

## [ 飲食店の人手不足に関する調査 2025 | 鈴茂器工 ]

### お客様が飲食店で感じる “人手不足”のシグナルとは？

外食利用者が機械化を  
受け入れやすいポイントは

[ 時間短縮 ]

&

[ セルフ化 ]



鈴茂器工株式会社（本社：東京都中野区、代表取締役社長：鈴木美奈子、以下 鈴茂器工）は、全国の20歳から69歳の男女400名の中から「年1回以上の外食利用をする」と回答した344名を対象に飲食店の人手不足に関する調査2025を実施しました。人手不足がサービスの質低下や産業全体の成長を阻害する可能性も懸念されており、飲食店にとって避けては通れない大きな課題としてメディア等でも日々取り上げられております。実際に飲食店を利用するお客様からの視点で、こういった傾向が見られると飲食店が人手不足だと感じるのかなどの人手不足のシグナルや、飲食店の機械化に望む際のポイントを中心に傾向をまとめました。

飲食店の人手不足に関する調査2025

### 調査結果サマリー

- 年1回以上の外食利用者の内4割以上が人手不足の影響が増えたと感じている。
- 飲食店で人手不足の影響を感じる場面として、「価格の高騰49.7%」が最も高い。次いで「料理の提供/配膳時間29.1%」「テーブル等の片付け28.5%」「注文までの時間22.1%」と続く。本格的に顕在化されていない場面としては「席案内時間」など入店段階の対応も今後はポイントに。
- 年1回以上の外食利用者の内9割近くとなる86.6%が飲食店の機械化へ賛成。
- 機械化できたら良いと思うことは「注文対応 54.7%」「会計対応 43.0%」がTOP 2。今回の調査からは、タッチパネル等の端末操作がある程度浸透してきていると感じられる結果となった。



### 調査からの考察

注文受付の自動化や料理の提供におけるロボットの活用など、機械化を進めることで、従来人手に頼っていた作業を効率化し、時間短縮を実現できます。さらに、セルフレジやタッチパネル、タブレット注文の導入により、お客様自身でスムーズな注文や会計が可能となり、待ち時間の減少や利便性の向上に繋がります。これらの打ち手は、お客様の満足度を高めるだけでなく、従業員の負担軽減や、人件費削減にも貢献するため、人手不足が深刻化する飲食業界において有効な対策となることが期待される調査結果となりました。

#### 調査概要

調査手法：インターネットリサーチ 調査期間：2025年1月17日 調査対象：20～69歳の男女400名  
※年内1回以上外食利用者344サンプル ※内飲食店/外食業での就労経験者145サンプル  
※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります。

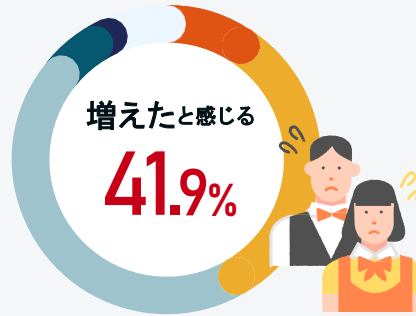
#### 引用・転載時のクレジット表記のお願い

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〉「鈴茂器工株式会社実施した調査によると...」本リリース記載以外の調査データについてのお問い合わせや確認については、担当までご連絡お願いいたします。

