

外食店での利用経験率、セルフオーダー（自身のスマホ利用）57.1%、

テイクアウト時のモバイルオーダー（事前注文や決済）48.8%。

セルフオーダーが2021年調査（26.0%）と比べて急増

外食店利用時の注文ツールの利用実態・意向調査（2024年5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、飲食店の人手不足で注目されているテーブルトップオーダー（座席に設置された専用端末を操作しての注文を指す）やセルフオーダー（QRコードやアプリを活用して消費者自身のスマートフォンでの注文を指す）、テイクアウト時のモバイルオーダー（自身のスマートフォンからの事前注文や決済等を指す）について、消費者へのアンケートを実施しましたので、その結果を発表いたします。

<要約>

POINT1 外食店での利用経験率はテーブルトップオーダー78.9%、セルフオーダー57.1%、テイクアウト利用時のモバイルオーダー48.8%。特にセルフオーダーで顕著な伸び・・・P3-6

▶テーブルトップオーダー（座席に設置された専用端末を操作しての注文）の利用経験率は78.9%。セルフオーダー（QRコードやアプリを活用して消費者自身のスマートフォンでの注文）の利用経験率は57.1%。テイクアウト時のモバイルオーダー（スマートフォンで事前注文や決済）の利用経験率は48.8%。

▶経年比較では、特にセルフオーダーで2021年調査に比べて利用経験率が顕著に上昇（2021年26.0%→2024年57.1%）。2人に1人は利用経験があるということに。

POINT2 今後の利用意向、テーブルトップオーダーは72.4%、セルフオーダーは47.6%と前回調査比で増加、テイクアウト利用時のモバイルオーダーは51.5%・・・P6

▶今後の利用意向は、テーブルトップオーダーで72.4%、セルフオーダーで47.6%と、いずれも2021年調査の数値（順に70.1%、42.7%）を上回った。

▶テイクアウト利用時のモバイルオーダーの今後の利用意向は51.5%。

POINT3 利用したい理由、店内では「自分の都合の良いタイミングでオーダーできる」51.1%、テイクアウトでは「待ち時間のストレスが減る」41.1%・・・P7-8

▶今後、外食店でテーブルトップオーダーやセルフオーダーを利用したい理由は、「自分の都合の良いタイミングでオーダーできるから」（51.1%）、「店員を都度呼ぶことに気が引けるときがあるから」（38.5%）、「待ち時間によるストレスが減るから」（24.9%）等。

▶テーブルトップオーダーやセルフオーダーを利用したくない理由は「ない」（54.0%）が、2021年調査（41.8%）から増加。

▶今後、外食店のテイクアウト利用時に、モバイルオーダーを利用したい理由は、「待ち時間によるストレスが減るから」（41.1%）、「スマートフォン上で会計も完了して便利だから」（24.5%）、「飲食全体の時間短縮が期待できるから（時間がないときに便利だから）」（20.4%）等。

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（2024年5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、外食店でのテーブルトップオーダー・セルフオーダー・モバイルオーダーの利用状況や利用した際の印象、利用意向とその理由などを聴取。2021年11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 2024年4月16日（火）～2024年5月2日（木）
 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 504,904 件
 ⑥回収数 28,030 件
 ⑦本調査対象者数 11,400 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るために、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4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。

