



物価高騰の昨今、日常的な外食に 1,000 円以上を支払えるか？ ラーメン、そば、とんかつ、パスタ…「1,000 円の壁」の今を調査

『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「外食 1,000 円の壁」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。

■外食の「1,000 円の壁」調査 多くのメニューで 4 分の 3 以上の方が「壁」感じる結果に

『ホットペッパーグルメ外食総研』がピックアップした 30 のメニューについて、「外食をする際、事前情報なしで初めて訪れた飲食店で 1,000 円以上であっても悩まず注文できる、いわゆる 1,000 円の壁を感じない」と答えた人の割合が最も高かったのは「海鮮丼」（43.4%）で、次いで「とんかつ」（31.7%）、「パスタ」（28.9%）、「ピザ」（27.1%）が続きました。一方で「1,000 円の壁」議論の中心的存在である「ラーメン」は 76.6%が、比較的材料費もかかる「かつ丼」は 84.0%、「カレー」は 82.8%の人が 1,000 円以上支払うことに抵抗があること

1,000円の壁を感じないメニューランキング								
順位	メニュー	%	順位	メニュー	%	順位	メニュー	%
1	海鮮丼	43.4	11	カレー	17.2	21	ちゃんぽん	13.4
2	とんかつ	31.7	12	かつ丼	16.0	22	餃子定食	13.2
3	パスタ	28.9	13	からあげ定食	15.8	22	焼きそば	13.2
4	ピザ	27.1	14	チキンステーキ	15.7	24	野菜炒め定食	12.7
5	ラーメン	23.4	15	生姜焼き定食	15.2	24	サンドイッチ	12.7
6	天丼	23.3	16	フライドチキン	14.6	26	ケバブサンド	12.1
7	インドカレー	18.8	16	うどん	14.6	26	ホットドッグ	12.1
8	ハンバーガー	18.3	18	親子丼	14.5	28	タコス	11.9
9	そば	17.5	19	もんじゃ	13.8	29	チャーハン	11.8
10	お好み焼き	17.3	20	牛丼	13.5	30	中華丼	11.7

（n=1,035／複数回答）※「当てはまるものはない」はランキングから除くが分かりました。今回調査した 30 メニューのうち、26 メニューではいまだに 4 分の 3 以上の方が 1,000 円以上支払うことに抵抗を感じていることが分かりました。

■『ホットペッパーグルメ外食総研』 研究員からの解説

「とんかつ」よりも「かつ丼」の方が「1,000 円の壁」を感じる人が多い結果に

物価高騰が続く昨今ですが、今回の調査結果では値上げが相次ぐ外食に対して心理的ハードルが高く、「日常的な食事に 1,000 円以上支払いたくない」という意識が強いことがわかりました。「とんかつ」（31.7%）、「パスタ」（28.9%）などは比較的 1,000 円を超えても許容する人の割合が高い一方で、面白いことに「とんかつ」よりもそれに手を加えた「かつ丼」の方が 1,000 円以上支払うのに抵抗を感じる人が多い結果に。これは材料費というよりも、家庭で味わえない外食ならではの「特別感」や「専門店での体験」に対して価値を見だしやすいということではないでしょうか。

外食業界で耳にすることも多い「1,000 円の壁」問題。これを越えるためには単なる値上げではなく、「なぜこの価格なのか」「どんなこだわりがあるのか」といったストーリーや演出を伝え、納得感を生み出すことがより一層必要になっているように感じました。



『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/>

2025年3月5日

【アンケート調査概要】

- 調査期間：2024年11月1日（金）～2024年11月2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）

■『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』の研究員をはじめ、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/>