

最近の物価高で節約志向が高まった人は46.1%と前年比微減

「内食」「光熱・水道費」「外食」等が節約対象

一方、“たまの贅^{ぜいたく}沢”では「外食」が55.2%と圧倒的支持

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（2024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46.1%。前年比では微減 ・・・ 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46.1%。前年同月調査の49.4%よりやや減った。

▶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）45.0%、2位「光熱・水道費」43.3%、3位「外食の費用」で35.0%。

▶節約を実行している外食の種別は、「夕食」71.9%（前年79.3%）、「昼食」51.8%（同56.9%）。前年比で節約志向が高まったのは「朝食」で22.7%（前年19.4%）。

▶節約方法として、外食の「回数」を減らす人が77.3%。前年の83.2%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」 ・・・ 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」52.6%（前年57.2%）、2位「スマホやカードで支払ってポイントをためる、使う」49.9%（同54.9%）、3位「インターネット予約でポイントをためる、使う」38.9%（同41.0%）。

▶今後も実施したい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」45.7%（前年50.0%）、2位「スマホやカードで支払ってポイントをためる、使う」45.5%（同50.4%）、3位「インターネット予約でポイントをためる、使う」33.6%（同35.5%）。

POINT3 たまの贅沢は「外食」が最多の55.2%。30・40代女性では「中食」も贅沢の対象 「夕食」で回数や単価を上げる等 ・・・ 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55.2%と突出。30・40代女性では「中食」でたまに贅沢をする人の割合が、他の性年代よりも高い。

▶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37.1%、「注文するものの単価を上げる（夕食）」が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（2023年12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、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月に続き、2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	2023年11月16日（木）～2023年12月4日（月）
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	517,183 件
⑥回収数	33,663 件
⑦本調査対象者数	13,486 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3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。

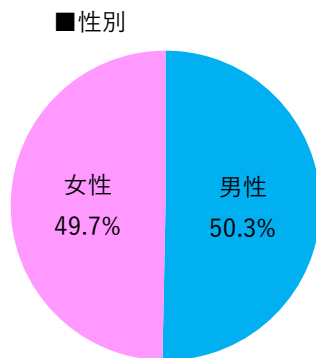
■本調査

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	2024年1月4日（木）～2024年1月15日（月）
③配信数	12,738 件
④回収数	9,709 件（回収率 76.2 %）
⑤有効回答数	9,636 件（首都圏 4,940 件、関西圏 2,507 件、東海圏 2,189 件）

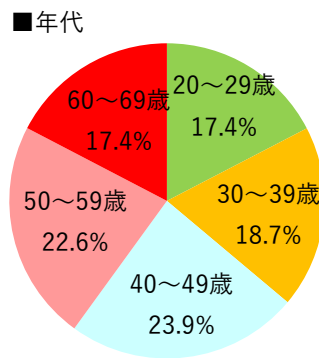
※回収された票のうち、自由回答コメントから、趣旨に合わないと思われる票を無効としたほか、事前調査時の普段の外食・中食頻度の回答と、本調査時の1カ月間の外食・中食回数が著しく乖離している場合、事前調査時の住所と、本調査時の住所が、圏域を越えて変わっている場合を無効とした。

- ◆集計方法について
- ・本調査結果は、令和3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 9,636 件（首都圏 5,582 件、関西圏 2,599 件、東海圏 1,454 件）

