

外食市場調査（2023年7月度）

2023年7月の外食市場規模は2854億円（前年同月比 +357億円・東名阪3圏域計）

外食市場規模はコロナ禍前比（2019年7月比）82.1%

延べ外食回数は19年比78.5%とコロナ禍以降最小のマイナス幅

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）の外食市場に関する調査・研究機関『ホットペッパーグルメ外食総研』（<https://www.hotpepper.jp/ggs/>）は、首都圏・関西圏・東海圏の男女約9,500人を対象とする2023年7月度の「外食市場調査」を実施しましたので調査結果をご報告いたします。

【今月のポイント】

1. 外食市場規模の2019年同月比（コロナ禍前比）は82.1%で前月（79.6%）より回復傾向
2. 単価の伸びは鈍化も、延べ外食回数が19年比78.5%とコロナ禍以降では最小のマイナス幅に

2023年7月の外食市場規模は、3圏域合計で2854億円。前年同月比（以下、前年比）は+357億円と20カ月連続して前年実績を上回った。市場規模の2019年同月比（コロナ禍前比、以下19年比）は82.1%で、前月の同79.6%から改善。外食単価は2,750円で21カ月連続して前年を上回ったが、前月比は-68円、19年比では104.5%（前月109.8%）と伸び率が鈍化した。一方、外食実施率の19年比（88.9%）、外食頻度の19年比（91.8%）ともに前月よりマイナス幅が縮小し、延べ外食回数の19年比（P10参照、78.5%）はコロナ禍以降（20年4月以降）では最小のマイナス幅となった。市場規模の食事主体業態・計は前年比107.9%（19年比89.4%）、飲酒主体業態・計は同128.5%（同70.3%）、軽食主体業態・計は同128.2%（同76.8%）で、19年比ではマイナス幅が前月よりも縮小している。主要16業態中では13業態で市場規模が前年を上回った。19年比では「アジア料理店」（110.3%）がコロナ禍前の市場規模を上回った。居酒屋の市場規模は19年比で75.5%と、コロナ禍以降では最小のマイナス幅まで回復してきている。

【3圏域計（首都圏・関西圏・東海圏）】 [P3]

- 2023年7月の外食（※1）実施率は67.5%（前月比増減 +1.3pt、前年比増減 +5.9pt）
- 2023年7月の外食頻度（※2）は3.88回/月（前月比増減 +0.27回、前年比増減 +0.04回）
- 2023年7月の外食単価は2,750円（前月比増減 -68円、前年比増減 +97円）
- 2023年7月の外食市場規模（※3）は2854億円（前月比増減 +195億円、前年比増減 +357億円）

※1 ※2 ※3 P10参照

【圏域別】 [P3]

- 外食実施率は、首都圏：67.2%（前年比増減 +6.4pt）、関西圏：67.7%（同 +5.7pt）、東海圏：68.7%（同 +4.6pt）
- 外食頻度は、首都圏：4.06回/月（前年比増減 +0.10回）、関西圏：3.75回/月（同 -0.11回）、東海圏：3.44回/月（同 +0.09回）
- 外食単価は、首都圏：2,847円（前年比増減 +87円）、関西圏：2,708円（同 +82円）、東海圏：2,403円（同 +157円）
- 外食市場規模は、首都圏：1781億円（前年比増減 +251億円）、関西圏：734億円（同 +58億円）、東海圏：339億円（同 +48億円）

【業態別】（3圏域計） [P6-8]

- 業態別の市場規模は、「居酒屋」（前年比増減 +146億円）、「和食料理店」（同 +26億円）、「中華料理店」（同 +22億円）等16業態中13業態で前年を上回った。居酒屋の市場規模は19年比75.5%まで回復した。
- 「居酒屋」（延べ回数 +316万回、単価 +202円）、「中華料理店」（延べ回数 +68万回、単価 +80円）は延べ回数・単価ともに前年比で増加し、「和食料理店」は、延べ回数の増加（+63万回）による影響が大きかった。

本件に関する
お問い合わせ先

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

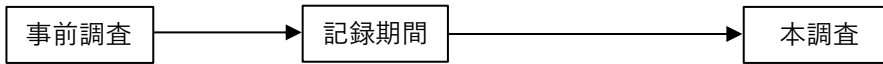
外食市場調査（2023年7月度）調査概要

- **調査目的** 首都圏、関西圏、東海圏における、夕方以降の外食市場規模を把握することを目的に実施。また、業態別の市場規模や、性年代・居住区域別の外食の実態を明らかにすることも目的とした。
- **調査対象** 首都圏、関西圏、東海圏の各圏域中心部からの鉄道距離が、おおむね首都圏：90分圏、関西圏：80分圏、東海圏：60分圏の市区町村に住む20～69歳の男女（株式会社マクロミルの登録モニター）

調査対象	首都圏	関西圏	東海圏
調査対象者の居住地の範囲	・東京都（一部除外） ・千葉県（県東・県南の一部除外） ・埼玉県（県西の一部除外）	・神奈川県（一部除外） ・茨城県の一部	・大阪府全域 ・京都府（府北の一部除外） ・奈良県の一部 ・兵庫県（県北の一部除外） ・滋賀県の一部
			・愛知県（一部除外） ・岐阜県の一部 ・三重県の一部

- **調査方法** インターネットによる調査

● 調査の流れ



- ・ 調査の協力者を募集
- ・ モニターが記録用紙をダウンロード
- ・ 翌月頭に本調査画面をオープン
- ・ 割付に従ってモニターを確保
- ・ 1カ月間の夕方以降の外食について用紙に記録
- ・ 記録用紙に従ってモニターが入力

- **割付の設定** 本調査では、回答者の偏りをできるだけなくするために、性別2区分×年代別5区分（20代/30代/40代/50代/60代）×地域25区分＝250区分で割付を行って回収した。