## 人手不足の影響を感じる頻度の増減

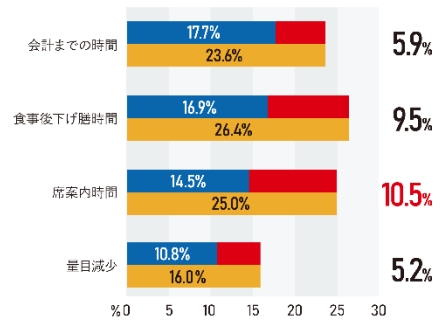
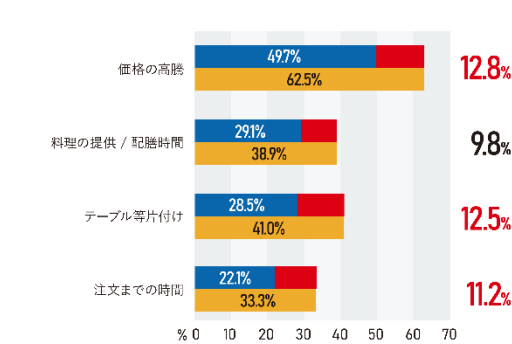
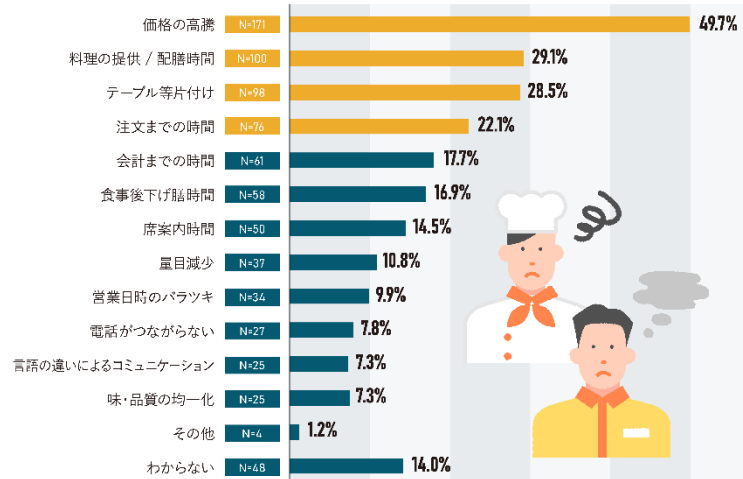
年1回以上の外食利用者の4割以上となる41.9%の人が**飲食店で人手不足の影響を感じるような場面が一年前と比べ増えた**と回答している。この人手不足を感じる層（N=144）は、**飲食店の人手不足に関してより敏感に感じている高感度層**と位置付けられる。



■ 増えたと感じる	(N=32)	9.3%
■ やや増えたと感じる	(N=112)	32.6%
■ 変わらない	(N=152)	44.2%
■ やや減ってきている	(N=18)	5.2%
■ 減ってきている	(N=7)	2.0%
■ わからない	(N=23)	6.7%

## 人手不足の影響を感じる場面

飲食店の人手不足の影響を感じる場面としては、年1回以上の外食利用者（N=344）では価格に関することが最も高く、半数近い49.7%の人が「**価格が上がっていること**」で飲食店の人手不足を感じている。これは近年の物価上昇による影響が大きいものの、「人手不足で時給を上げないと人が集まらない。」などの切実な事情もあり寄与していると考えられる。次いで、「料理の提供/配膳までに時間が掛かる29.1%」、「テーブル等が片付いていない28.5%」、「注文するまでに時間がかかる22.1%」と続き、5人に1人以上がこれらをきっかけに人手不足の影響を感じていることがわかった。上記であげた場面は入店後に実際に食事をするまでに起こる対応であり、現状は、**入店から着席までの食事の前段階の対応でお客様は人手不足を感じていること**がわかった。次いで、会計・食事後の下げ膳などがあげられ、食事後の対応は着席後の対応に次いで、顕在化しつつある人手不足を感じる場面と言える結果となった。



飲食店で人手不足の影響を感じる場面についての質問を、年1回以上の外食利用者と人手不足の影響が増えたと感じる層で比較してみると差分（ギャップ）が多い項目として、「価格の高騰」「テーブル等の片付け」「注文までの時間」「席案内時間」が浮かびあがった。

特に、「**席案内時間**」に関しては、**飲食店の人手不足に関してより敏感に感じている高感度層で高くなる傾向から、まだ本格的に顕在化していない人手不足の“隠れシグナル”**として注視する必要がある。待ち時間の長期化はお客様満足度を大きく低下させることになり、再来店に繋がらない要因となっていると考えられる。また、待ち時間中に入店を諦めてしまうことも想定されるため、飲食店では注視し対策を講じることが急務と考えられる。