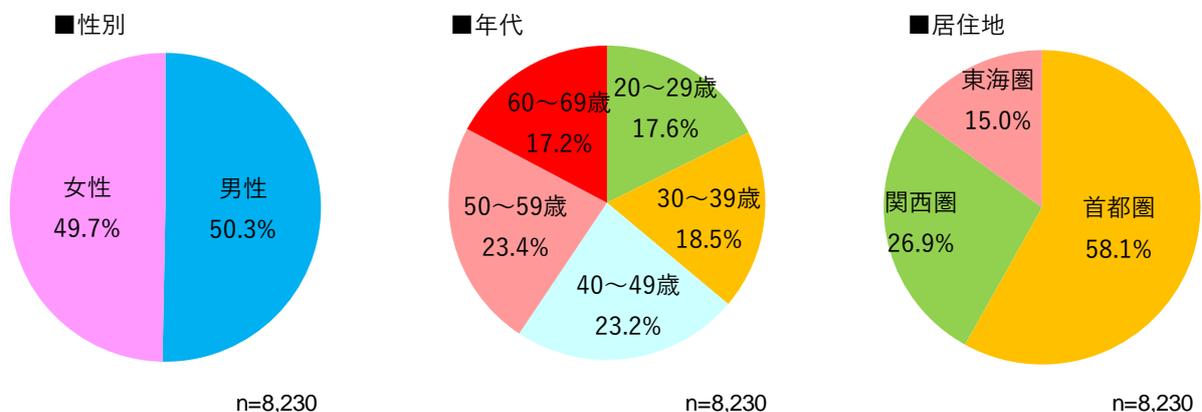
■本調査

- 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5月31日（金）～2024年6月13日（木）
 ③配信数 10,616 件
 ④回収数 8,309 件（回収率 78.3%）
 ⑤有効回答数 8,230 件（首都圏 4,210 件、関西圏 2,140 件、東海圏 1,880 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4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 8,230 件（首都圏 4,779 件、関西圏 2,213 件、東海圏 1,238 件）

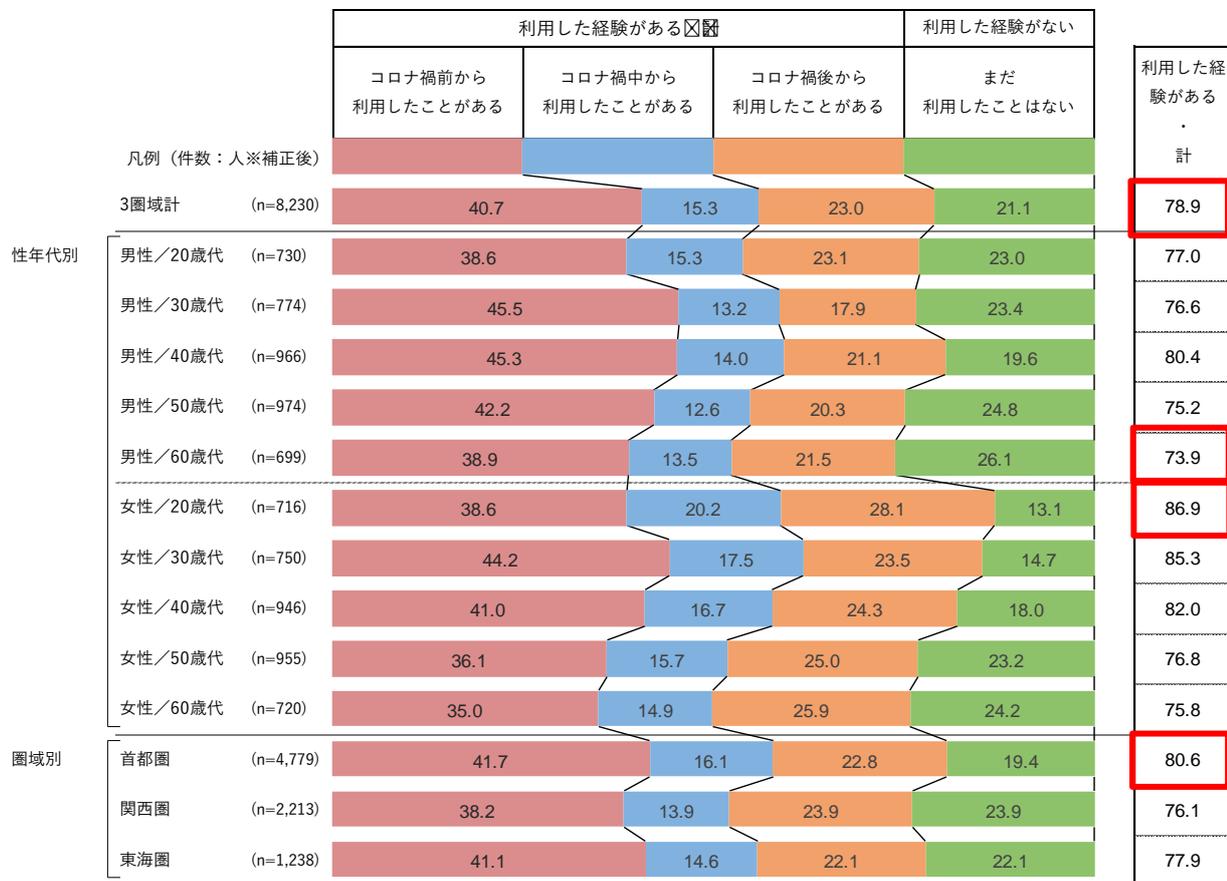
◆回答者プロフィール（ウェイトバック後）



1. 外食店でのテーブルトップオーダーの利用経験率は 78.9%

外食店における人手不足等を背景に注目されている、テーブルトップオーダー（座席に設置された専用端末を操作しての注文）やセルフオーダー（QRコードやアプリを活用して消費者自身のスマートフォンでの注文）、テイクアウト利用時のモバイルオーダー（スマートフォンで事前注文や決済等）について調査を行った。この種のデジタルツールの中では比較的早くから導入が進んでいたテーブルトップオーダーについては、78.9%が「利用した経験がある」という結果。うち 23.0%はコロナ禍後に利用したと回答し、コロナ禍後にいっそう導入が進んでいることを感じさせられるデータとなっている。性年代別にみると、20代女性の利用経験率（86.9%）が最も高い一方で、60代男性の利用経験率（73.9%）は最も低い。また、圏域別では、首都圏（80.6%）で8割を超える利用経験率となっている。

