

2022年7月20日



節約で外食の注文時に「単価の高いものを我慢」する人 41.9%
我慢したのは「ブランド牛肉」「うなぎ」「うに」等
フェア・イベントは「カニ」「牛タン」にもニーズ
外食時に節約のため注文をためらった高級食材を調査（2022年6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）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、最近の物価上昇にともない外食時に節約のため注文をためらった高級食材についてアンケートを行いました。その結果を発表いたします。

<要約>

POINT1 外食の注文時に「節約モードの人」は47.6%。最も割合が高いのは20代女性

・・・P3

▶食材の値上げに応じた節約のため、外食時に注文をためらったり、注文したいものをあきらめたりすることがあるかについて、「いつもそうだ」と「たまにある」の計の「節約モードの人」は47.6%。

▶「節約モードの人」の割合が最も高かったのは20代女性で62.2%、逆に最も低かったのは60代男性で31.6%。

POINT2 外食の注文時の我慢「単価の高いものを我慢することが多い」が41.9%・・・P3-4

▶「単価の高いものを我慢することが多い」人が41.9%、「単価に限らず我慢」「単価より量で我慢」を加えた「我慢することが多い・計」は65.6%。「外食時には我慢はしない」人も34.4%と一定の割合に達した。

POINT3 注文をためらったり、あきらめたりしたのは「ブランド牛肉」「うなぎ」「うに」。フェア・イベントニーズは「カニ」「牛タン」にも

・・・P4-6

▶食材の値上がりを受け、外食の際に注文をためらったり、あきらめたりした高級食材の品目トップ3は、1位「ブランド牛肉（松坂牛、神戸牛など）」17.5%、2位「うなぎ」14.0%、3位「うに」8.8%。

▶ お得に食べられるフェアやイベント等があれば、外食しに行きたくなる高級食材は、1位「ブランド牛肉（松坂牛、神戸牛など）」(49.7%)、2位「うなぎ」(33.8%)、3位は「カニ（ズワイガニ、タラバガニ、毛ガニなど）」(30.8%)、4位「牛タン」(29.1%)。

本件に関する
お問い合わせ先

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

2022年7月20日

調査概要と回答者プロフィール

- ◎調査名 外食市場調査（2022年5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（外食マーケット基礎調査）の中で、食材の値上がりに応じた外食時の節約志向、節約のために外食時に我慢することや注文を抑える高級食材、お得に食べられるフェアやイベントがあれば外食する高級食材などを聴取。
- ◎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 2022年4月19日（火）～2022年4月28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 318,983 件
 ⑥回収数 44,211 件
 ⑦本調査対象者数 15,888 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2年国勢調査人口（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4,000s、関西圏2,000s、東海圏2,000s、合計8,000sとした。

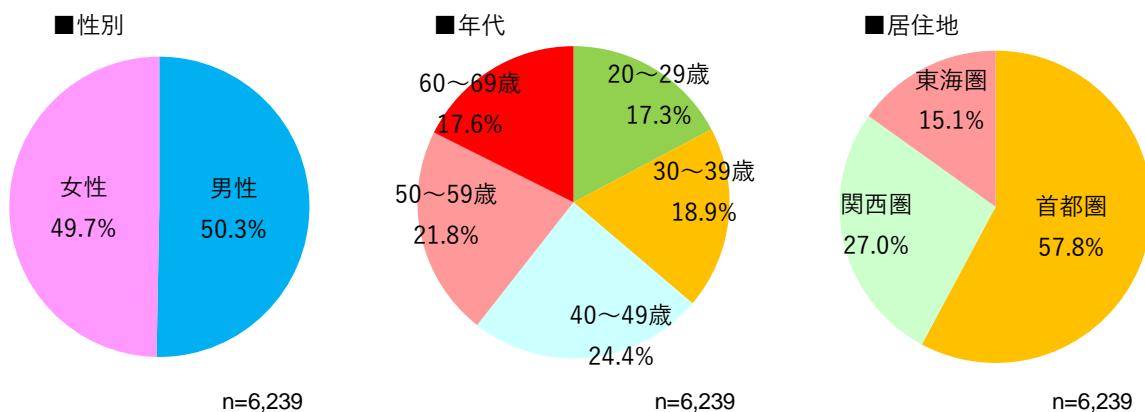
■本調査

- 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 2022年6月1日（水）～2022年6月13日（月）
 ③配信数 12,602 件
 ④回収数 6,298 件 （回収率 50.0 %）
 ⑤有効回答数 6,239 件 （首都圏 3,296 件、関西圏 1,574 件、東海圏 1,369 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2年国勢調査人口（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 6,239 件（首都圏 3,608 件、関西圏 1,687 件、東海圏 944 件）