- **集計方法** 本調査結果はR3年人口推計に基づいて性別2区分×年代別5区分×地域25区分＝250区分でウェイトバック集計を行っている。※22年度の基準人口に、県×性年代別のR2国勢調査人口→R3人口推計の増減率をあて計算

● サンプル数

事前調査				本調査				
実施期間	配信数	回収数	回収率	実施期間	配信数	回収数	回収率	有効回答数
2023年6月16日（金）～ 2023年7月3日（月）	495,890件	31,533件	6.4%	2023年8月1日（火）～ 2023年8月9日（水）	12,661件	9,567件	75.6%	9,484件

● 個人単位

3圏域計	居住圏域			性年代											
	首都圏	関西圏	東海圏	男性/ 20歳代	男性/ 30歳代	男性/ 40歳代	男性/ 50歳代	男性/ 60歳代	女性/ 20歳代	女性/ 30歳代	女性/ 40歳代	女性/ 50歳代	女性/ 60歳代		
9,484	5,494	2,558	1,431	832	902	1,145	1,085	809	817	874	1,120	1,063	837		
100.0	57.9	27.0	15.1	8.8	9.5	12.1	11.4	8.5	8.6	9.2	11.8	11.2	8.8		

上段：件数（件）、下段：構成比（%）

● 外食単位

（圏域内での

外食のみ）

3圏域計	消費圏域		
	首都圏	関西圏	東海圏
24,878	14,994	6,502	3,381
100.0	60.3	26.1	13.6

※ウェイトバックによる補正後の件数と構成比

本調査における定義・設定等

● 本調査での「外食」は、夕方以降の食事について、お店で食事した場合を対象

- ・ 飲酒のみ、喫茶のみの場合も含まれる。
- ・ 夕方以降、複数回外食した場合、1日あたり2回まで（2軒目まで）の外食を含んでいる。
- ・ 「コンビニエンスストアやスーパーマーケット等のイートインスペース」で飲食した場合も「外食」に含まれる。

● 消費地の範囲の設定

- ・ 消費地の範囲は、各圏域の居住者が各圏域の対象都府県内で行った外食を対象としており、圏域外（圏域外の都道府県や海外）で行った外食は含んでいない。ただし、圏域内への旅行・出張は含まれる。

対象範囲	首都圏	関西圏	東海圏
消費地の対象範囲	・東京都 ・神奈川県 ・埼玉県 ・千葉県 ・茨城県	・大阪府 ・兵庫県 ・京都府 ・奈良県 ・滋賀県	・愛知県 ・岐阜県 ・三重県

● 外食した店の業態

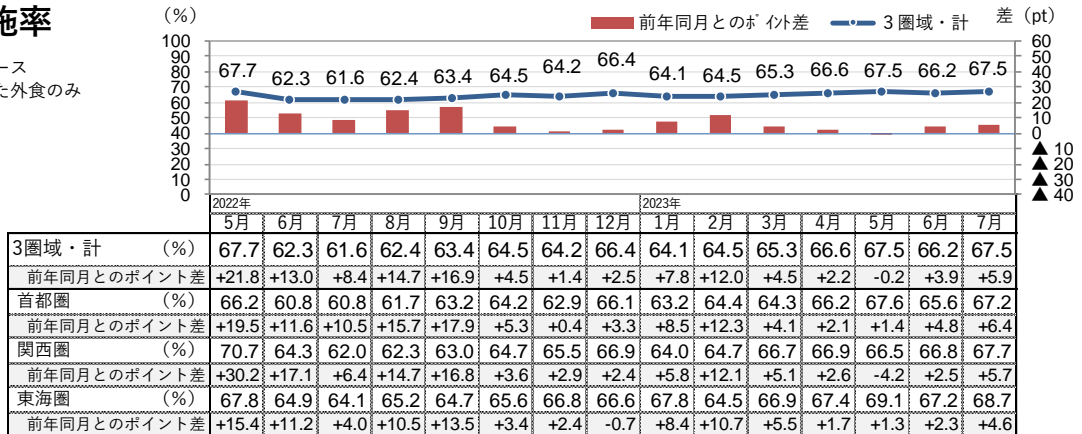
- ・ 外食1回につき次の26分類から当てはまるものを1つ聴取、本リリースではうち16業態を掲出。

選択肢	1 和食料理店（すし、割烹、料亭、郷土料理専門店等）	選択肢	13 居酒屋（焼鳥、串焼き、串揚げ等、飲酒メインの業態を含む）	飲酒主体	
	2 中華料理店（ラーメン専業店は除く）		14 バー、パブ、ワインバー、ビアホール、パブ		
	3 レストラン（ファミリーレストラン以外）、食堂、ダイニング、洋食店（フレンチ・イタリアン以外）		15 カラオケボックス		
	4 フレンチ・イタリアン料理店（ファミリーレストラン以外）		16 スナック、ナイトクラブ、キャバレー		
	5 アジアン料理店		17 その他の飲酒を主体とする業態の店		
	6 その他の各国料理店		18 ファストフード（ハンバーガー、サンドイッチ等）		
	7 焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専業店		19 牛丼、カレー等、一品もの専業業態		軽食主体
	8 お好み焼き、鉄板焼き等の専業店		20 立食のラーメン、うどん・そば業態		
	9 すき焼き、しゃぶしゃぶ、鍋、おでん等の専業店		21 喫茶店・カフェ		
	10 ファミリーレストラン、回転すし等		22 コンビニエンスストアやスーパーマーケット等のイートインスペース		
	11 ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専業店		23 その他の軽食を主体とする業態の店		
	12 その他の食事を主体とする業態の店		24 ホテルや各種会場（披露宴・セレモニー等）		
	25 旅行・出張先のホテルや旅館				
	26 その他				