外食店の店内でテーブルトップオーダーを利用した経験の有無（全体／単一回答）



※「コロナ禍前に利用したことがある」：「コロナ禍前から何度も利用したことがある」「コロナ禍前に一度くらいは利用したことがある」のいずれかを回答した人を集計

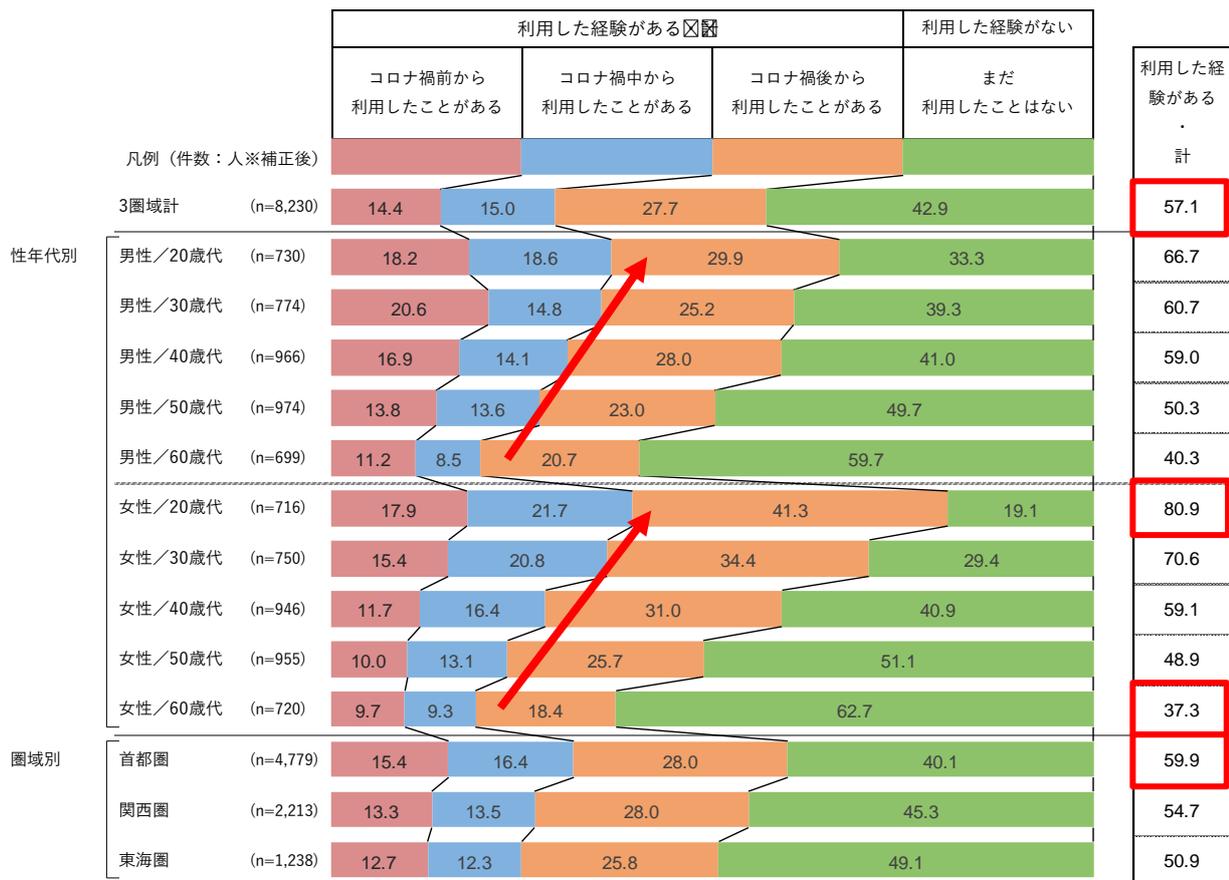
※「コロナ禍中に利用したことがある」：「コロナ禍中によく利用するようになった」「コロナ禍中に初めて一度くらい利用したことがある」のいずれかを回答した人を集計

