

2025 年 10 月 16 日

インパクトホールディングス株式会社

約 9 割がセルフオーダーの利用経験あり、若年層は“非接触”、シニア層は“会話”を重視
～RJC リサーチ、全国 20 歳～69 歳男女 2,000 名を対象にセルフオーダーに関する利用実態調査を実施～

インパクトホールディングス株式会社の連結子会社で、マーケティングリサーチ事業を展開する株式会社 RJC リサーチ（本社：東京都港区、代表取締役社長：倉本 雄太、以下「RJC リサーチ」）は、LINE リサーチにて、全国の 20 歳～69 歳男女 2,000 人を対象に「セルフオーダーに関する調査」を実施いたしました。



約9割がセルフオーダーの利用経験あり 若年層は“非接触”、シニア層は“会話”を重視

セルフオーダー利用実態調査

アンケート期間：2025年9月2日～3日

【調査結果サマリー】

- セルフオーダー利用経験：全体の約 9 割がセルフオーダーの利用経験あり。60 代以上では約 2 割が未利用。
- 好まれるセルフオーダー方式：卓上端末が最も支持を集め、自身のスマートフォンを使う方式は若年層に人気。
- 利便性：若年層女性は「非接触の気楽さ」、中高年男性は「人とのやり取り」を重視。
- セルフオーダーを利用したいシーン：「ファミリーレストラン」「回転寿司」が上位。

◆ 背景

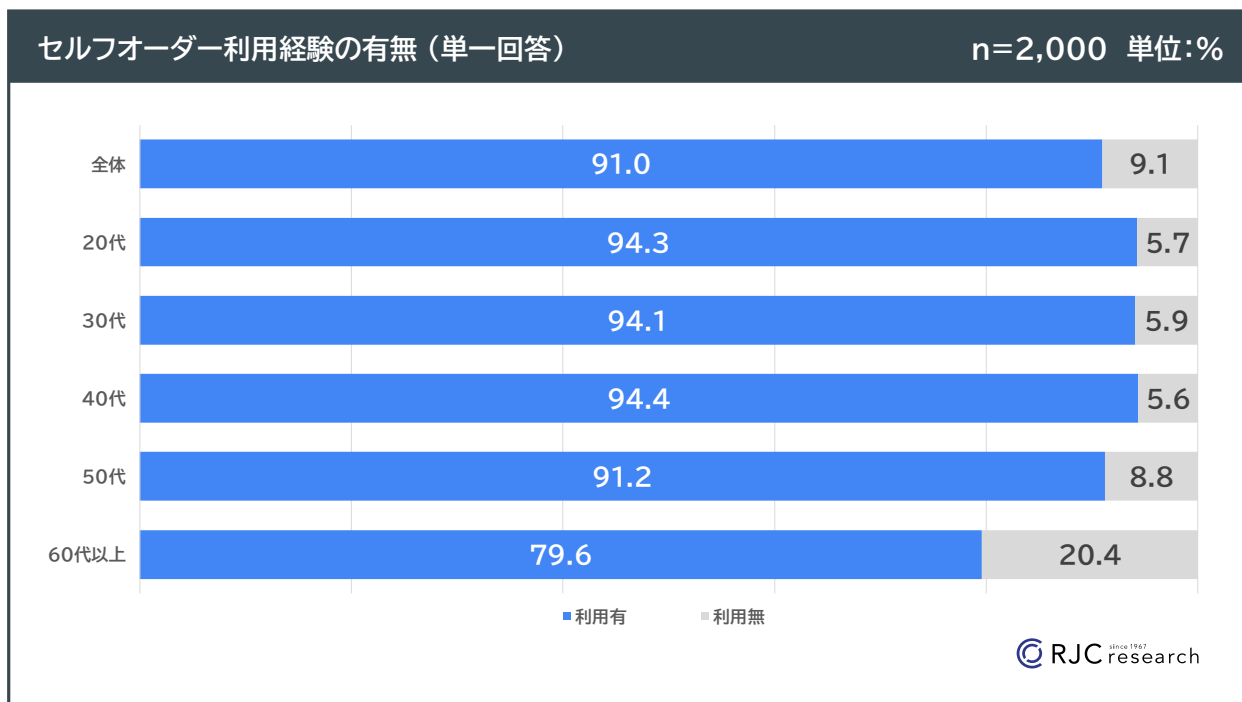
外食産業では、人手不足や人件費の高騰が深刻化しており、省人化対策が急務となっています。その中で、セルフオーダーシステムは、店舗の効率化や顧客満足度向上に貢献するソリューションとして注目されています。一方、消費者側のセルフオーダーに対する意識や利用実態は十分に把握されているとは言えません。