## 飲食店のスタッフが感じる業務の難しさや本当は時間をかけたい業務

本調査の外食利用者(N=344)の内、これまでに飲食店・外食業での就労やアルバイトの経験がある方(N=145)に**飲食店のスタッフが感じる業務の難しさや本当は時間をかけたい業務**を自由記述で聞いたところ、特徴的なコメントとして、**ムラなくお客様に快適な空間を提供し、スピード感を持って業務にあたることの難しさ**を感じている印象がある。また、**お客様との適切なコミュニケーションを取りたいが、なかなかそこに時間が割けられていない苦悩**がヒシヒシと感じられる結果となった。

ホールとキッチンで完全分離しているため、1度間違えると提供するまで気づけない点。バッシングを丁寧に時間をかけてやりたいがピーク時はおどなりになってしまう。(29歳 男性)

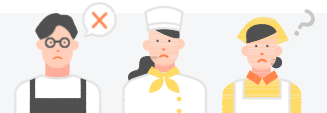
難しさは、周囲が騒がしいので、対面、口頭で注文を聞きとるのが難しいときがある。時間をかけたいのは、開店前などの掃除。いつも行き届かない(52歳 女性)

時間帯によって料理提供に時間の差ができること。もっとまんべんなくスムーズに慌てずに一貫した提供スピードとサービスでありたい。(49歳 女性)

ホール担当者のイメージで、リピーターになるか、ならないかを左右する(61歳 女性)

ひとりひとりが快適に過ごせるように配慮したいが忙しいとそこまで気が回らない(40歳 女性)

接客業務全般、時間をかけられるものなら、かけたいと感じる。(49歳 男性)





## 飲食店の機械化へのスタンス

飲食店の機械化について聞いたところ、「賛成28.2%」・「どちらかと言えば賛成58.4%」と賛成派が86.6%となり、実に9割近くの外食利用者が飲食店の機械化に対して賛成のスタンスをとった。



## 飲食店の機械化への賛成理由

賛成派のコメントを見ると、**身近な店舗で機械化が進んでおり、タッチパネル等の端末操作やセルフ化の機器の扱い、配膳ロボットでのオペレーションに慣れてきており、問題なく受け入れられていると感じられるコメントが多く見られた。**

一方で1割ほどの機械化反対派のコメントは、**料理そのものには人の温かみが欲しいという意見と、店舗スタッフとのコミュニケーションを求めるコメントが見られた。**

このような点からも、全くスタッフのいない全自動の機械化された飲食店への抵抗は感じるものの、人手不足の解消にむかう飲食店の機械化で、人と機械が共存できるような飲食店への抵抗は少ないものと感じられ、期待が持てる結果となった。

**賛成**  
人手不足の解消につながると思うし、商品の注文などは対面よりもタブレットの方が注文しやすいから。(45歳 男性)

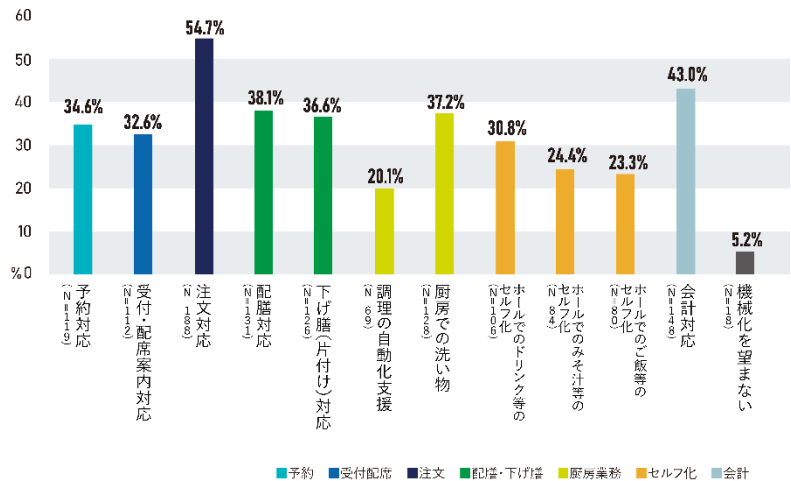
**賛成**  
実際に配膳にロボットを導入してる店によく行くが、特に問題に感じることも サービスが低下してると感じることもないから。(55歳 女性)