◆回答者プロフィール（ウェイトバック後）

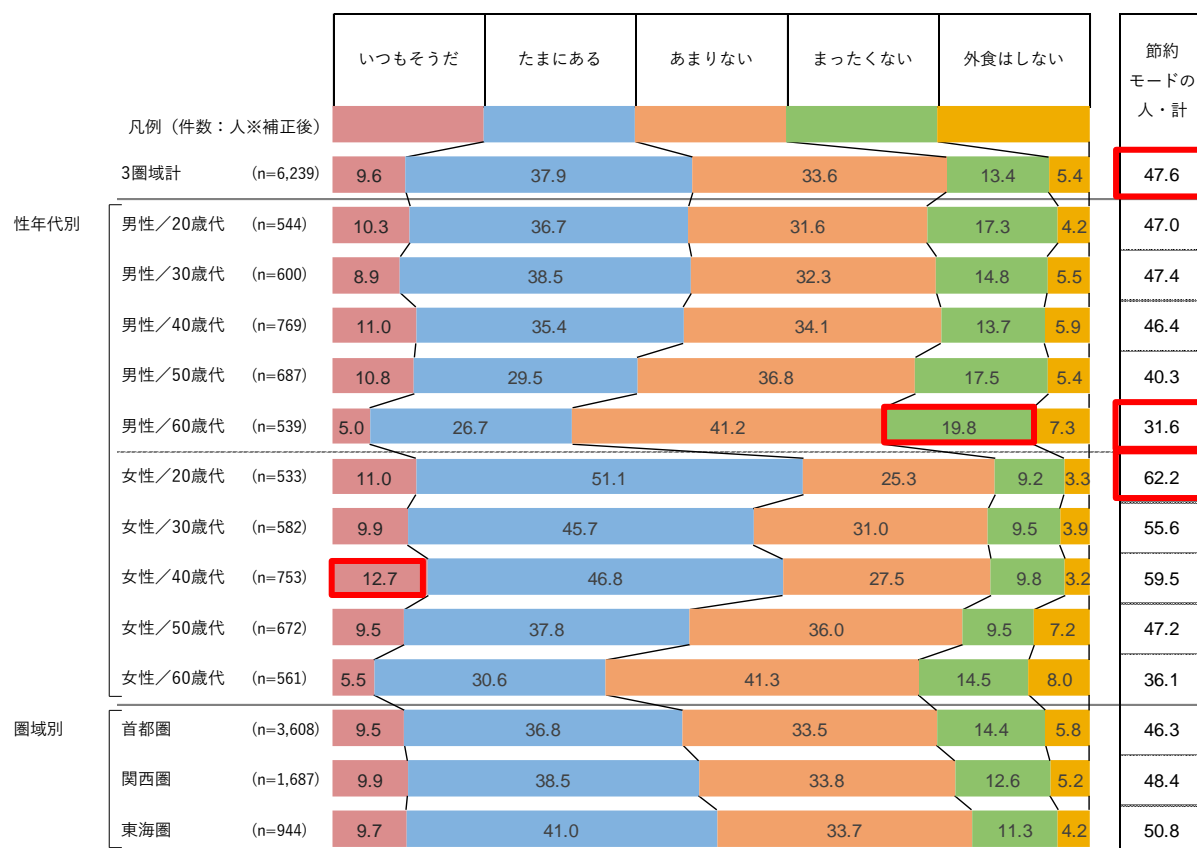


2022年7月20日

1. 外食の注文時に「節約モードの人」は47.6%。最も割合が高いのは20代女性

このところ、物価上昇による食材の値上げに関するニュースが多いが、食材の値上げに応じた節約のため、外食時に注文をためらったり、注文したいものをあきらめたりすることがあるかを2022年6月時点で聞いた。「いつもそうだ」と「たまにある」の計の「節約モードの人」は47.6%であった。性年代別で「節約モードの人」の割合が最も高かったのは20代女性で62.2%、逆に最も低かったのは60代男性で31.6%であった。「いつもそうだ」だけでみると、40代女性が12.7%で最も高く、「まったくない」でみると、60代男性が19.8%で最も高かった。

