



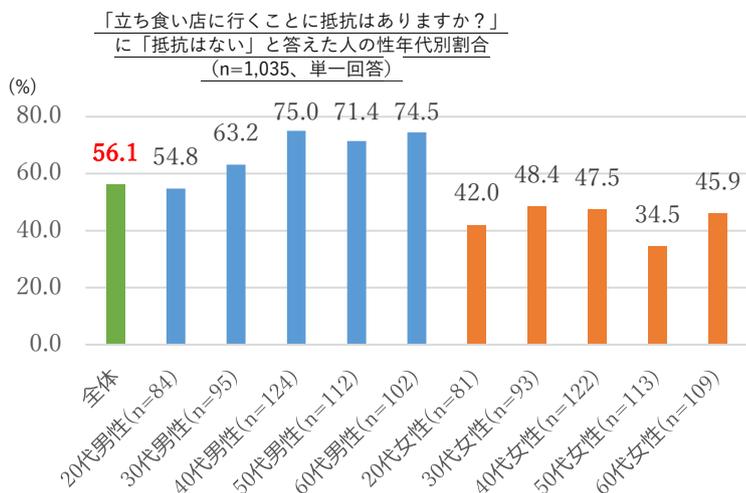
高級店の「セカンドライン」としての立ち食い店が続々登場で話題！ 「高級立ち食い店で食べてみたいもの」1位は寿司

『ホットペッパーグルメ外食総研』が主催する「トレンド座談会」レポート

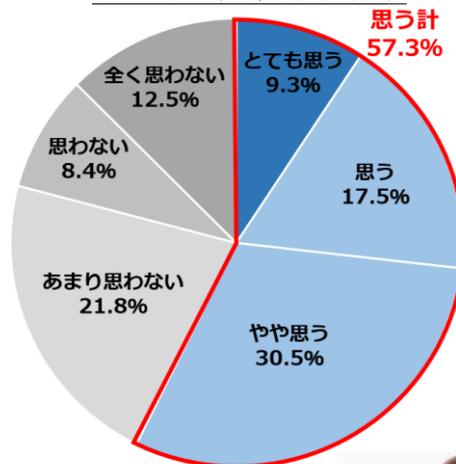
株式会社リクルート（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：北村 吉弘）の外食市場に関する調査・研究機関『ホットペッパーグルメ外食総研』は、外食のプロフェッショナルを集め、外食トレンドを発表するための「トレンド座談会」を開催しています。今回は「高級立ち食い店」について、20代～60代男女のアンケート調査を実施した結果をレポートします。

■「立ち食い店に抵抗はない」40代男性が最も高い割合に、30代女性も48.4%

「立ち食い店に行くことに抵抗はありますか？」という質問では、全体の56.1%の人が「抵抗はない」と回答。40代～60代男性は70%以上の人が「抵抗はない」と答えており、女性でも50代を除く全ての年代で40%以上が「抵抗はない」と答えました。また、「高級立ち食い店に行ってみたいと思いますか？」という質問では、「思う計」が全体の57.3%と、関心の高さがうかがえました。



Q「高級店レベルの素材・味だが、立ち食いスタイルのお店なのでリーズナブルな料金になっている」という「高級立ち食い店」について、あなたは行ってみたいと思いますか？ (n=1,035、単一回答)



※「抵抗はない」は「あまりない」「ない」の計

■『ホットペッパーグルメ外食総研』 研究員からの解説

高級店の「セカンドライン」としての立ち食い店続々登場 「行ってみたい」57.3%

「立ち食い」というと駅の立ち食いそばは歴史がありますし、最近ではステーキやイタリアンなど時代ごとに愛されてきました。そして今注目なのは「高級立ち食い店」です。高級寿司店の若手職人が握る立ち食いスタイルのお店など、寿司や焼き鳥、焼肉などで高級立ち食いのお店が登場しています。店舗としては立ち食いで高回転、低価格を実現し、利益を確保する一方、幅広い人に良さを知ってもらい全体の売り上げ向上を図る「セカンドライン」のような狙いがありそうです。消費者目線では、今回の調査で「立ち食い店に行くことに抵抗はない」と答えた人が全体の半数以上、さらに「高級立ち食い店に行ってみたい」は全体の57.3%という結果に。「高級立ち食い店に求めるもの」では「コスパの良さ」(60.0%)と答えた人が最も多く、「高級店の味をコスパ良く楽しみたい」という消費者心理が透ける結果となりました。



『ホットペッパーグルメ外食総研』 所長
有木 真理

本件に関する
お問い合わせ先

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

2024年1月31日

【アンケート調査概要】

- 調査期間：2023年9月27日（水）～2023年9月28日（木）
- 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）

(n=1,035、複数回答)

**■「高級立ち食い店で食べてみたいもの」
上位には寿司、焼き鳥、天丼がランクイン**

「『高級』と言われるメニューのうち、高級立ち食い店で食べてみたいと思えるものはなんですか？」という質問で、最も割合が高かったのは「寿司」(37.9%)でした。2位には「焼き鳥」(28.9%)が入り、3位には「天丼」(17.3%)、4位には「天ぷら」(15.8%)が入るなど、和食の人気が高い傾向でした。

順位	メニュー名	%
1	寿司	37.9
2	焼き鳥	28.9
3	天丼	17.3
4	天ぷら	15.8
5	ステーキ	14.4
6	イタリアン	12.2
7	焼肉	11.3
8	うなぎ	10.8
9	中華料理	10.5
10	フレンチ（ピストロ）	9.8

※提示した選択肢：寿司、焼き鳥、天丼、天ぷら、ステーキ、イタリアン、焼肉、うなぎ、中華料理、フレンチ（ピストロ）、鉄板焼き、和食（割烹など）、しゃぶしゃぶ、すき焼き、思えるものはない、その他
 ※「そもそも立ち食いをしない方も、想像でお答えください。」と注釈を付けて聴取
 ※ランキングからは「思えるものはない」を除外

■高級立ち食い店に求めるのは「コスパの良さ」「料理のおいしさ」

(n=1,035、複数回答)

「高級立ち食い店に求めるものはなんですか？」という質問では、最も割合が高かったのは「コスパの良さ」(60.0%)で、次いで多かったのは「料理のおいしさ」(58.8%)でした。

順位	回答	%
1	コスパの良さ	60.0
2	料理のおいしさ	58.8
3	一人でも気軽に入れること	47.8
4	カジュアルな服装で入れること	38.4
5	料理が提供される早さ	30.8

※提示した選択肢：コスパの良さ、料理のおいしさ、一人でも気軽に入れること、カジュアルな服装で入れること、料理が提供される早さ、短時間で楽しめる・時短になること、落ち着く空間、食べ物に集中できること、食べ物の量が多いこと（大盛りやメガ盛りがあること）、店の人とのコミュニケーション、他のお客とのコミュニケーション、その他（自由回答）
 ※「普段『高級立ち食い店』にはいかない方も、行く場合を想定してお答えください。」と注釈をつけて聴取

■『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。

2024年1月31日

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/>