調査結果

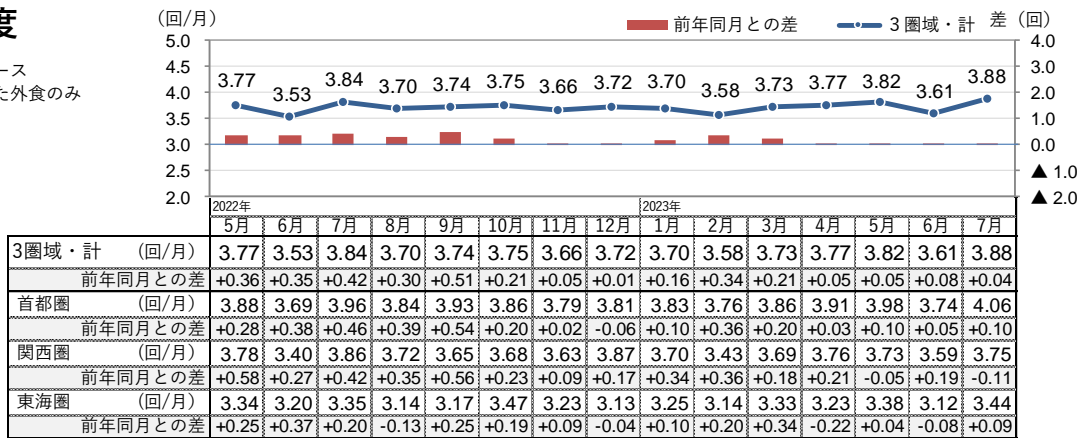
1. 外食実施率

※個人単位集計ベース
※圏域内で行われた外食のみ



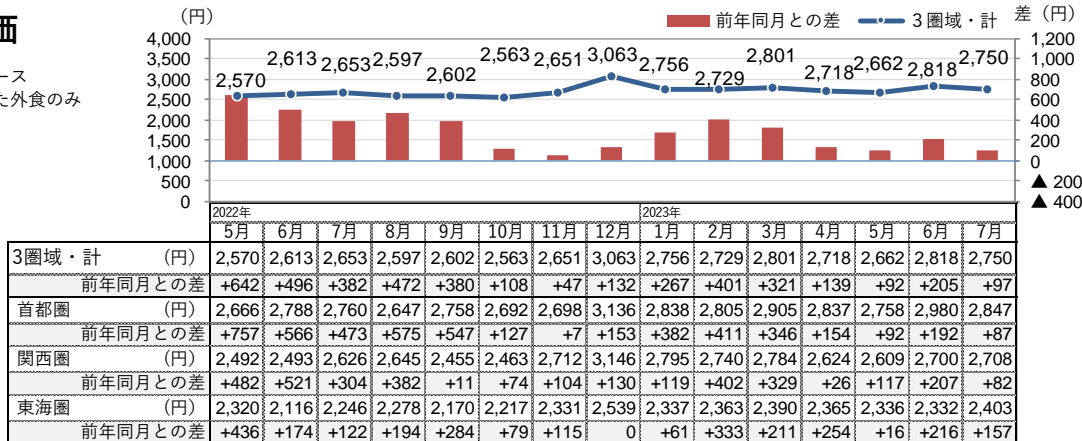
2. 外食頻度

※個人単位集計ベース
※圏域内で行われた外食のみ
※外食実施者のみ



3. 外食単価

※外食単位集計ベース
※圏域内で行われた外食のみ
※外食実施者のみ

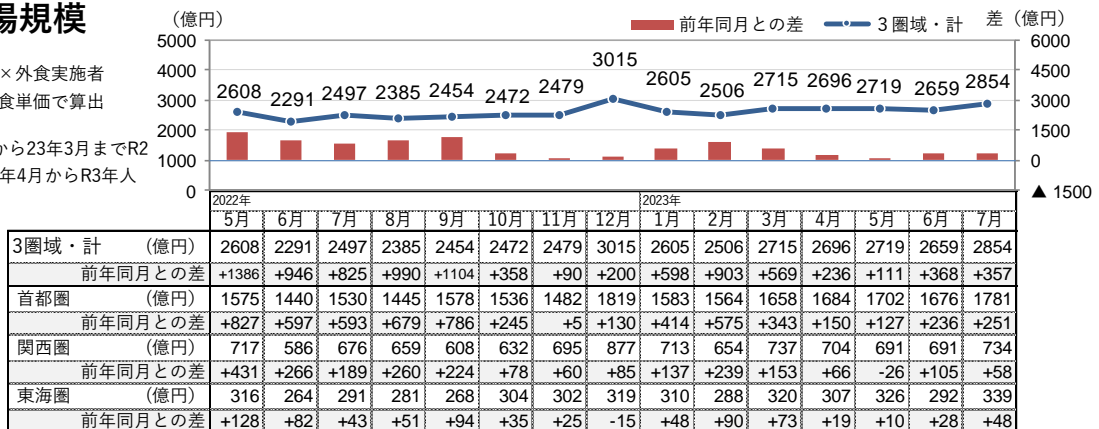


4. 外食市場規模

※人口×外食実施率×外食実施者の平均外食頻度×外食単価で算出

※人口は、22年4月から23年3月までR2年国勢調査人口、23年4月からR3年人口推計を使用

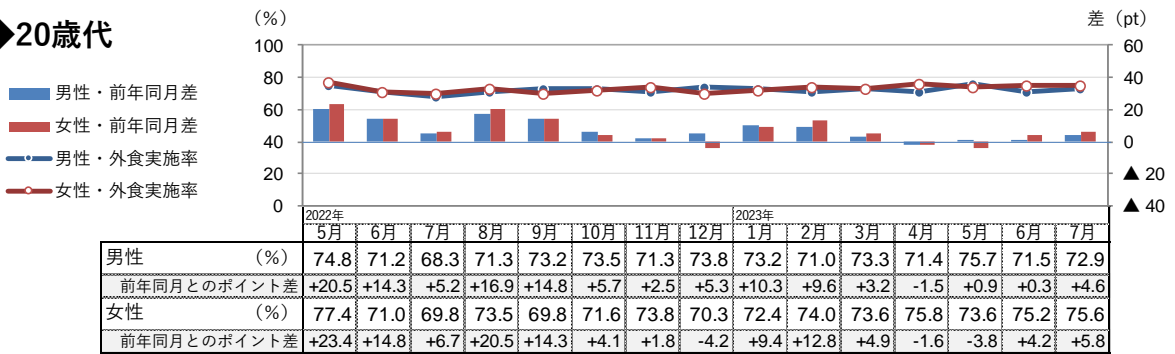
<参考>22年度→23年度の基準人口の増減率
3圏域・計：-0.6%
首都圏：-0.5%
関西圏：-0.9%
東海圏：-0.8%