このような背景から、RJC リサーチは、セルフオーダーの利用実態や満足度を把握し、今後の外食産業におけるセルフオーダーシステムの普及・発展に貢献することを目的に、本調査を実施いたしました。

◆ 約 9 割がセルフオーダー利用の経験あり

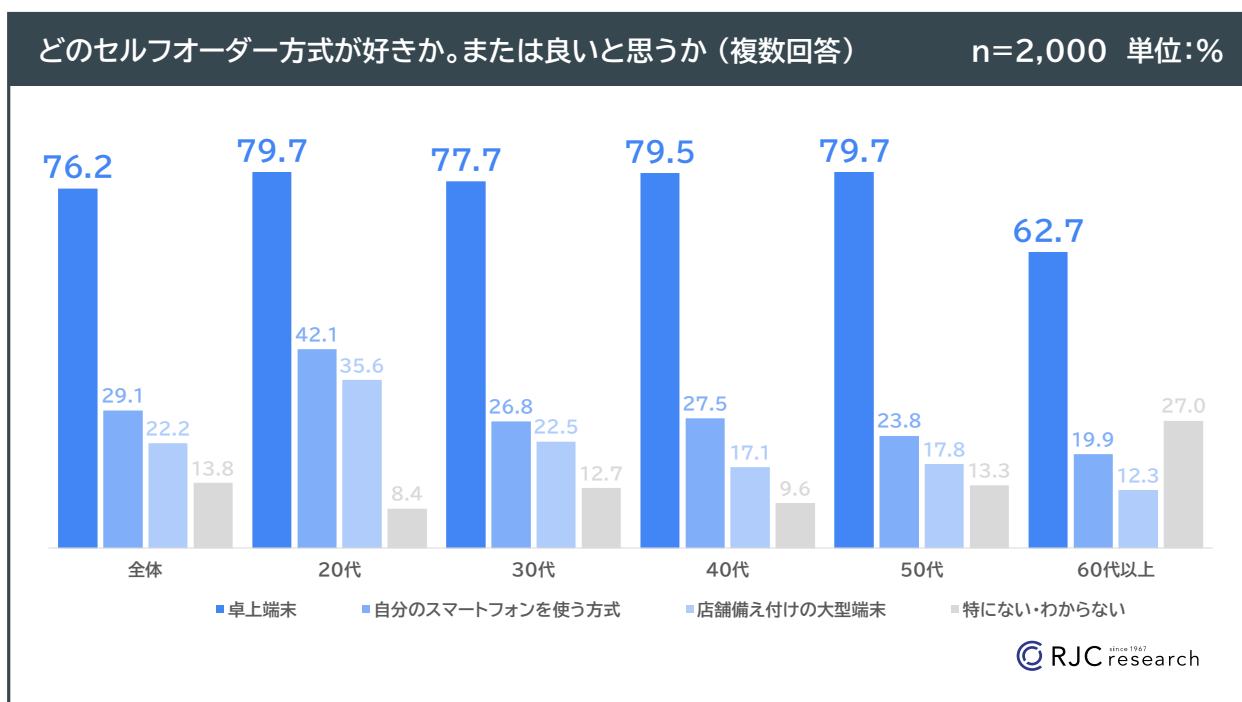
「セルフオーダーシステムの利用経験」について尋ねたところ、全体の約 9 割が「利用したことがある」と回答しました。これは、飲食店における人手不足や人件費高騰といった課題への対策として、セルフオーダーシステムの導入が進んでいること、またスマートフォンやタブレット端末の普及に伴い、店舗 DX（デジタルトランスフォーメーション）が加速していることを示唆しています。

