

各国料理は男性より女性の利用経験率が高い実態が明らかに 直近3年で初体験した割合が高いのは「モンゴル料理」 食べたことのある/ないメニュー両方を備えていることが魅力

各国料理の利用実態・今後の利用意向についての消費者調査（2024年12月実施）

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、以下リクルート）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』（<https://www.hotpepper.jp/ggs/>）は、外食での各国料理の利用実態についての消費者アンケートを実施しましたので、その結果を発表いたします。

<要約>

POINT1 各国料理は男性よりも女性で利用経験率が高い実態が明らかに。

利用経験トップは「町中華」、直近3年で初体験は「モンゴル料理」・・・P3-5

▶各国料理のジャンルで利用経験率の高いトップ5は、1位「中華料理（町中華）」81.9%、2位「中華料理（高級中華）」53.6%、3位「イタリア料理」50.0%、4位「フランス料理」43.9%、5位「韓国料理」43.1%。ほとんどのジャンルで男性より女性の利用経験率が高い。

▶各ジャンル経験者の直近3年間の初体験率は、1位「モンゴル料理」24.2%、2位「中華料理（町中華）」19.3%、3位「イタリア料理」15.5%、4位は同率で「ネパール料理」「スリランカ料理」「フィリピン料理」各14.7%。

▶飲酒を伴った利用経験率のトップ3の1位は、同率で「ドイツ料理」「チャモロ料理」64.6%、3位「スペイン料理」64.4%。

POINT2 リポート意向が高いのは「町中華」「イタリア料理」「スペイン料理」・・・P6

▶各ジャンル経験者の同じ各国料理を今後も利用したい割合は、1位「中華料理（町中華）」79.7%、2位「イタリア料理」79.4%、3位「スペイン料理」71.4%。

POINT3 魅力は「家では作れない料理」、懸念点は「店による当たり外れが大きい」

・・・P7-8

▶注文したメニュー内容は、1位「これまでに食べたことがあり、おいしかったメニュー」69.7%、2位「これまでに食べたことのないメニュー」45.2%、3位「自分では作れない手の込んだメニュー」42.7%。食べたことがあるメニュー/ないメニュー、相反する両方を備えていることが各国料理の魅力か。

▶各国料理の魅力は、1位「家では作れないような料理」62.4%、2位「知らない味と出合える」47.7%、3位「現地に行かなくても味わえて手軽」34.2%。苦手なこと・懸念点は、1位「店による当たり外れが大きい」31.6%、2位「香りがきついことがある」28.6%、3位「何が入っているかわからないと不安」24.1%。

本件に関する
お問い合わせ先

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

調査概要と回答者プロフィール

- ◎調査名 外食市場調査（2024年11月度）
◎調査方法 インターネットによる調査

首都圏、関西圏、東海圏における、夕方以降の外食および中食のマーケット規模を把握することを目的に実施した調査（外食マーケット基礎調査）の中で、日本にある各国料理のお店の利用経験や注文したことのあるメニューの種類、魅力に感じる点・苦手や懸念点を聴取。

- ◎調査対象 首都圏（東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県、茨城県）、関西圏（大阪府、京都府、兵庫県、奈良県、滋賀県）、東海圏（愛知県、岐阜県、三重県）に住む20～69歳の男女（株式会社マクロミルの登録モニター）

■事前調査

- ①調査目的 本調査の協力者を募集するために実施
②調査時期 2024年10月16日（水）～ 2024年11月5日（火）
③調査対象 首都圏、関西圏、東海圏に住む20～69歳の男女（株式会社マクロミルの登録モニター）
④調査内容 本調査への協力意向、普段の外食頻度、普段の中食頻度
⑤配信数 502,223 件
⑥回収数 27,942 件
⑦本調査対象者数 10,844 件

- ◆本調査対象者の割付について
- ・本調査では、回答者の偏りをできるだけなくすために、割付を行って回収した。
 - ・性年代別10区分×地域別25区分（首都圏地域13区分、関西圏地域8区分、東海圏地域4区分）＝250セルについて、令和4年人口推計（総務省）に基づき割付を行った。
 - ・本調査の目標回収数は、首都圏3,200s、関西圏1,600s、東海圏1,600s、合計6,400sとした。

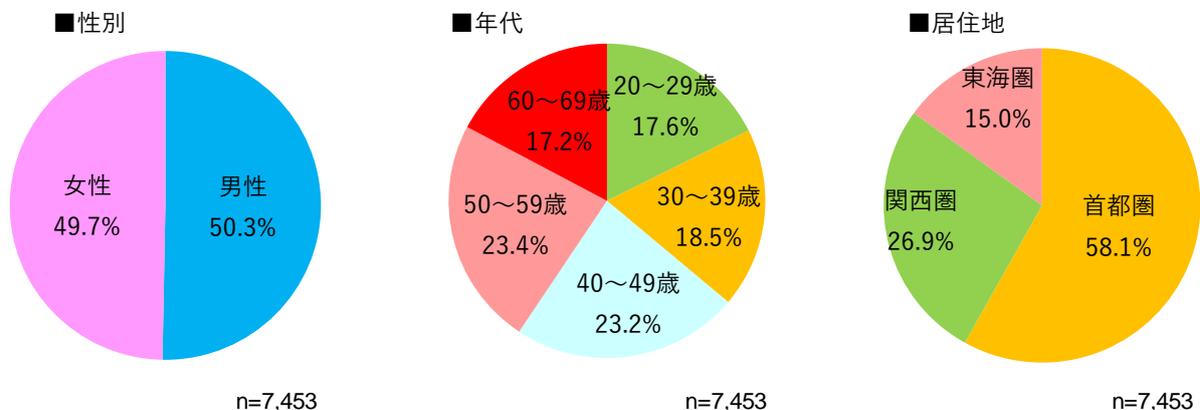
■本調査

- ①調査方法 事前調査で本調査への協力意向が得られたモニターの中から、脱落率を加味して設定した必要数をランダムに抽出し、本調査の案内メールを通知。
②調査期間 2024年12月2日（月）～ 2024年12月11日（水）
③配信数 10,038 件
④回収数 7,529 件 （回収率 75.0 %）
⑤有効回答数 7,453 件 （首都圏 3,876 件、関西圏 1,979 件、東海圏 1,598 件）

