Demaecan

報道関係各位

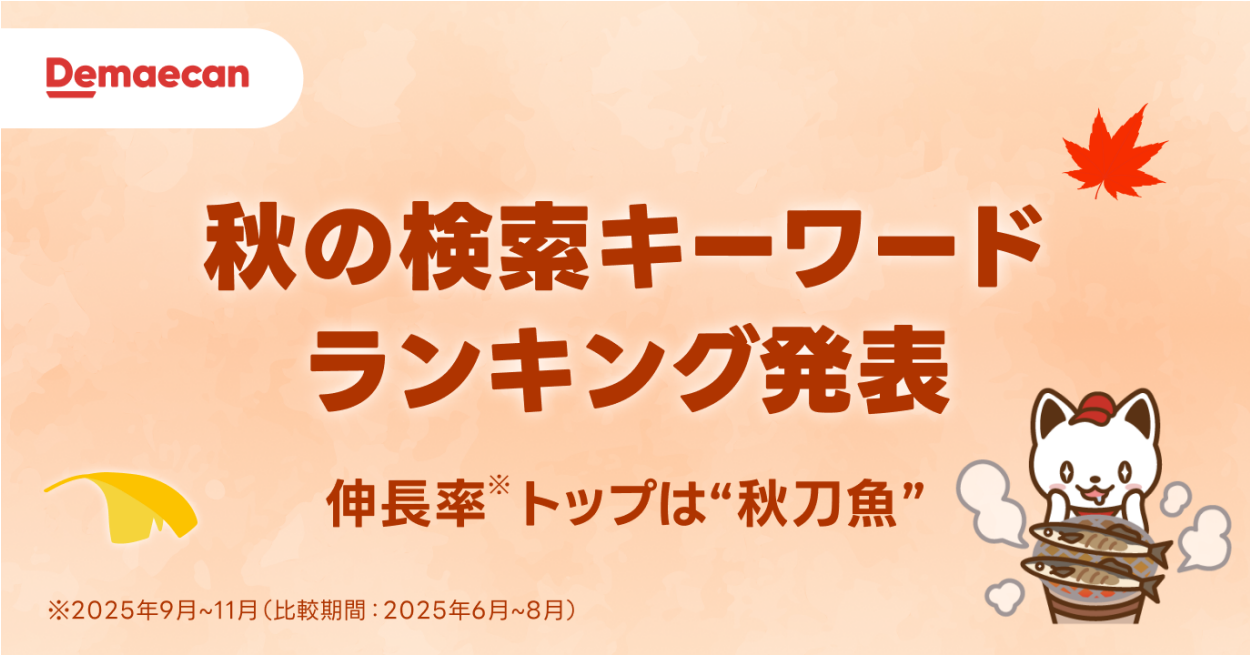
2026 年 10 月 19 日
株式会社出前館

さんま、月見、おでんが急上昇
出前館検索データで見る“食欲の秋”の楽しみ方

秋の味覚はデリバリーでも。10月に検索が増えるメニューランキングを発表

株式会社出前館は、運営する日本最大級のデリバリーサービス「出前館」（WEB・アプリ）における2025年9月から11月の検索キーワードをもとに、秋から冬にかけての食の関心の変化を分析しました。

出前館には、料理名や店舗名だけでなく、季節の味覚や食事のシーンに関連するさまざまな検索が蓄積されています。こうした検索キーワードは、その時期に生活者がどのような料理を食べたいと感じているのかを知る手がかりの一つです。今回は、2025年9月から11月の検索データをもとに、秋の味覚や季節限定メニュー、肌寒い時期に食べたくなる料理への関心を紹介します。



■ 秋に検索が伸びたキーワード1位は「さんま」

出前館WEB・アプリにおける夏（2025年6月～8月）と秋（2025年9月～11月）の検索回数を比較したところ、「さんま（秋刀魚、サンマ含む）」が1120%と大幅な増加となり、秋に検索が伸びたキーワードの1位となりました。