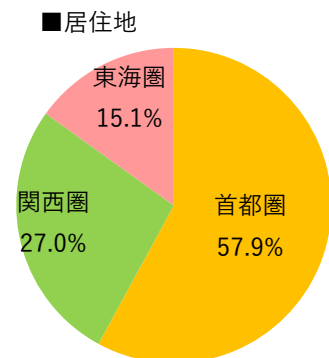
◆回答者プロフィール（ウェイトバック後）



n=9,636



n=9,636

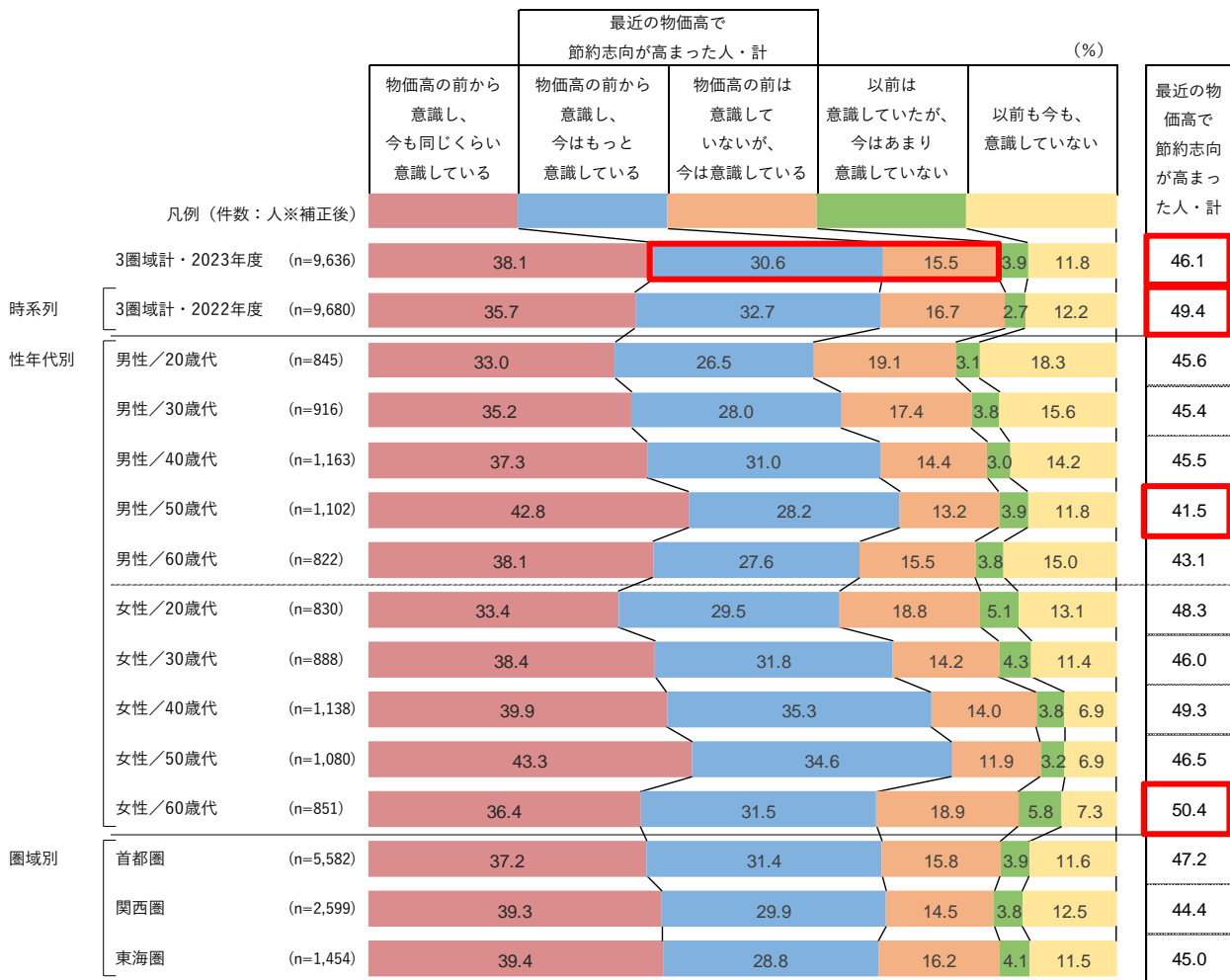


n=9,636

1.最近の物価高で節約志向が高まった人は46.1%。前年比では微減

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46.1%であった。前年同月調査（以下、前年比）の49.4%よりやや減った。性年代別では、「最近の物価高で節約志向が高まった人」は60代女性でのみ半数を超え（50.4%）、最も割合が低いのは50代男性（計41.5%）であった。

