

食に関するあらゆる情報を調査「ぐるなびリサーチ部 調査レポート」Vol.11

2020年のテイクアウトグルメ利用に関する調査

**半数以上がテイクアウトグルメを利用！20代女性は約7割と最も高い利用率に！
 今後は「オードブル」や「ファミリー・グループ向けセットメニュー」にも注目！**

株式会社ぐるなび（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：杉原章郎）は、ぐるなび会員を対象に、世の中のトレンドに合わせて食に関する様々な調査を実施し、「ぐるなびリサーチ部」として、定期的に情報を発信しています。今回は、2020年のテイクアウトグルメ（※）利用を調査しました。主な結果は以下の通りです。

（※）テイクアウトグルメは、多種多様なジャンルで本格的な味や飲食店の世界感が楽しめる、飲食店が提供するテイクアウトとします。

【調査結果ポイント】

ぐるなび総研は、2020年「今年の一皿®」にテイクアウトグルメを選出しました。今年も、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、新たにテイクアウトに取り組む飲食店が急増し、メニューも多種多様なものが登場したことで、テイクアウトの幅がさらに広がり、自宅で飲食店の味や世界観を楽しむものとしてテイクアウトグルメに進化しました。そんなテイクアウトグルメを今年利用したかを尋ねると、全体では**54.6%と半数以上が利用したと回答**。年代性別にみると、**20代女性が最も多く、71.7%と高い利用率**になりました。また、利用頻度については、**月に1回以上との回答が62.5%**にのびりました。

他にも、ここ1か月でテイクアウトグルメの利用が増えたかを尋ねると、**44.0%が増えたと回答**。11月頃から新型コロナウイルス感染症の「第3波」により感染者数が増加していることもあってか、外食自粛によりテイクアウトグルメの利用が再び増えている傾向にあり、今後も利用の増加が見込まれます。また、今後利用したいテイクアウトグルメについては、**「調理に手間がかかるメニュー」「惣菜セット、オードブル」「ファミリーやグループ向けセットメニュー」が上位**に入りました。年末年始の休暇を目前に、自宅で家族や友人同士での集まりが増えることもあってか、複数人でテイクアウトグルメを楽しもうとする傾向がうかがえます。

最後に、テイクアウトグルメに関するエピソードを尋ねると、**「おいしいものを食べて頑張ろうと思えた」「飲食店を応援したい」「自宅で外食のクオリティが味わえた」**等の声が多くありました。コロナ禍でもテイクアウトグルメが飲食店とユーザーをつなぎ、豊かな食体験を提供することで、双方の絆を深める役割を果たしていることがうかがえます。

【調査概要】

■調査期間：2020年12月11日(金)～12月13日(日)

