

外食市場調査（2024年10月度）

2024年10月の外食市場規模は2948億円（前年同月比+180億円・東名阪3圏域計）

2019年比（コロナ禍前比）93.9%で、コロナ禍以降では最も回復

軽食主体業態・計は19年比が102.1%。初めてコロナ禍前を上回る

【今月のポイント】

- 外食市場規模の2019年同月比（コロナ禍前比）は93.9%（前月同90.9%）。3ヶ月連続して回復
- 軽食主体業態・計（19年比102.1%）は初めてコロナ禍前の市場規模を上回った

2024年10月の外食市場規模は、3圏域合計で2948億円。前年同月比（以下、前年比）は+180億円。市場規模の2019年同月比（コロナ禍前比、以下19年比）は93.9%で、前月の同90.9%を上回った（P10参照）。19年比の改善は3ヶ月連続でコロナ禍以降では最も回復した。外食頻度が19年比94.6%（前月同90.0%）と回復し、外食単価の伸び（19年比113.6%）と相まって市場規模の回復につながった。市場規模の食事主体業態・計は19年比100.4%（前月同97.3%）、飲酒主体業態・計は同80.3%（同78.0%）、軽食主体業態・計は同102.1%（同98.8%）で、軽食主体業態・計がコロナ禍前実績を上回ったのは初。主要16業態については、14業態で市場規模が前年を上回り、19年比では「ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店」（117.3%）、「アジアン料理店」（110.1%）等、9業態がコロナ禍前を上回る市場規模であった。主要16業態中過半数がコロナ禍前市場規模を上回ったのも初めてのことである。

【3圏域計（首都圏・関西圏・東海圏）】 [P3]

- 2024年10月の外食（※1）実施率は67.8%（前月比増減-1.6pt、前年比増減+0.7pt）
- 2024年10月の外食頻度（※2）は3.84回/月（前月比増減+0.11回、前年比増減-0.01回）
- 2024年10月の外食単価は2,873円（前月比増減+56円、前年比増減+169円）
- 2024年10月の外食市場規模（※3）は2948億円（前月比増減+69億円、前年比増減+180億円）

※1 ※2 ※3 P10 参照

【圏域別】 [P3]

- 外食実施率は、首都圏：67.6%（前年比増減+1.7pt）、関西圏：66.6%（同-2.1pt）、東海圏：70.2%（同+1.3pt）
- 外食頻度は、首都圏：4.01回/月（前年比増減-0.04回）、関西圏：3.83回/月（同+0.08回）、東海圏：3.24回/月（同-0.11回）
- 外食単価は、首都圏：2,980円（前年比増減+155円）、関西圏：2,828円（同+222円）、東海圏：2,475円（同+106円）
- 外食市場規模は、首都圏：1850億円（前年比増減+124億円）、関西圏：764億円（同+48億円）、東海圏：334億円（同+8億円）

【業態別】（3圏域計） [P6-8]

- 業態別の市場規模は、「和食料理店」（前年比増減+25億円）、「ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店」（同+24億円）、「居酒屋」（同+19億円）等、16業態中14業態で前年を上回った。
- 「和食料理店」「居酒屋」は、延べ回数が前年を下回ったが（各-64万回、-6万回）、単価が前年を上回った（各+505円、+145円）。

調査報告書について

株式会社リクルート ホットペッパーグルメ外食総研

<https://www.hotpepper.jp/ggs/>

本件に関するお問い合わせ先

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

外食市場調査（2024年10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）・神奈川県（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）・茨城県の一部	・大阪府全域 ・兵庫県（県北の一部除外） ・京都府（府北の一部除外） ・奈良県の一部 ・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R4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。※23年度の基準人口に、県×性年代別のR3人口推計→R4人口推計の増減率をあてて計算

●サンプル数

実施期間	事前調査					本調査				
	配信数	回収数	回収率	本調査対象者数	実施期間	配信数	回収数	回収率	有効回答数	
2024年9月17日（火）～ 2024年10月4日（金）	513,062件	27,067件	5.3%	10,840件	2024年11月1日（金）～ 2024年11月12日（火）	10,115件	7,727件	76.4%	7,642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
7,642	4,437	2,055	1,150	677	719	897	904	649	665	696	879	887	669
100.0	58.1	26.9	15.0	8.9	9.4	11.7	11.8	8.5	8.7	9.1	11.5	11.6	8.8

上段：件数（件）、下段：構成比（%）

●外食単位

3圏域計	消費圏域		
	首都圏	関西圏	東海圏
19,887	12,030	5,238	2,618
100.0	60.5	26.3	13.2

※2024年4月度より、調査設計を見直したため、全体のサンプル数を削減したが、割付や集計の考え方は変更なし

※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・千葉県・埼玉県・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