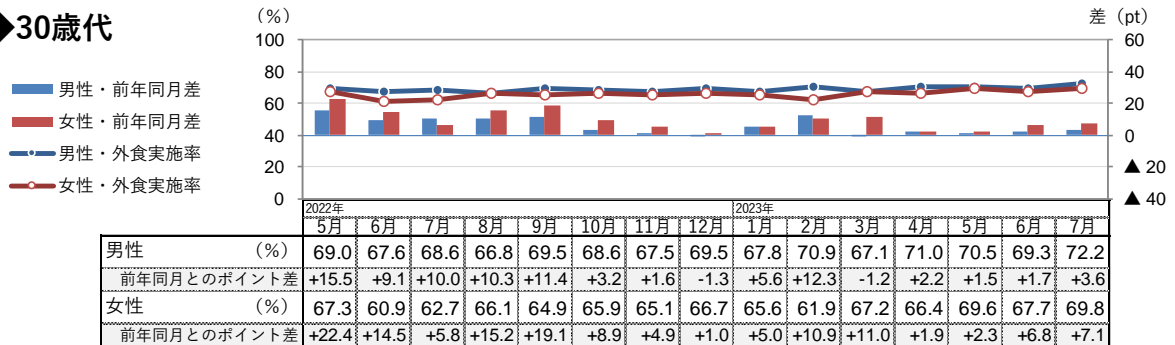
5.性年代別 外食実施率 【3圏域・計】

※個人単位集計ベース
※圏域内で行われた外食のみ

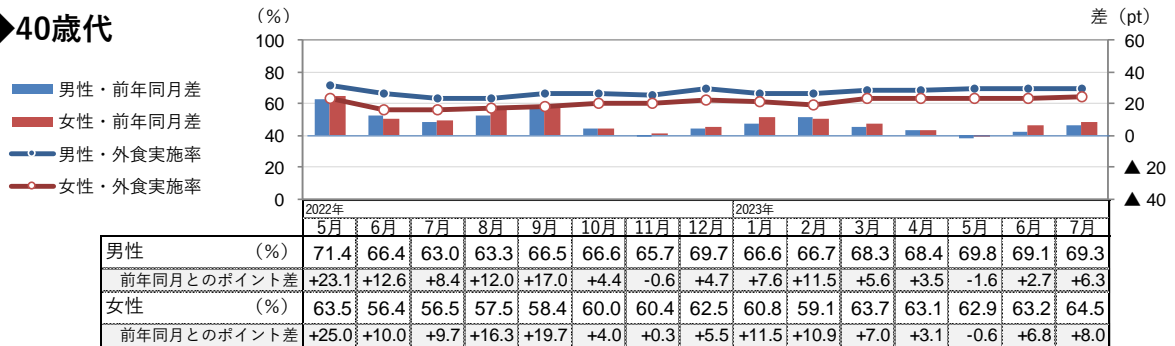
◆20歳代



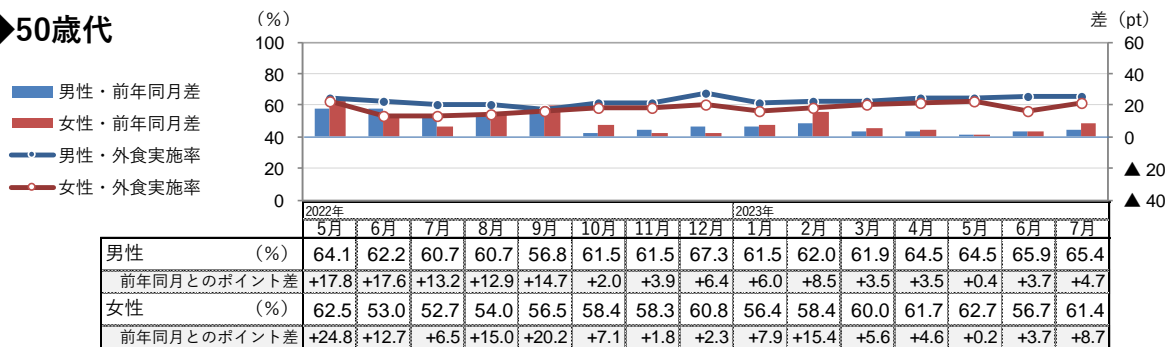
◆30歳代



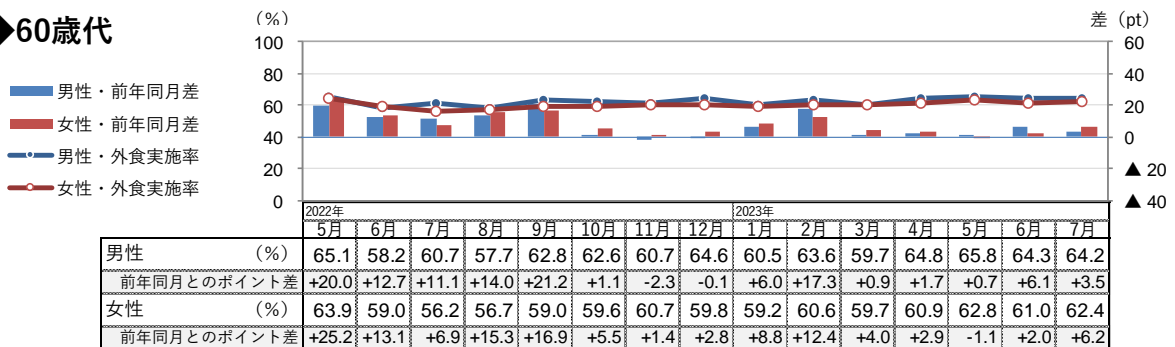
◆40歳代



◆50歳代



◆60歳代

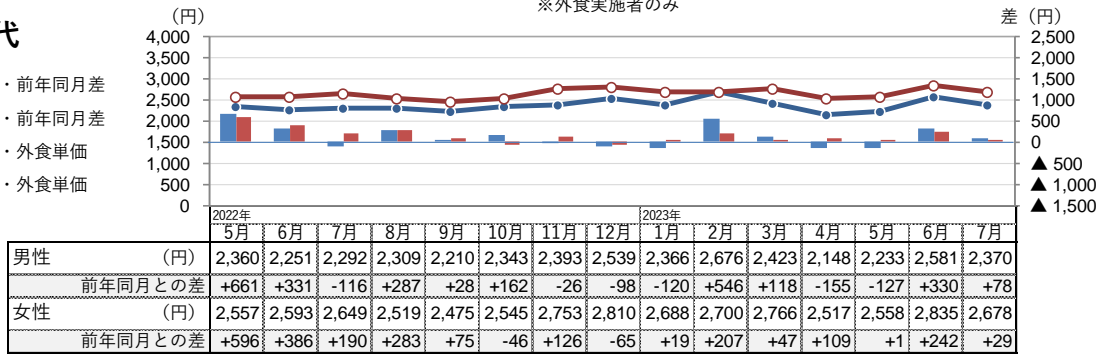


6. 性年代別 外食単価 【3圏域・計】

※外食単位集計ベース
 ※圏域内で行われた外食のみ
 ※外食実施者のみ

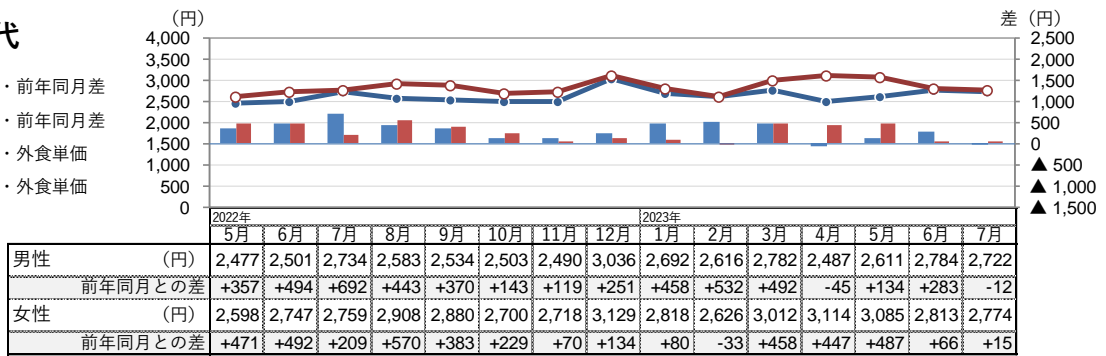
◆20歳代

■ 男性・前年同月差
 ■ 女性・前年同月差
 ● 男性・外食単価
 ● 女性・外食単価



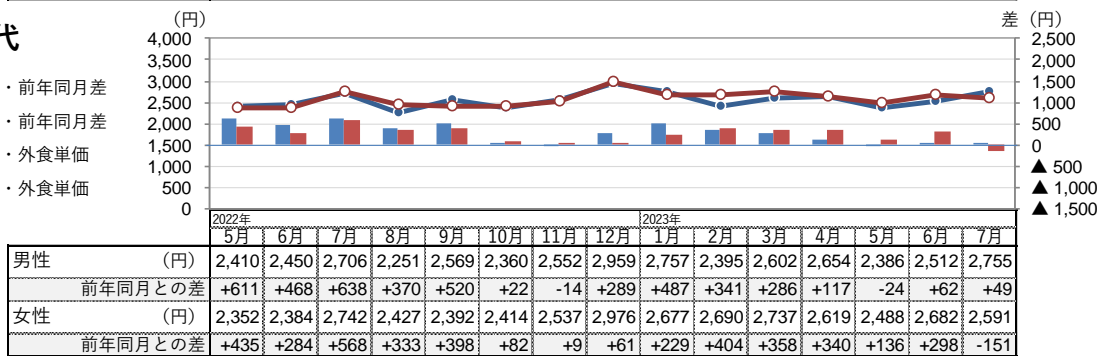
◆30歳代

■ 男性・前年同月差
 ■ 女性・前年同月差
 ● 男性・外食単価
 ● 女性・外食単価



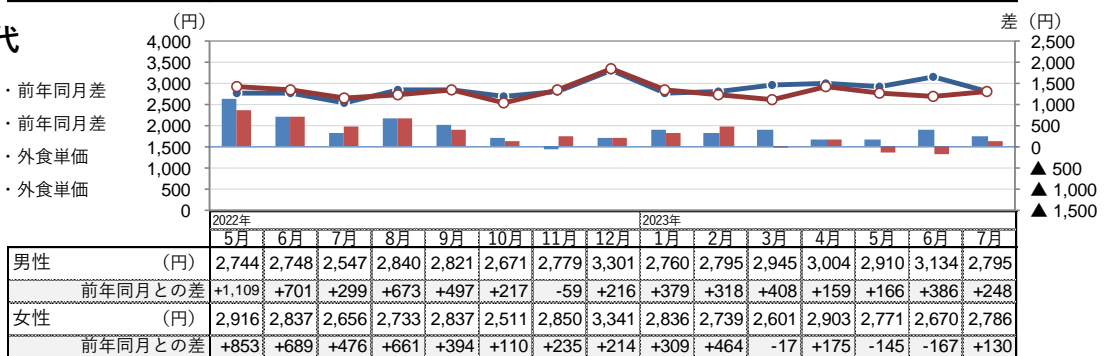
◆40歳代

■ 男性・前年同月差
 ■ 女性・前年同月差
 ● 男性・外食単価
 ● 女性・外食単価



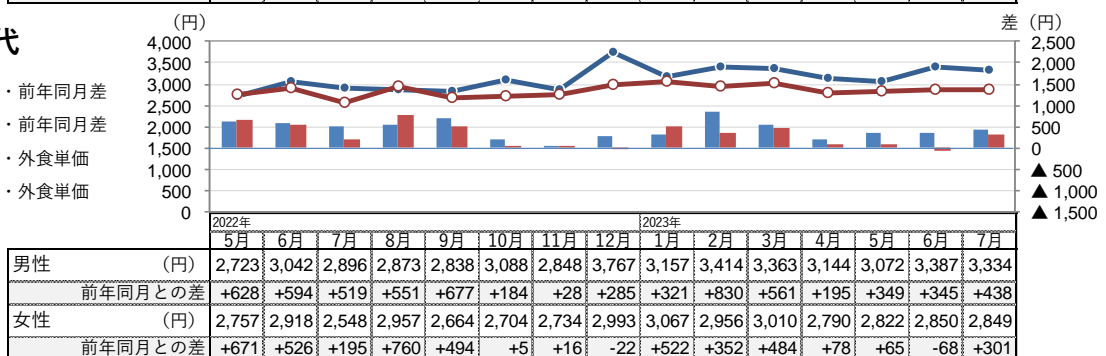
◆50歳代

■ 男性・前年同月差
 ■ 女性・前年同月差
 ● 男性・外食単価
 ● 女性・外食単価



◆60歳代

■ 男性・前年同月差
 ■ 女性・前年同月差
 ● 男性・外食単価
 ● 女性・外食単価



8.業態別 外食単価・延べ外食回数

※外食単価は、各業態の店で行われた外食ベース

※延べ外食回数は、各圏域の延べ外食回数×各圏域における業態シェアで算出

※業態は、26分類のうち16業態を掲出

※外食市場規模、延べ外食回数「0」は、小数点第一位で四捨五入され0になったもの

【3圏域・計】

	2023年7月															
