



「グルメバーガー」を食べたい人は65.0% 出してもよい金額1000円以上は当たり前？ 重視するものは？を調査

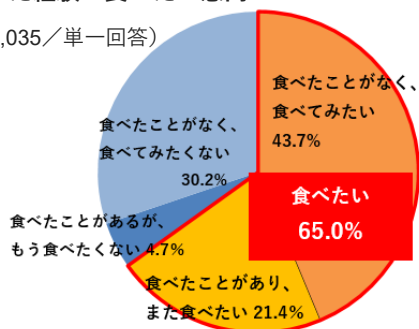
『ホットペッパーグルメ外食総研』が主催する「トレンド座談会」レポート

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「グルメバーガー」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。

■「**グルメバーガー**」を「**食べたい**」人は**65.0%** **最高額は「1000円以上2000円未満」が最多**
ハンバーガーの中でも特に素材や味にこだわり、比較的高めの価格設定である「グルメバーガー」と呼ばれるジャンルがあります。調査では「食べたことがあり、また食べたい」21.4%、「食べたことがあるが、もう食べたくない」4.7%をあわせて、「食べたことがある」人は全体の約3割でした。また、食べた経験のある・なしにかかわらず単純に「食べたい」人は65.0%（「食べたことがなく、食べてみたい」43.7%、「食べたことがあり、また食べたい」21.4%の合計）と関心が高いことがわかりました。また、「食べたことがある」人の最高額は「1000円以上2000円未満」がボリュームゾーンでした。

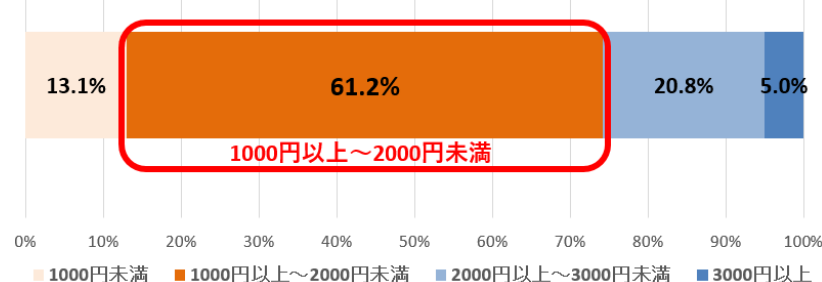
食べた経験×食べたい意向

(n=1,035/単一回答)



食べた人の最高額（税込）

n=260（「食べたことがあり、また食べたい」217人と「食べたことがあるが、もう食べたくない」43人の計/単一回答） ※「覚えていない」は除く



『ホットペッパーグルメ外食総研』研究員からの解説

「**グルメバーガー**」に対して重視するものと価格帯の相関性が浮き彫りに

今回の調査では、「グルメバーガー」を「食べたことがある」人は全体の約3割でした。ただ、「食べたことがなく、食べてみたい」人を含め「食べたい」と答えた人が65.0%いたので、関心の高さがうかがえます。「食べたい」人が「グルメバーガー」で重視するものは「焼きたて」「こだわりのチーズ」「肉の量が多い」（次ページ）で、おいしさと食べ応えを求めつつ、それに見合う価格かどうかを気にしているのかもしれませんが。これを裏付ける結果として、「グルメバーガー」へどれぐらいお金を出せるかの設問では、「全体」のボリュームゾーンが「1000円未満」47.3%だったのに対し、「食べたい」人は「1000円以上2000円未満」51.1%（次ページ）と、関心の高い人のほうが出してもよい金額が高くなっています。また、実際に「食べたことがある人」の最高額のボリュームゾーンは「1000円以上2000円未満」でしたが、「3000円以上」が5.0%いたのは興味深いです。個人経営のハンバーガー専門店以外に、今では大手外食チェーンやファストフード店が参入しています。参入店が増え多様なタイプの「グルメバーガー」を楽しめるようになった今だからこそ、自分の好みを見つけてみてはいかがでしょうか。



