

2025 年 7 月 25 日



「パン飲み」に代表される、お酒と一緒に楽しみたい食品や料理を調査 次にくる「〇〇飲み」は…？ 注目トップ 10 を発表

『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：牛田圭一）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、お酒とパンと一緒に楽しむ「パン飲み」に代表される「〇〇飲み」について、次に注目を集めそうな食品や料理をリサーチ。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。

■「やったことがなく、やってみたい『〇〇飲み』」は「もんじゃ飲み」「ステーキ飲み」

『ホットペッパーグルメ外食総研』がピックアップした15の「〇〇飲み」メニューについて、「やったことがあり、またやりたい」と答えた人が最も多かったのは「お好み焼き飲み」（35.6%）で、次いで「寿司飲み」（34.6%）、「タコ焼き飲み」（31.7%）、「天ぷら飲み」（29.6%）と続きました。一方、「やったことがなく、やってみたい」との声が最も多かったのは「もんじゃ飲み」（45.2%）で、次いで「ステーキ飲み」（40.4%）、「タコ焼き飲み」（39.3%）、「お好み焼き飲み」（38.6%）という結果に。“粉ものの飲み”の満腹感や話題性についての関心の高さがうかがえる結果となりました。

やったことがあり、 またやりたい「〇〇飲み」TOP10			やったことがなく、 やってみたい「〇〇飲み」TOP10		
順位	メニュー	%	順位	メニュー	%
1	お好み焼き飲み	35.6	1	もんじゃ飲み	45.2
2	寿司飲み	34.6	2	ステーキ飲み	40.4
3	タコ焼き飲み	31.7	3	タコ焼き飲み	39.3
4	天ぷら飲み	29.6	4	お好み焼き飲み	38.6
5	ステーキ飲み	26.0	5	天ぷら飲み	38.5
6	もんじゃ飲み	22.3	6	寿司飲み	35.9
7	ラーメン飲み	21.0	7	そば飲み	34.0
8	チャーハン飲み	15.7	8	チャーハン飲み	33.0
9	そば飲み	14.9	9	ラーメン飲み	32.2
10	チョコレート飲み	14.4	10	うどん飲み	26.9

「体質的に飲めない」「体質的に飲めるが、飲まないと決めている」を除いた n=873 / 単一回答

※提示した選択肢：パン飲み、お好み焼き飲み、もんじゃ飲み、うどん飲み、ラーメン飲み、チャーハン飲み、そば飲み、カレー飲み、天ぷら飲み、寿司飲み、タコ焼き飲み、ステーキ飲み、アイスクリーム飲み、チョコレート飲み、パフェ飲み

※注釈として「本調査において、『〇〇飲み』はお酒と〇〇と一緒に楽しむことを目的とした食事のことを指し、単に『外食でお酒を飲むときにこれも食べた』といったものは含まないとします」と説明

※各メニューについて「やったことがあり、またやりたいと思う」「やったことはあるが、もうやりたくないと思う」「やったことはないが、アリだと思う」「やったことがなく、ナシだと思う」の選択肢を提示

■『ホットペッパーグルメ外食総研』研究員からの解説

食体験も満腹感もお酒も…コスパ・タイパの良さが「〇〇飲み」の魅力

パンやステーキなど、以前はお酒との組み合わせは考えられてこなかったメニューをお酒と一緒に楽しむ「〇〇飲み」が近年注目を集めています。今回の調査で上位に入った「もんじゃ飲み」は「気軽に楽しめる」（38.0%）、「場が盛り上がりそう」（16.6%）など、体験そのものが評価され、「ステーキ飲み」は「ご飯もお酒もしっかり楽しめる」（35.7%）と、満足度重視の層にとって魅力的なようです（詳細次ページ）。いずれもしっかり目の食事でありながら、「食事としてもつまみとしても成り立つ」（お好み焼き 47.2%、もんじゃ 46.3%、ステーキ 45.0%）という評価が高く、「飲む」ことを主目的としながらも、食体験や満腹感といったものも味わえるというコスパ・タイパの良さが「〇〇飲み」の魅力なのかもしれません。



『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/>

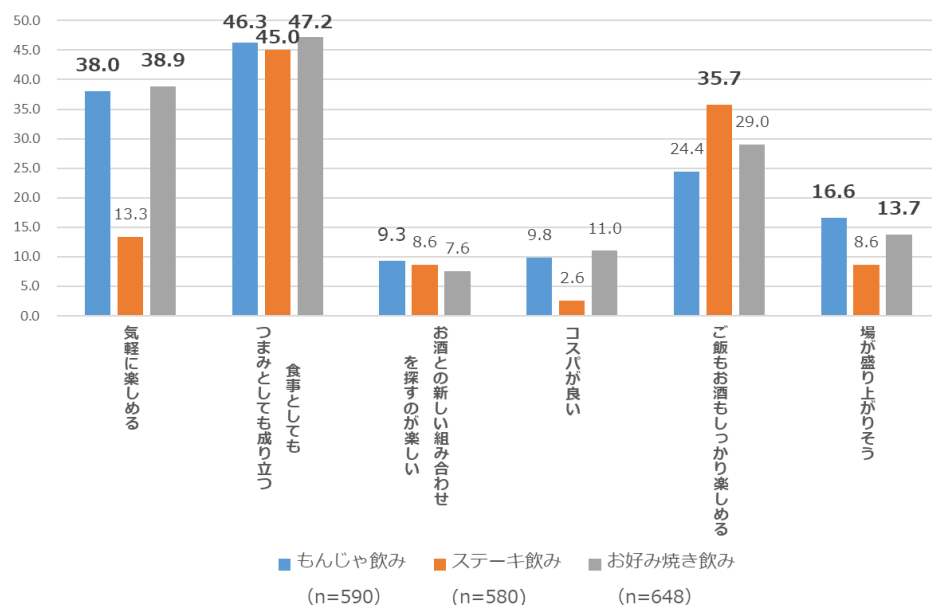
2025 年 7 月 25 日

【アンケート調査概要】

- 調査期間：2025 年 3 月 26 日（水）～2025 年 3 月 27 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）

■「もんじゃ飲み」「ステーキ飲み」「お好み焼き飲み」の魅力を感じる要素は？

「やったことがあり、
またやりたい」TOP1
の「お好み焼き飲
み」、「やったことはな
いがやってみたい」
TOP2 の「もんじゃ飲
み」「ステーキ飲み」
について、魅力として
挙げられた項目を比較
したところ、「食事と
してもつまみとしても
成り立つ」は 3 メニ
ューすべてで約 45%と高



い数値になりました。「気軽に楽しめる」は「お好み焼き飲み」（38.9%）と「もんじゃ飲み」（38.0%）が高く、「ご飯もお酒もしっかり楽しめる」は「ステーキ飲み」が 35.7%と高い結果に。「場が盛り上がりそう」は「もんじゃ飲み」が 16.6%、「お好み焼き飲み」が 13.7%でした。

※提示した選択肢：気軽に楽しめる、おしゃれな雰囲気が楽しめる、SNS 映える、食事としてもつまみとしても成り立つ、普段そんなにお酒を飲まない人でも挑戦しやすい、お酒との新しい組み合わせを探すのが楽しい、話題性がありそう、の代わりとしても楽しめる、コスバが良い、ご飯もお酒もしっかり楽しめる、短時間で楽しめる（タイパが良い）、飲食相手が喜んでくれそう、場が盛り上がりそう、流行っている、その他

■『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、人材派遣、マーケティング・マッチング・テクノロジーの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、ここいない、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/>