

最近の物価高で節約志向が高まった人は49.1%と前年比で増加

一方、“たまの贅^{ぜいたく}沢”では「外食」が55.7%と圧倒的サポート

節約志向は外食市場にはプラスとマイナスの両面

物価高で高まる節約志向の実態と外食での節約行動を調査（2025年1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、物価高で高まる節約志向の実態と外食での節約行動について消費者アンケートを実施しましたので、その結果を発表します。

<要約>

POINT1 最近の物価高で節約志向が高まった人は49.1%。前年比では3ポイントの増加

・・・P3-6

▶「物価高の前から意識し、今はもっと意識している」「物価高の前は意識していないが、今は意識している」のいずれかを選択した「最近の物価高で節約志向が高まった人」は、計49.1%。前年同月調査の46.1%から3.0ポイントの増加。

▶節約を意識している出費は、1位「内食の費用（自炊の食材等の費用）」（46.7%）、2位「光熱・水道費」（40.4%）、3位「外食の費用」（36.1%）。「内食」は2年連続して節約志向が増加。

▶節約を実行している外食の種別は、「夕食」が最も割合が高く71.1%（前年71.9%）、次いで「昼食」が52.0%（同51.8%）。前年比で相対的に節約志向が高まったのは「昼食」のみ。

▶節約方法として、外食の「回数」を減らす人が76.1%。前年の77.3%からは減少。

POINT2 外食で実施したことがある節約方法は、「クーポン」「スマホやカード支払いでポイント取得」「インターネット予約でポイント取得」で前年同様

・・・P7-8

▶実施したことがある外食時の節約方法は、1位「インターネットやアプリ、フリーペーパーからクーポンを入手し利用」54.8%（前年52.6%）、2位「スマホやカードで支払ってポイントをためる、使う」48.8%（同49.9%）、3位「インターネット予約でポイントをためる、使う」39.1%（同38.9%）で前年同様。

▶今後も実施したい外食時の節約方法の1~3位は、実施したことのある節約方法と同様。

POINT3 たまの贅沢は「外食」が最多の55.7%。

節約志向は外食市場には、プラスマイナスの両面

・・・P9-10

▶たまに贅沢をする際の出費は、「外食」が最も割合が高く55.7%。30・40代女性では「食」でたまに贅沢をする人の割合が、他の性年代よりも高い。節約志向は外食市場には、プラスマイナスの両面。

▶外食でたまの贅沢をする具体的な方法は、「回数を増やす（夕食）」が37.6%（前年37.1%）、「注文するものの単価を上げる（夕食）」が35.0%（同35.6%）。

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12月度）
◎調査方法	インターネットによる調査
◎調査対象	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、最近の物価高による節約意識や、節約を意識している／たまに贅沢をする出費の種類、外食時に実行している節約方法／外食でたまの贅沢時に実施する方法、これまでに実行したことがある／今後実行したい外食時の節約方法等を聴取。2022年12月から続き、今回が3回目の調査。
◎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11月14日（木）～2024年12月8日（日）
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	511,646 件
⑥回収数	28,144 件
⑦本調査対象者数	10,979 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るために、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。

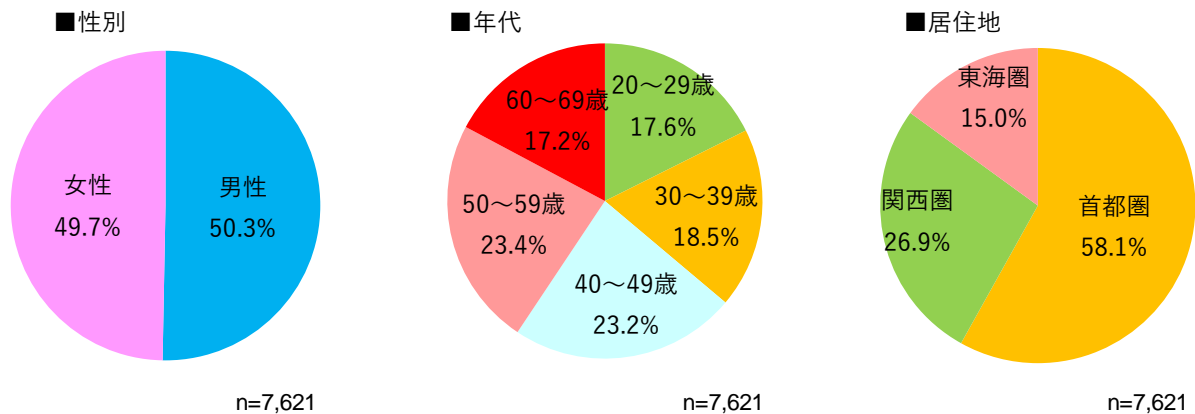
■本調査

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	2025年1月6日（月）～2025年1月16日（木）	
③配信数	10,212 件	
④回収数	7,674 件	（回収率 75.1 %）
⑤有効回答数	7,621 件	（首都圏 3,892 件、関西圏 1,976 件、東海圏 1,753 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 7,621 件（首都圏 4,425 件、関西圏 2,049 件、東海圏 1,146 件）