最近の物価高で節約を意識しているか（全体／単一回答）

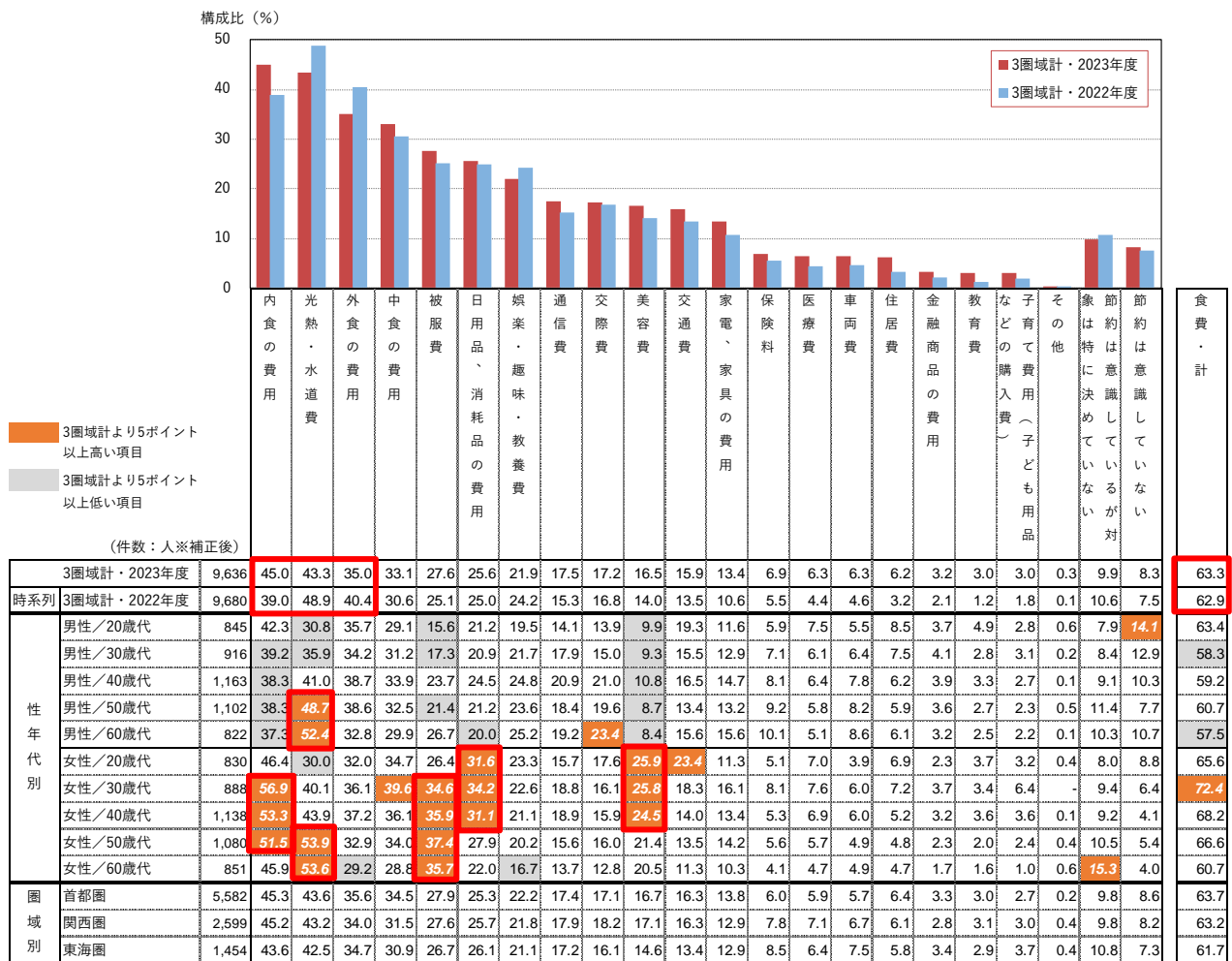


※「最近の物価高で節約志向が高まった人・計」：「物価高の前から意識し、今はもっと意識している」「物価高の前は意識していないが、今は意識している」のいずれかを回答した人を集計

2. 節約を意識している出費は、「内食の費用」「光熱・水道費」「外食の費用」等

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45.0%、2位は「光熱・水道費」で43.3%、3位は「外食の費用」で35.0%だった。「内食の費用」は前年比では増加し、「光熱・水道費」「外食の費用」は前年比で減少した。「外食」「中食」「内食」のいずれかを出費を挙げた人を集計した「食費・計」は63.3%で、前年（62.9%）に比べると微増している。性年代別では、30～50代女性は「内食の費用」、50・60代男女は「光熱・水道費」、30代以上の女性は「被服費」、20～40代女性は「日用品・消耗品の費用」「美容費」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）