※回収された票のうち、自由回答コメントから、趣旨に合わないと思われる票を無効としたほか、事前調査時の普段の外食・中食頻度の回答と、本調査時の1カ月間の外食・中食回数が著しく乖離している場合、事前調査時の住所と、本調査時の住所が、圏域を越えて変わっている場合を無効とした。

- ◆集計方法について
- ・本調査結果は、令和4年人口推計（総務省）における割付（性年代別10区分×地域別25区分＝250セル）別の構成比に合わせてサンプル数を補正したウェイトバック集計を行っている。
 - ・補正後のサンプル数は次の通り。
3圏域・計 7,453 件（首都圏 4,328 件、関西圏 2,004 件、東海圏 1,121 件）

◆回答者プロフィール（ウェイトバック後）



1. 各国料理は男性よりも女性で利用経験率が高い実態が明らかに。利用経験トップは「町中華」

このところますます多様化が進んでいそうな各国料理店について、利用経験を尋ねた。利用経験率の高いトップ5の、1位は「中華料理（町中華）」で81.9%、2位は「中華料理（高級中華）」で53.6%、3位は「イタリア料理」で50.0%、4位は「フランス料理」で43.9%、5位は「韓国料理」で43.1%だった。性年代別では、「中華料理（高級中華）」「フランス料理」で40～60代女性と50代や60代の男性、「イタリア料理」「スペイン料理」で40～60代女性、「韓国料理」で20～50代女性の割合が、他の性年代に比べ顕著に高い。性別で見ると、ほとんどのジャンルで男性より女性の利用経験率が高い。

これまで利用したことのある各国料理のお店<上位30ジャンル>（全体／複数回答）

（構成比：％）

	3圏域計 (7,453)	性別		性年代別											
		男性計 (3,752)	女性計 (3,701)	男性	男性	男性	男性	男性	女性	女性	女性	女性	女性		
				／20 歳代	／30 歳代	／40 歳代	／50 歳代	／60 歳代	／20 歳代	／30 歳代	／40 歳代	／50 歳代	／60 歳代		
() 内はサンプル数（補正後）	(7,453)	(3,752)	(3,701)	(661)	(701)	(875)	(882)	(633)	(648)	(679)	(857)	(865)	(652)		
1位 中華料理（安くて量があって親しみやすいメニューや雰囲気の町中華）	81.9	81.7	82.0	73.7	78.3	83.9	86.0	85.1	74.0	81.5	83.9	85.2	83.9		
2位 中華料理（立派な内装や円卓があり、高級食材も扱う高級中華）	53.6	51.6	55.5	34.8	40.3	54.0	60.6	66.1	34.7	49.7	59.3	64.0	66.0		
3位 イタリア料理	50.0	42.8	57.3	30.7	37.6	43.3	50.0	50.6	47.3	52.2	62.2	62.0	59.9		
4位 フランス料理	43.9	37.8	50.0	25.3	32.9	36.7	42.2	51.9	34.5	42.8	51.2	57.3	61.7		
5位 韓国料理	43.1	36.4	49.8	34.1	35.9	35.9	37.3	39.1	55.1	54.7	51.2	48.1	39.6		
6位 インド料理	36.7	33.9	39.6	27.8	31.1	35.3	36.1	38.2	35.6	39.2	43.0	41.9	36.4		
7位 タイ料理	28.4	24.2	32.7	17.7	20.8	26.0	28.3	27.0	24.1	34.7	38.7	37.2	25.0		
8位 中華料理（日本人向けの味付けではない本場そのままの本格中華）	28.3	29.8	26.8	28.5	27.1	28.9	32.5	31.8	20.1	27.0	28.3	28.9	28.3		
9位 台湾料理	26.7	25.9	27.5	20.5	26.1	24.0	28.3	30.4	21.6	29.0	30.5	30.0	24.2		
10位 スペイン料理	23.2	19.2	27.2	12.9	16.6	19.2	22.0	24.5	16.7	26.0	30.5	32.0	28.3		
11位 ハワイ料理	21.1	16.4	25.9	12.3	15.7	16.0	18.2	19.7	25.8	30.3	26.6	24.5	22.4		
12位 アメリカ料理	20.5	19.1	21.9	16.5	19.2	19.2	20.4	19.7	23.5	24.0	22.5	22.8	16.0		
12位 ベトナム料理	20.5	16.2	24.7	12.6	15.6	17.5	18.2	16.2	17.7	24.8	30.7	27.7	19.8		
14位 ドイツ料理	15.8	14.7	16.9	10.4	11.4	14.4	16.4	20.9	9.5	15.8	16.8	21.2	19.6		
15位 ロシア料理	12.3	9.7	14.9	5.7	7.6	8.1	10.9	17.0	6.2	12.2	16.0	19.2	19.4		
16位 メキシコ料理	12.2	11.1	13.2	8.1	10.6	10.1	13.0	13.5	8.5	13.2	14.9	17.1	10.7		
17位 ネパール料理	11.9	11.1	12.7	10.3	12.0	10.6	11.9	10.4	10.9	14.9	14.3	13.3	9.6		
18位 イギリス（スコットランド含む）料理	9.3	8.3	10.3	7.2	8.9	7.3	8.2	10.5	7.2	12.5	10.4	11.8	8.7		
19位 シンガポール料理	8.6	7.0	10.3	7.3	6.8	7.3	7.2	6.0	7.3	12.3	12.4	10.4	8.3		
20位 トルコ料理	8.4	7.8	8.9	5.0	7.0	7.3	9.1	10.8	3.4	8.3	11.0	11.9	8.4		
21位 インドネシア料理	7.7	6.5	8.8	7.0	6.6	6.0	6.9	6.2	5.7	8.7	9.8	11.8	7.1		
22位 スイス料理	6.2	4.6	7.8	4.5	3.9	2.6	5.0	7.9	3.3	6.6	6.2	12.1	10.0		
23位 ブラジル料理	5.5	5.6	5.4	3.0	3.8	5.2	7.9	7.3	2.3	5.5	6.2	7.4	4.6		
24位 オーストラリア料理	5.0	4.9	5.2	3.3	4.4	2.9	6.5	7.3	3.2	5.3	4.4	7.0	5.6		
25位 ギリシャ料理	4.8	3.8	5.9	2.9	3.6	2.6	4.6	5.3	2.0	4.3	6.2	8.7	7.4		
25位 スリランカ料理	4.8	4.4	5.1	3.3	4.7	4.2	4.5	5.5	3.4	5.7	6.3	5.6	4.1		
27位 マレー（マレーシア）料理	4.2	4.2	4.2	5.5	5.0	3.9	3.5	3.5	3.3	5.7	5.0	3.8	3.0		
28位 モンゴル料理	3.2	3.4	3.1	6.2	5.2	2.5	1.2	2.8	2.8	5.2	3.2	2.9	1.4		
29位 フィリピン料理	3.1	3.4	2.7	4.2	4.6	2.1	2.8	4.0	2.7	3.3	2.9	3.5	0.9		
29位 チャモロ料理（グアム、サイパン等）	3.1	2.8	3.3	2.7	2.7	2.2	2.9	3.7	1.1	4.3	4.0	3.9	3.0		