	食事主体の店								飲酒主体の店				軽食主体の店			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
	和食料理店(すし、割烹、料亭、郷土料理専門店等)	中華料理店(ラーメン専門店は除く)	レストラン、食堂、ダイニング、洋食店	フレンチ・イタリアン料理店(ファミリーレストラン以外)	アジア料理店	焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店	お好み焼き、鉄板焼き等の専門店	すき焼き、しゃぶしゃぶ、鍋、おでん等の専門店	ファミリールーメン、そば、うどん、パン、回転すし等	ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店	居酒屋(焼鳥、串焼き、串揚げ等、飲酒メインの業態含む)	バー、パル、ワイケボック、ビアホール、パブ	カラオケボックス	スナック、ナイトクラブ、ブキャバレー	ファストフード(ﾊﾝﾄﾞｳｯﾁ等)	牛丼、カレー等、一品もの専売業態
外食市場規模 (億円)	446	191	153	215	70	324	46	50	212	150	582	93	5	44	23	31
前年同月との差	+26	+22	-5	+19	+14	+20	-6	+10	+13	+14	+146	+7	-4	+7	+6	+7
外食単価 (円)	4,167	2,422	2,408	4,488	3,050	3,691	2,743	3,525	1,579	1,181	3,869	4,323	2,503	11,553	920	806
前年同月との差	-5	+80	+73	-39	+393	-44	-154	-21	+31	+61	+202	-228	-1,005	+2,176	+114	+20
延べ外食回数 (万回)	1071	789	634	480	228	879	169	141	1341	1270	1505	216	19	38	247	379
前年同月との差	+63	+68	-42	+48	+19	+66	-10	+27	+57	+58	+316	+27	-6	-2	+33	+71

↑ファミリーレストラン以外、フレンチ・イタリアン以外