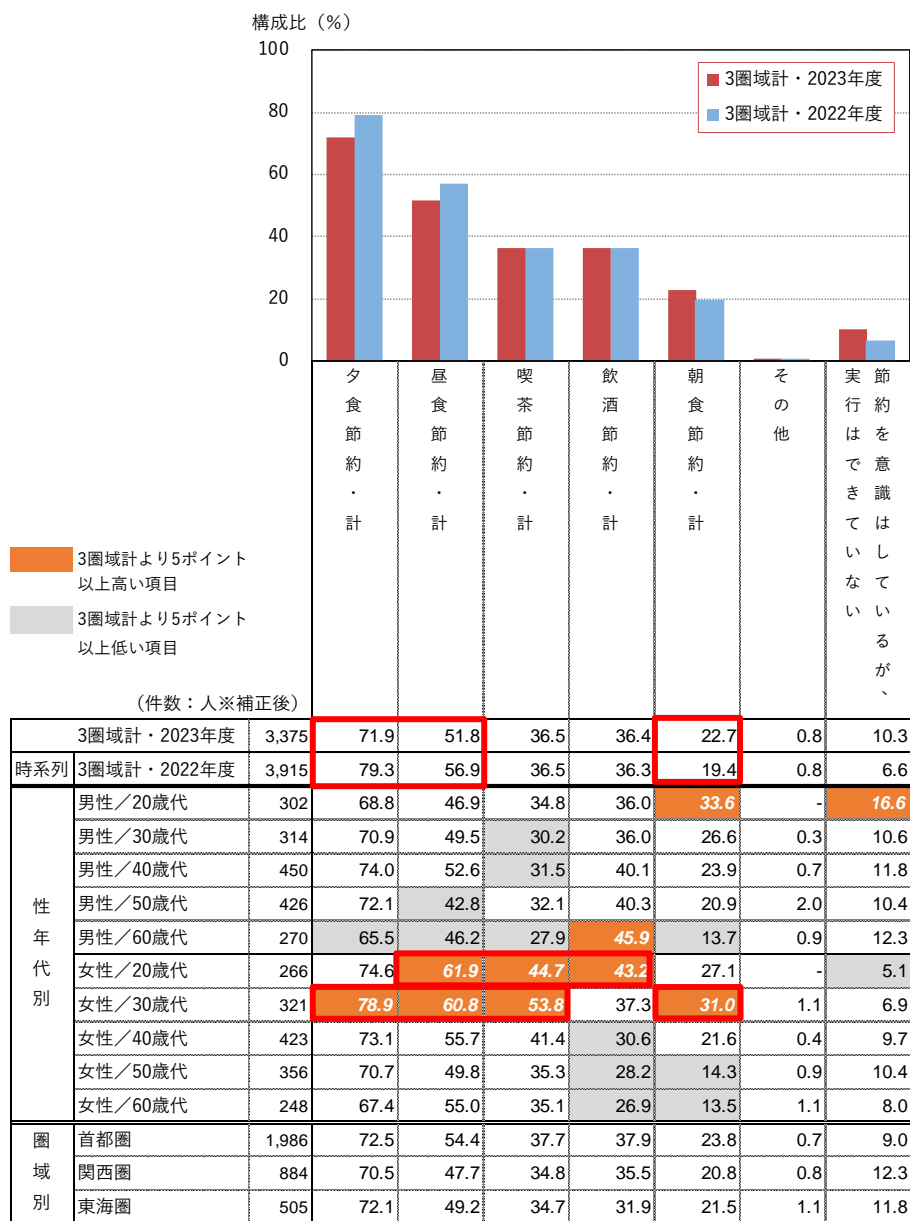
※「食費・計」：「内食の費用」「中食の費用」「外食の費用」のいずれかを回答した人を集計

3. 外食での節約対象は、「夕食」が最多で71.9%。前年比で増加したのは「朝食」で22.7%

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食事の種別では「夕食」が最も割合が高く71.9%（前年79.3%）、次いで「昼食」が51.8%（同56.9%）となっている。前年比で節約志向が高まったのは「朝食」で22.7%（前年19.4%）。性年代別では、30代女性で「夕食」「昼食」「喫茶」「朝食」、20代女性で「昼食」「喫茶」「飲酒」で節約する割合が、

他の性年代より高かった。

【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・2023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

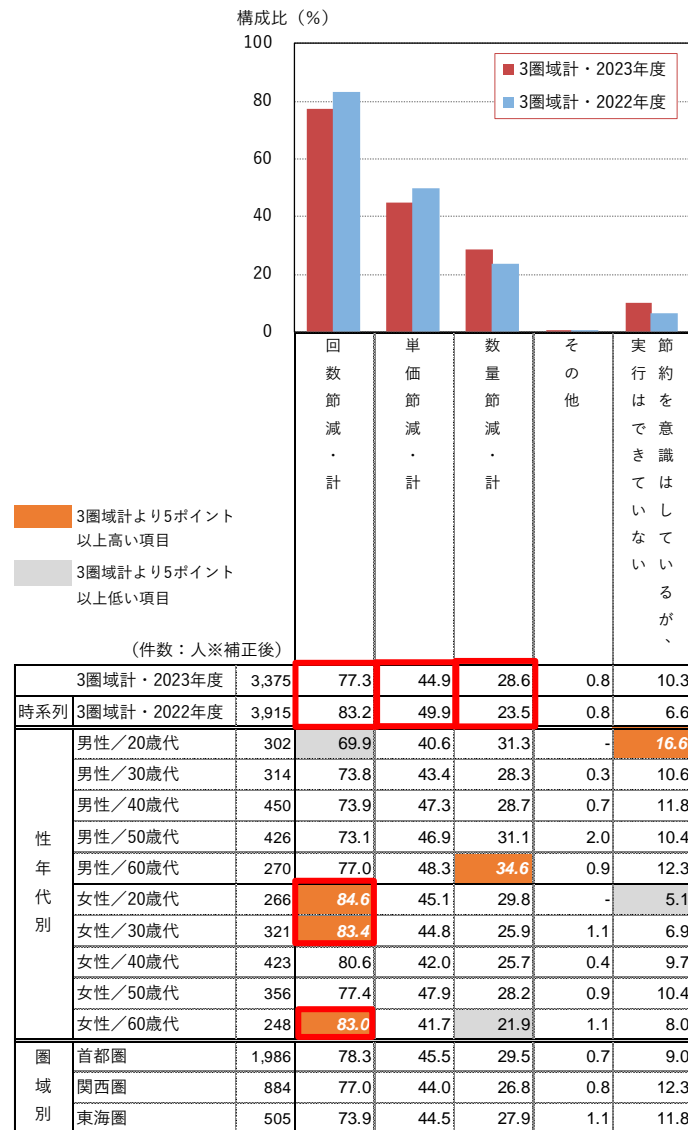
※「朝食節約・計」：「現在、外食時に実行している節約方法」で「外食の回数を減らす（朝食）」「外食で飲食する量を減らす（朝食）」「外食で注文するものの単価を抑える（朝食）」のいずれかを回答した人を集計