太字 3圏域計より5ポイント以上高い項目

3圏域計より5ポイント以上低い項目 以下ページ同

※31位以下の各国料理選択肢（多い順に記載）：ベルギー料理、パキスタン料理、カンボジア料理、ミャン

マー料理、オランダ料理、ニュージーランド料理、エジプト料理、ペルー料理、その他アジア各国料理、その他の欧州料理、中近東・アフリカ・南米に属するその他の料理、キューバ料理、ジャマイカ料理、イスラエル料理、レバノン料理、北米・太平洋・オセアニア・中米カリブ海に属するその他の料理、エチオピア料理、その他の各国料理

2. 利用経験者の、直近3年の初体験率は1位「モンゴル料理」24.2%等、多様化が進んでいる様子

最近伸びている各国料理のジャンルを特定するため、各ジャンルの利用経験者が、直近3年間に初めて経験した割合を集計した。トップ3の、1位は「モンゴル料理」で24.2%、2位は「中華料理（町中華）」で19.3%、3位は「イタリア料理」で15.5%であった。また、4位は同率で「ネパール料理」「スリランカ料理」「フィリピン料理」が各14.7%で並んだ。「中華料理（町中華）」「イタリア料理」以外は、前ページの利用経験率では15位以内に入っておらず、最近利用が進んでいるジャンルであると言えそうだ。他の年代に比べて、20代は男女とも直近3年に初体験した割合が一般的に高いが、若年層は中高年層より外食経験が少ないために利用機会も少なかったことが背景にありそうだ。

利用経験者中、初体験がここ3年以内だった割合（利用経験率上位30ジャンルの各国料理について算出）

(構成比：%)