食材の値上げに応じた節約のため、外食時に注文をためらったり、注文したいものをあきらめたりすることがあるか（全体／単一回答）



※「節約モードの人・計」：「いつもそうだ」「たまにある」のいずれかを回答した人を集計

2. 外食の注文時の我慢「単価の高いものを我慢することが多い」人が41.9%

節約のため、外食の注文時にどのような我慢をしているかを聞いた。「単価の高いものを我慢することが多い」とした人が41.9%と多く、「単価に限らず我慢」「単価より量で我慢」を加えた「我慢することが多い・計」は65.6%であった。一方で「外食時には我慢はしない」とした人も34.4%と一定の割合に達した。性年代別で「我慢することが多い・計」が最も高かったのは40代女性で74.7%、逆に低かったのは60代男性で50.8%であった。

2022年7月20日

食材の値上げに応じた節約のため、外食の注文時に我慢すること（外食をする方／単一回答）

		(飲み物も含めて) 単価の高いものを 我慢することが多い	(飲み物も含めて) 単価に限らず 我慢することが多い	(飲み物も含めて) 単価より量を抑えて 我慢することが多い	外食時には 我慢はしない	我慢する ことが 多い・計
凡例（件数：人※補正後）						
3圏域計（n=5,904）		41.9	14.2	9.5	34.4	65.6
性年代別	男性／20歳代（n=521）	35.7	20.8	9.2	34.2	65.8
	男性／30歳代（n=567）	36.7	18.2	13.1	32.1	67.9
	男性／40歳代（n=724）	37.1	19.6	9.6	33.7	66.3
	男性／50歳代（n=649）	40.0	12.9	8.8	38.3	61.7
	男性／60歳代（n=499）	34.5	7.8	8.6	49.2	50.8
	女性／20歳代（n=516）	48.7	15.1	9.7	26.5	73.5
	女性／30歳代（n=559）	49.0	13.7	8.4	29.0	71.0
	女性／40歳代（n=729）	52.7	11.8	10.2	25.3	74.7
	女性／50歳代（n=624）	43.3	12.6	9.0	35.1	64.9
	女性／60歳代（n=516）	39.2	8.1	7.8	44.9	55.1
圏域別	首都圏（n=3,400）	40.8	14.4	9.7	35.0	65.0
	関西圏（n=1,600）	42.7	13.6	9.7	34.0	66.0
	東海圏（n=904）	44.8	14.3	8.1	32.8	67.2