4. 外食での節約方法は、「回数」を減らす77.3%。20・30代女性と60代女性で顕著

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(77.3%)が最も高いことは前年と同じであったが、前年の83.2%からは減少した。

「単価」を抑える人も前年より減少したが(前年:49.9%→今年:44.9%)、「(注文の)数量」を減らす人は前年より増加した(前年:23.5%→今年:28.6%)。性年代別では、20・30代女性と60代女性は、「回数」で節約する人の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・2023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

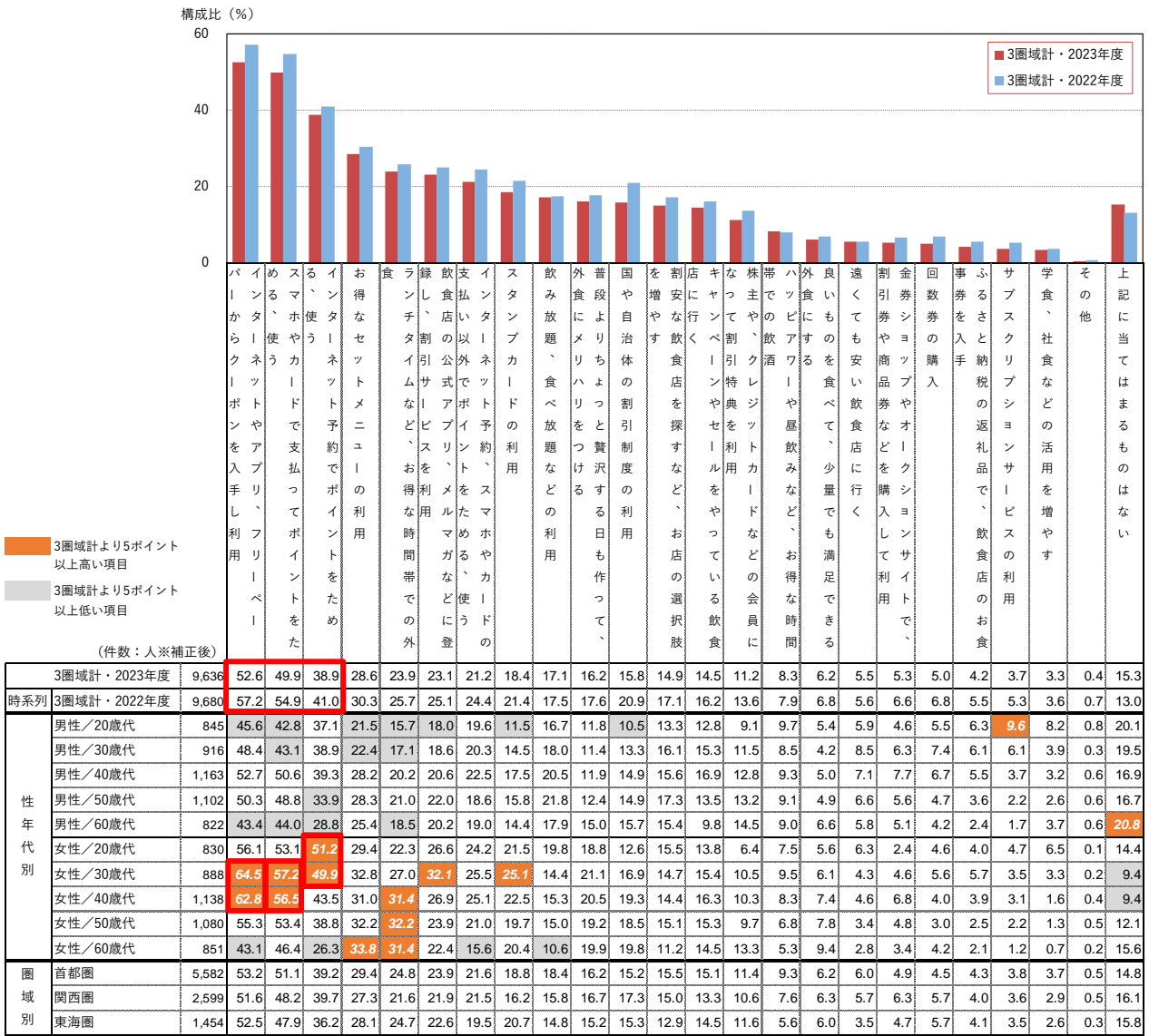
※「単価節減・計」:「現在、外食時に実行している節約方法」で「外食で注文するものの単価を抑える(朝食)」「同(昼食)」「同(夕食)」「同(喫茶)」「同(飲酒)」のいずれかを回答した人を集計