【首都圏】

	2023年7月															
	食事主体の店								飲酒主体の店				軽食主体の店			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
	和食料理店(すし、割烹、料亭、郷土料理専門店等)	中華料理店(ラーメン専門店は除く)	レストラン、食堂、ダイニング、洋食店	フレンチ・イタリアン料理店(ファミリーレストラン以外)	アジア料理店	焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店	お好み焼き、鉄板焼き等の専門店	すき焼き、しゃぶしゃぶ、鍋、おでん等の専門店	ファミリールーメン、そば、うどん、パン、回転すし等	ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店	居酒屋(焼鳥、串焼き、串揚げ等、飲酒メインの業態含む)	バー、パル、ワイケボック、ビアホール、パブ	カラオケボックス	スナック、ナイトクラブ、ブキャバレー	ファストフード(ﾊﾝﾄﾞｳｯﾁ等)	牛丼、カレー等、一品もの専売業態
外食市場規模 (億円)	267	119	98	151	48	183	24	32	133	89	380	64	3	28	13	19
前年同月との差	+10	+14	-3	+24	+13	+5	-3	+9	+16	+8	+107	+6	-4	+6	+3	+2
外食単価 (円)	4,326	2,563	2,647	4,643	3,008	3,800	3,108	3,772	1,613	1,183	3,843	4,397	2,726	14,049	975	790
前年同月との差	-156	+100	+36	+40	+336	-14	-408	+353	+57	+73	+13	-379	-1,320	+2,381	+129	+8
延べ外食回数 (万回)	616	466	369	325	160	481	77	85	822	756	989	146	13	20	135	245
前年同月との差	+43	+39	-17	+48	+28	+15	0	+17	+71	+23	+277	+25	-5	+1	+12	+30

