)

1位	石焼きビビンバなどのご飯物	40.9%
2位	豊富なデザート類	29.7%
3位	豊富なタレ	26.7%
4位	珍しい部位の肉	20.1%
5位	銘柄など的高级肉	18.2%
6位	有機野菜	17.8%
7位	地元で生産された肉	14.9%
8位	魚介類	14.2%
9位	アイスクリーム類	13.9%
10位	スープ類	11.6%
11位	麺類	8.9%
12位	銘柄鶏肉	6.6%
13位	豚内臓肉	3.3%
14位	とくになし	1.1%
15位	その他	0.7%

ドリンクに関しては、焼き肉をいただく際、男性が基本的にビールを好む傾向があるのに対し、女性はビールよりもソフトドリンクやカクテルを合わすことを好む傾向がみられる。とくに20歳代の女

性では、「カクテル」が25.3%と1位に。地域別でも、女性はジュース類の関心が高いため、カクテル風味のジュースがあれば、なお女性に喜ばれそう。また、人気

意外と女性のデータをみても伸びなかった。ワインの種類を増やす方が、多くの女性の心をつかめるのかもしれない。

男性(ドリンクメニュー)

1位	ビール	44.1%
2位	豊富な焼酎	20.3%
3位	とくになし	16.9%
4位	ジュース類	10.0%
5位	ノンアルコールビール	7.5%
6位	日本酒	7.2%
7位	カクテル	6.3%
8位	コーヒー・紅茶	5.6%
9位	ワイン	4.4%
10位	その他	1.3%

女性(ドリンクメニュー)

1位	ビール	26.1%
2位	ジュース類	19.1%
3位	カクテル	15.2%
4位	豊富な焼酎	10.6%
	コーヒー・紅茶	10.6%
6位	とくになし	9.2%
7位	ノンアルコールビール	8.6%
8位	ワイン	6.6%
9位	日本酒	3.6%
10位	その他	2.6%

Q6 リピートしたくなる焼き肉店のポイントは？

リピート顧客を生むには…  
「品質・価格バランス・店員」

1位	提供メニューの品質の高さ	49.4%
2位	商品と価格のバランスの良さ	44.3%
3位	店員の態度の良さ	40.0%
4位	低価格	34.5%
5位	対応スピード	26.6%
6位	清潔感	20.7%
7位	肉の焼きやすさなど鉄板等の質	16.7%
8位	サイドメニューの充実度	9.3%
9位	立地条件	5.9%
10位	駐車場の有無	5.6%
11位	ドリンクメニューの充実度	2.7%
	とくになし	2.7%
13位	インテリアや音楽など居心地の良さ	2.4%
14位	その他	0.5%

リピートを呼ぶためには、品質やそれに対する価格バランスに加え、「店員の態度の良さ」がポイント。男女別で大差はなく、品質や価格が一定基準を満たす必要はあるものの、最終的には“人”で選ぶ、という回答者の温度が伝わるような結果となった。年齢別には、40歳代女性で「商品と価格のバランスの良さ」が69.0%となり、他の年代よりも厳しい目で価格を読んでいることがうかがえる。一家のお財布を握るこの年代の「低価格」に寄せる関心が27.6%であることから、安いだけでは家族連れを呼び込めないといえそうだ。

Q7 よく利用する焼き肉店は？

男女差はみられず  
「牛角」が20%と圧倒的人気

回答数が623件だったため、この件数を集められなかったともいえるが、「牛角」の利用率が抜きん出たような調査をする上では十分な

ていることは明らかといえるだろう。また、「とくになし」の割合が13.2%と1割強も占めていることから、まだまだ取り込める浮遊顧客は少なくない。

チェーン店	チェーン店以外の店舗			
1位	牛角	20.4%	チェーン店ではない近所の焼き肉店	22.6%
2位	安楽亭	5.6%	とくになし	13.2%
3位	焼肉屋さかい	4.0%	左記以外のチェーン店	7.2%
4位	大同門	2.2%	チェーン店ではないが、職場近くやよく行くエリアの焼き肉店	3.7%
5位	叙々苑	2.1%	チェーン店ではない、わざわざ行く隠れ家的な焼き肉店	2.7%
6位	一番カルビ	1.4%		
7位	でん	1.3%		
8位	宝島	1.1%		
9位	食道園	1.0%		
10位	あみやき亭、じゅうじゅうカルビ、鶴一、天壇、平城苑、ワンカルビ	0.8%		
16位	カルビー丁、カルビ大将、久太郎	0.6%		
19位	赤門、なべしま、はいから亭、はや、焼き肉五苑	0.5%		
24位	一心亭	0.3%		
25位	アジヨシ、炙屋、がんこ炎、じゃんじゃん亭	0.2%		



Q8 Q7の焼き肉店をよく利用する理由は？

よく利用する焼き肉店の理由には  
「立地条件」が30%と上位に

Q6の「リピートしたくなる焼き肉店のポイント」では、「立地条件」が9位(5.9%)だったにもかかわらず、Q8の回答では3位(29.6%)と上昇。現実的な理由にははずせないことが分かる。とはいえ、「店員の態度の良さ」が5位(17.2%)となっており、Q6の3

位(40.0%)ほど大きな理由ではないものの、やはり重要なポイントである点であることは間違いない。また、「牛角」の高利用率の理由は、「商品と価格のバランス」が優れている点にありそうだ。Q3から分かるように、焼き肉店は家族

で利用頻度が高い。Q6において一家のお財布を握る40歳代女性の心をつかみやすい要素をもっているのは強みだろう。ただし、「牛角」を選んだ女性に注目してみると、「対応スピード」や「店員の態度の良さ」が順に3位(25.4%)・4位(22.2%)と上位に。やはり、日々の努力が大切なことはいままでもない。

全体	牛角				
1位	提供メニューの品質の高さ	36.8%	1位	商品と価格のバランスの良さ	31.9%
2位	商品と価格のバランスの良さ	36.0%	2位	立地条件	29.8%
3位	立地条件	29.6%	3位	低価格	26.2%
4位	低価格	27.9%	4位	提供メニューの品質の高さ	23.4%
5位	店員の態度の良さ	17.2%	5位	対応スピード	19.9%
6位	対応スピード	15.3%	6位	店員の態度の良さ	18.4%
7位	清潔感	14.2%	7位	清潔感	10.6%
8位	とくに理由はない	11.5%	8位	サイドメニューの充実度	9.2%
9位	駐車場の有無	9.6%	9位	駐車場の有無	6.4%
10位	サイドメニューの充実度	7.4%	10位	肉の焼きやすさなど鉄板等の質	5.7%

チェーン店以外の店舗		
1位	商品と価格のバランスの良さ	44.0%
2位	提供メニューの品質の高さ	42.6%
3位	立地条件	32.6%
4位	低価格	19.9%
5位	店員の態度の良さ	15.6%
6位	対応スピード	9.2%
7位	駐車場の有無	8.5%
8位	肉の焼きやすさなど鉄板等の質	6.4%
9位	とくに理由はない	5.7%
	知り合いだから	5.7%

一方、「チェーン店ではない近所の焼き肉店」の利用理由では、つねに上位をつけていた「清潔感」というポイントが12位(3.5%)とかなり下位をキープ。焼き肉店を選ぶ理由には、かなり現実的理由が左右しているようだ。逆にいえば、立地条件も良く、価格も品質の割には頑張っているのに、顧客が定着しないという店舗であれば、清潔感や店員の教育という基本を見直すことで顧客を増やせそうだ。