しかし、60 代以上の方に限定すると、「利用したことがない」と回答した割合は約 2 割となりました。セルフオーダーシステムは若年層には広く普及している一方で、60 代以上の方には、操作への抵抗感や利用機会の少なさからまだ浸透していないと考えられます。



◆ セルフオーダーは「自分のスマートフォンを使う方式」より「卓上端末」が好まれる傾向

「どのセルフオーダー方式が好きか、または良いと思うか」を尋ねたところ、最も支持を集めたのは「卓上端末（76.2%）」でした。世代別に見ると、20 代は他の世代と比べ「自分のスマートフォンを使う方式」を好む傾向が見られました。一方で 60 代以上は他の世代に比べ、セルフオーダーに対する抵抗がある、もしくは利用頻度が低いことが窺えます。



◆ 世代によって異なる「利便性」

「卓上端末を利用する際に便利と感じた点」を尋ねたところ、最も多かったのは「自分のペースで注文できる（74.0%）」で、次いで「注文履歴が確認できる（69.1%）」「メニューをじっくり見られる（59.1%）」が続きました。

年代別に見ると、20～30代女性では「店員と会話せずに注文できる（非接触・気楽さ）」「お箸やお水など追加サービスを頼みやすい」といった点に高評価が集まりました。一方で50～60代男性はこれらの利便さをあまり重視しないという結果になりました。

卓上端末を利用して便利と感じた点（複数回答）		n=530 単位:%									
【比率の差】		自分のペースで注文できる	注文履歴が確認できる	メニューをじっくり見られる	店員と会話せずに注文できる（非接触・気楽さ）	会計がスムーズになる	お箸やお水など追加サービスを頼みやすい	注文までの待ち時間が短い	メニューが分かりやすい	ラストオーダーが分かりやすい（例・食べ飲み放題など）	その他
全体+10ポイント以上											
全体+5ポイント以上											
全体-5ポイント以上											
全体-10ポイント以上											
n =											
全体	530	74.0	69.1	59.1	46.4	44.0	39.6	30.0	23.0	22.6	0.2
男性計	265	71.7	67.2	61.1	40.0	42.3	35.8	30.9	20.8	23.0	0.0
20代	53	71.7	62.3	62.3	50.9	43.4	50.9	30.2	32.1	43.4	0.0
30代	53	67.9	69.8	66.0	47.2	30.2	41.5	26.4	22.6	22.6	0.0
40代	53	77.4	66.0	54.7	41.5	45.3	41.5	20.8	17.0	17.0	0.0
50代	53	71.7	71.7	62.3	26.4	54.7	24.5	45.3	20.8	24.5	0.0
60代以上	53	69.8	66.0	60.4	34.0	37.7	20.8	32.1	11.3	7.5	0.0
女性計	265	76.2	70.9	57.0	52.8	45.7	43.4	29.1	25.3	22.3	0.4
20代	53	79.2	77.4	71.7	84.9	52.8	58.5	34.0	32.1	47.2	0.0
30代	53	77.4	66.0	56.6	60.4	50.9	50.9	26.4	24.5	15.1	0.0
40代	53	75.5	79.2	58.5	52.8	45.3	45.3	28.3	32.1	22.6	1.9
50代	53	77.4	67.9	50.9	35.8	35.8	41.5	32.1	18.9	18.9	0.0
60代以上	53	71.7	64.2	47.2	30.2	43.4	20.8	24.5	18.9	7.5	0.0

RJC research

また「卓上端末を利用する際に不便・不快と感じた点」を尋ねたところ、最も多かったのは「タッチパネルの反応が悪い（34.9%）」で、次いで「操作が分かりにくい（23.2%）」「端末のバッテリー切れ・充電不足（21.9%）」などが続きました。