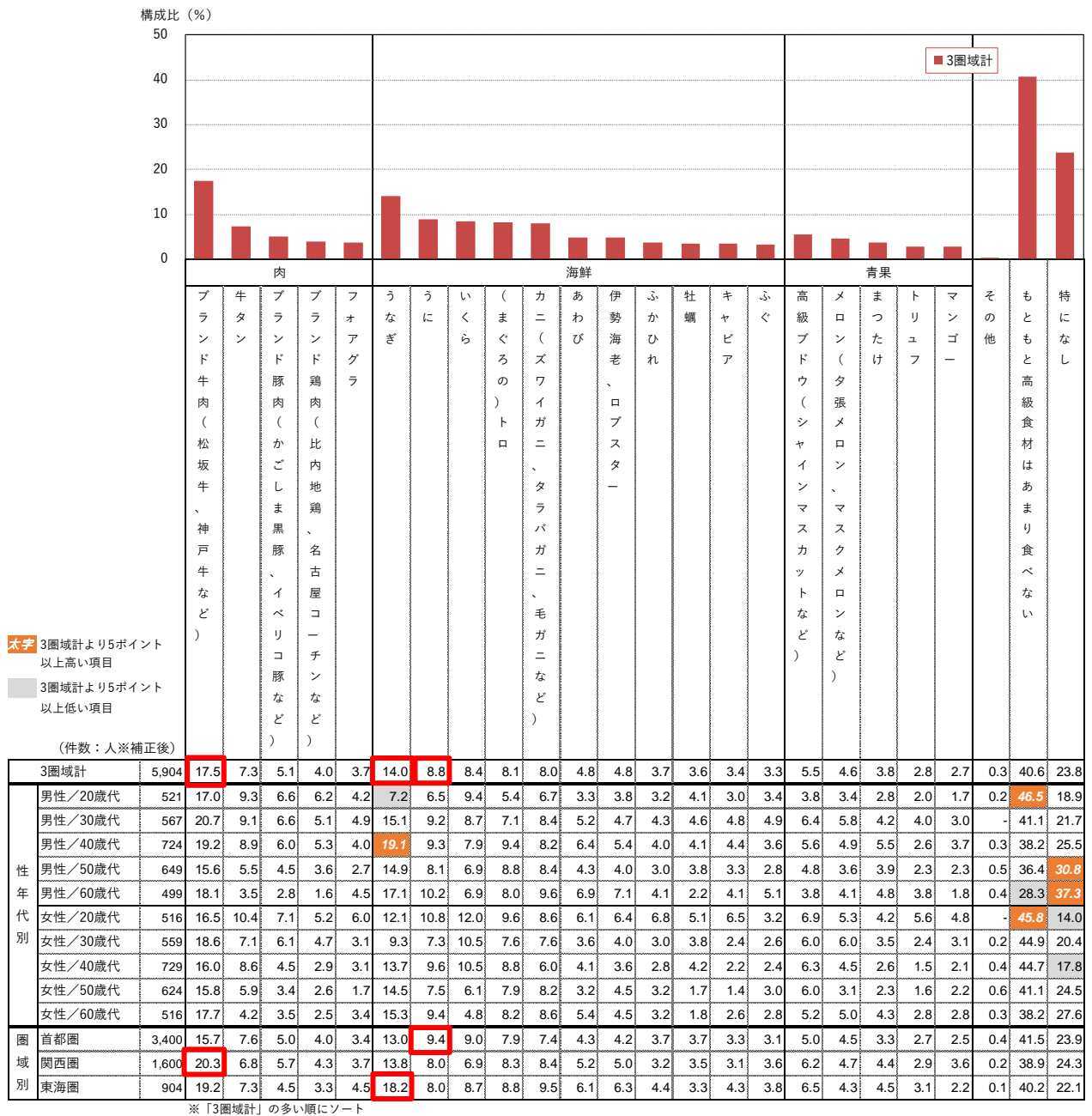
※「我慢することが多い・計」：「(飲み物も含めて) 単価の高いものを我慢することが多い」「(飲み物も含めて) 単価に限らず我慢することが多い」「(飲み物も含めて) 単価より量を抑えて我慢することが多い」のいずれかを回答した人を集計

3. 外食の際に注文をためらったり、あきらめたりしたのは「ブランド牛肉」「うなぎ」「うに」

食材の値上がりを受け、外食の際に注文をためらったり、あきらめたりした高級食材について、品目を聞いた。「もともと高級食材はあまり食べない」「特になし」の回答も多いが、個別品目でトップ3だったのは、1位は「ブランド牛肉（松坂牛、神戸牛など）」が17.5%、2位は「うなぎ」が14.0%、3位は「うに」が8.8%であった。性年代別・圏域別でそれほど顕著な差はなかったが、「ブランド牛肉（松坂牛、神戸牛など）」では関西圏での選択率が20.3%と他圏域よりやや多く、「うなぎ」では東海圏での選択率が18.2%と他圏域よりやや多く、「うに」では首都圏での選択率が9.4%と他圏域よりやや多かった。