※「コロナ禍後に利用したことがある」：「コロナ禍後によく利用するようになった」「コロナ禍後に初めて一度くらい利用したことがある」のいずれかを回答した人を集計

2. セルフオーダーの利用経験率は57.1%。若年層ほど高く、20代女性が80.9%で最も高い利用経験率

次に、近年普及してきたセルフオーダー（QRコードやアプリを活用して消費者自身のスマートフォンでの注文）の利用経験を尋ねた。導入され始めてからの歴史が浅い分、テーブルトップオーダーに比べると利用経験率は低いものの、すでに過半数の57.1%が「利用した経験がある」と回答。性年代別では、若年層ほど利用経験率が高い傾向にあり、20代女性の利用経験率（80.9%）が最も高い一方で、60代女性の利用経験率（37.3%）は最も低かった。また、圏域別では首都圏（59.9%）が最も高い利用経験率であった。

外食店の店内でセルフオーダーを利用した経験の有無（全体／単一回答）



※「コロナ禍前に利用したことがある」：「コロナ禍前から何度も利用したことがある」「コロナ禍前に一度くらいは利用したことがある」のいずれかを回答した人を集計

※「コロナ禍中に利用したことがある」：「コロナ禍中によく利用するようになった」「コロナ禍中に初めて一度くらい利用したことがある」のいずれかを回答した人を集計

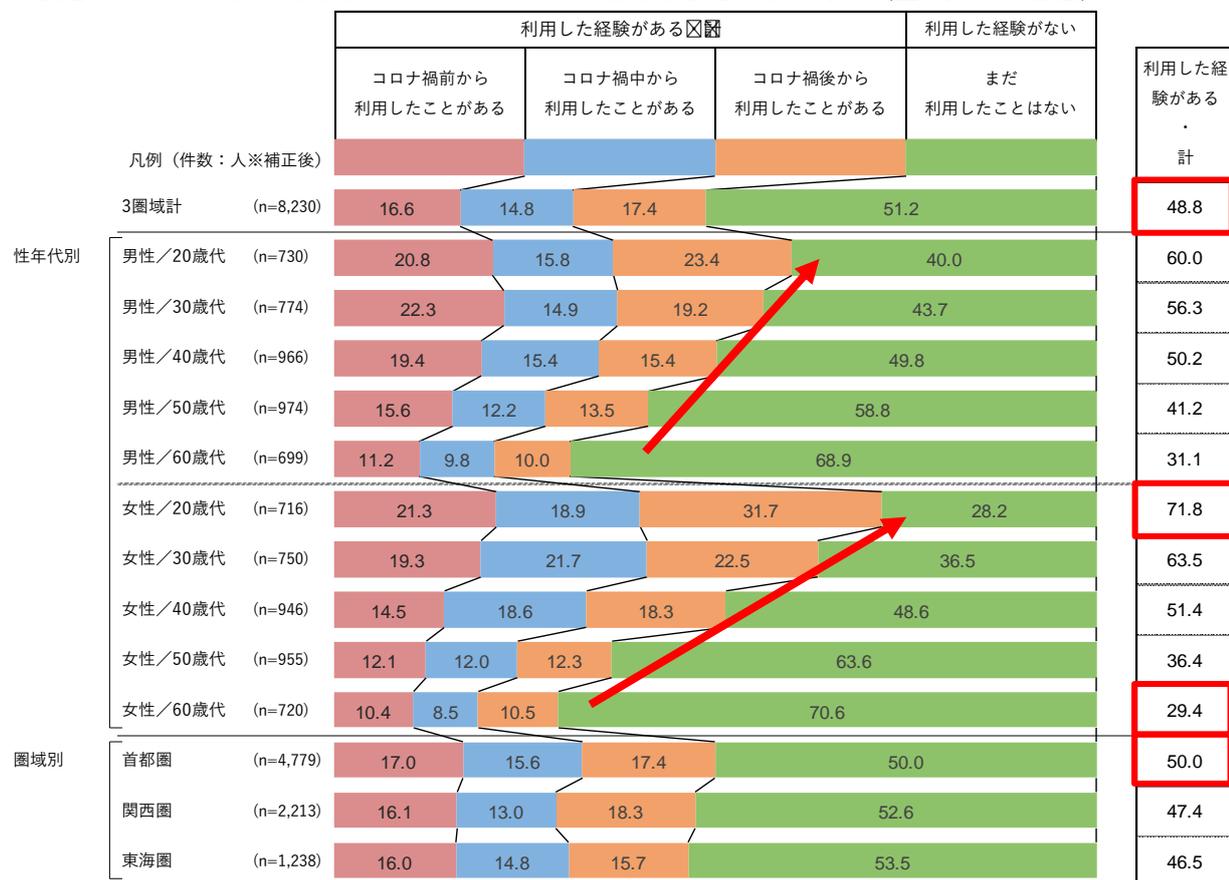
※「コロナ禍後に利用したことがある」：「コロナ禍後によく利用するようになった」「コロナ禍後に初めて一度くらい利用したことがある」のいずれかを回答した人を集計

