



## 日本の慣習で決まった日に食べるものランキング 1位は年越しそば 66.7% 上位には「伝統の食事」に加えて「新たな文化」が仲間入りの動きも

「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。今回は長い目で見たトレンドで、日本で毎年この日に食べるものについて全国の20代～60代の男女1,034名にアンケート調査を実施しましたので、その結果をレポート致します。

### ■3人に2人は毎年年越しそばを食べる!?

「縁起を担いだものや時節柄のもの、日本の慣習に沿ったもので食べているもの」に関して調査したところ、「毎年飲食している」と答えた人が最も多かったのは、「年越しそば」で66.7%でした。3人に2人は毎年、年の瀬に年越しそばを食べている計算になります。続いて「年始のおせち」が55.8%で2位、3位は「クリスマスケーキ」で52.0%と、3位までが半数を超える結果に。

関西発祥ですがいまや全国区となりつつある「節分の恵方巻」は4位に、この時期になるとテレビCMでもよく目にする「クリスマスチキン」は5位、ここ10年ほどで文化になりつつある「バレンタインに自分用チョコレート」は7位にランクイン。そのほか「土用の丑の日のうなぎ」「ひなまつりのちらし寿司」「お彼岸のおはぎ」「1月7日の七草がゆ」がトップ10に入りました。

日本で毎年決まった時期に飲食しているものランキング		
順位	項目	%
1	年越しそば	66.7
2	年始のおせち	55.8
3	クリスマスケーキ	52.0
4	節分の恵方巻	44.1
5	クリスマスチキン	29.5
6	土用のうなぎ	26.7
7	バレンタインに自分用チョコレート	22.1
8	お彼岸のおはぎ	20.3
9	1月7日の七草がゆ	20.1
10	端午の節句の柏餅	19.7
11	ひな祭りのちらし寿司	19.1
12	十五夜の団子	7.6
13	ハロウィンのかぼちゃ	7.0
14	11月29日（良い肉の日）にお肉	5.3
15	ボジョレーヌーボーの解禁	4.4
16	運動会のいなりずし	3.6

※「Q. 縁起を担いだものや時節柄のもの、日本の慣習に沿ったものなど、以下の飲食物についてあなたはとるようにしていますか？」に対し、「毎年飲食している」と答えた人の割合

### ■「ホットペッパーグルメ外食総研」研究員からの解説 「伝統の食事」が色濃く残る一方で、新たな文化になりつつあるものも



「ホットペッパーグルメ外食総研」  
上席研究員 有木 真理

毎年、特定の時期に食べるものについての今回の調査。「これを食べるとこの時期を感じるね」と話しながら食事をするのは温かい気持ちになりますよね。その代表格、「1年の終わりを感ぜさせる」年越しそばはなんと7割近くの人が毎年食べるという結果に。そのほかにもおせちや土用の丑の日のうなぎなど、「伝統の食事」ともいえる歴史あるものが上位に入りました。一方、戦後以降に広まったクリスマスケーキやクリスマスチキン、さらにはここ数年で全国区になった恵方巻やバレンタインの自分用チョコレートなど、新たに文化として根付きつつあるものもランクインしました。

10年後のランキングはどうなっているのでしょうか？今年の年末はそんな話をしながら年越しそばをすすめるのも趣深いかと思えます。

本件に関する  
お問い合わせ先

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

2021年 12月 20日

【アンケート調査概要】 ■調査時期：2021年 11月 26日～11月 28日 ■調査方法：インターネットリサーチ ■調査対象：全国の20～60代（株式会社マクロミルの登録モニター） ■有効回答数：1,034人（男性 517人 女性 517人）

## アンケート調査結果

### ■クリスマスチキンの最大のファン層は40代女性!? 恵方巻は30代女性の6割が毎年食べると回答

今回の調査結果の性年代別の傾向をみると、1位の「年越しそば」はどの年代も半数以上と高く、幅広い年齢から支持されている一方、2位の「おせち」は50代、60代の人気が高い傾向に。3位「クリスマスケーキ」、4位「節分の恵方巻」、5位「クリスマスチキン」はいずれも毎年食べると答えている女性の割合が高く、多くの選択肢で「毎年食べている」人の割合は、男性より女性の方が高い傾向にありました。また、男性の中では20代が伝統の食事以外に新しいものを取り込む傾向もあり、「バレンタインの自分用チョコレート」でも約4人に1人が毎年食べていることがわかりました。

縁起を担いだものや時節柄のもの、日本の慣習に沿ったもので「毎年飲食している」と答えた人の割合

(単位：% n=1,034 (男性、女性とも 517人) 各単一回答)

		年越しそば	年始のおせち	クリスマスケーキ	節分の恵方巻	クリスマスチキン	土用のうなぎ	バレンタインの自分用チョコ	
全体 (n=1,034)		66.7	55.8	52.0	44.1	29.5	26.7	22.1	
性別 x	男性	20代 (n=82)	61.0	52.4	46.3	50.0	31.7	31.7	24.4
		30代 (n=102)	56.9	33.3	42.2	35.3	25.5	22.5	12.7
		40代 (n=120)	58.3	49.2	41.7	31.7	20.0	27.5	10.8
	女性	50代 (n=99)	56.6	61.6	41.4	34.3	23.2	22.2	17.2
		60代 (n=114)	67.5	68.4	39.5	37.7	18.4	34.2	18.4
		20代 (n=79)	65.8	43.0	70.9	51.9	32.9	20.3	34.2
年齢	女性	30代 (n=100)	76.0	53.0	68.0	60.0	39.0	25.0	34.0
		40代 (n=118)	74.6	59.3	64.4	51.7	43.2	27.1	27.1
		50代 (n=100)	73.0	53.0	61.0	40.0	32.0	23.0	22.0
		60代 (n=120)	75.0	76.7	50.0	51.7	30.8	30.8	25.0

※30%以上のものに着色し、10%刻みで濃い色に色分けを実施

### ■「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」の研究者をはじめ、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。