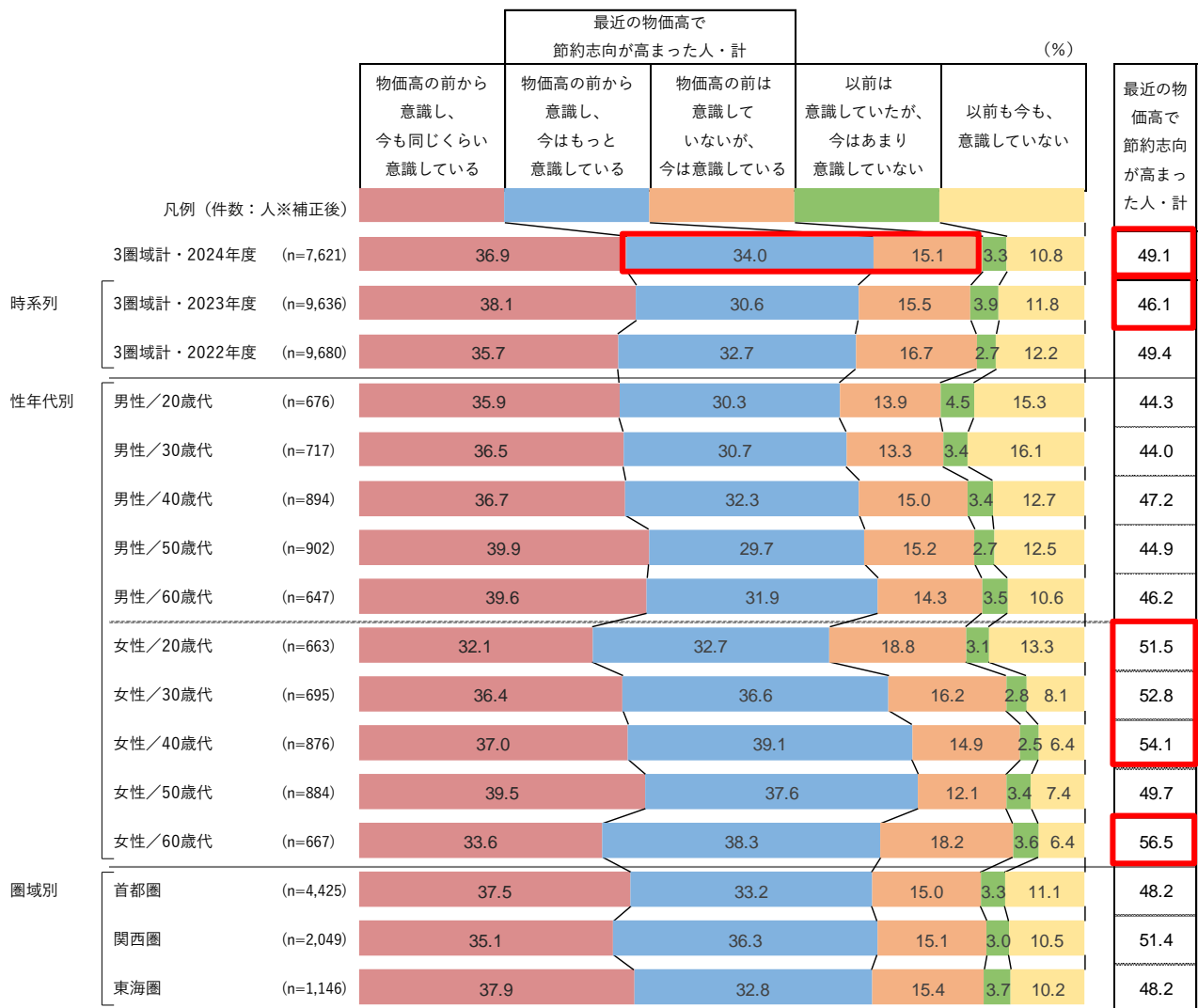
◆回答者プロフィール（ウェイトバック後）



1.最近の物価高で節約志向が高まった人は49.1%。前年比では3ポイントの増加

最近の物価高での節約意識を尋ねたところ、「物価高の前から意識し、今はもっと意識している」「物価高の前は意識していないが、今は意識している」のいずれかを選択した「最近の物価高で節約志向が高まった人」は、計49.1%であった。前年同月調査（以下、前年比）の46.1%より3.0ポイント増加し、2022年度（49.4%）と同程度。「最近の物価高で節約志向が高まった人」を性年代別に見ると、女性は20～40代と60代で半数を超えている。また、どの年代でも、女性は男性より「最近の物価高で節約志向が高まった人」が多い。

