



家飲み実態調査 コロナ禍で家飲み「増えた」約22% 家飲みのお供1位は「TV」と「からあげ」

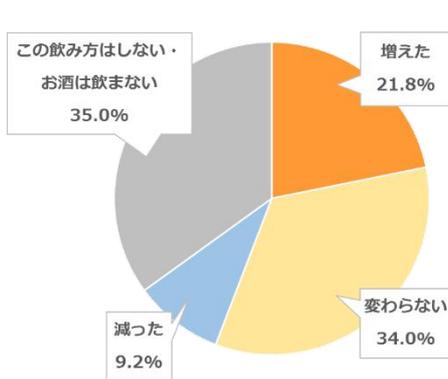
「ホットペッパーグルメ外食総研」が開催する「トレンド座談会」レポート

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」は、外食のプロフェッショナルを集め、外食トレンドを発表するための「トレンド座談会」を開催しています。10月は「家飲みの実態とそのおつまみ」について全国の20代～60代の男女1,034名にアンケート調査を実施いたしましたので、その結果をレポートいたします。

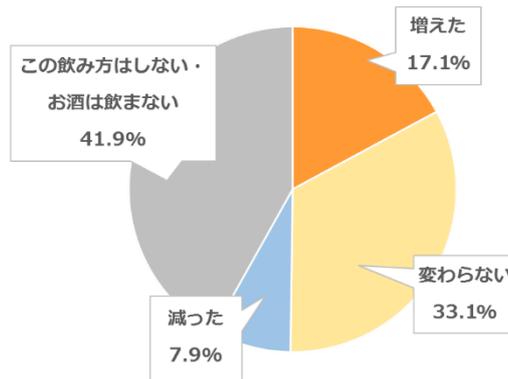
■コロナ禍で家飲み「増えた」約22% 一人晩酌も約17%が「増えた」と回答

新型コロナウイルス感染症の拡大前と現在を比較し、「家で食事とともに飲酒する機会」「飲酒を楽しむ目的として家で1人で飲酒する機会」についての増減を聞いたところ、前者では21.8%、後者では17.1%が「増えた」と回答。コロナ禍で外食を控え、家でお酒を飲む人が増えたことがわかりました。

家で食事とともに飲酒する機会(n=1034)



食事というより飲酒を楽しむ目的として家で1人で飲酒する機会(n=1034)



※「増えた」は「増えた」「やや増えた」の合計、「減った」は「減った」「やや減った」の合計

■「ホットペッパーグルメ外食総研」研究員からの解説

コロナ禍で増えた「家飲み」も、コロナ禍が落ち着けば一定数は外食に戻ると予測



「ホットペッパーグルメ外食総研」
上席研究員 有木 真理

新型コロナウイルス感染症の流行が長期化した、緊急事態宣言下での「家飲み」の実態に迫った今回の調査。コロナ禍前と比較し、家で食事とともに飲酒する機会が増えた人は22%という結果になりました。家飲み需要の増加は、外でお酒を飲むことが難しかった期間の反動だと考えられます。また、家飲みのおつまみでは総菜ジャンル、特にから揚げ、餃子、やきとり、刺身など「居酒屋メニュー」に人気が集まりました。コロナ禍において、1人での晩酌が増えたと答えた人が17%いることから働き方やライフスタイルの変化が「飲酒スタイル」にも影響を及ぼしていることがわかります。コロナ禍が落ち着けば外食に人が戻ってくると予測していますが、今後の家飲み動向にも引き続き注目です。

本件に関する
お問い合わせ先

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

【アンケート調査概要】

- 調査時期：2021年9月10日～2021年9月12日
- 調査方法：インターネットリサーチ
- 調査対象：全国20～60代男女（株式会社マクロミルの登録モニター）
- 有効回答数：1,034件（男性517件、女性517件）

■アンケート調査結果

・家飲みのおつまみで食べたい1位は「から揚げ」、ジャンルは総菜に人気が集中

家飲みのおつまみで食べたいジャンルについての質問では、「総菜類（餃子、から揚げなど）」が1位で53.5%と人気が集まりました。なかでも、から揚げは55.7%が食べたいと回答し、「餃子」「やきとり」「刺身」などが続きました。

Q. あなたが家でお酒を飲むときのおつまみにしたい、おつまみのジャンルは何ですか？（「この場所ではお酒を飲まない」人を除く n=1034、複数回答）

順位	家飲みで食べたいおつまみジャンルランキング	%
1	総菜類（餃子、から揚げなど）	53.5
2	スナック菓子類	49.7
3	乾きもの（あられ、さきいかなど）	43.9
4	乳製品（チーズなど）	40.4
5	つけもの類（らっきょ、キムチなどを含む）	28.3

●選択肢（ジャンル）

総菜類（餃子、から揚げなど）、乾きもの（あられ、さきいかなど）、スナック菓子類、飯類（チャーハン、カレーライスなど）、パン類（総菜パン、菓子パンを含む）、デザート類（アイスを含む）、麺類・粉もの（ラーメン、お好み焼きなど）、鍋類（もつ鍋、おでんなど）、乳製品（チーズなど）、つけもの類（らっきょ、キムチなどを含む）、上記以外のおつまみ、この時におつまみはிரらない、この場所ではお酒を飲まない