**賛成**  
美味しさを継続するためには、それ以外のことを省力化の方が良いと思います。顧客も応援の気持ちを持ちましょう。(69歳 男性)

**賛成**  
簡単な仕事なら任せてもいいと思う もしくはセルフを増やす方向で。(44歳 男性)

## 機械化 マシンや機器・ロボット・システム・端末など活用 できたら良いと思うこと

飲食店で人の手を介さず機械化（マシンや機器・ロボット・システム・端末などの活用）できたら良いと思うことを聞いたところ、「注文対応54.7%」、「会計対応43.0%」がTOP 2となった。配膳・下げ膳や厨房での洗い物、受付・配席案内対応なども高い結果となった。これは先ほどの自由記述の結果とも連動する結果となっている。タッチパネルや端末などの操作に慣れてきており、**ある程度、「セルフ化」でお客様個人に任せられる方が、自分のペースで過ごすことができ、ストレスも少なく満足度の向上につながる**ことがわかった。



## 飲食店で、人にしかできない業務・人にやってもらいたい業務

飲食店で、人にしかできない業務・人にやってもらいたい業務を自由記述で聞いたところ、衛生的な環境での調理は機械主導ではなくスタッフに求めるという声が多かった。それ以外では、タッチパネルでのトラブル対応や、商品やメニューなどの詳細を聞きたい時、料理の解説をしながらの配膳など、温かみのある接客をスタッフに求めていることがわかった。美味しい料理につながる調理とゆとりを持った質の高い接客対応が飲食店のスタッフに求められていることがわかった。

### 調理に関すること

いろいろな形態の飲食店がある中で料理を運ぶのはその店の個性を表すものであり、できれば人が良い。(男性 50代)

料理だけはそれぞれの味が出る事も多々あるので、料理人にやってもらいたい。(男性 40代)

### イレギュラー対応

タッチパネル等機器の操作で注文したものが届かなかったとき、トラブル対応を更に機械に任せるとは心配、そこは人に説明をしてきちんとしたトラブル対応をしてもらいたい。(男性 40代)

効率の良い調理と食べられない食材などへの臨機応変な対応(男性 50代)

### コミュニケーション

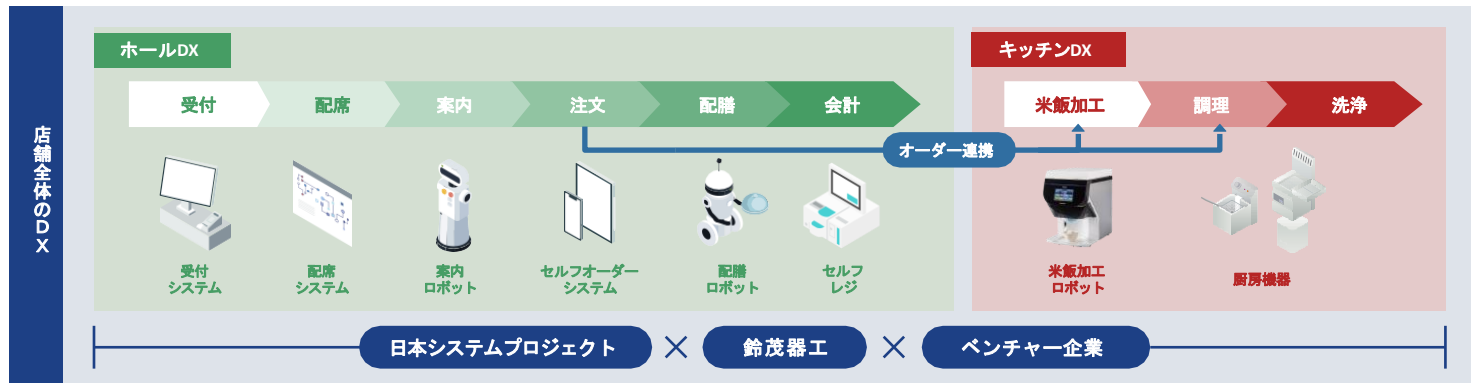
席に着いた時の第一アクションは人にやって欲しい。ウエルカム気持ちを受け入れる大事なタイミングだと思う。(女性 60代)

会計の時などに次回利用につながるようなコミュニケーションがあると嬉しい気持ちになります。(女性 50代)