最近の物価高で節約を意識しているか（全体／単一回答）

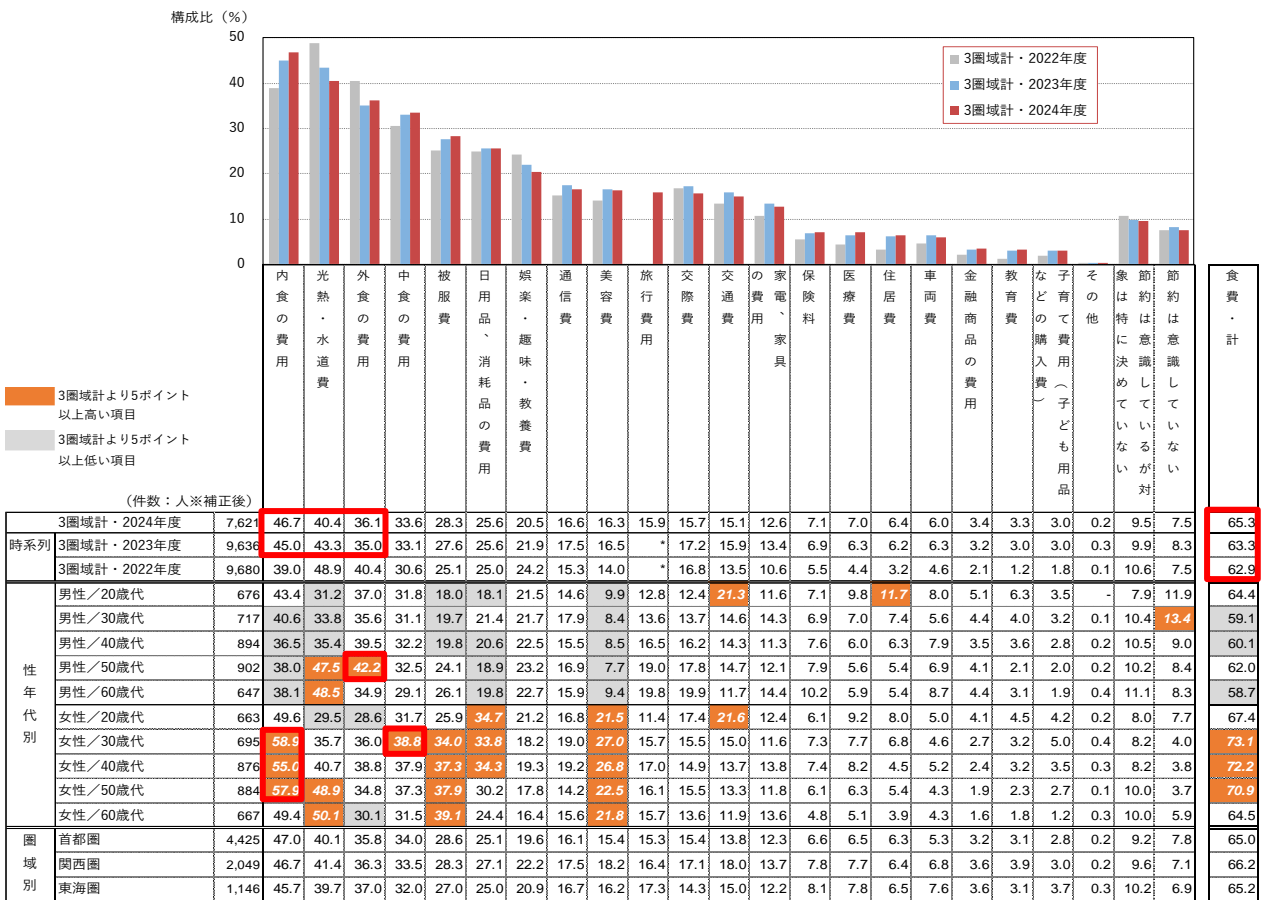


※「最近の物価高で節約志向が高まった人・計」：「物価高の前から意識し、今はもっと意識している」「物価高の前は意識していないが、今は意識している」のいずれかを回答した人を集計

2. 節約を意識している出費トップ3は、「内食の費用」「光熱・水道費」「外食の費用」で前年と同じ

現在、特に節約を意識している出費を尋ねた結果、1位は「内食の費用」（自炊の食材等の費用）で46.7%、2位は「光熱・水道費」で40.4%、3位は「外食の費用」で36.1%と前年と同じ順位であった。「内食の費用」「外食の費用」は前年比では増加し、特に「内食の費用」は2カ年連続で増加している。「外食」「中食」「内食」のいずれかの出費を挙げた人を集計した「食費・計」は65.3%で、前々年（62.9%）、前年（63.3%）と年々増加してきている。食費に関連する出費の性年代別では、30～50代女性は「内食の費用」、50代男性は「外食の費用」、30代女性では「中食の費用」の回答割合が、他の性年代よりも高くなっている。