※「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52.6%（前年57.2%）、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49.9%（同54.9%）、3位は「インターネット予約でポイントをためる、使う」で38.9%（同41.0%）。1～3位の順は前年と同じだった。性年代別では、30・40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」「スマホやカードで支払ってポイントをためる、使う」の割合が、20・30代女性で「インターネット予約でポイントをためる、使う」の割合が、他の性年代に比べ高かった。女性の若年層で多様な節約方法が積極的に活用されているようだ。

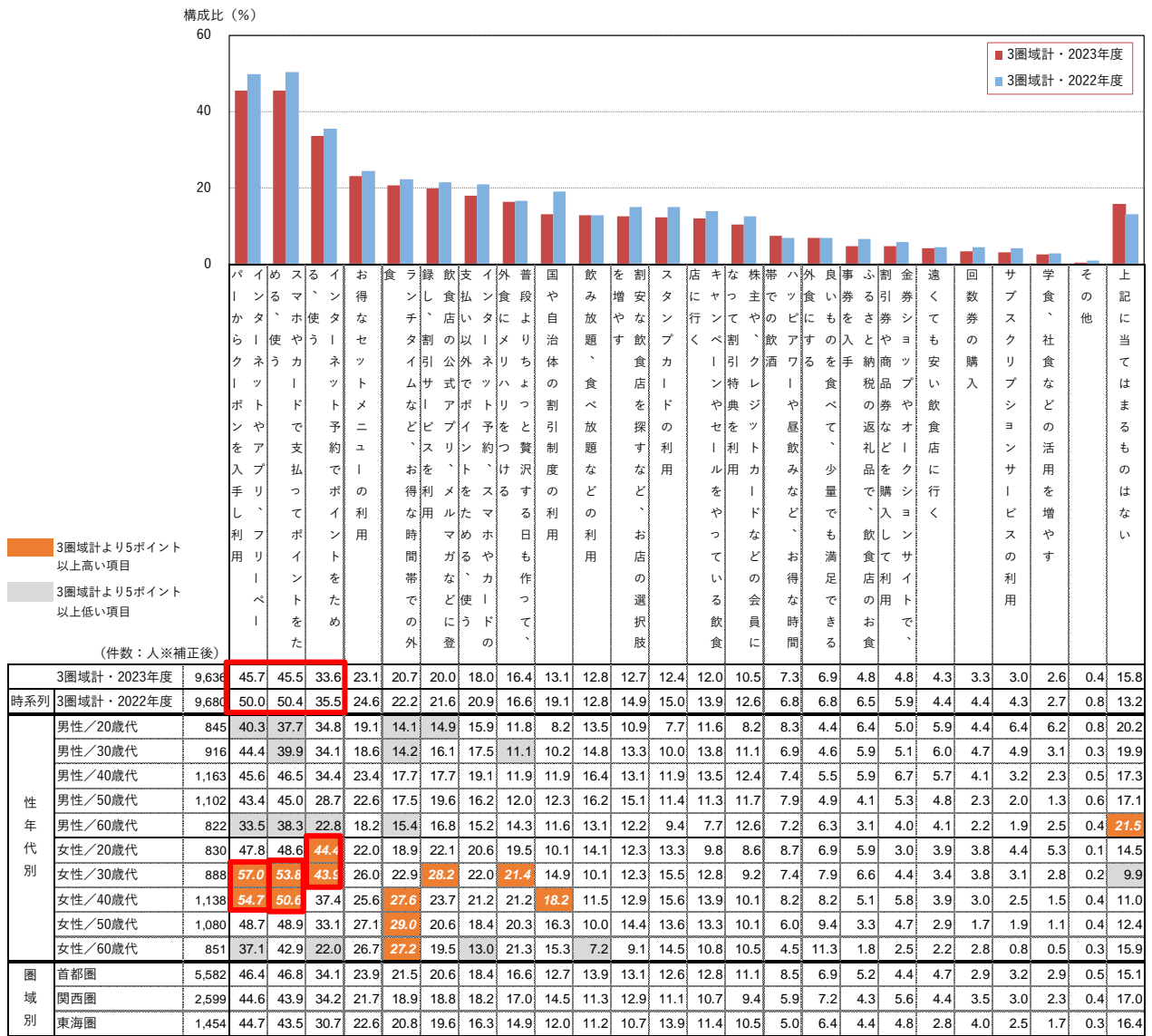
実施したことがある外食時の節約方法（全体／複数回答）



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」45.7%

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45.7%（前年50.0%）、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45.5%（同50.4%）、3位は「インターネット予約でポイントをためる、使う」で33.6%（同35.5%）と、前年とは1位と2位が入れ替わった。