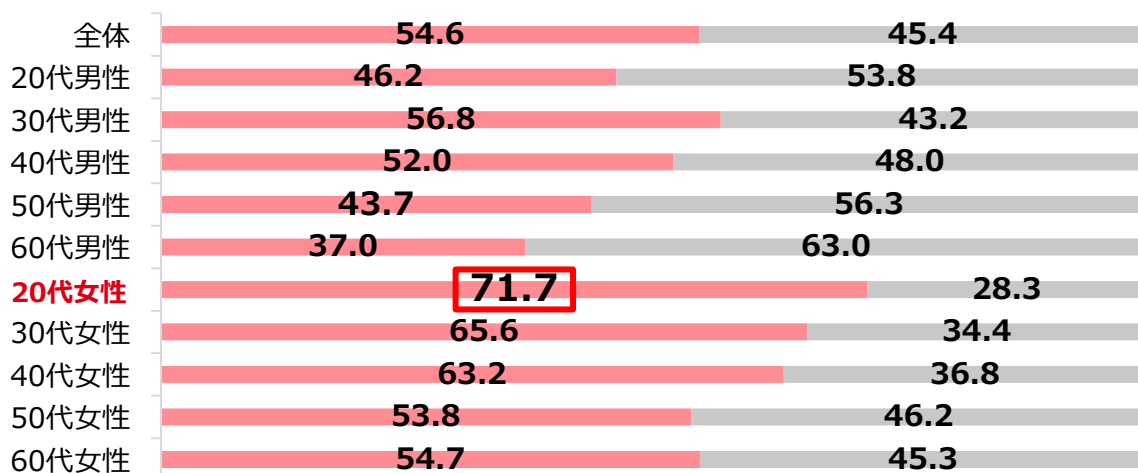
■調査方法：WEBアンケート

■調査対象：全国

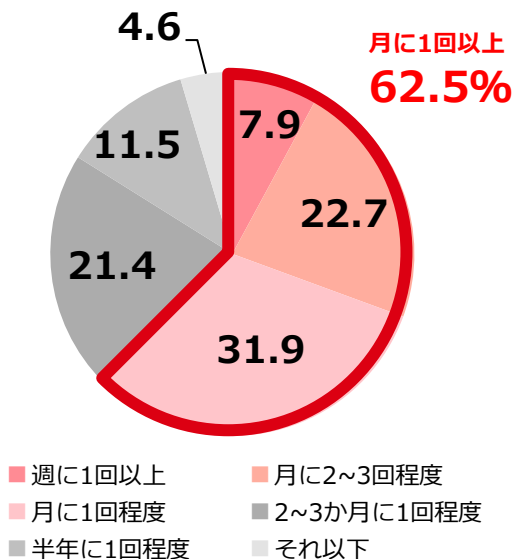
■回答者：20代～60代のぐるなび会員1,000名

Q1. 今年、テイクアウトグルメを利用しましたか？（n=1,000）（%）

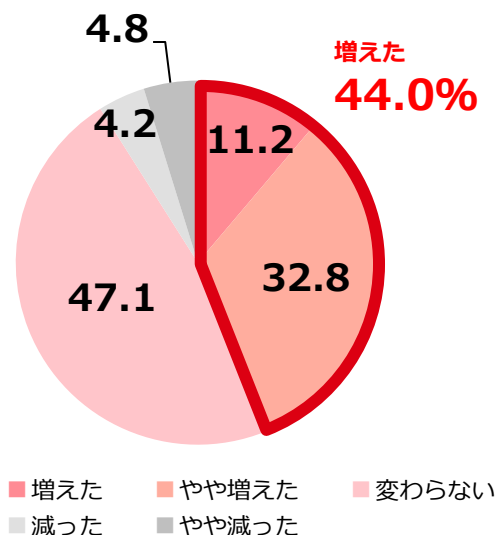
■ 利用した ■ 利用していない



Q2.どれくらいの頻度でテイクアウトグルメを利用しましたか？（n=546）（%）



Q3.この1か月ほどの間で、テイクアウトグルメの利用は増えましたか？（n=546）（%）



Q4.今後利用したいと思うテイクアウトグルメはありますか？（n=1,000）（%）

1位	調理に手間がかかるメニュー	43.6
2位	惣菜セット、オードブル	35.5
3位	ファミリーやグループ向けのセットメニュー	26.0
4位	居酒屋のテイクアウト	23.5
5位	スイーツ	22.9

Q5.心に残る、テイクアウトグルメのエピソードを教えてください。

コロナ禍でもお腹は空く。そんな時テイクアウトで美味しい食事を取るとホッとした。食べることは生きること。お腹も心もいっぱいにして、また明日から頑張ろうと思えた。（50代女性）

仕事で大きなミスをして自信をなくした日に、テイクアウトグルメで美味しいものを食べたら、また頑張ろう！と思えたことがあり、私の中でとても良い思い出になっている。（20代女性）

いつも行っていた近所の居酒屋さんがしばらく自粛中で、やっとテイクアウトで再開してくれて、嬉しさのあまりいつもより頻繁に利用して、今まで以上にお馴染みさんになった。（50代女性）

近くのステーキハウスが、普段は無かったテイクアウト弁当をしばらくの間販売していたが、そこに手書きのメッセージが入っていて応援したい気持ちが強くなった。（40代男性）

価格帯が高めの天ぷら屋さんが、ランチのテイクアウトでお手頃価格だったため、初めて利用した。とても美味しくテイクアウトがきっかけでディナーの利用もするようになった。（30代男性）

頼んだものが想像以上においしく自宅で外食のクオリティを味わえた。（40代男性）

<参考資料> 「今年の一皿®」

- 「今年の一皿®」公式サイト <https://gri.gnavi.co.jp/dishoftheyear/>

2020年「今年の一皿®」 「テイクアウトグルメ」



【選定理由】

1. 新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、新たな収益源としてテイクアウトを開始する飲食店が急増した。ラーメンや高級料理、アルコール飲料など多種多様なメニューが増え、包材にも工夫が見られた。販売方法においても事前予約決済や店頭以外での購入など選択肢が広がり、テイクアウト市場が大きく進化した。
2. 生活様式が変化し在宅時間が増えるなかで、自宅でも手軽に飲食店の味を楽しめるテイクアウト需要が高まった。また外食の楽しさや飲食店の存在価値を再認識し、テイクアウトを通じて消費者が飲食店を支援する動きも見られた。
3. 今後も外食を楽しむ方法としてテイクアウト利用が継続し、新しい日本の食文化として定着する兆しがみられる。

<本件に関する報道機関からのお問い合わせ先>

株式会社ぐるなび 広報グループ MAIL:pr@gnavi.co.jp