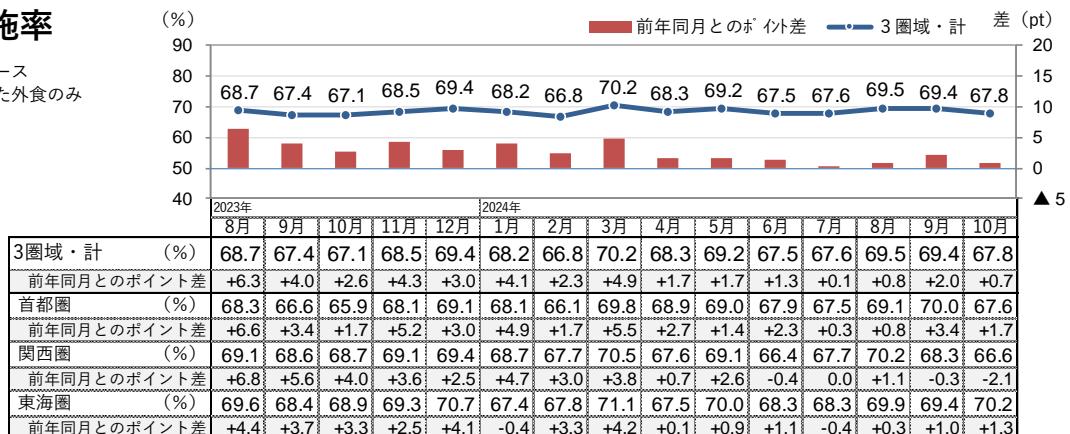
・外食1回につき次の26分類から当てはまるものを1つ聴取、本報告書ではうち16業態を掲出。

選択肢	1 和食料理店（すし、割烹、料亭、郷土料理専門店等）	食事を主とする業態の店	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（ラーメン専門店は除く）		14 バー、バル、ワインバー、ビアホール、バブ	
	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 ファーストフード（ハンバーガー、サンドイッチ等）	
	7 焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店		19 牛丼、カレー等、一品もの専売業態	軽食主体
	8 お好み焼き、鉄板焼き等の専門店		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、おでん等の専門店		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、ピザ等の専門店		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）	その他
			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



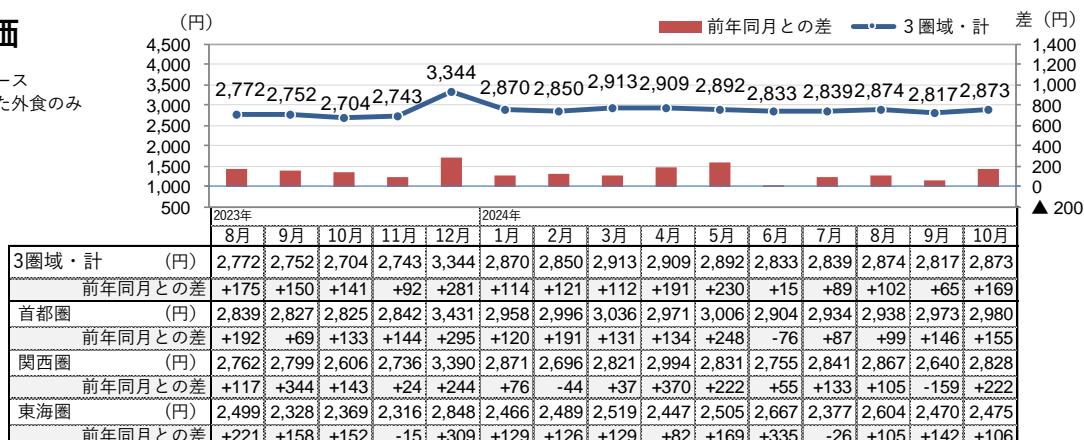
2. 外食頻度

※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、23年4月から24年3月
までR3年人口推計、24年4月から
R4年人口推計を使用

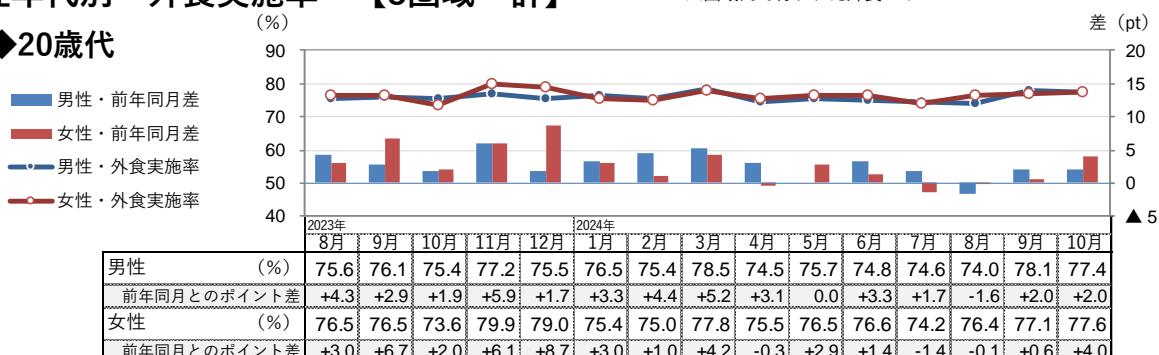
<参考>23年度
→24年度の基準人口
の増減率
3圏域・計 : -0.3%
首都圏 : -0.1%
関西圏 : -0.6%
東海圏 : -0.6%