性年代別では、30・40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」「スマホやカードで支払ってポイントをためる、使う」、20・30代女性で「インターネット予約でポイントをためる、使う」の割合が、それぞれ高くなっており、前ページのこれまでに実施してきた節約方法と同じ傾向となっている。

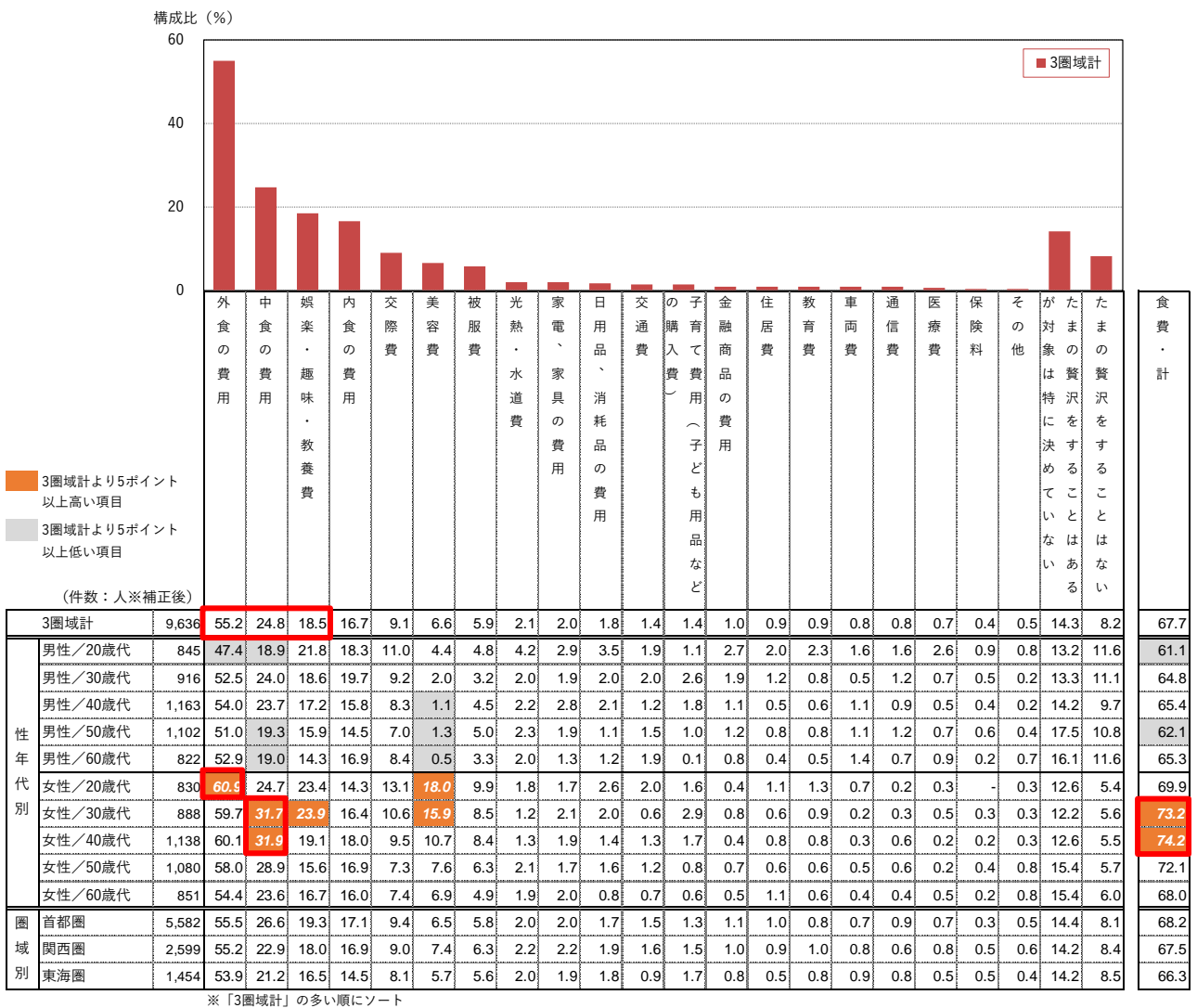
今後も実施したい外出時の節約方法（全体／複数回答）



7. たまの贅沢は「外食」が最多の55.2%。30・40代女性では「中食」も贅沢の対象

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55.2%と突出し、次いで「中食」が24.8%、3番目に「娯楽・趣味・教養費」が18.5%であった。性年代別では、20代女性で「外食」、30・40代女性では「中食」でたまに贅沢をする人の割合が、他の性年代より高い。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」の割合も30・40代女性は他の性年代より高く、7割超えであった。