順位	料理ジャンル	各国料理利用経験者数(補正後)	3圏域計	性年代別										圏域別		
				男性					女性					首都圏	関西圏	東海圏
				／20歳代	／30歳代	／40歳代	／50歳代	／60歳代	／20歳代	／30歳代	／40歳代	／50歳代	／60歳代			
1位	モンゴル料理	(242)	24.2	43.4	16.5	37.8	-	-	49.5	17.7	23.3	13.5	20.3	24.0	28.1	21.9
2位	中華料理（安くて量があって親しみやすいメニューや雰囲気町の中華）	(6103)	19.3	31.7	21.4	23.1	19.4	21.6	25.2	14.4	14.2	13.8	12.4	19.9	18.5	18.5
3位	イタリア料理	(3728)	15.5	28.0	20.5	16.4	13.4	16.7	19.4	10.1	12.7	13.3	15.0	16.5	14.4	13.1
4位	ネパール料理	(888)	14.7	17.3	11.8	20.4	11.7	7.0	31.4	11.8	13.6	11.7	13.3	15.2	16.2	10.1
4位	スリランカ料理	(357)	14.7	36.6	11.5	13.5	5.9	9.1	47.8	18.0	11.9	8.8	7.3	15.0	13.1	16.5
4位	フィリピン料理	(229)	14.7	13.0	26.4	16.3	11.9	-	51.7	14.3	2.5	5.8	14.2	10.4	33.4	15.6
7位	韓国料理	(3210)	14.5	28.8	18.1	12.0	10.5	8.6	27.4	12.5	11.5	9.2	10.4	14.2	14.9	14.9
8位	ベトナム料理	(1524)	13.7	32.7	25.6	14.4	5.5	8.2	31.0	16.5	8.1	8.1	8.3	14.7	12.1	11.1
9位	ブラジル料理	(407)	13.5	54.3	28.6	15.9	7.3	5.2	25.1	12.0	11.4	10.7	28	13.8	12.5	13.6
10位	中華料理（日本人向けの味付けではない本場そのままの本格中華）	(2110)	13.4	25.7	15.3	13.4	11.1	8.1	25.6	17.6	9.0	9.1	6.9	13.6	12.3	14.6
11位	台湾料理	(1987)	13.1	25.5	20.0	11.1	9.1	8.8	28.6	17.8	8.3	6.4	8.2	12.9	15.3	10.9
12位	インド料理	(2736)	13.0	24.6	17.5	11.2	10.8	10.2	18.3	13.2	11.6	10.3	8.5	13.5	12.0	12.3
13位	タイ料理	(2118)	12.8	34.6	20.3	10.2	5.4	6.6	27.6	11.6	11.5	9.6	8.7	12.8	13.8	10.5
14位	インドネシア料理	(573)	12.7	29.7	13.1	9.2	9.3	9.4	40.8	6.1	5.8	8.2	14.8	11.2	15.6	16.2
15位	中華料理（立派な内装や円卓があり、高級食材も扱う高級中華）	(3992)	12.3	30.4	17.7	11.4	11.3	10.8	19.8	13.9	7.5	7.8	9.5	12.3	13.3	10.7
16位	シンガポール料理	(644)	11.9	23.5	20.2	10.8	5.6	12.9	26.6	9.0	6.4	8.4	10.9	11.4	12.5	15.4
17位	マレー（マレーシア）料理	(313)	11.6	12.7	9.6	6.3	7.0	3.6	57.6	7.1	7.4	6.2	16.0	13.0	5.9	12.9
18位	アメリカ料理	(1526)	11.4	17.9	15.9	18.3	9.8	8.6	14.5	9.4	9.2	6.3	5.9	11.7	11.0	10.3
19位	ハワイ料理	(1575)	11.1	24.9	20.5	7.9	7.9	4.1	17.3	14.2	10.9	5.5	6.2	11.3	11.8	9.0
20位	フランス料理	(3270)	10.2	28.8	15.5	9.3	7.4	8.9	16.4	9.2	5.6	6.7	10.5	10.5	10.8	7.6
21位	トルコ料理	(624)	10.0	15.7	12.3	13.0	4.9	5.2	51.5	8.2	5.2	7.5	12.6	9.7	10.3	11.3
22位	ギリシャ料理	(359)	9.5	16.4	23.9	15.1	3.0	-	39.8	14.8	3.0	7.2	8.2	8.8	16.4	4.1
23位	オーストラリア料理	(373)	9.1	16.2	6.7	16.7	3.0	5.5	40.4	16.4	3.0	5.9	3.1	8.0	16.7	3.4
24位	スペイン料理	(1727)	9.0	24.4	20.5	6.2	6.0	9.2	18.7	7.6	6.3	5.2	5.6	8.9	10.3	7.6
25位	メキシコ料理	(907)	8.3	16.9	11.3	17.8	3.8	1.5	18.7	10.0	6.6	3.0	6.1	8.2	8.6	8.3
26位	イギリス（スコットランド含む）料理	(692)	8.1	28.5	12.7	5.3	1.6	-	21.2	11.2	6.0	2.4	5.5	8.7	6.0	8.6
27位	スイス料理	(462)	7.4	27.6	24.7	7.5	-	3.0	32.3	11.2	3.9	1.1	1.7	8.7	4.0	4.7
28位	ドイツ料理	(1177)	6.4	13.0	14.7	4.8	4.1	3.5	20.2	10.5	4.8	2.4	2.3	7.6	4.6	1.6
28位	ロシア料理	(918)	6.4	17.5	7.6	7.2	6.4	5.9	22.3	13.8	4.3	1.9	1.3	5.5	10.7	6.5
30位	チャモロ料理（グアム、サイパン等）	(228)	6.2	13.5	13.1	7.5	-	-	52.2	6.4	2.7	3.4	-	4.9	11.8	5.9

3. 飲酒を伴う利用があったジャンルのトップ3は「ドイツ料理」「チャモロ料理」「スペイン料理」

各ジャンルの経験者に、飲酒を伴う利用経験があるかを尋ねた。飲酒を伴った利用経験率のトップ3の、1位は同率で「ドイツ料理」「チャモロ料理」の64.6%、3位は「スペイン料理」で64.4%と僅差であった。40～60代男性では、ほとんどのジャンルで飲酒を伴った利用経験率が平均より5ポイント以上高い傾向にある（図のオレンジ網掛け）。各国料理に限らず40～60代男性では、そもそも外食の際に飲酒を伴う利用率が高い傾向があり（弊社「外食市場調査」より）、それがそのままこの結果につながっている可能性がありそうだ。

