

『HOT PEPPER』が今年流行ったグルメを全国の20-30代・男女約2,000人に聞きました

2022年流行グルメ「マリトッツォ」が2年連続1位！ 今年の流行グルメキーワードは「健康」と「チートデイ」

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）が発行する街のおトク情報満載のクーポンマガジン『HOT PEPPER』は、2022年12月号（11月25日（金）発行）にて、全国の20代・30代の男女2,075人を対象に「2022年の流行グルメ」に関するアンケートを実施いたしましたので、結果をご報告します。

■「マリトッツォ」が昨年に続き1位！ 健康意識とその反動が表れる結果に

■「2022年に流行ったと思うグルメ」TOP10

（n=2,075、3つまでの複数回答、「その他」は順位から除く）

順位	メニュー	得票数
1	マリトッツォ	523
2	カヌレ	426
3	オートミール	416
4	乳酸菌飲料	296
5	プロテイン	242
6	韓国インスタント麺（プルダック麺やチャパゲティなど）	214
7	ショートケーキ缶	192
8	わらび餅ドリンク	190
9	チャミスル	174
10	バナナジュース	161

健康

3位オートミール、4位乳酸菌飲料、5位プロテイン、10位バナナジュース

コロナ禍の健康意識の高まりにより、「低糖質・高タンパク質」「体の調子を整える」をうたうものが多くランクイン。「オートミール」や「乳酸菌飲料」などは昔からあるものですが、今年あらためて健康文脈で注目を集めました。

チートデイ

1位マリトッツォ、2位カヌレ、6位韓国インスタント麺、7位ショートケーキ缶、8位わらび餅ドリンク、9位チャミスル

健康意識の高まりと比例して「時には羽目を外して好きなものを食べたい」という「チートデイ」の考えが表れたようなものも多い傾向です。一方、相変わらず「SNS映え」や「韓国」の要素も依然として人気です。

■「ホットペッパーグルメ外食総研」研究員が解説

2022年流行グルメから見えてきた、自制と欲望のはざまで揺れる人の姿

2022年流行グルメのキーワードは「健康」と「チートデイ」の2つです。長引くコロナ禍で健康に気をつけている人は依然として多い傾向です。今回の調査では、コロナ前と比べて炭水化物・糖質を「減らしたいと考えている人」が34.4%で、「健康に気をつかうようになった」という回答は26.6%でした（次ページ以降）。

一方で「マリトッツォ」や「カヌレ」といったハイカロリーグルメが上位に入るなど、健康意識の反動も見て取れます。「チートデイ」は「好きなものを自由に食べて良い日」のことで、ダイエット中に設けることで効率を上げることができるといわれており、調査では「実践している」は22.6%とまだ少ないものの、「知っている」は62.1%でした。また、「チートデイを食べたいものを食べるときに自分への言い訳にしている」人は9.5%いました。

健康に良いとされているものとハイカロリーなものの両方が多く入っている今回のランキングからは、自制と欲望のはざまで揺れる人たちのリアルな姿が浮かび上がってきます。

「ホットペッパーグルメ外食総研」
 上席研究員 有木 真理



本件に関する
お問い合わせ先

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

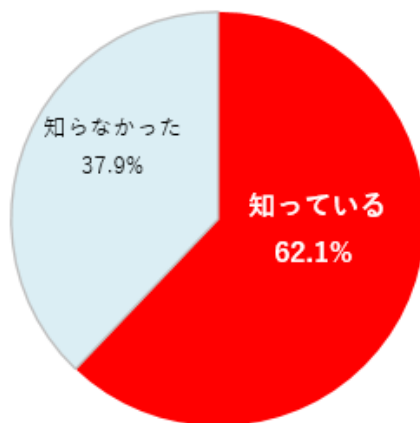
HOT PEPPER

■アンケート調査結果

- ・「チートデイを食べたいものを食べるときに自分への言い訳にしている」人は9.5%
- ・コロナ前と比べ炭水化物・糖質の摂取量について「減らしたいと考えている人」は34.4%
- 「チートデイ」について聞いた項目では、「知っている」人は62.1%、「実践している」人は22.6%でした。「実践したことがない」人の中でも「チートデイを食べたいものを食べるときに自分への言い訳にしている」人は9.5%いました。

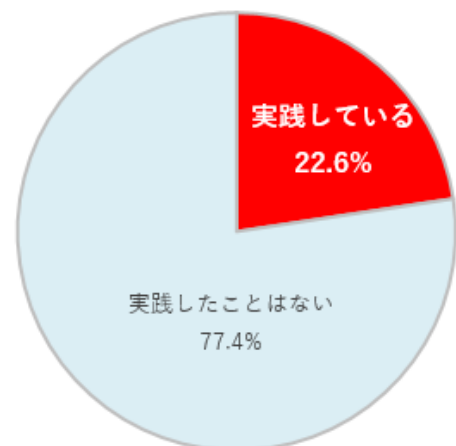
また、コロナ前と比較した「炭水化物・糖質の摂取量」については、「特に考えていない」が58.8%、「減らしたいと考えている」が34.4%、「増やしたいと考えている」が6.7%で、約4割の人が糖質摂取量について調整しようとしていることがわかりました。

