

会員のランチ需要で好調の昼食、 飲食店でハンバーグが前年比 22%増 〈外食・中食 調査レポート〉

2024年10月2日

サカーナ・ジャパン株式会社

(エヌピーディー・ジャパン株式会社より社名変更)

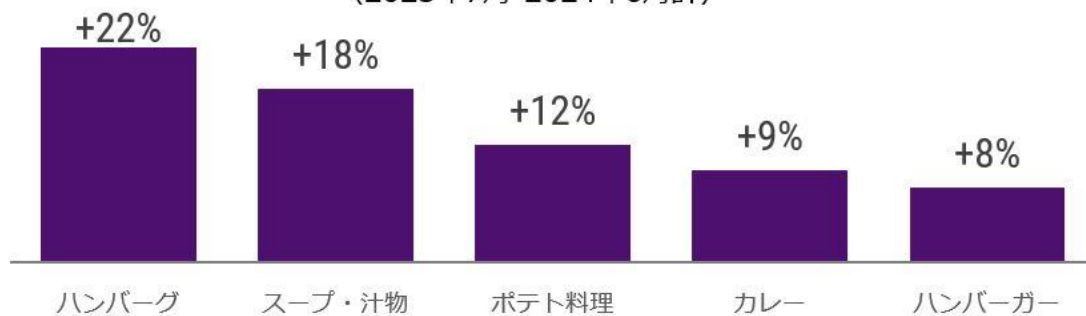
外食・中食市場情報サービス『CREST®^{*1}』を提供するサカーナ・ジャパン株式会社（エヌピーディー・ジャパン株式会社より社名変更、東京都港区、ケビン・ソー代表）は、2023年7月-2024年6月計の飲食店における昼食の分析レポートを2024年10月2日に公表します。

本分析レポートでは、大きく以下のことが分かります。2023年7月-2024年6月計の飲食店における会員の平日の昼食の食機会数は、前年同期比で3.2%増でした。同食事機会における主要メニューの中で、最も食機会数の増加率が高かったのは、ハンバーグで22%増でした。

会員の平日の昼食、成長率1位メニューは、ハンバーグで22%増

2023年7月-2024年6月計の飲食店における会員の平日の昼食の食機会数は、前年同期比で3.2%増でした。会員の平日の昼食における飲食店の主要メニュー（図表1）の中で、食機会数の増加率（前年同期比）トップ5は、1位ハンバーグ、2位スープ・汁物、3位ポテト料理、4位カレー、5位ハンバーガーでした。1位のハンバーグの増加率は22%増でした。

【図表1】 会社員・公務員の平日昼食：飲食店利用時に増加した主なメニュー
食機会数の前年同期比%
(2023年7月-2024年6月計)



*平日：曜日に関係なく、その人にとって仕事の日。

*主なメニュー：サンプルサイズが年間250以上のメニューのうち、食機会数の前年同期比でトップ5のメニューを掲載。

出典：Circana, CREST®

サカーナ・ジャパン フードサービスディレクターである、東さやか（あずま・さやか）は、次のように話します。「アフターコロナで職場への出勤や取引先への訪問が増加したことで、会員の平日のランチ需要は高まり、堅調に推移しています。節約志向で弁当を持参する動

きも増加しているようですが、同じ人でも毎日同じ行動というわけではなく、選択肢は、弁当持参、コンビニ、外食、社食などと多様化しています。その中で、飲食店を利用した時はハンバーグが最も成長したメニューで、ファミリーレストランでの増加がもっとも寄与しています。ハンバーグをフルサービスの洋風レストランで食べたときの一人当たりの客単価は 1280 円（同期間）ですが、ファミリーレストランでは同 824 円とかなり価格が抑えられています。節約しつつも外食らしく美味しいものが食べたいニーズに合致した結果と考えられます。」

***1 [CREST®](#)**

外食・中食市場において「いつ、誰が、どこで、何を、どのように食べ、どの程度満足したか」など消費者のあらゆる喫食動態データを 1 年 365 日、消費者から収集し、年間 13 万を超えるサンプル数を元に分析できる情報サービスです。外食市場規模、中食市場規模、客数を業態、セグメント別に把握可能です。世界 13 か国で実施。

詳細 URL: <http://www.npdjapan.com/service/food.html>

■本件に関するお問い合わせ先

サカーナ・ジャパン株式会社

担当：東（あずま）さやか

〒108-0023 東京都港区芝浦 3-6-5 Biz Feel 田町 2F

TEL : 03-5798-7663

Email : circanajapan.info@circana.com

■会社概要

会社名 サカーナ・ジャパン株式会社（エヌピーディー・ジャパン株式会社より社名変更）

英名 Circana Japan Ltd.

設立年月日 2003年 4月 31日

所在地 〒108-0023 東京都港区芝浦3-6-5 Biz Feel 田町 2F

TEL (03) 5798 - 7663

資本金 80,000,000円

所属団体 一般社団法人日本マーケティング・リサーチ協会

代表者 ケビン・ソー