

外食・中食で麺類が増加、ご飯類は減少、
米価格高騰の 2025 年 1-3 月
〈外食・中食 調査レポート〉

2025 年 7 月 23 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)

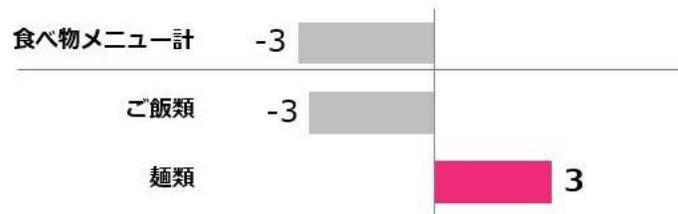
外食・中食市場情報サービス『CREST®^{*1}』を提供するサカーナ・ジャパン株式会社（エヌピーディー・ジャパン株式会社より社名変更、東京都港区、ケビン・ソー代表）は、外食・中食市場における食べ物メニュー動向の分析レポートを 2025 年 7 月 23 日に公表します。

本分析レポートでは、大きく以下のことが分かります。2025 年第 1 四半期（1-3 月計）の外食・中食市場における麺類の食機会数は、前年同期比で 3%増でした。一方で、ご飯類は同 3%減でした。

2025 年 1-3 月計、外食・中食の麺類、食機会数が前年同期比 3%増

2025 年第 1 四半期（1-3 月計）の外食・中食市場全体において、食べ物計の食機会数は前年同期比 3%減でした。その中で、麺類計は増加しており、同 3%増でした（図表 1）。一方で、ご飯類計は、同 3%減でした。

〈図表1〉 2024年Q1外食中食市場全体における
主な食べ物メニューの食機会数 前年同期比%



出典: Circana, CREST, 2025年1-3月計

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。「米の価格上昇は昨年 2024 年の夏頃から本格化し、今年に入りさらに深刻化し、2025 年 3 月には前年同期の 1.6 倍の価格になりました。飲食店やコンビニ等では、米商品の値上げが相次いでいます。コンビニでは、コストが高騰する米の代替として麺を使った総菜・弁当の販売増加や、飲食店でもパスタやうどんといった麺類の強化など見られます。特に食事代が最もかかる夕食においては、ご飯類メニューを含む食機会では平均支払金額が前年比で上昇しているのに対し、うどん

んやパスタを含む食機会では下降しています。麺類が食事代全体を抑えるのに一役を担っている可能性も考えられ、加速する値上げの中で、麺類は消費者にとって米の代わりとなり、支出の調整が効くメニューの一つとなっているのかもしれませんが。」

***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