2022年7月20日

食材等の値上がりを受け、外食の際に注文をためらったり、あきらめたりした高級食材（外食をする方／複数回答）



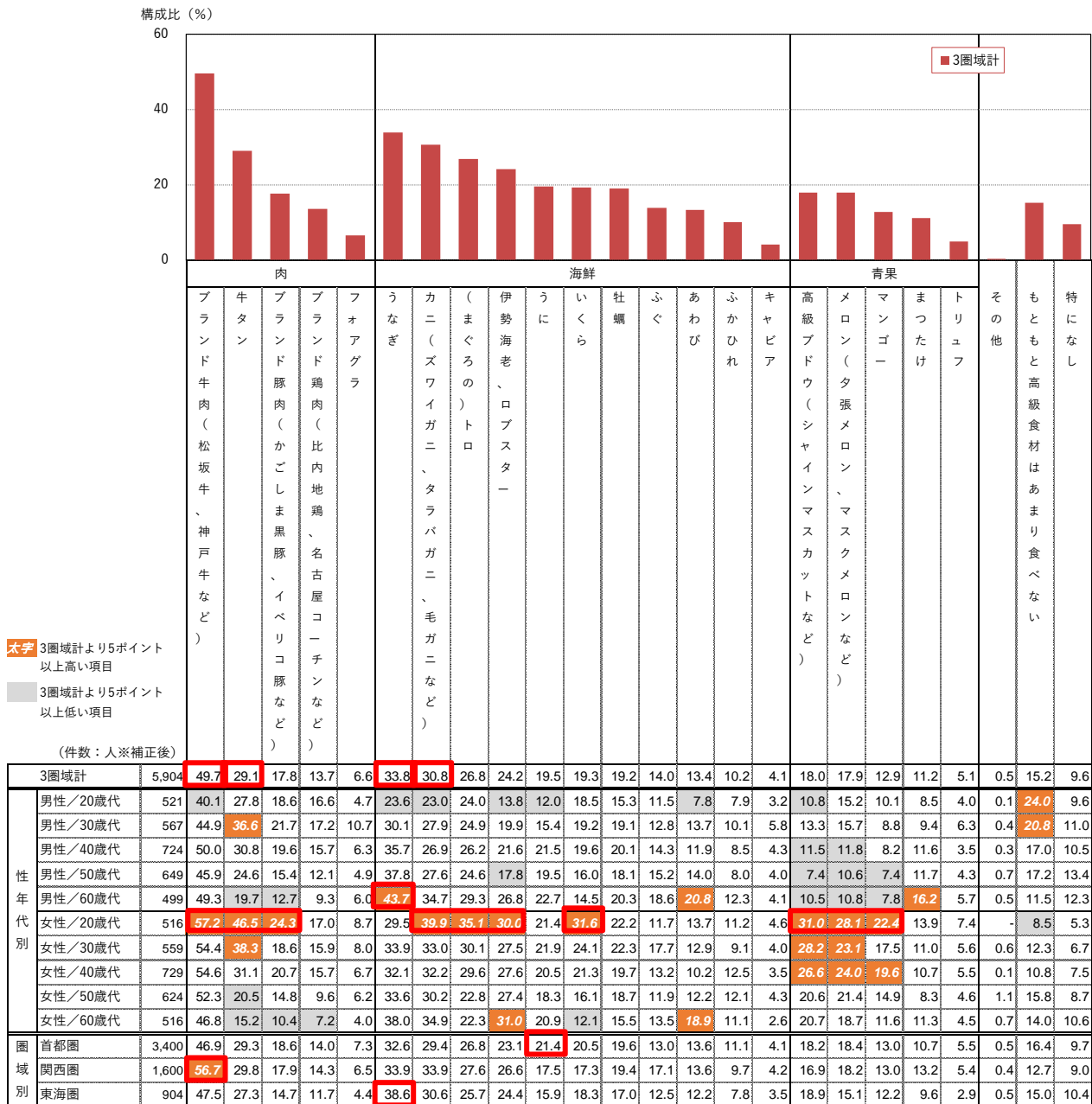
4. お得だと外食に行きたくなる食材は「ブランド牛肉」「うなぎ」以外では「カニ」「牛タン」

お得に食べられるフェアやイベント等があれば、外食しに行きたくなる高級食材を聞いた。トップ2の「ブランド牛肉（松坂牛、神戸牛など）」（49.7%）、「うなぎ」（33.8%）は、「外食の際に注文をためらったり、あきらめたりした高級食材」と同じ順位であった。3位は「カニ（ズワイガニ、タラバガニ、毛ガニなど）」（30.8%）、4位は「牛タン」（29.1%）で、外食の際に注文をためらったり、あきらめたりした高級食材の順位（順に6位、7位）より上位にくいこんだ。性年代別では20代女性で肉・海鮮・果物で多くの食

2022年7月20日

材の選択率が高く、普段から我慢しているという回答の割合が高い分、フェア・イベントのニーズにつながっているのかもしれない。一方、上位の食材で「うなぎ」については、男女とも20代のニーズは高くないが、60代男性では選択率43.7%で、フェア・イベントのニーズが顕著に高い。圏域別では、関西圏で「ブランド牛肉（松坂牛、神戸牛など）」（56.7%）、東海圏で「うなぎ」（38.6%）、首都圏で「うに」（21.4%）がそれぞれ他の圏域より相対的に高かったことは、「外食の際に注文をためらったり、あきらめたりした高級食材」と同様であった。

お得に食べられるフェアやイベント等があれば、外食しに行きたくなる高級食材（外食をする方／単一回答）



2022年7月20日

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、一人一人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、メディア&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、4万6,000人以上の従業員とともに、60を超える国・地域で事業を展開しています。2020年度の売上収益は2兆2,693億円、海外売上比率は約45%になります。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、一人一人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/>