↑ファミリーレストラン以外、フレンチ・イタリアン以外

【関西圏】

	2023年7月															
	食事主体の店								飲酒主体の店				軽食主体の店			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
	和食料理店(すし、割烹、料亭、郷土料理専門店等)	中華料理店(ラーメン専門店は除く)	レストラン、食堂、ダイニング、洋食店	フレンチ・イタリアン料理店(ファミリーレストラン以外)	アジア料理店	焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店	お好み焼き、鉄板焼き等の専門店	すき焼き、しゃぶしゃぶ、鍋、おでん等の専門店	ファミリールーメン、そば、うどん、パン、回転すし等	ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店	居酒屋(焼鳥、串焼き、串揚げ等、飲酒メインの業態含む)	バー、パル、ワイケボック、ビアホール、パブ	カラオケボックス	スナック、ナイトクラブ、ブキャバレー	ファストフード(ﾊﾝﾄﾞｳｯﾁ等)	牛丼、カレー等、一品もの専売業態
外食市場規模 (億円)	131	50	36	43	15	96	18	12	48	37	137	21	1	11	7	7
前年同月との差	+16	+3	-7	-7	-1	+14	-3	+3	-1	+4	+14	-1	0	-1	+3	+2
外食単価 (円)	4,230	2,272	2,136	4,093	3,197	3,860	2,499	3,226	1,556	1,184	3,752	3,832	2,025	8,922	833	836
前年同月との差	+165	+19	+64	-268	+583	+29	-4	-439	-55	+20	+404	-270	+5	+2,480	+128	+44
延べ外食回数 (万回)	309	218	170	105	47	249	72	36	308	308	366	55	5	12	78	89
前年同月との差	+25	+9	-36	-10	-13	+34	-12	+11	+1	+23	-1	+2	0	-6	+19	+22

↑ファミリーレストラン以外、フレンチ・イタリアン以外

【東海圏】

	2023年7月															
	食事主体の店								飲酒主体の店				軽食主体の店			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
	和食料理店(すし、割烹、料亭、郷土料理専門店等)	中華料理店(ラーメン専門店は除く)	レストラン、食堂、ダイニング、洋食店	フレンチ・イタリアン料理店(ファミリーレストラン以外)	アジア料理店	焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店	お好み焼き、鉄板焼き等の専門店	すき焼き、しゃぶしゃぶ、鍋、おでん等の専門店	ファミリールーメン、そば、うどん、パン、回転すし等	ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店	居酒屋(焼鳥、串焼き、串揚げ等、飲酒メインの業態含む)	バー、パル、ワイケボック、ビアホール、パブ	カラオケボックス	スナック、ナイトクラブ、ブキャバレー	ファストフード(ﾊﾝﾄﾞｳｯﾁ等)	牛丼、カレー等、一品もの専売業態
外食市場規模 (億円)	49	22	19	22	7	46	4	6	31	24	65	8	0	5	3	4
前年同月との差	0	+5	+4	+4	+2	+2	0	-2	-1	+3	+24	+2	-1	+1	0	+2
外食単価 (円)	3,365	2,111	1,967	4,315	3,042	3,064	2,208	3,028	1,480	1,167	4,330	5,417	2,147	8,378	899	835
前年同月との差	+161	+158	+249	-170	+355	-234	+77	-786	+47	+77	+644	+1,171	-494	-4,607	+60	+36
延べ外食回数 (万回)	146	106	95	50	21	149	19	21	211	205	150	15	1	6	34	44
前年同月との差	-6	+21	+10	+9	+4	+17	+1	0	-16	+11	+40	+1	-1	+3	+3	+18

↑ファミリーレストラン以外、フレンチ・イタリアン以外

<参考> 過去調査の調査概要

		2022年 5月度	2022年 6月度	2022年 7月度	2022年 8月度	2022年 9月度	2022年 10月度	2022年 11月度		
事前調査	実施期間	22/4/19 (火) ~4/28 (木)	22/5/19 (木) ~5/31 (火)	22/6/21 (火) ~6/30 (木)	22/7/20 (水) ~8/1 (月)	22/8/19 (金) ~9/1 (木)	22/9/20 (火) ~9/30 (金)	22/10/18 (火) ~10/31 (月)		
	配信数(件)	318,983	463,675	476,023	506,605	500,752	507,998	503,149		
	回収数(件)	44,211	31,449	29,317	32,797	34,249	32,570	32,378		
	回収率	13.9%	6.8%	6.2%	6.5%	6.8%	6.4%	6.4%		
	本調査対象者数(件)	15,888	15,284	14,747	14,789	14,197	14,741	14,474		
本調査	実施期間	22/6/1 (水) ~6/13 (月)	22/7/1 (金) ~7/8 (金)	22/8/1 (月) ~8/9 (火)	22/9/1 (木) ~9/12 (月)	22/9/30 (金) ~10/11 (火)	22/11/1 (火) ~11/8 (火)	22/12/1 (木) ~12/8 (木)		
	配信数(件)	12,602	12,539	12,428	12,522	12,448	12,593	12,726		
	回収数(件)	6,298	9,762	10,128	10,220	10,037	9,870	9,816		
	回収率	50.0%	77.9%	81.5%	81.6%	80.6%	78.4%	77.1%		
	有効回答数(件)	6,239	9,666	10,027	10,116	9,939	9,790	9,731		
集計サンプル数	個人単位	居住圏域	3圏域計(件)	6,239	9,666	10,027	10,116	9,939	9,790	9,731
			首都圏(件)	3,608	5,590	5,799	5,850	5,748	5,662	5,628
			関西圏(件)	1,687	2,614	2,712	2,736	2,688	2,648	2,632
			東海圏(件)	944	1,462	1,517	1,530	1,503	1,481	1,472
	外食単位	消費圏域	3圏域計(件)	15,903	21,283	23,710	23,336	23,548	23,716	22,862
			首都圏(件)	9,260	12,544	13,968	13,870	14,283	14,033	13,427
			関西圏(件)	4,506	5,708	6,484	6,332	6,179	6,308	6,266
			東海圏(件)	2,137	3,031	3,258	3,133	3,086	3,375	3,170