年代別に見ると、20～30代を中心に「タッチパネルの反応が悪い」「バッテリー切れ」など機器不具合への不満が目立ち、60代以上では「操作が分かりにくい」「店員とコミュニケーションが取りにくい」といった声が多く聞かれました。

つまり、世代によって「利便性の基準」が異なり、店舗側には双方のニーズに対応した設計が求められることが推察できます。

卓上端末を利用して不便・不快だと感じた点（複数回答）

n=530 単位:%

【比率の差】		タッチパネルの反応が悪い	操作が分かりにくい	・端末のバッテリー切れ	店員とコミュニケーションが取りにくい	注文を間違えやすい	その他	注文内容の確認がしにくい
全体+10ポイント以上								
全体+5ポイント以上								
全体-5ポイント以上								
全体-10ポイント以上								
n =								
全体	530	34.9	23.2	21.9	14.7	10.9	6.4	6.2
男性計	265	35.8	21.9	22.6	17.7	9.8	4.5	4.5
20代	53	45.3	18.9	39.6	13.2	15.1	3.8	5.7
30代	53	43.4	20.8	32.1	9.4	5.7	3.8	1.9
40代	53	30.2	18.9	20.8	20.8	5.7	7.5	1.9
50代	53	35.8	15.1	13.2	22.6	9.4	3.8	7.5
60代以上	53	24.5	35.8	7.5	22.6	13.2	3.8	5.7
女性計	265	34.0	24.5	21.1	11.7	12.1	8.3	7.9
20代	53	43.4	13.2	26.4	5.7	11.3	5.7	3.8
30代	53	39.6	18.9	32.1	7.5	1.9	15.1	11.3
40代	53	32.1	28.3	18.9	17.0	9.4	7.5	5.7
50代	53	22.6	28.3	18.9	17.0	15.1	11.3	3.8
60代以上	53	32.1	34.0	9.4	11.3	22.6	1.9	15.1