利用経験者中、飲酒を伴う利用があった割合（利用経験率上位30ジャンルの各国料理について算出）

（構成比：％）

各国料理利用経験者数（補正後）↓	3圏域計	性年代別										圏域別		
		男性					女性					首都圏	関西圏	東海圏
		／20 歳代	／30 歳代	／40 歳代	／50 歳代	／60 歳代	／20 歳代	／30 歳代	／40 歳代	／50 歳代	／60 歳代			
1位 ドイツ料理 (1177)	64.6	57.8	64.2	70.8	76.4	74.3	50.8	51.9	56.9	67.0	61.6	66.5	65.7	47.2
1位 チャモロ料理（グアム、サイパン等） (228)	64.6	25.1	74.1	72.0	71.1	82.6	52.2	55.7	67.0	67.6	64.2	69.7	57.1	38.6
3位 スペイン料理 (1727)	64.4	43.3	67.6	71.8	81.3	75.7	52.7	55.7	61.9	59.2	64.4	65.2	66.6	54.3
4位 オーストラリア料理 (373)	63.8	37.0	75.6	66.2	78.6	78.4	71.2	46.8	52.6	63.5	50.6	65.8	63.2	51.3
5位 フランス料理 (3270)	63.5	62.6	64.8	68.6	76.8	77.0	50.7	56.2	56.4	60.3	59.7	66.0	63.7	50.7
6位 イタリア料理 (3728)	63.4	53.1	68.4	71.6	73.2	75.6	55.2	55.1	55.9	62.5	61.5	66.6	62.3	49.9
7位 中華料理（立派な内装や円卓があり、高級食材も扱う高級中華） (3992)	60.8	53.3	63.2	69.3	69.5	80.8	37.7	50.2	53.1	56.2	59.1	63.2	61.7	47.9
8位 ブラジル料理 (407)	59.4	31.8	62.7	69.2	71.2	78.8	34.7	49.8	48.8	56.7	51.1	61.6	56.7	48.3
9位 イギリス（スコットランド含む）料理 (692)	58.7	52.6	57.8	69.6	82.3	72.8	46.4	52.6	49.6	51.1	53.0	61.5	55.6	39.8
10位 メキシコ料理 (907)	58.0	44.3	53.0	67.7	69.6	75.7	47.5	46.5	55.8	57.4	49.2	60.7	55.2	42.0
10位 スイス料理 (462)	58.0	29.9	57.0	71.5	76.4	73.3	43.0	44.6	48.4	60.8	59.4	58.1	60.9	49.9
12位 ギリシャ料理 (359)	57.2	40.5	69.5	61.8	83.5	74.1	51.0	33.4	43.3	55.9	54.9	58.7	58.8	43.5
13位 アメリカ料理 (1526)	56.4	54.0	60.0	72.7	71.0	70.2	37.1	42.2	55.1	50.4	50.7	58.8	52.0	49.6
14位 中華料理（日本人向けの味付けではない本場そのままの本格中華） (2110)	55.7	48.5	59.9	57.1	72.4	71.3	35.2	41.2	51.1	56.4	47.4	57.9	53.2	47.5
15位 モンゴル料理 (242)	55.1	42.5	55.6	64.0	60.6	70.8	61.8	48.6	67.7	39.6	67.5	56.1	64.0	42.1
16位 韓国料理 (3210)	54.2	49.3	57.7	62.3	68.9	72.6	46.5	46.2	50.0	51.0	43.9	56.8	53.5	43.5
17位 中華料理（安くて量があって親しみやすいメニューや雰囲気の良い町中華） (6103)	52.0	50.0	57.5	61.0	64.8	67.5	43.2	43.9	45.5	42.3	40.7	55.7	48.9	43.5
18位 トルコ料理 (624)	50.9	32.1	42.0	55.0	71.4	69.7	42.0	39.3	38.4	44.7	60.6	54.6	49.0	27.6
19位 マレー（マレーシア）料理 (313)	48.6	37.2	43.6	35.9	47.9	71.3	46.9	42.8	55.4	61.9	51.9	53.2	40.3	30.4
19位 フィリピン料理 (229)	48.6	29.7	66.8	47.6	50.8	59.0	52.1	27.7	57.1	43.0	47.8	51.8	46.9	31.3
21位 タイ料理 (2118)	47.8	39.4	47.7	53.6	61.2	64.1	26.7	39.0	46.3	46.8	46.5	48.8	49.7	36.7
22位 台湾料理 (1987)	47.5	46.5	48.6	52.8	57.1	66.8	27.4	37.1	46.4	43.0	41.2	50.5	46.4	35.2
23位 ロシア料理 (918)	46.4	42.3	60.4	52.6	63.1	68.3	26.2	26.6	40.8	36.9	44.7	49.1	45.5	28.0
24位 シンガポール料理 (644)	45.9	40.2	54.8	48.1	66.9	67.6	26.4	40.3	36.9	46.1	43.5	48.2	40.4	35.8
25位 ハワイ料理 (1575)	44.5	38.6	49.3	53.6	67.4	59.1	22.6	33.9	39.8	42.8	47.8	46.7	43.4	33.0
26位 ベトナム料理 (1524)	44.2	34.9	44.6	53.9	65.1	61.3	28.4	34.9	38.0	44.0	37.8	47.2	40.7	31.5
27位 インドネシア料理 (573)	43.8	32.7	46.0	52.0	55.3	71.2	23.5	27.7	39.6	46.3	44.1	49.2	36.9	22.3
28位 スリランカ料理 (357)	37.1	22.1	33.6	48.2	57.7	46.3	41.1	20.8	29.7	35.4	33.9	39.8	34.3	26.9
29位 ネパール料理 (888)	35.4	23.3	36.2	43.7	47.5	48.4	25.7	24.3	33.9	36.6	31.2	39.8	36.3	17.8
30位 インド料理 (2736)	33.8	25.1	35.0	40.9	48.8	51.5	16.9	20.0	28.4	34.3	31.4	37.7	32.1	18.3