3. テイクアウト利用時のモバイルオーダー（事前注文や決済等）の利用経験率は48.8%

外食店のテイクアウト利用時に、WEBサイトやアプリを利用してのモバイルオーダー（自身のスマートフォンからの事前注文や決済等）の利用経験を尋ねた。こちらも導入され始めてからの歴史が浅く、今回調査した3種類の注文方法の中では最も利用経験率が低く48.8%。ただし、コロナ禍中に多くの外食店がテイクア

ウトに取り組み始めたことに起因してか、テーブルトップオーダーより相対的にコロナ禍中・後から利用を始めた人の比率が高い。性年代別では、若年層ほど利用経験率が高い傾向にあり、20代女性の利用経験率（71.8%）が最も高い一方で、60代女性の利用経験率（29.4%）は最も低かった。また、圏域別では首都圏（50.0%）の利用経験率が唯一5割に達した。

外食店のテイクアウト利用時にモバイルオーダーを利用した経験の有無（全体／単一回答）



※「コロナ禍前に利用したことがある」：「コロナ禍前から何度も利用したことがある」「コロナ禍前に一度くらいは利用したことがある」のいずれかを回答した人を集計

※「コロナ禍中に利用したことがある」：「コロナ禍中によく利用するようになった」「コロナ禍中に初めて一度くらい利用したことがある」のいずれかを回答した人を集計

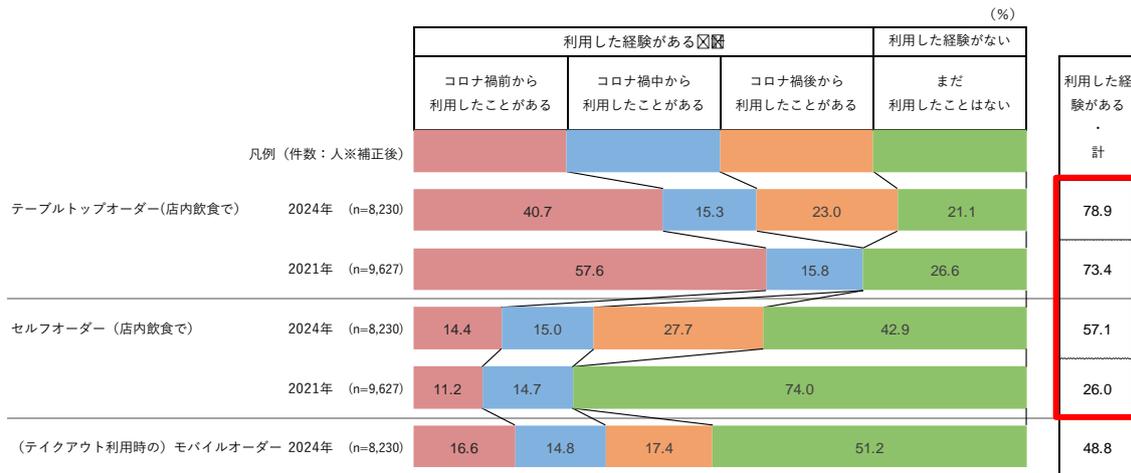
※「コロナ禍後に利用したことがある」：「コロナ禍後によく利用するようになった」「コロナ禍後に初めて一度くらい利用したことがある」のいずれかを回答した人を集計

4. セルフオーダーで、2021年調査に比べ利用経験率が顕著に上昇（2021年26.0%→2024年57.1%）

今回の調査結果を、2021年に行った調査^{※1}と比較すると、テーブルトップオーダーでは、2021年調査では73.4%の利用経験率だったが、2024年調査では同78.9%と5.5ポイント増加した。一方、セルフオーダーについては2021年調査で26.0%であった利用経験率が2024年調査では57.1%となっており、2021年調査時はおおよそ4人に1人であった利用経験者が、今回調査では2人に1人になった。急激に導入が進み、消費者の間に浸透してきている様子がうかがえる結果となっている。