また、「味噌ラーメン」は927%増加、「なべ」は598%増加となっており、秋の風物詩として定着している「月見」は594%増加となりました。

順位	検索キーワード	伸長率
1位	さんま（秋刀魚、サンマ含む）	1120%
2位	味噌ラーメン	927%
3位	なべ	598%
4位	月見	594%
5位	からあげ弁当	590%
6位	ケバブ丼	530%
7位	おでん	451%
8位	ローストビーフ丼	390%
9位	キムチチゲ	362%
10位	かき	345%

【本件に関する問い合わせ】
株式会社出前館　広報：佐藤　　mail：pr@demae-can.co.jp

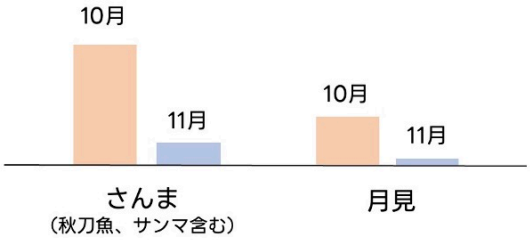
Demaecan

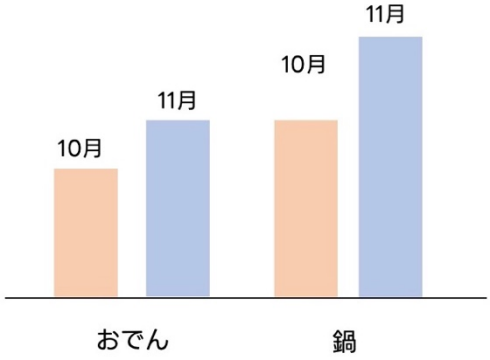
■ 10月は「さんま」「月見」、11月以降は「おでん」「鍋」などの温かい料理へ

2025年10月と11月で、10月に上位だったワードの検索回数を比較すると、季節の変化に合わせて検索されるメニューも移り変わりも見えてきます。

10月には検索された回数が多かった「さんま」「月見」は、11月では大幅に減少しました。

その一方、「おでん」「鍋」はいずれも大幅に増加しました。秋の味覚や季節限定メニューを楽しむ時期から、寒さに合わせて温かい料理を選ぶ時期へ、検索されるテーマが変化していることが分かります。





■出前館の検索データから、季節ごとの「食べたい」を可視化

今回の検索データからは、秋の味覚である「さんま」や季節限定メニューの「月見」への関心が高まった後、11月以降はおでんや鍋など、温かい料理への関心が高まることから、季節の移り変わりに合わせて、生活者の「食べたい」料理も変化していることが分かりました。

食べたいものが決まっている日も、何を食べようか迷う日も、豊富な選択肢の中から、その時期や気分に合った料理を探しやすいことが出前館の魅力です。出前館では、今後も季節ごとの食の楽しみ方や、さまざまなライフスタイルに寄り添うサービスを通じて、食事を選ぶ時間を含めた豊かな食体験を提供してまいります。

【調査概要】
調査期間：2025年9月～11月
調査対象：出前館サイト・アプリ内で検索されたキーワード
※検索回数は出前館内における検索回数であり、注文数・利用者数を示すものではありません。
※検索データからは、店舗名の検索数は対象外としています。

【株式会社出前館 概要】
所在地：〒151-0051 東京都渋谷区千駄ヶ谷5丁目27番5号 リンクスクエア新宿
代表者： 代表取締役社長 矢野 哲
コーポレートサイト：https://corporate.demae-can.co.jp/
サービスサイト：https://demae-can.com/

※本ニュースリリースに記載されている会社名および商品・サービス名は、各社の商標または登録商標です。また、記載内容は本リリース公開日時点での情報で、内容は予告なく変更・中止となる場合がございます。

【本件に関する問い合わせ】
株式会社出前館　広報：佐藤　　mail：pr@demae-can.co.jp