■「チートデイ」について知っていましたか？



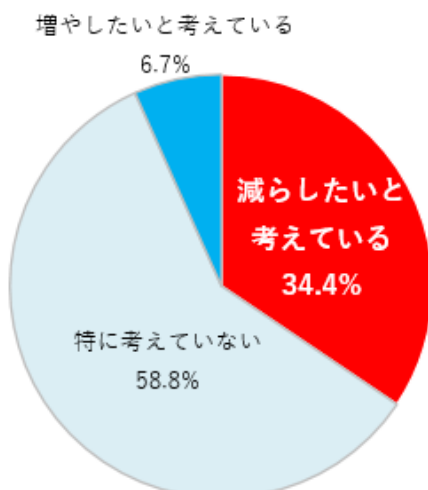
《知っている》=[チートデイを知っている]実践したことがない(34.7%)、食べたいものを食べるときに自分への言い訳にしている(9.5%)、ダイエットのときには計画的に設けて実践している(9.5%)、普段から計画的に設けて実践している(8.4%)の合計
 《知らなかった》=[チートデイを知らなかった]実践したことはない(33.2%)、ダイエットのときには計画的に設けて実践している(2.4%)、普段から計画的に設けて実践している(2.3%)の合計

■「チートデイ」について実践していますか？



《実践している》=[チートデイを知っている]ダイエットのときには計画的に設けて実践している(9.5%)、普段から計画的に設けて実践している(8.4%) / [チートデイを知らなかった]ダイエットのときには計画的に設けて実践している(2.4%)、普段から計画的に設けて実践している(2.3%)の合計
 《実践したことはない》=[チートデイを知っている]実践したことはない(34.7%)、食べたいものを食べるときに自分への言い訳にしている(9.5%) / [チートデイを知らなかった]実践したことはない(33.2%)の合計

■コロナ禍前と現在を比較し、自身の炭水化物・糖質の摂取量に対する意識の変化はありますか？



《減らしたいと考えている》=変わらない(14.7%)、減った(12.7%)、増えた(7.0%)の合計
 《特に考えていない》=変わらない(46.4%)、減った(8.1%)、増えた(4.3%)の合計
 《増やしたいと考えている》=変わらない(1.7%)、減った(1.5%)、増えた(3.5%)の合計

・コロナ禍での食生活の変化に関する意識調査でも健康志向と贅沢志向と相反するものが上位に

■コロナ禍で生活が変化したことによって、食べ物や食生活の意識で変わったことはありますか？（n=2,075 複数回答）

順位	コロナ禍での食生活の意識変化TOP5	%
1	より節約したくなった	28.0
2	健康に気をつかうようになった	26.6
3	娯楽が減ったので食べ物でちょこっと贅沢をしたくなった	25.4
4	ひとりで食べる回数が増えた	16.3
5	非日常感があじわいたくなった	14.8

コロナ禍での食生活の意識変化の1位は「より節約したくなった」で28.0%。2位の「健康に気をつかうようになった」26.6%、3位「娯楽が減ったので食べ物でちょこっと贅沢をしたくなった」は25.4%と、2位と3位は僅差の結果でした。長引くコロナ禍での日々の食生活での節約や健康にも気をつかいつつ、食事に「ちょっとした贅沢」や「非日常感」を求めている傾向が明らかになりました。

【アンケート概要】

■出典：『HOT PEPPER』調べ ■調査時期：2022年9月30日（金）～10月1日（土） ■調査方法：インターネットによるアンケート調査
■調査対象：全国の20・30代男女（株式会社マクロミルの登録モニター） ■有効回答数：2,075人（男性：1,038人、女性：1,037人）

■「流行グルメランキング 2022」は『HOT PEPPER』12月号（11月25（金）発行）で！

『HOT PEPPER』は、飲食店や美容院、リラクゼーション&ビューティースポットなど街のおトクな情報満載のクーポンマガジンです（全国46エリアで毎月最終金曜日に発行）。※東京23区エリアでは、ヘアサロンやリラクゼーション・ネイル・エステティックの情報に特化した『HOT PEPPER Beauty』を発行。12月号では「流行グルメランキング 2022」のほか、「顔タイプ別♡お似合いヘア GUIDE」「キラキラ&透明感噂の『ワンホンネイル』」など、さまざまな記事を掲載。詳細は右記参照。 <https://magazine.hotpepper.jp/>

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/>