現在、特に節約を意識している出費（全体／複数回答）



※「3圏域計・2024年度」の多い順にソート

*：該当項目なし

※「食費・計」：「内食の費用」「中食の費用」「外食の費用」のいずれかを回答した人を集計

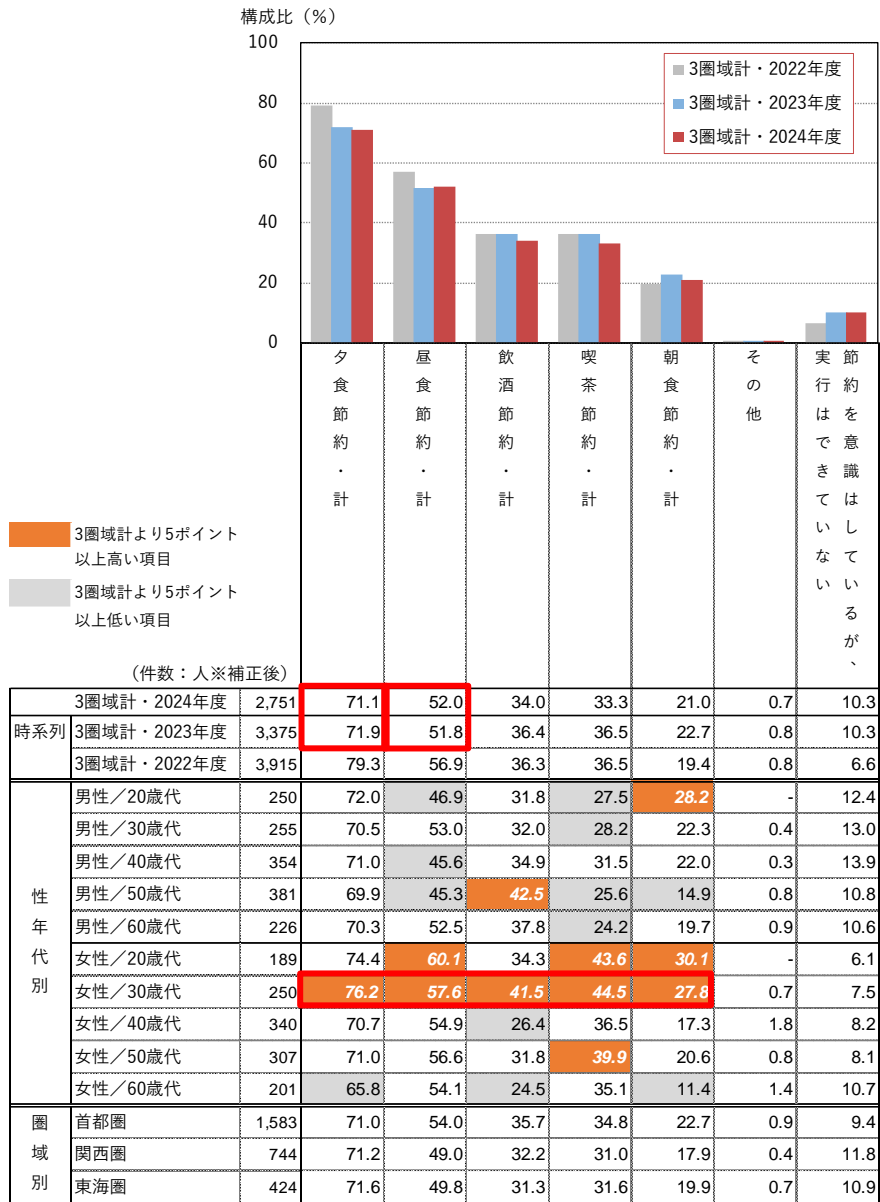
※「旅行費用」：2024年調査より追加した選択肢

3. 外食での節約対象は、「夕食」が最多で71.1%。前年比で相対的に増加したのは「昼食」

現在、特に節約を意識している出費で「外食」と回答した人に、具体的な節約対象を尋ねた。節約を実行している外食の種別では「夕食」が最も割合が高く71.1%（前年71.9%）、次いで「昼食」が52.0%（同51.8%）となっている。前年と比べると、相対的に「昼食」の節約志向のウェイトが高まっている。性年代別では、30代女性は「夕食」「昼食」「飲酒」「喫茶」「朝食」と、外食のほぼ全場面で、節約を実行する割

合が他の多くの性年代より高く、外食での節約に強い意識が働いているようだ。

【食事別】現在、外食時に実行している節約方法（「特に節約を意識している出費」で「外食の費用」と回答した方／複数回答）



※「3圏域計・2024年度」の多い順にソート

※「夕食節約・計」：「現在、外食時に実行している節約方法」で「外食の回数を減らす（夕食）」「外食で飲食する量を減らす（夕食）」「外食で注文するものの単価を抑える（夕食）」のいずれかを回答した人を集計

※「昼食節約・計」：「現在、外食時に実行している節約方法」で「外食の回数を減らす（昼食）」「外食で飲食する量を減らす（昼食）」「外食で注文するものの単価を抑える（昼食）」のいずれかを回答した人を集計

※「喫茶節約・計」：「現在、外食時に実行している節約方法」で「外食の回数を減らす（喫茶）」「外食で飲食する量を減らす（喫茶）」「外食で注文するものの単価を抑える（喫茶）」のいずれかを回答した人を集計

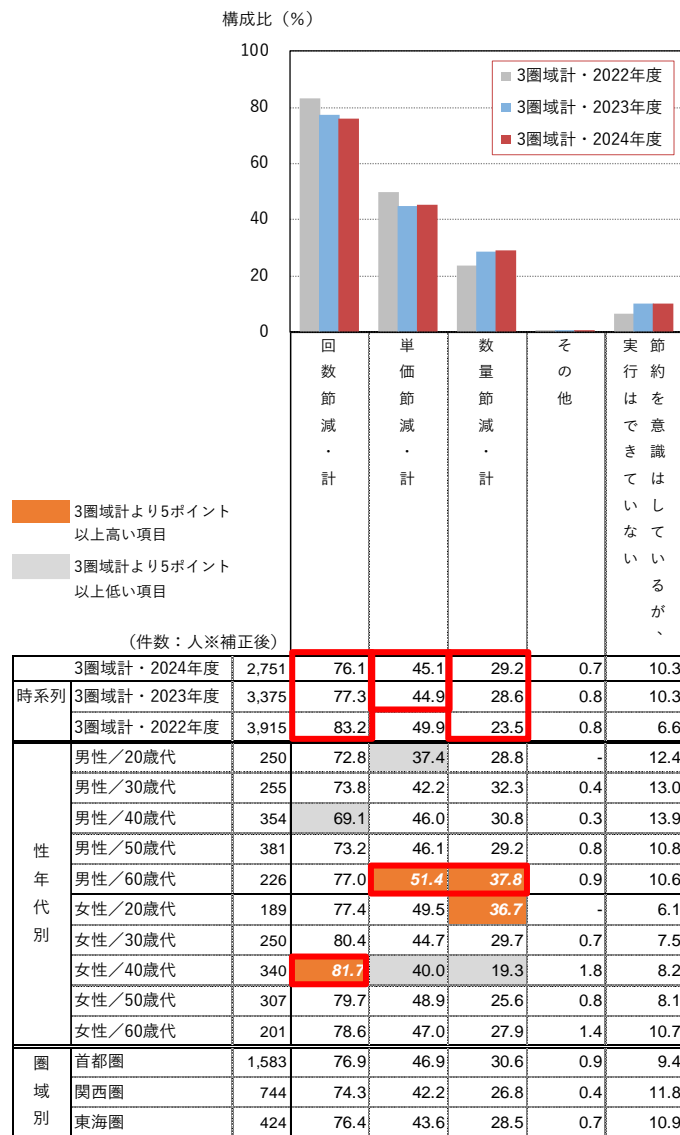
※「飲酒節約・計」：「現在、外食時に実行している節約方法」で「外食の回数を減らす（飲酒）」「外食で飲食する量を減らす（飲酒）」「外食で注文するものの単価を抑える（飲酒）」のいずれかを回答した人を集計