『ホットペッパーグルメ外食総研』研究員 田中 直樹

本件に関する
お問い合わせ先

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

2024年8月23日

【アンケート調査概要】

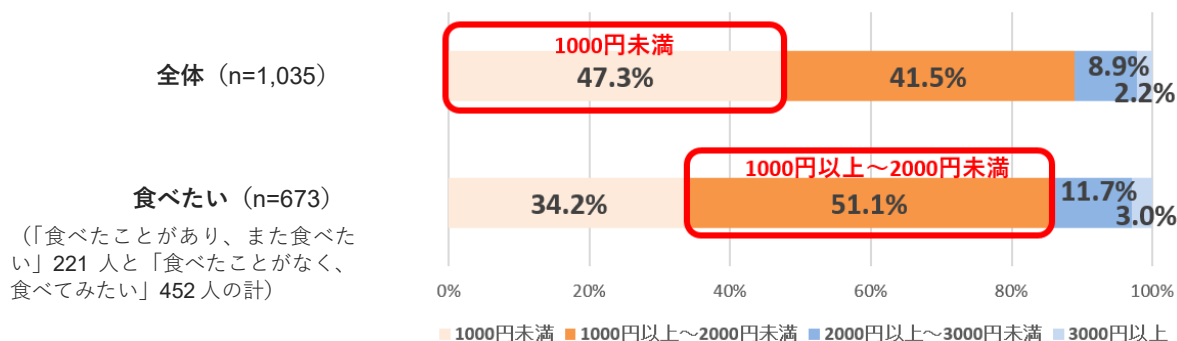
- 調査期間：2024年5月17日（金）～2024年5月18日（土）
- 調査方法：インターネットリサーチ
- 調査対象：全国20代～60代男女（株式会社マクロミルの登録モニター）
- 有効回答数：1,035件（男性517件、女性518件）

■「グルメバーガー」に出してもよい金額は「全体」「食べたい」人で大きな差が

「グルメバーガー」に出してもよい金額を、「全体」と、食べた経験のある・なしにかかわらず単純に「食べたい」人で比べたところ、最も割合が高い価格帯は「全体」で「1000円未満」47.3%、「食べたい」人は「1000円以上2000円未満」51.1%と違いがありました。また、高価格帯の「3000円以上」は、「全体」で2.2%、「食べたい」人で3.0%いることがわかりました。関心の高さによって、出してもよい金額に差が出る結果となっています。

「グルメバーガー」を食べるとしたら、出してもよい金額（税込）

（単一回答）



■食べるときに重視するポイントは「焼きたて」「こだわりのチーズ」「肉の量が多い」

「グルメバーガー」を「食べたい」人に対し、食べるときに選ぶポイントについて聞いたところ、上位は「バンズ／焼きたて」54.7%、「パテ以外の具材／こだわりのチーズ」54.1%、「パテ／肉の量が多い」50.8%で5割を超えていました。「おいしさ」「素材の量」「食べ応え」を主に重視していることがわかりました。ほかにも「パテ／100%ビーフ」45.6%、「パテ以外の具材／自家製ベーコン」43.7%、「パテ以外の具材／オーガニック野菜」32.2%などがランクインしているので、「素材の質の高さ」も重視しているようです。

選ぶポイントTOP10			
順位	カテゴリ	ポイント	%
1	バンズ	焼きたて	54.7
2	パテ以外の具材	こだわりのチーズ	54.1
3	パテ	肉の量が多い	50.8
4	その他演出など	注文を受けてから焼く	49.9
5	パテ	100%ビーフ	45.6
6	パテ以外の具材	自家製ベーコン	43.7
7	パテ以外の具材	厚切りトマト	41.2
8	その他演出など	お腹いっぱいになるボリューム	40.0
9	ソース	味が濃い	39.2
10	パテ以外の具材	オーガニック野菜	32.2

※提示した選択肢：バンズ／固め、やわらかめ、全粒粉、焼きたて、自家製、その他【自由回答】、パテ／肉の量が多い、肉汁が多い、100%ビーフ、炭火で焼いている、ひき肉ではなくステーキ肉をたたき、和牛を使っている、ブランド牛を使っている、その他【自由回答】、ソース／味が濃い、あっさり、自家製、スパイシー、酸味がある、その他【自由回答】、パテ以外の具材／自家製ベーコン、自家製ピクルス、オーガニック野菜、厚切りトマト、こだわりのチーズ、そのほかの高級食材（トリュフなど）が使われている、そのほかの具材【自由回答】、その他演出など／注文を受けてから焼く、食べやすいサイズ、口に収まりきららない大きさ、お腹いっぱいになるボリューム、付け合わせにオリジナリティがある、海外気分が味わえる雰囲気、その他【自由回答】、こだわりは1つもない

※それぞれの選択肢グループから1つ以上選択

n=673「食べたことがある、また食べたい」221人と「食べたことがなく、食べてみたい」452人の計／各複数回答）

2024年8月23日

■ 『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/>