4. リピート意向の高い各国料理のジャンルは「町中華」「イタリア料理」「スペイン料理」

各ジャンルの利用経験者が、同じ各国料理を今後も利用したい割合を算出した。トップ3の、1位は「中華料理（町中華）」で79.7%、2位は「イタリア料理」で79.4%、3位は「スペイン料理」で71.4%だった。上位は僅差で、各国料理の多くが消費者のリピート意向を獲得していることから、今後も外食市場で存在感を強めていくのではないだろうか。性年代別では、20～40代男性で「アメリカ料理」が、20・30代女性で「韓国料理」「ハワイ料理」が、他の性年代より高いリピート意向を獲得している。

利用経験者中、同じ各国料理を今後も利用したいと選んだ割合（利用経験率上位30ジャンルの各国料理について算出）

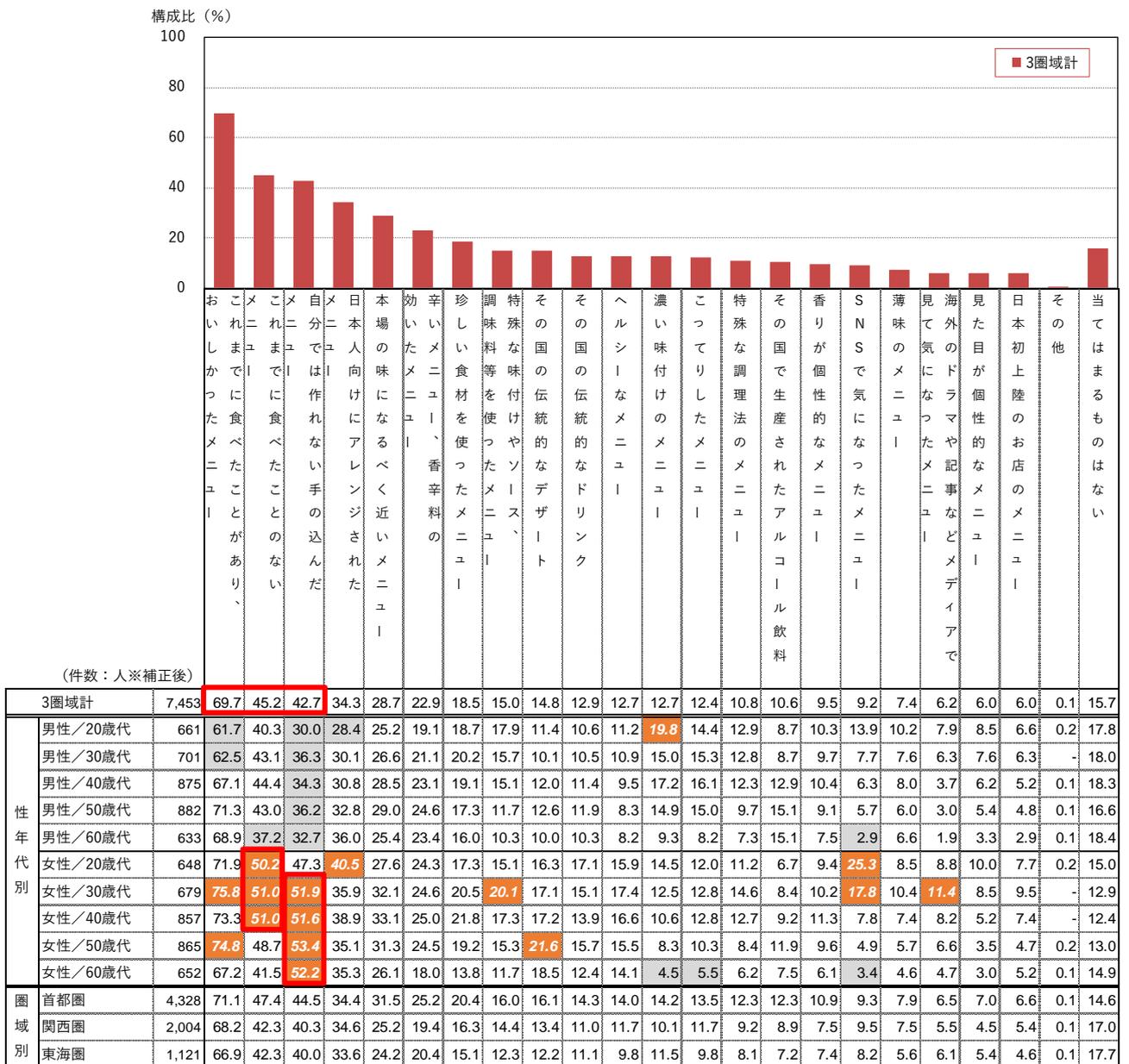
(構成比：%)