※「朝食節約・計」：「現在、外食時に実行している節約方法」で「外食の回数を減らす（朝食）」「外食で飲食する量を減らす（朝食）」「外食で注文するものの単価を抑える（朝食）」のいずれかを回答した人を集計

4. 外食での節約方法は、「回数」を減らす76.1%が最多だが、割合は2年連続で減少

現在、特に節約を意識している出費で「外食」と回答した人に、具体的な節約方法を尋ねた。外食の「回数」を減らす人の割合（76.1%）が最も高いことは前年同様であったが、前々年の83.2%、前年の77.3%から2年連続して減少した。「単価」を抑える人（前年：44.9%→今年：45.1%）、「（注文の）数量」を減らす人（前々年：23.5%→前年：28.6%→今年：29.2%）は前年と同程度で推移した。性年代別では、40代女性で「回数」、60代男性は「単価」「数量」で節約する割合が他の性年代よりも高かった。

【節約種別】現在、外食時に実行している節約方法（「特に節約を意識している出費」で「外食の費用」と回答した方／複数回答）



※「3圏域計・2024年度」の多い順にソート

※「回数節減・計」：「現在、外食時に実行している節約方法」で「外食の回数を減らす（朝食）」「同（昼食）」「同（夕食）」「同（喫茶）」「同（飲酒）」のいずれかを回答した人を集計

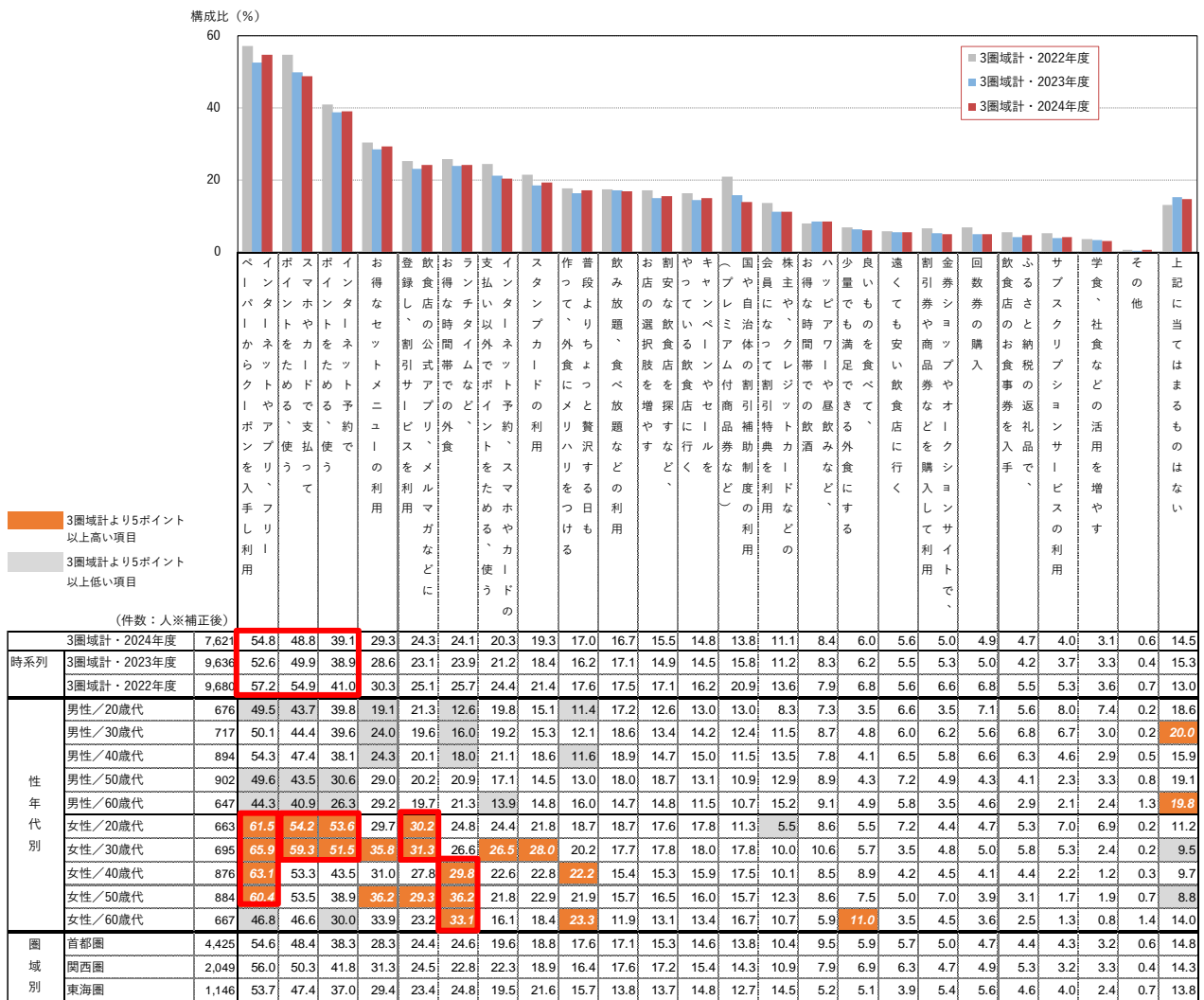
※「単価節減・計」：「現在、外食時に実行している節約方法」で「外食で注文するものの単価を抑える（朝食）」「同（昼食）」「同（夕食）」「同（喫茶）」「同（飲酒）」のいずれかを回答した人を集計