※：2021年調査では、テイクアウト時のモバイルオーダーについては調査対象外

外食店でタブレットやスマートフォンなどからの注文経験の有無・経年比較（全体／単一回答）



※「コロナ禍前に利用したことがある」：「コロナ禍前から何度も利用したことがある」「コロナ禍前に一度くらいは利用したことがある」のいずれかを回答した人を集計

※「コロナ禍中に利用したことがある」：「コロナ禍中によく利用するようになった」「コロナ禍中に初めて一度くらい利用したことがある」のいずれかを回答した人を集計

※「コロナ禍後に利用したことがある」

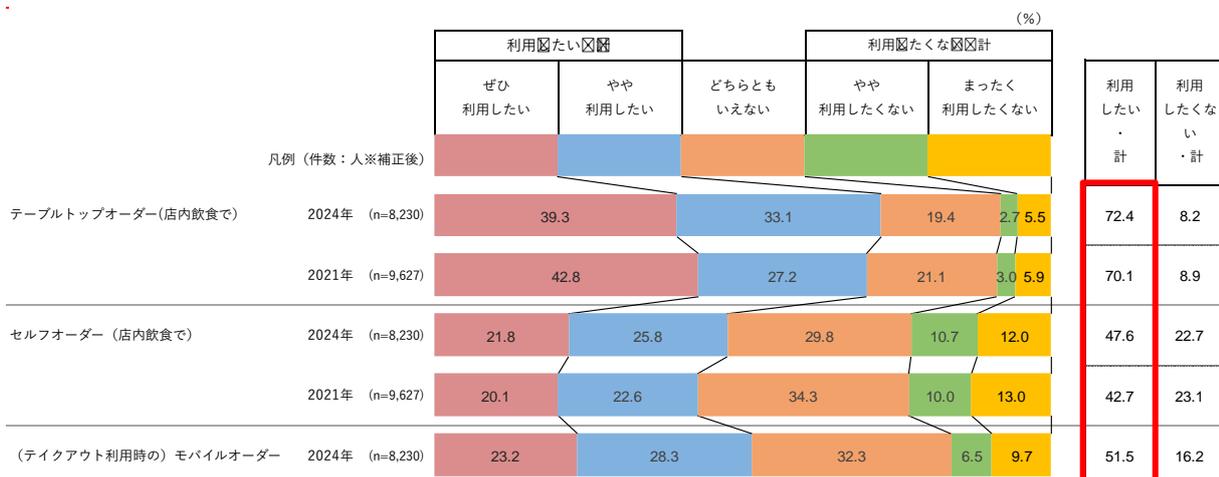
2024年：「コロナ禍後によく利用するようになった」「コロナ禍後に初めて一度くらい利用したことがある」のいずれかを回答した人を集計

2021年：該当項目なし

5. 今後のタブレットやスマートフォンでの注文の利用意向、2021年調査と比べ増加傾向

今後のテーブルトップオーダー・セルフオーダー・モバイルオーダーの利用意向について尋ねた。「利用したい・計」がテーブルトップオーダーで72.4%、セルフオーダーで47.6%と、いずれも2021年調査の数値（順に70.1%、42.7%）を上回った。また、テイクアウト時のモバイルオーダーは51.5%の利用意向率であった。こうした注文方法が、人手不足というお店側の都合だけで進んでいるのではなく、利用者の支持・理解も進んできている実態が明らかになった。