たまに贅沢をする出費（全体／複数回答）



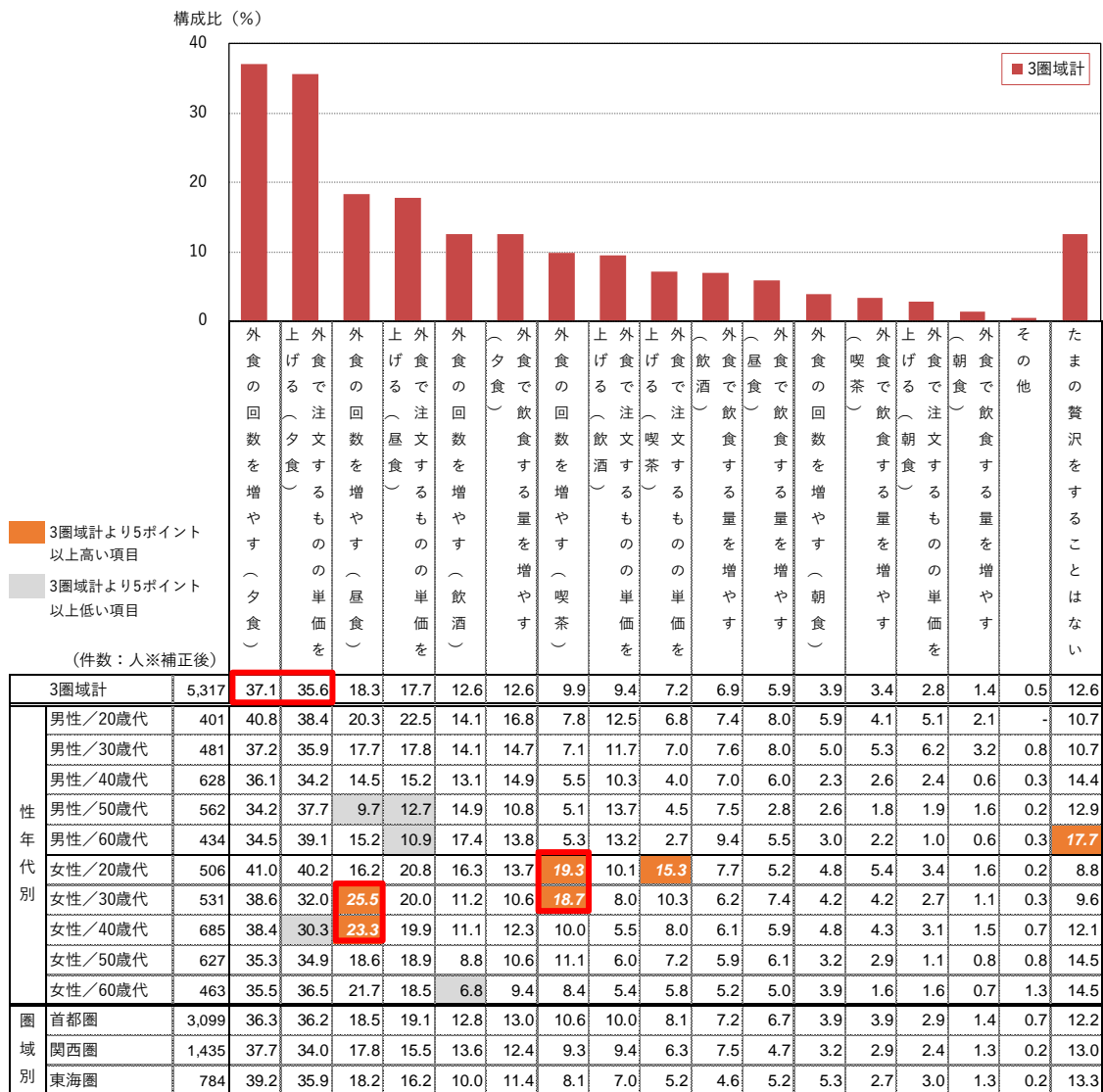
※「食費・計」：「内食の費用」「中食の費用」「外食の費用」のいずれかを回答した人を集計

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37.1%、次いで「注文するものの単価を上げる（夕食）」が35.6%であった。性年代別では、30・40代女性は「回数を増やす（昼食）」が、20・30代女性は「回数を増やす（喫茶）」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」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/>