※「数量節減・計」：「現在、外食時に実行している節約方法」で「外食で飲食する量を減らす（朝食）」「同（昼食）」「同（夕食）」「同（喫茶）」「同（飲酒）」のいずれかを回答した人を集計

5. 外食で実施したことがある節約方法トップ3は、「クーポン」「スマホやカード支払いでポイント取得」「インターネット予約でポイント取得」

実施したことがある外食時の節約方法について尋ねた。1位は「インターネットやアプリ、フリーペーパーからクーポンを入手し利用」で54.8%（前年52.6%）、2位は「スマホやカードで支払ってポイントをためる、使う」で48.8%（同49.9%）、3位は「インターネット予約でポイントをためる、使う」で39.1%（同38.9%）。1～3位の順は前々年・前年と同じだった。性年代別では、20～50代女性で「インターネットやアプリ、フリーペーパーからクーポンを入手し利用」、20・30代女性で「スマホやカードで支払ってポイントをためる、使う」「インターネット予約でポイントをためる、使う」「飲食店の公式アプリ、メルマガなどに登録し、割引サービスを利用」の割合が、40～60代女性で「ランチタイムなど、お得な時間帯での外食」の割合が、他の性年代に比べ高かった。

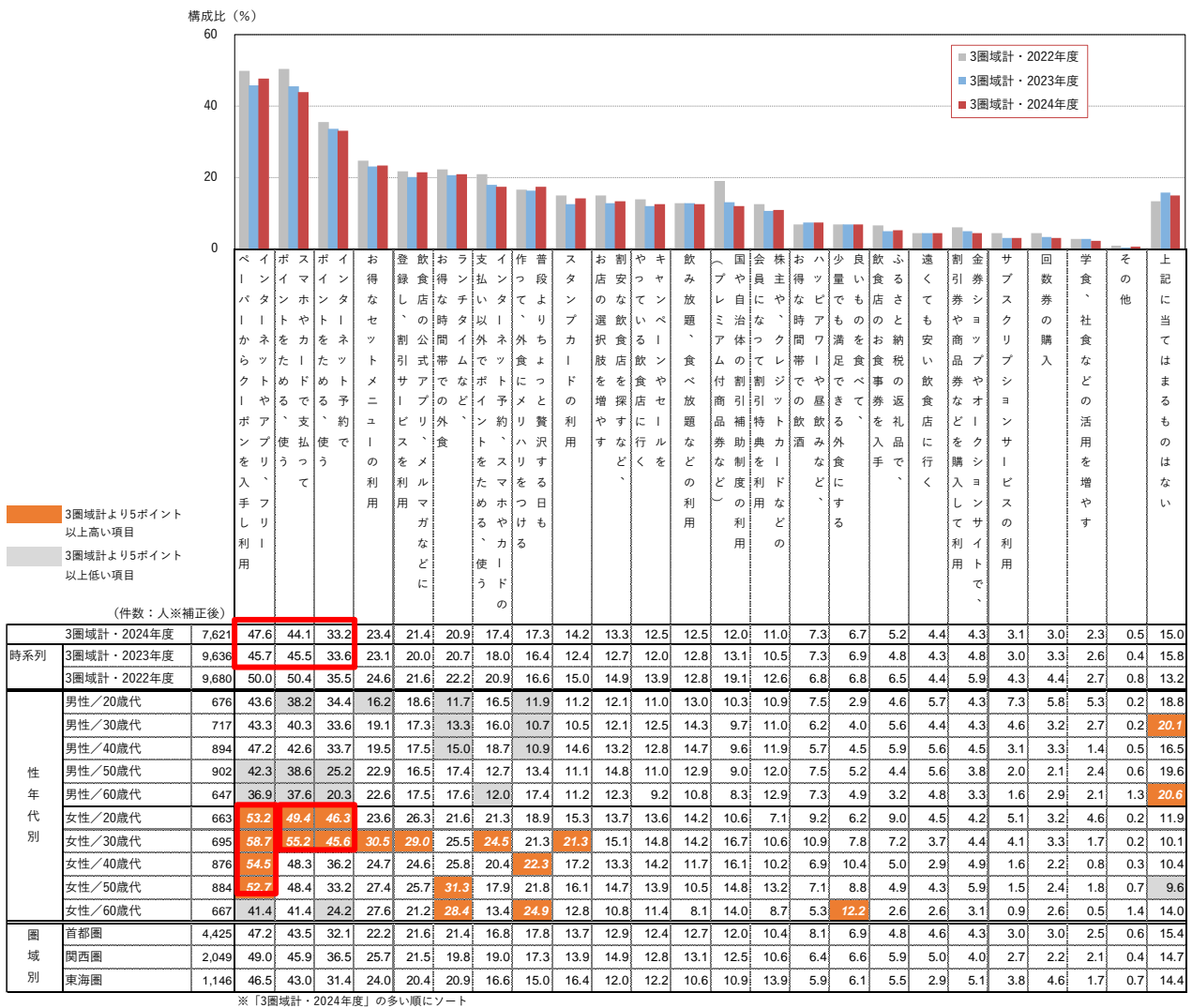
実施したことがある外食時の節約方法（全体／複数回答）



6. 今後も実施したい節約方法は「インターネットやアプリ、フリーペーパーのクーポン」47.6%