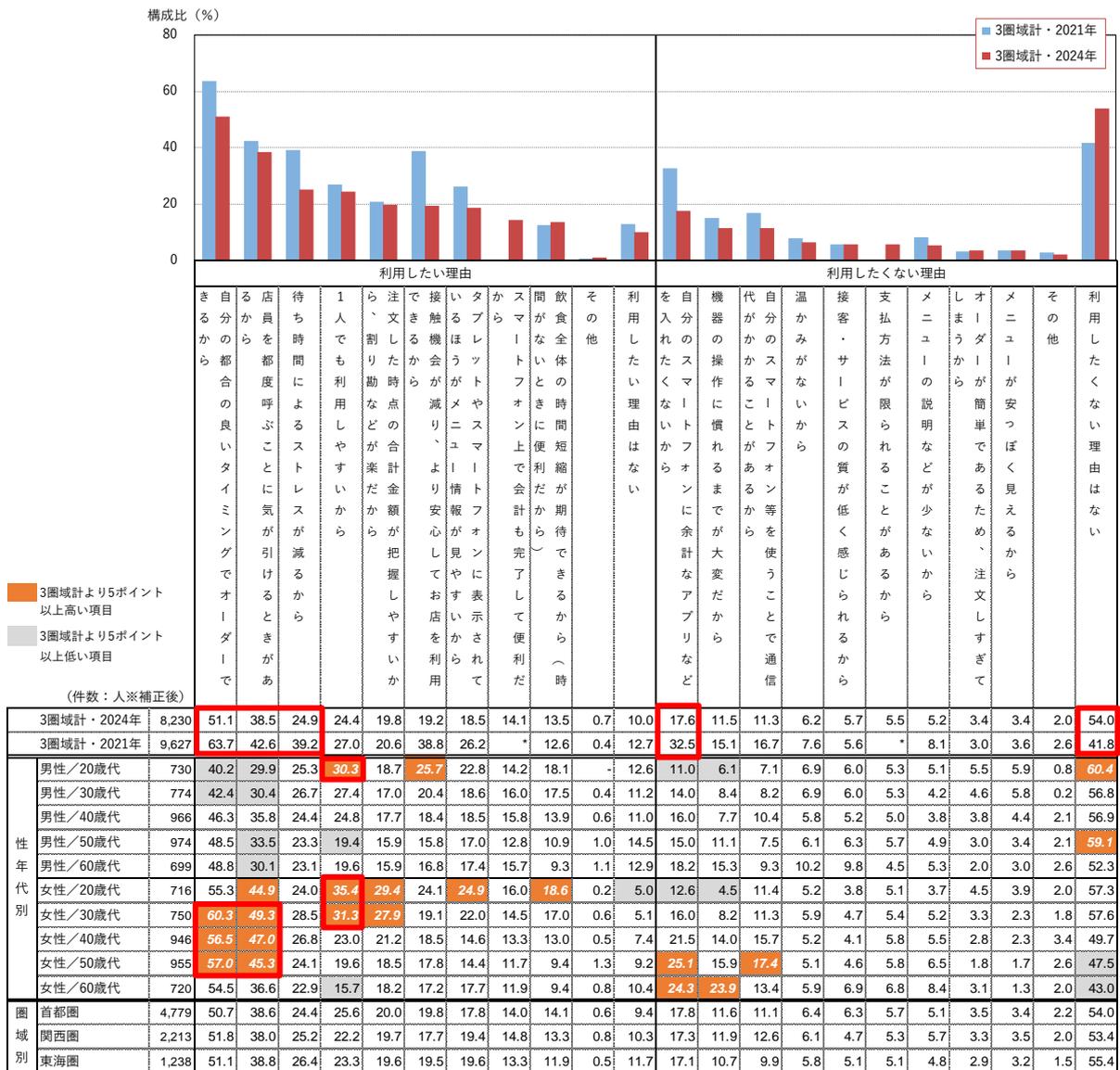
今後、外食店でテーブルトップオーダー、セルフオーダー、モバイルオーダーを利用したいと思うか（全体／単一回答）



6. 利用したい理由、トップは「自分の都合の良いタイミングでオーダーできるから」51.1%

今後、外食店でテーブルトップオーダーやセルフオーダーを利用したい理由を尋ねたところ、「自分の都合の良いタイミングでオーダーできるから」が51.1%で最も割合が高く、2番目に「店員を都度呼ぶことに気が引けるときがあるから」で38.5%、3番目に「待ち時間によるストレスが減るから」で24.9%と続いた。トップ3の内容は2021年調査と同じであるが、選択割合は全体的に減少した。利用したくない理由を尋ねたところ、最も選択割合が高かったのは「自分のスマートフォンに余計なアプリなどを入れたくないから」だが17.6%と2割に届かない。他方、「利用したくない理由はない」の選択割合は54.0%で、2021年調査時から10ポイント以上増加して過半数となったことが示すように、抵抗感は急速に薄らいでいるようだ。性年代別では、利用したい理由として30～50代女性では「自分の都合の良いタイミングでオーダーできるから」「店員を都度呼ぶことに気が引けるときがあるから」、20代男女と30代女性で「1人でも利用しやすいから」が、それぞれ他の性年代に比べて割合が高い。

