



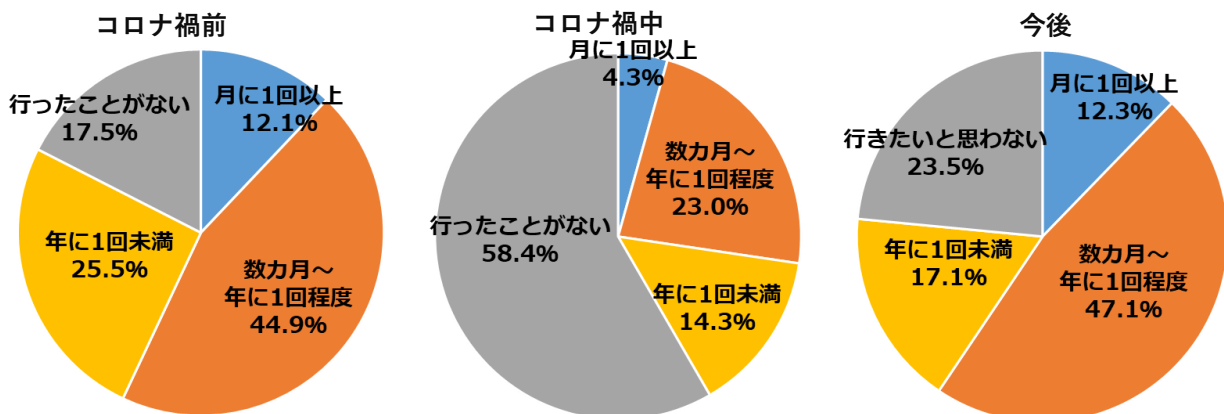
食べ放題・ビュッフェ人気がコロナ禍から回復傾向！ 魅力的な食べ放題・ビュッフェランキング発表

『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「食べ放題・ビュッフェ」について、20代～60代の男女1,035人にアンケート調査を実施した結果をレポートします。

■今後食べ放題に行きたい頻度「年に1回以上」は約6割、「月に1回以上」は12.3%

「食べ放題・ビュッフェにはどれくらいの頻度で行きますか」という質問では、コロナ禍前は「月に1回以上」が12.1%、「数カ月～年に1回程度」が44.9%でしたが、コロナ禍に入ると「月に1回以上」は4.3%、「数カ月～年に1回程度」は23.0%と大きく落ち込みました。しかし今後については「月に1回以上」が12.3%、「数カ月～年に1回程度」が47.1%とコロナ禍前を上回る数値となっており、今後の回復が期待できそうです。



※全て n=1,035 / 単一回答

※「月に1回以上」は「週に2回以上」「週に1回程度」「月に2～3回程度」「月に1回程度」の計、「数カ月～年に1回程度」は「2～3カ月に1回程度」「半年に1回程度」「年に1回程度」の計、「年に1回未満」は「数年に1回程度」「数年に1回未満」の計

※「コロナ禍前（～2020年2月）、コロナ禍中（2020年3月～2023年4月）」と定義

■『ホットペッパーグルメ外食総研』研究員からの解説

食べ放題・ビュッフェ人気回復傾向！背景に「食のエンターテインメント」人気



『ホットペッパーグルメ外食総研』
所長 有木 真理

外食の中でも特にコロナ禍の影響を受け、大きく落ち込んだ「食べ放題・ビュッフェ」需要ですが、最近強い回復傾向を見せています（1ページ目）。好きなものを好きなだけ食べられるというのはまさに食のエンターテインメント。なかなか思うように外食できなかった期間を経て、今こそ思い切り楽しみたいという気持ちが反映されているように思います。

一方で、「料理の補充が遅い」「制限時間が短い」といったがっかりした経験は誰もあるのではないのでしょうか？ そういったいわば「あるある」があること自体、食べ放題が文化としていかに浸透しているかの表れかもしれません。

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】

- 調査期間：2023年6月2日（金）～2023年6月3日（土）
- 調査方法：インターネットリサーチ
- 調査対象：全国20代～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：1,035件（男性517件、女性518件）

■食べ放題・ビュッフェの好きな理由1位「好きなものを好きなだけ食べられる」

食べ放題・ビュッフェの好きな理由としては「好きなものを好きなだけ食べられるから」（59.2%）が1位でした。2位には「単純にわくわくする」（40.2%）が入り、期待感の高さがうかがえます。一方で苦手な理由としては、「元が取れるほど食べられない」（33.6%）や「（1食としては総額が）高い」（19.4%）、「（内容に比べて）割高」（13.3%）といったコストパフォーマンスに関するものが挙がりました。

Q 食べ放題・ビュッフェの好きな理由、苦手な理由について、あてはまるものを全て選んでください（n=1,035、複数回答）

食べ放題・ビュッフェの好きな理由			食べ放題・ビュッフェの苦手な理由		
順位	理由	%	順位	理由	%
1	好きなものを好きなだけ食べられるから	59.2	1	元が取れるほど食べられない	33.6
2	単純にわくわくする	40.2	2	食べ過ぎてしまう	33.0
3	デザートの種類が豊富	30.8	3	ゆっくりできない、あわただしい	23.5
4	大人も子供も楽しめる	30.7	4	（1食としては総額が）高い	19.4
5	贅沢な気分になる	26.9	5	（内容に比べて）割高	13.3