今後も実施したい外出時の節約方法について尋ねた。1位は「インターネットやアプリ、フリーペーパーからクーポンを入手し利用」で47.6%（前年45.7%）、2位は「スマホやカードで支払ってポイントをためる、使う」で44.1%（同45.5%）、3位は「インターネット予約でポイントをためる、使う」で33.2%（同33.6%）と、前年と同じ順位。性年代別では、20～50代女性で「インターネットやアプリ、フリーペーパーからクーポンを入手し利用」の割合が、20・30代女性で「スマホやカードで支払ってポイントをためる、使う」「インターネット予約でポイントをためる、使う」の割合が、他の性年代より高くなっており、前ページのこれまでに実施してきた節約方法と同様の傾向となっている。

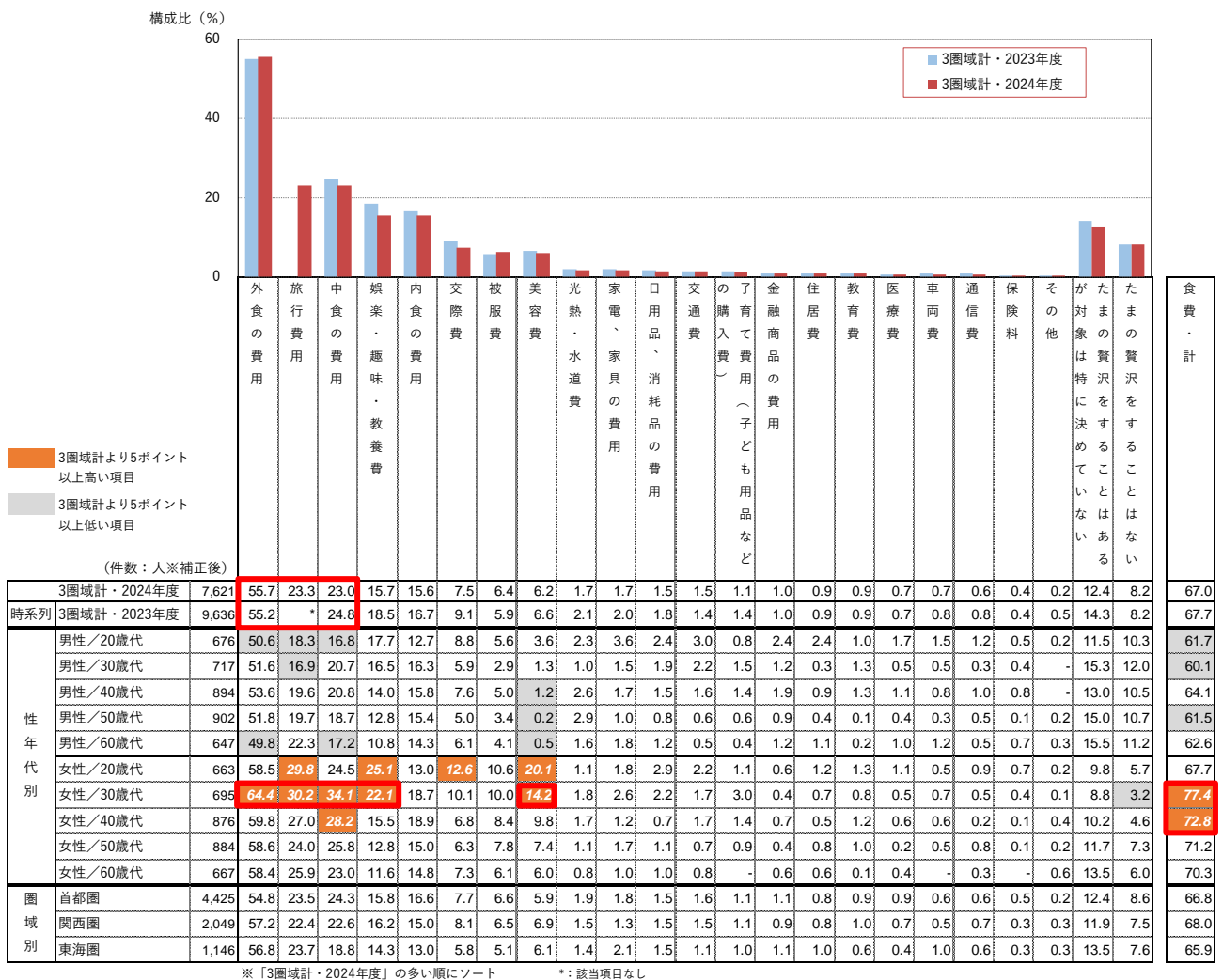
今後も実施したい外出時の節約方法（全体／複数回答）



7. たまの贅沢は「外食」が最多の55.7%。節約志向は外食市場には、プラスマイナスの両面

節約の一方でたまに贅沢をする際の出費についても尋ねた。「外食」の割合が最も高く55.7%（前年55.2%）、次いで今回から追加した選択肢の「旅行」が23.3%、3番目に「中食」が23.0%（前年24.8%）であった。節約志向は外食市場には、プラス（たまの贅沢での出費）、マイナス（節約）の両面がありそうだ。性年代別では、30代女性で「外食」「旅行」「中食」「娯楽・趣味・教養」「美容」でたまに贅沢をする人の割合が、他の性年代のほとんどより高い。また、「内食」「中食」「外食」のいずれかの出費を挙げた人を集計した「食費・計」の割合は30・40代女性が他の性年代より高かった。