## SUZUMOグループが取り組みを進めるトータルソリューション

### 【店舗全体の省人省力化・コストダウンソリューションを提案・開発】

人手不足解消のみならず店舗全体の付加価値向上に寄与すべくSUZUMOグループとして、米飯加工機を扱う鈴茂器工と豊富なセルフオーダーシステムで業務効率化と売上アップを実現する日本システムプロジェクトで、店舗全体の省人省力化・コストダウンソリューションを提案・開発してまいります。



### 自動配席AIシステムARESEA(アレシア)

自動受付・配席システムとAIを組み合わせることで、受付・呼出・配席の自動化と効率的な配席を可能とすることにより店舗オペレーションの効率化を実現。ARESEAは、これからの飲食店のニュースタンダードを目指します。



### ご飯盛付けロボットFuwarica(ふわりか)

Fuwaricaは、導入したその日から人手不足解消に貢献するご飯盛付けのニューノーマルに対応したご飯盛付けロボット。特設サイトでは、様々なカテゴリーの企業様の事例（ユーザー様の声）を掲載、随時更新しております。



## 会社概要

**会社名** 鈴茂器工株式会社  
**英文商号** Suzumo Machinery Co., Ltd.  
**所在地** 東京都中野区中野4-10-1  
中野セントラルパークイースト6階  
**代表者** 代表取締役社長 鈴木 美奈子

**設立日** 1961年1月  
**資本金** 11億54,418千円  
**事業内容** 米飯加工機械、充填機械、包装資材及び寿司ロボット及び食品資材等の製造販売など

## 食の「おいしい」や「温かい」を世界の人々へ

鈴茂器工は1981年、世界初の寿司ロボットを開発し、以来、米飯加工ロボットのリーディングカンパニーとして業界を牽引しています。世界90カ国以上の寿司、おにぎり、丼ものなど、様々な食のシーンで幅広く利用されています。寿司ロボットとご飯盛付けロボットにおいては、シェアNo.1を獲得(出典:富士経済「労働人口不足の未来予測から見たロボット潜在需要に関する考察」)すしロボット・米飯盛り付けロボット販売数量・金額(2022年実績)。第20回外食アワード2023(主催:外食産業記者会)を受賞するなど、業界でも注目を集めております。人手不足が深刻化する飲食業界において、鈴茂器工は店舗業務の効率化に大きく貢献し、外食産業の課題解決に積極的に取り組んでいます。2024年に発売されたコンパクトシャリ玉ロボットS-Cube(エスキューブ)や、自動配席AIシステムARESEA(アレシア)など、革新的な製品・サービスの提供を通じて、飲食店のトータルソリューションを目指しています。『食の「おいしい」や「温かい」を世界の人々へ』を掲げ、細分化する食に関するニーズをいち早く捉えて市場にご提案し、常に新しいフードビジネスを開拓する企業として躍進しています。

### [ HP ]

鈴茂器工企業HP  
鈴茂器工企業HP(英語)  
鈴茂器工企業HP(北米向けサイト)

<https://www.suzumo.co.jp/>  
<https://www.suzumokikou.com/>  
<https://suzumoamerica.com/>

Fuwarica特設サイト  
ARESEA特設サイト

<https://www.fuwarica.info/>  
<https://aresea.info/>

### [ 企業公式SNS ]

Instagram  
Facebook  
YouTube公式チャンネル  
YouTube公式チャンネル(英語)

[https://www.instagram.com/suzumo\\_official/](https://www.instagram.com/suzumo_official/)  
<https://www.facebook.com/suzumo.official/>  
<https://youtube.com/@suzumojapanofficial5218>  
<https://youtube.com/@suzumoglobal3698>

[https://youtu.be/EPSwY42I9bc?si=S3ON0e5WB\\_Xy1yJf](https://youtu.be/EPSwY42I9bc?si=S3ON0e5WB_Xy1yJf)



### 本件に関するお問い合わせについて

鈴茂器工株式会社 東京事業所  
〒176-0012 東京都練馬区豊玉北 2-23-2  
担当 マーケティング部  
Tel 03-3993-1457  
Mail [marketing@suzumo.co.jp](mailto:marketing@suzumo.co.jp)



お問い合わせフォーム

製品に関するお問い合わせや  
取材に関するお問い合わせは  
フォームからも受け付けております。