今後、外食店でテーブルトップオーダー・セルフオーダーを利用したい・したくない理由（全体／複数回答）

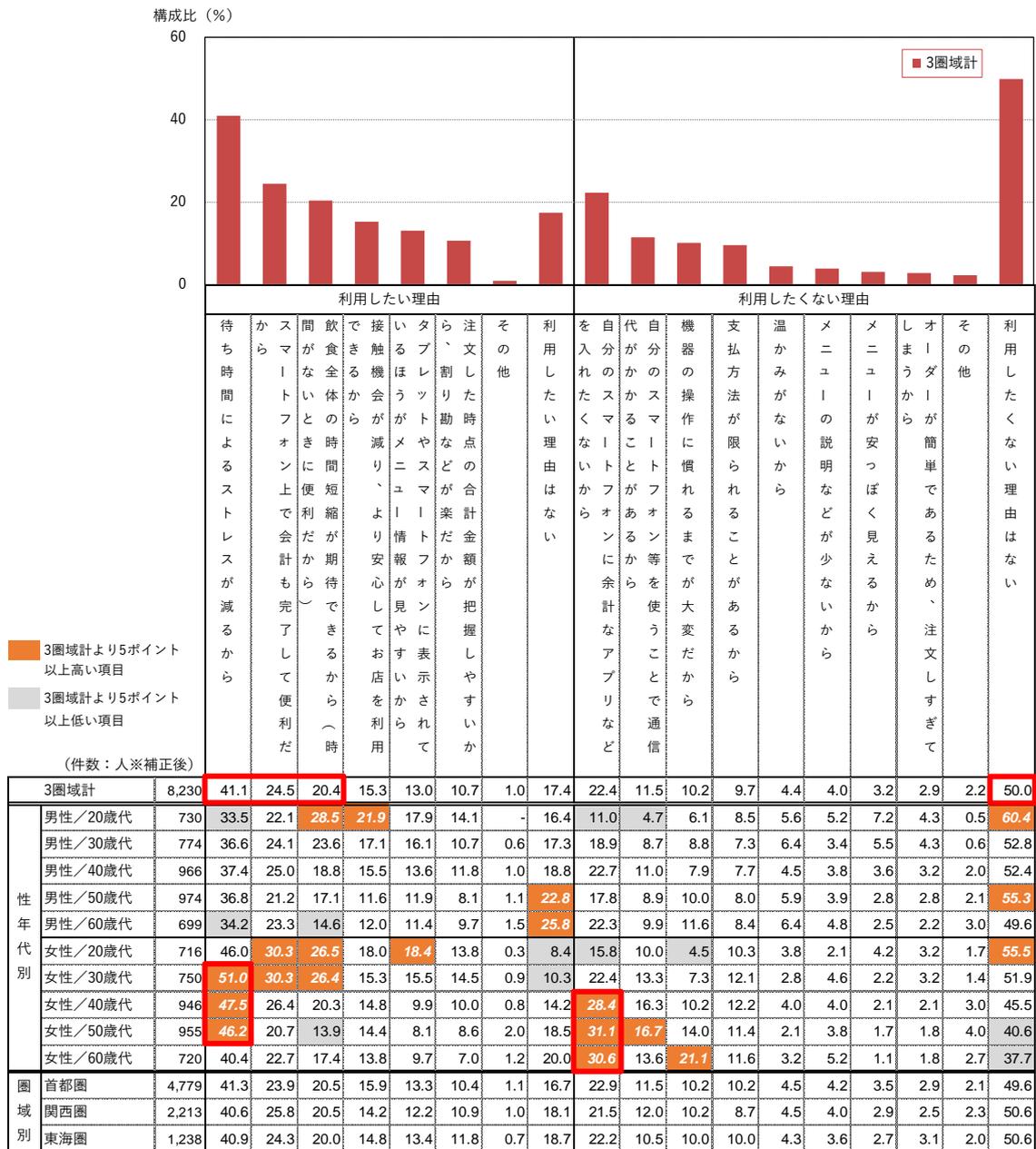


※「3圏域計・2024年」の多い順にソート
*：該当項目なし

7. 今後、テイクアウトでモバイルオーダーを利用したい理由は「待ち時間のストレスが減る」41.1%

今後、外食店のテイクアウト利用時に、モバイルオーダーを利用したい理由については、「待ち時間によるストレスが減るから」が41.1%と最も割合が高く、「スマートフォン上で会計も完了して便利だから」が24.5%、「飲食全体の時間短縮が期待できるから（時間がないときに便利だから）」が20.4%と続く。逆に利用したくない理由では、「利用したくない理由はない」が50.0%で最も割合が高かった。性年代別では、他の性年代に比べると、30～50代女性では利用したい理由「待ち時間によるストレスが減るから」の割合が高く、40～60代女性では利用したくない理由「自分のスマートフォンに余計なアプリなどを入れたくないから」の割合が高い。中年女性は概ね、「待ち時間によるストレスが減る」ことへの期待が他の性年代より大きいながらも、スマホに余計なアプリを入れることへの抵抗感も他の性年代より大きい傾向がうかがえる。

今後、外食店のテイクアウト利用時にモバイルオーダーを利用したい・したくない理由（全体／複数回答）



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/>