※集計サンプル数はウェイトバックによる補正後の件数

※外食単位は、圏域内で行われた外食のみ

		2022年 12月度	2023年 1月度	2023年 2月度	2023年 3月度	2023年 4月度	2023年 5月度	2023年 6月度		
事前調査	実施期間	22/11/18 (金) ~11/30 (水)	22/12/14 (水) ~12/28 (水)	23/1/18 (水) ~1/31 (火)	23/2/15 (水) ~2/28 (火)	23/3/20 (月) ~4/3 (月)	23/4/19 (水) ~5/1 (月)	23/5/19 (金) ~6/2 (金)		
	配信数(件)	500,533	505,173	493,042	480,074	494,669	497,545	495,060		
	回収数(件)	36,689	32,776	33,328	31,607	31,126	30,091	33,578		
	回収率	7.3%	6.5%	6.8%	6.6%	6.3%	6.0%	6.8%		
	本調査対象者数(件)	15,080	14,148	14,252	14,159	13,116	12,896	13,114		
本調査	実施期間	23/1/4 (水) ~1/12 (木)	23/2/1 (水) ~2/9 (木)	23/3/1 (水) ~3/8 (水)	23/3/31 (金) ~4/10 (月)	23/5/1 (月) ~5/11 (木)	23/6/1 (木) ~6/9 (金)	23/6/30 (金) ~7/10 (月)		
	配信数(件)	12,596	12,725	12,742	12,844	12,735	12,548	12,559		
	回収数(件)	9,767	9,863	9,508	10,114	9,728	9,778	9,654		
	回収率	77.5%	77.5%	74.6%	78.7%	76.4%	77.9%	76.9%		
	有効回答数(件)	9,680	9,860	9,421	10,103	9,608	9,701	9,561		
集計サンプル数	個人単位	居住圏域	3圏域計(件)	9,680	9,860	9,421	10,103	9,608	9,701	9,561
			首都圏(件)	5,598	5,702	5,448	5,843	5,566	5,620	5,539
			関西圏(件)	2,618	2,666	2,548	2,732	2,592	2,617	2,579
			東海圏(件)	1,464	1,491	1,425	1,528	1,450	1,464	1,443
	外食単位	消費圏域	3圏域計(件)	23,934	23,415	21,731	24,603	24,095	25,054	22,808
			首都圏(件)	14,102	13,812	13,198	14,480	14,418	15,136	13,597
			関西圏(件)	6,776	6,318	5,650	6,723	6,521	6,494	6,183
			東海圏(件)	3,055	3,286	2,883	3,401	3,156	3,424	3,028

※集計サンプル数はウェイトバックによる補正後の件数

※外食単位は、圏域内で行われた外食のみ

<参考> コロナ禍前（2019年）との比較

1. 延べ外出回数

	2022年 8月	2022年 9月	2022年 10月	2022年 11月	2022年 12月	2023年 1月	2023年 2月	2023年 3月	2023年 4月	2023年 5月	2023年 6月	2023年 7月
3圏域・計 (万回)	9183	9432	9644	9353	9843	9454	9183	9695	9920	10216	9437	10377
対19年比	66.4%	72.8%	77.7%	70.6%	72.5%	76.1%	75.1%	69.8%	75.4%	77.1%	72.5%	78.5%

2. 外食単価

	2022年 8月	2022年 9月	2022年 10月	2022年 11月	2022年 12月	2023年 1月	2023年 2月	2023年 3月	2023年 4月	2023年 5月	2023年 6月	2023年 7月
3圏域・計 (円)	2,597	2,602	2,563	2,651	3,063	2,756	2,729	2,801	2,718	2,662	2,818	2,750
対19年比	103.3%	106.3%	101.4%	103.4%	103.0%	105.6%	105.8%	106.1%	104.4%	108.9%	109.8%	104.5%

3. 外食市場規模

	2022年 8月	2022年 9月	2022年 10月	2022年 11月	2022年 12月	2023年 1月	2023年 2月	2023年 3月	2023年 4月	2023年 5月	2023年 6月	2023年 7月
3圏域・計 (億円)	2385	2454	2472	2479	3015	2605	2506	2715	2696	2719	2659	2854
対19年比	68.6%	77.4%	78.7%	73.1%	74.6%	80.4%	79.5%	74.0%	78.7%	84.0%	79.6%	82.1%

P1※1 外食：夕方以降の食事について、お店で食事した場合を対象。消費地の範囲として、各圏域の居住者が各圏域の対象都府県内で行った外食を対象としており、圏域外で行った外食は含んでいない。また、夕方以降、1日2回までの外食を含む

P1※2 外食頻度：外食実施者の1ヵ月あたりの平均外出回数

P1※3 外食市場規模：各圏域の当該年齢人口（2022年4月から2023年3月までR2年国勢調査人口、2023年4月からR3年人口推計）×外食実施率×外食頻度×外食単価で算出

（参考）基準人口（前年度比）は、3圏域・計：-0.6%、首都圏：-0.5%、関西圏：-0.9%、東海圏：-0.8%

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/>