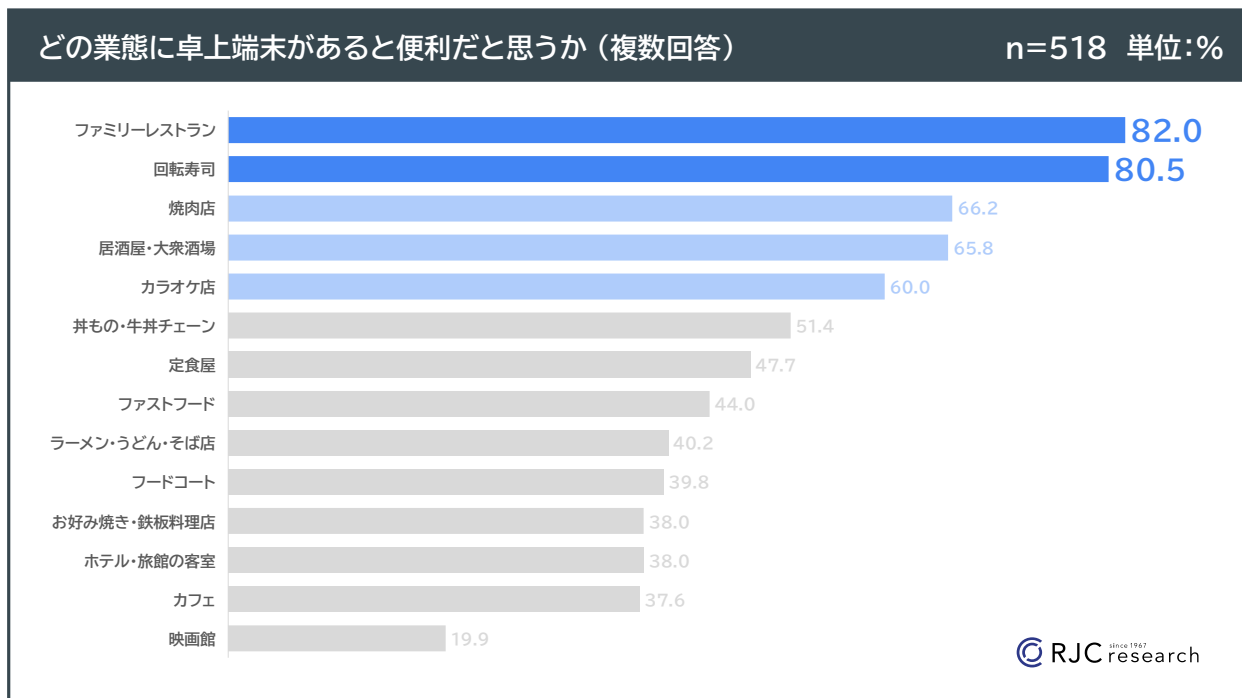
 RJC research SINCE 1967

RJC research

◆ 卓上端末を利用したいシーンは「ファミリーレストラン」「回転寿司」が中心

「卓上端末を利用したいシーン」について尋ねたところ、最も多かったのは「ファミリーレストラン（82.0%）」が最も多く、次いで「回転寿司（80.5%）」「焼肉店（66.2%）」「居酒屋・大衆酒場 65.8%」「カラオケ店（60.0%）」などの日常利用型業態が続きました。

この結果から家族や友人、会社の同僚など複数人で利用する際に、卓上端末があると便利だと感じている人が多いことがわかります。複数人での利用シーンでは、メニューをじっくり見たり、相談しながら注文したりするニーズが高く、卓上端末がそのニーズに応えていると考えられます。



◆ セルフオーダーは“万能”ではなく、“世代別ニーズ対応”が鍵

今回の調査からセルフオーダーは、外食体験の効率化に貢献する一方で、顧客が求める価値は世代や性別によって異なることが今回の調査で明らかになりました。具体的には、20～30代の女性層は「卓上端末によるスムーズな注文・会計」を重視する傾向が強い一方、50～60代の男性層は「外食における癒しや非日常感」を重視し、セルフオーダーにおいても対人サービスの温かみを求めている可能性が示唆されました。

つまり、20～30代女性が効率性や非接触性を重視するのに対し、50～60代男性は接客による安心感を求めていることがわかります。外食産業におけるセルフオーダーの導入・設計においては、上記のような世代別ニーズを詳細に分析し、きめ細やかに対応することが、顧客満足度を高める上で不可欠であると言えるでしょう。

◆ 調査概要

調査手法：LINEリサーチ プラットフォーム利用の調査

調査地域：全国47都道府県

調査対象：20歳～69歳男女

調査期間：2025年9月2日（火）～3日（水）

有効回収数：2,000サンプル

※ 図表の数字は、四捨五入による端数を調整していないため、内訳と計は必ずしも一致しません。

【転載・引用に関する注意事項】

本レポートの著作権は、RJC リサーチが保有します。

調査レポートの内容の一部を転載・引用される場合には、事前に RJC リサーチまでご連絡ください。

お問い合わせの際には、以下の内容をお知らせください。

1. 転載・引用したい調査レポートとその範囲。
2. 用途・目的 なお、内容によっては、転載・引用をお断りする場合がございます。

※本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

例：「株式会社 RJC リサーチが実施した調査によると…」

※以下の行為は禁止いたします。

- ・ データの一部または全部を改変すること
- ・ 本レポートを販売・出版すること
- ・ 出所を明記せずに転載・引用を行うこと

◆ 会社概要

会 社 名：株式会社 RJC リサーチ（インパクトホールディングス株式会社 連結子会社）

代 表 者：代表取締役社長 倉本 雄太

設 立：1967 年 7 月 ※2017 年 12 月に分社化により新会社として設立

本 社 所 在 地：東京都港区赤坂 1-12-32 アーク森ビル 23F

事 業 内 容：マーケティングリサーチ事業

W e b U R L：<https://www.rjc.co.jp/>

【本件に関するお問い合わせ】

株式会社 RJC リサーチ TEL:03-5937-1501 / E-mail:info@rjc.co.jp