各国料理利用経験者数（補正後）↓	3圏域計	性年代別										圏域別		
		男性		男性		男性		女性		女性		首都圏	関西圏	東海圏
		／20歳代	／30歳代	／40歳代	／50歳代	／60歳代	／20歳代	／30歳代	／40歳代	／50歳代	／60歳代			
1位 中華料理（安くて量があって親しみやすいメニューや雰囲気町中華） (6103)	79.7	78.4	80.9	82.1	83.9	84.7	72.9	75.9	78.4	78.7	78.3	79.6	80.0	79.3
2位 イタリア料理 (3728)	79.4	81.4	82.3	78.2	78.2	75.7	79.3	78.1	77.8	81.6	82.0	79.9	80.3	74.9
3位 スペイン料理 (1727)	71.4	59.0	71.4	73.6	73.8	67.9	74.4	71.6	72.6	68.6	76.2	72.7	68.4	69.0
4位 インド料理 (2736)	68.2	70.7	70.3	67.7	65.4	66.9	72.3	68.1	68.9	69.6	62.9	68.6	68.9	64.9
5位 アメリカ料理 (1526)	67.9	76.7	75.1	75.2	70.6	53.2	70.6	66.6	67.7	62.9	59.1	68.5	67.4	65.5
6位 メキシコ料理 (907)	67.1	67.0	66.6	69.8	63.0	58.1	77.2	63.6	69.4	70.1	68.5	69.5	62.7	57.0
7位 フランス料理 (3270)	65.6	69.3	70.4	65.9	63.2	62.7	66.7	71.2	62.1	64.4	66.3	66.0	67.9	58.8
8位 ネパール料理 (888)	65.4	53.2	54.6	60.4	69.3	70.9	65.0	70.2	69.4	67.4	70.0	63.3	71.1	64.4
9位 韓国料理 (3210)	64.3	59.7	61.9	58.8	61.1	56.6	73.9	70.3	65.7	67.4	59.8	63.6	67.1	62.5
10位 ハワイ料理 (1575)	63.3	64.4	67.1	65.9	58.9	48.4	71.2	71.1	64.9	62.1	53.6	65.0	62.3	54.9
11位 ブラジル料理 (407)	63.1	77.5	66.7	61.5	60.6	63.0	66.0	69.6	68.6	59.1	47.8	63.8	67.4	50.4
12位 台湾料理 (1987)	60.9	54.6	61.9	59.4	63.2	58.7	55.7	67.9	60.0	61.2	62.5	62.1	58.5	58.6
12位 スリランカ料理 (357)	60.9	56.0	43.9	54.8	63.2	65.6	71.8	64.9	70.2	57.1	58.1	60.3	59.2	68.8
14位 中華料理（立派な内装や円卓があり、高級食材も扱う高級中華） (3992)	60.8	57.1	60.5	65.8	60.9	60.5	60.6	58.1	60.0	60.2	62.0	61.4	63.1	53.8
14位 タイ料理 (2118)	60.8	53.8	62.0	57.1	58.1	54.3	57.0	65.1	64.6	65.1	61.7	62.1	58.9	55.6
14位 ベトナム料理 (1524)	60.8	54.5	56.5	55.4	67.3	51.2	56.9	59.8	62.5	68.3	62.4	61.8	57.3	61.6
17位 ドイツ料理 (1177)	60.0	56.2	63.0	61.4	66.7	57.6	47.6	66.2	60.3	58.9	56.7	62.1	59.0	46.4
18位 中華料理（日本人向けの味付けではない本場そのままの本格中華） (2110)	59.0	59.4	55.2	58.2	60.8	55.1	55.9	61.6	61.1	63.4	56.0	60.5	57.0	54.5
19位 トルコ料理 (624)	57.7	51.3	51.0	65.8	75.7	51.6	63.8	49.9	52.8	53.9	61.4	56.6	62.9	56.4
20位 スイス料理 (462)	57.0	50.7	36.6	75.3	68.5	57.4	81.2	55.5	50.1	53.7	58.1	55.8	60.1	59.8
21位 シンガポール料理 (644)	55.2	50.7	53.0	56.7	65.1	47.5	55.5	51.7	53.0	63.2	49.0	56.8	52.0	46.7
22位 オーストラリア料理 (373)	55.1	52.5	70.2	61.1	50.0	47.9	74.5	50.1	44.3	64.8	46.2	57.3	52.5	45.1
23位 インドネシア料理 (573)	53.6	51.4	53.3	52.9	69.3	47.8	53.0	44.6	56.3	52.5	50.2	54.8	50.4	52.2
24位 ギリシャ料理 (359)	53.4	23.1	51.7	82.3	64.5	51.5	80.1	54.8	49.4	43.2	56.8	52.5	55.5	56.9
25位 イギリス（スコットランド含む）料理 (692)	52.8	54.2	57.6	63.7	58.7	41.0	55.9	62.6	47.9	44.5	46.2	52.7	53.7	52.0
26位 マレー（マレーシア）料理 (313)	51.2	33.0	40.4	62.1	65.1	52.4	73.8	42.0	60.3	44.5	48.8	54.2	43.6	44.2
27位 チャモロ料理（グアム、サイパン等） (228)	50.7	44.6	50.4	65.2	67.2	50.6	73.8	43.6	46.2	46.9	37.5	49.6	55.3	51.3
28位 ロシア料理 (918)	50.5	44.5	41.6	55.7	58.3	53.8	56.4	43.7	51.0	49.0	48.5	51.8	50.2	42.2
29位 モンゴル料理 (242)	43.2	44.5	38.9	40.2	65.3	33.7	65.1	35.6	45.8	32.4	60.5	40.8	43.2	55.7
30位 フィリピン料理 (229)	40.0	31.8	45.0	35.0	50.2	44.6	35.8	42.3	33.3	41.1	31.2	38.4	54.3	31.1

5. 食べたことのあるメニュー/ないメニューを兼ね備えていることが各国料理の魅力か

各国料理でどのようなメニューを注文したことがあるかを尋ねた。トップ3の、1位は「これまでに食べたことあり、おいしかったメニュー」で69.7%、2位は「これまでに食べたことのないメニュー」で45.2%、3位は「自分では作れない手の込んだメニュー」で42.7%となっている。「これまでに食べたことあり、おいしかったメニュー」と「これまでに食べたことのないメニュー」は相反するが、このような相反するメニューの両方を備えていることが各国料理の魅力と見ることもできそうだ。性年代別に見ると、20～40代女性で「これまでに食べたことのないメニュー」が、30～60代女性で「自分では作れない手の込んだメニュー」が、他の性年代よりも高かった。「これまでに食べたことのないメニュー」は全年代で男性よりも女性の方が割合が高く、女性の好奇心や探求心が男性を上回っている様子だ。