※「好きな理由」で提示した選択肢：好きなものを好きなだけ食べられるから、エンターテインメント感があるから、大人も子供も楽しめる、何を食べるかで同行者と調整する必要がない、単純にわくわくする、贅沢な気分になる、よい食材を使っている、高級な料理もある、味付けがおいしい、野菜がたくさん取れる、栄養バランスよく食べられる、デザートの種類が豊富、ドリンクの種類が豊富、その他

※「苦手な理由」で提示した選択肢：（1食としては総額が）高い、（内容に比べて）割高、食べ過ぎてしまう、（子供などが）好きなものばかり食べて栄養が偏る、元が取れるほど食べられない、元を取ろうとして食事を楽しめない、ゆっくりできない・あわただしい、食材の質が低い、調理の質が低い、メニューの幅が狭い、デザートの種類が少ない、ドリンクの種類が少ない、その他

■がっかりしたこと1位は「料理の補充が遅い」

「食べ放題・ビュッフェでがっかりしたこと」について、最も多かったのは「ビュッフェで料理の補充が遅い」（31.8%）という声でした。2位には「制限時間が短い」（27.2%）が入り、1位同様「食べ放題なのに思い切り食べられない」ということががっかりするポイントのようです。一方で5位には「がっかりしたことはない」（14.1%）が入っており、食べ放題・ビュッフェ全体の満足度は高いことがうかがえます。

Q 食べ放題・ビュッフェでがっかりすることはありますか。以下のうちがっかりした経験のあることを全て選んでください（「行ったことがない／行きたくないと思わない」を選んだ人を除いたn=859/複数回答）

食べ放題・ビュッフェでがっかりすること		
順位	回答	%
1	ビュッフェで料理の補充が遅い	31.8
2	制限時間が短い	27.2
3	提供される品数が少ない	25.5
4	ビュッフェの料理がぬるい	21.3
5	がっかりしたことはない	14.1

※提示した選択肢：高級料理はおかわりできない、最初に決まったメニューを食べ切ってから食べ放題がスタートする、性別や年齢によって料金が違う、食べ残しは一皿〇〇円、ビュッフェの料理がぬるい、料理提供が遅くて食べ放題の時間が経過してしまう、制限時間が短い、味付けが濃い、味付けが薄い、提供される品数が少ない、一品ごとの量が少ない、ビュッフェで料理の補充が遅い、がっかりしたことはない、当てはまるものはない

2023年7月26日

■魅力的な食べ放題・ビュッフェランキング1位は「焼肉」

「食べ放題の中でも、どんなものを特に魅力的に感じますか」という質問では、半分以上の人が選んだ「焼肉食べ放題」(51.0%)がトップに。僅差で「お寿司食べ放題」(49.0%)が続ぎ、外食の中で人気のジャンルが食べ放題でも上位に入りました。3位、4位には「デザートビュッフェ」(39.2%)、「ケーキ食べ放題」(37.3%)が並んでおり、食べ放題でのスイーツ需要が高いことも分かりました。5位「しゃぶしゃぶ食べ放題」(35.8%)、6位「サラダバー」(34.9%)、7位「かに食べ放題」(32.7%)、8位「フルーツ食べ放題」(30.2%)など、素材を楽しむものが上位に入りました。

※提示した選択肢：お寿司食べ放題、かに食べ放題、刺身食べ放題、牡蠣食べ放題、和食バイキング、わんこそば、天ぷら食べ放題、焼肉食べ放題、すき焼き食べ放題、鍋食べ放題、しゃぶしゃぶ食べ放題、焼き鳥食べ放題、サムギョプサル食べ放題、生ハム食べ放題、ローストビーフ食べ放題、中華食べ放題、飲茶・点心食べ放題、イタリアンバイキング、ピザ食べ放題、パン食べ放題、カレー食べ放題、ライスおかわり自由、味噌汁おかわり自由、副菜食べ放題、サラダバー、オーダーバイキング、デザートビュッフェ、デザートワゴン、ケーキ食べ放題、フルーツ食べ放題、その他、食べ放題に魅力を感じない
※「行ったことがない方も、行くことを想定してお答えください」と注釈を付けて聴取

Q 食べ放題の中でも、どんなものを特に魅力的に感じますか。(n=1,035/複数回答)

魅力的な食べ放題・ビュッフェランキング		
順位	メニュー名	%
1	焼肉食べ放題	51.0
2	お寿司食べ放題	49.0
3	デザートビュッフェ	39.2
4	ケーキ食べ放題	37.3
5	しゃぶしゃぶ食べ放題	35.8
6	サラダバー	34.9
7	かに食べ放題	32.7
8	フルーツ食べ放題	30.2
9	和食バイキング	27.2
9	イタリアンバイキング	27.2

■『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/>