たまに贅沢をする出費（全体／複数回答）



※「食費・計」：「内食の費用」「中食の費用」「外食の費用」のいずれかを回答した人を集計

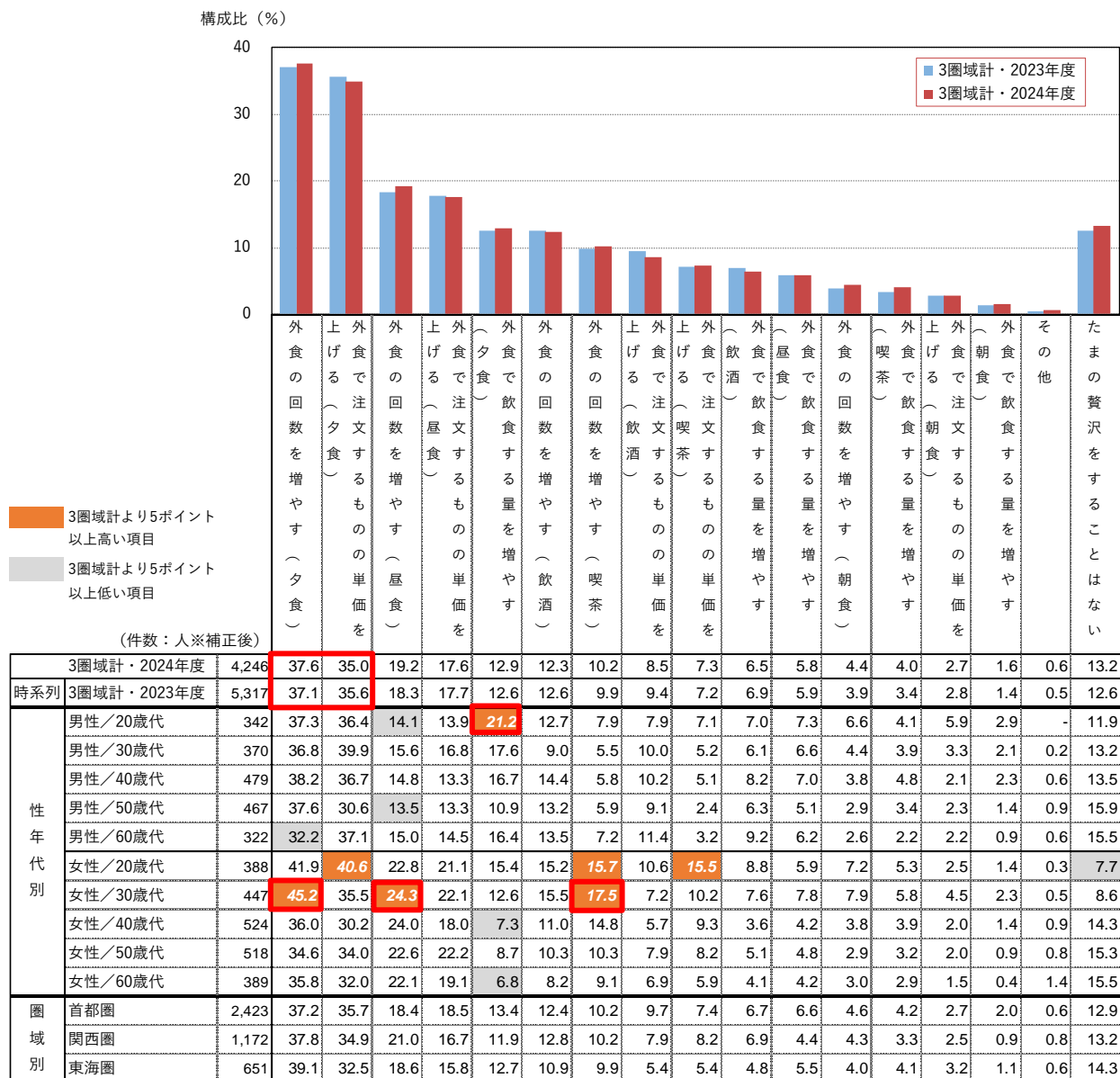
※「旅行費用」：2024年調査より追加した選択肢

8. 外食でのたまの贅沢は「夕食」中心、回数を増やしたり、注文の単価を上げたり

外食でたまの贅沢をすると回答した人に、具体的な方法を尋ねた。「回数を増やす（夕食）」が最も割合が高く37.6%（前年37.1%）、次いで「注文するものの単価を上げる（夕食）」が35.0%（同35.6%）であっ

た。性年代別では、30代女性は「回数を増やす（夕食）」「回数を増やす（昼食）」「回数を増やす（喫茶）」が、20代男性は「飲食する量を増やす（夕食）」の割合が、他の性年代よりも高かった。

外食時にたまの贅沢をする場合の方法（「たまに贅沢をする出費」で「外食の費用」と回答した方／複数回答）



※「3圏域計・2024年度」の多い順にソート

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、ここがない、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/>