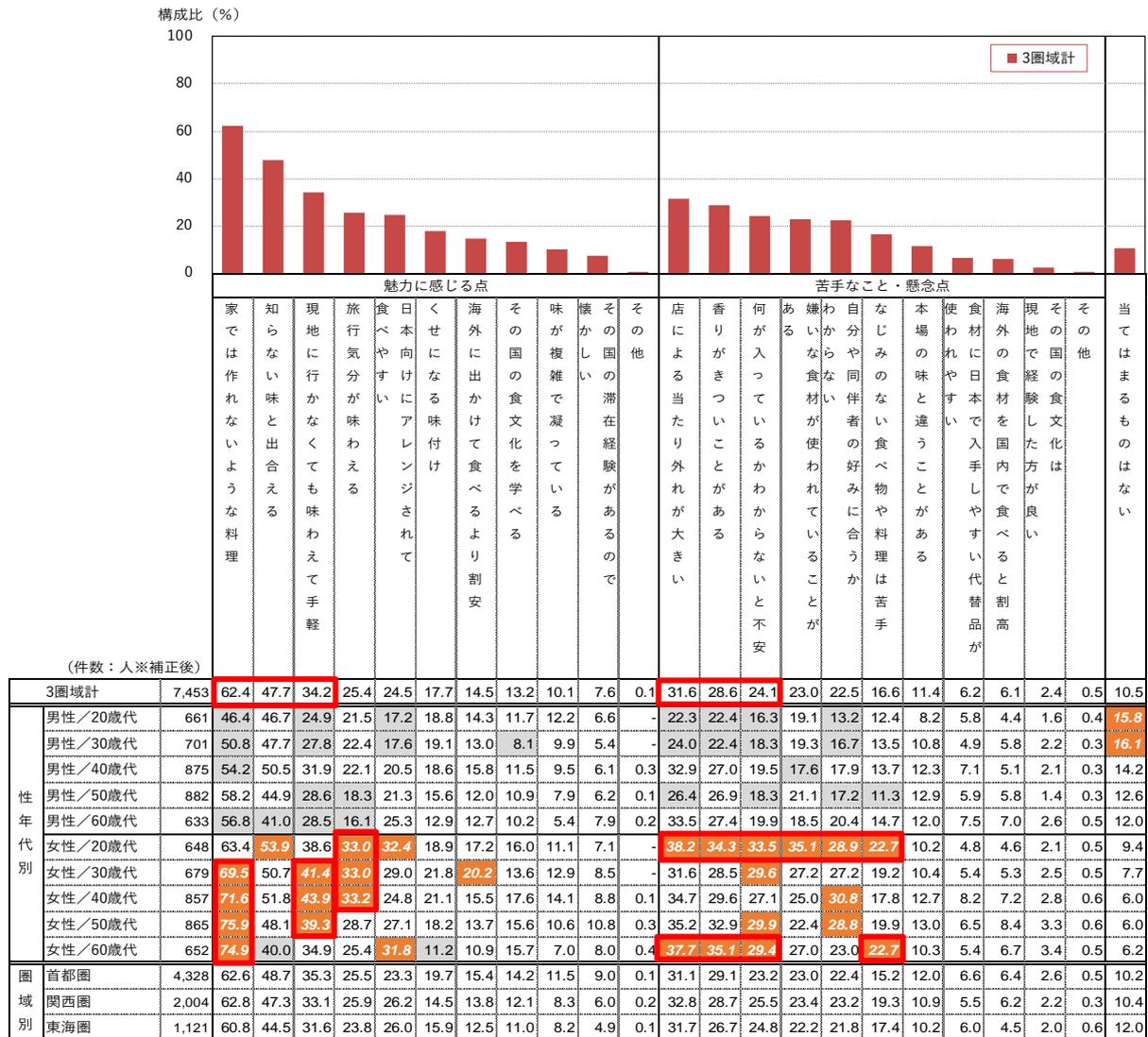
各国料理のお店で注文したことがあるメニュー（全体／複数回答）



6. 魅力1位は「家では作れない料理」、懸念点1位は「店による当たり外れが大きい」

各国料理の魅力に感じる点、苦手なこと・懸念点を尋ねたところ、魅力を感じる点のトップ3の、1位は「家では作れないような料理」で62.4%、2位は「知らない味と出合える」で47.7%、3位は「現地に行かなくても味わえて手軽」で34.2%となっている。苦手なこと・懸念点のトップ3の、1位は「店による当たり外れが大きい」で31.6%、2位は「香りがきついことがある」で28.6%、3位は「何が入っているかわからないと不安」で24.1%であった。性年代別に見ると、魅力を感じる点では30～60代女性で「家では作れないような料理」、30～50代女性で「現地に行かなくても味わえて手軽」、20～40代女性で「旅行気分が味わえる」が、他の性年代より高い。苦手なこと・懸念点では20・60代女性で多くの項目の回答割合が、他の性年代よりも高い。全般的に女性は男性より、魅力を感じる人も多いが、苦手意識や懸念点を抱く人も多く、期待と不安が入り混じった様子が伺えた。

各国料理のお店について、魅力を感じる点、苦手なこと・懸念点（全体／複数回答）



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/>