Q. あなたが家でお酒を飲むときのおつまみにしたい総菜料理は何ですか？（前問で「この場所ではお酒を飲まない」「おつまみはிரらない」を選んだ人を除く n=684、複数回答）

順位	家飲みで食べたい総菜料理ランキング	%
1	から揚げ	55.7
2	餃子	47.7
3	やきとり	45.5
4	刺身	42.1
5	豆腐（冷ややっこなど）	37.7

●選択肢（総菜メニュー）

餃子、シューマイ、マーボー豆腐、酢豚、チンジャオロース、チャーシュー・角煮、やきとり、から揚げ、コロッケ・メンチカツ、刺身、焼き魚、煮魚、ポテトフライ、天ぷら・串揚げ・フライ系（アジフライなど）、カルパッチョ、アヒージョ、サラダ、野菜炒め、和風総菜（枝豆、切干大根、ひじきなど）、納豆（イカ納豆、キムチ納豆などを含む）、豆腐（冷ややっこなど）、焼肉・ステーキ、ひき肉料理（ハンバーグ・ミートボールなど）、かつ煮、その他

・家飲みのおつまみで重視することは健康よりも「味」「手軽さ」「お酒の相性」

コロナ禍に1度でも家で飲酒をした人を対象に家飲みのおつまみで重視することを聞いたところ、「とにかくおいしいこと」が最も多く50.5%、次いで「すぐに食べられること」が46.3%でした。ランキング結果から、家飲みのおつまみでは「健康にいいこと」や「糖質・カロリーが少ないこと」よりも、「おいしさ」「手軽さ」「お酒との相性」「安さ」「料理工程がなるべくいいこと」が重視されていることがわかりました。

Q. あなたが家でお酒を飲むときのおつまみを選ぶとき、どんなことを重視しますか？（1ページ目の質問でいずれの飲酒パターンにも「この飲み方ほしくない・お酒は飲まない」を選んだ人を全体から除いた N=737、複数回答）

順位	家飲みおつまみで重視すること	%
1	とにかくおいしいこと	50.5
2	すぐに食べられること	46.3
3	飲むお酒と相性がいいこと	38.3
4	安いこと	31.3
5	料理工程がなるべくいいこと	22.4

●選択肢

とにかくおいしいこと、自宅でもプチ贅沢気分が味わえること、外食気分が味わえること、糖質が少ないこと、カロリーが少ないこと、健康にいいこと、食物繊維など不足しがちな栄養素が取れること、次の日胃などがもたれないようなもの、すぐに食べられること、料理工程がなるべくいいこと、安いこと、量が多いこと、味付けが濃いこと（少量で長持ちすること）、飲むお酒と相性がいいこと（ワインとチーズなど）、それ以外

2021年 10月 15日

・家でお酒とともに楽しむことは「テレビバラエティ」「テレビドラマ」が1・2位に

飲酒を楽しむ目的で家でお酒を飲むことがあると答えた人を対象にお酒とともに楽しむことを聞いたところ、最多は「テレビバラエティを見る」で34.1%、「テレビドラマを見る」が33.4%で続く結果になりました。お酒を飲むときには何かに集中して、というよりは「ながら見」ができるコンテンツが人気ようです。

●選択肢

テレビで映画を見る（録画を含む）、テレビでドラマを見る（録画を含む）、テレビでスポーツを見る（録画を含む）、テレビでバラエティを見る（録画を含む）、DVD（ブルーレイ等も含む）で映画を見る、DVD（ブルーレイ等も含む）でドラマを見る、DVD（ブルーレイ等も含む）でスポーツを見る、DVD（ブルーレイ等も含む）でバラエティを見る、無料のインターネット動画を見る、有料の動画サービスを見る、テレビゲーム、ネットゲームなどを行う、トランプ、将棋、ボードゲームなどのゲームをする、テレビや動画、ゲーム以外の自分の趣味をしながら、飲酒相手との会話を楽しむ、ネットショッピングをする、本や漫画を読む、料理をする、お風呂に入る、音楽を聴く、ネットサーフィン（調べ物をする）、上記以外、お酒とともに楽しむことはない

Q. 家でお酒とともに楽しむこととして当てはまるものを選んでください。

（1 ページ目の質問の「食事というより飲酒を楽しむ目的として家でお酒を飲む」のいずれかの項目で「この飲み方はしない・お酒は飲まない」を選んだ人を全体から除いた N=674、複数回答）

順位	家飲みの時にすること	%
1	テレビバラエティを見る（録画を含む）	34.1
2	テレビドラマを見る（録画を含む）	33.4
3	無料のインターネット動画を見る	32.8
4	テレビで映画を見る（録画を含む）	31.2
5	飲酒相手との会話を楽しむ	28.3

■「ホットペッパーグルメ外食総研」トレンド座談会とは

シーズンごとに“今”はやりの外食トレンドを発表する、リクルートの外食のプロフェッショナル集団による座談会。アンケート調査や、レストランの現場から“生の声”を聞き、「外食のリアル」を語ります。メンバーは、飲食トレンドの数値化・可視化を行う「ホットペッパーグルメ外食総研」の研究員をはじめ、女子トレンド、高級店トレンドなど、さまざまな分野のスペシャリストで構成されます。

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/>