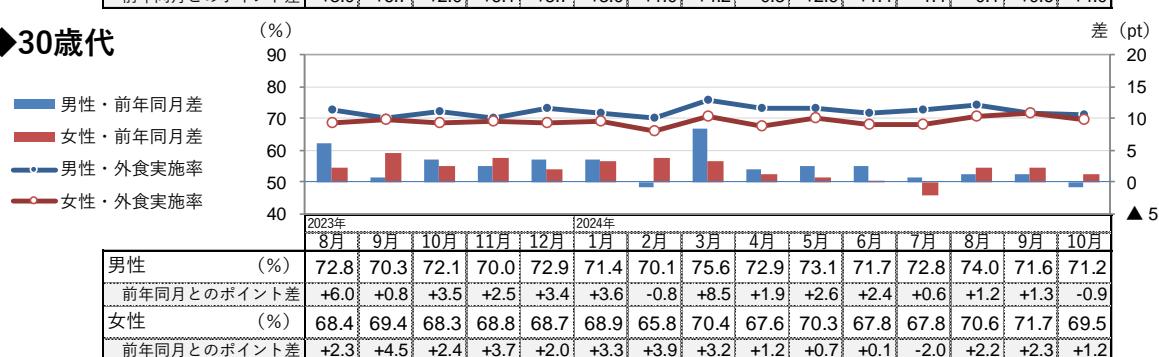
5.性年代別 外食実施率 【3圏域・計】

※個人単位集計ベース
※圏域内で行われた外食のみ

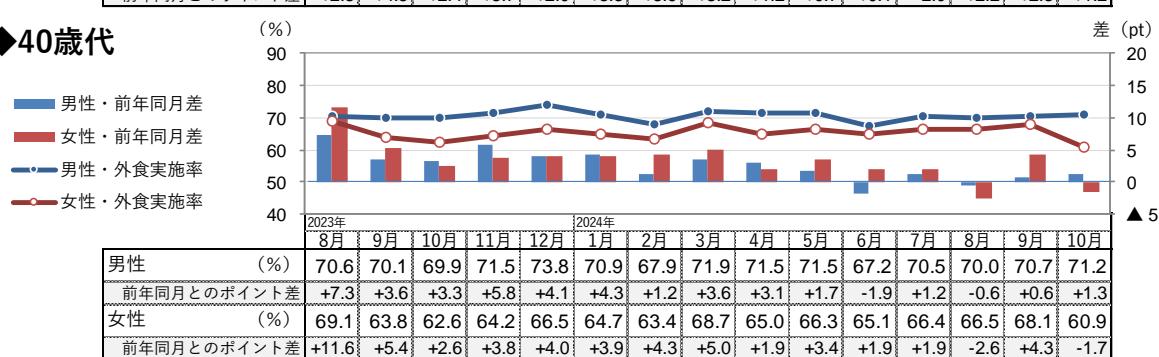
◆20歳代



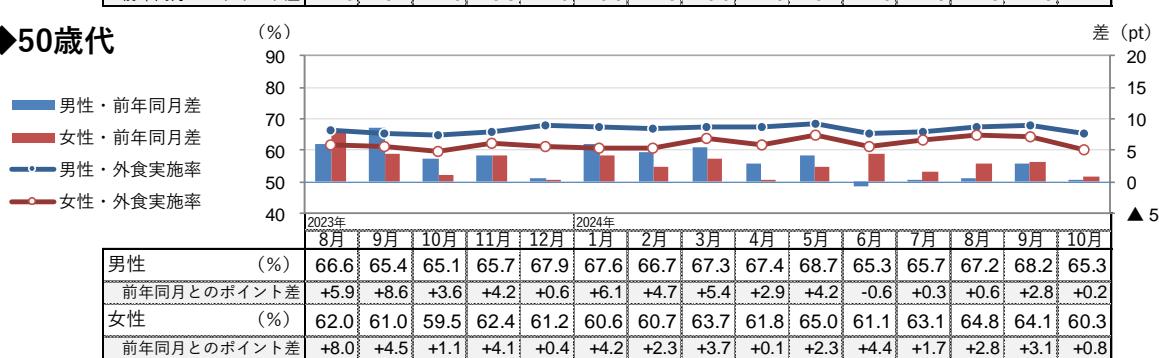
◆30歳代



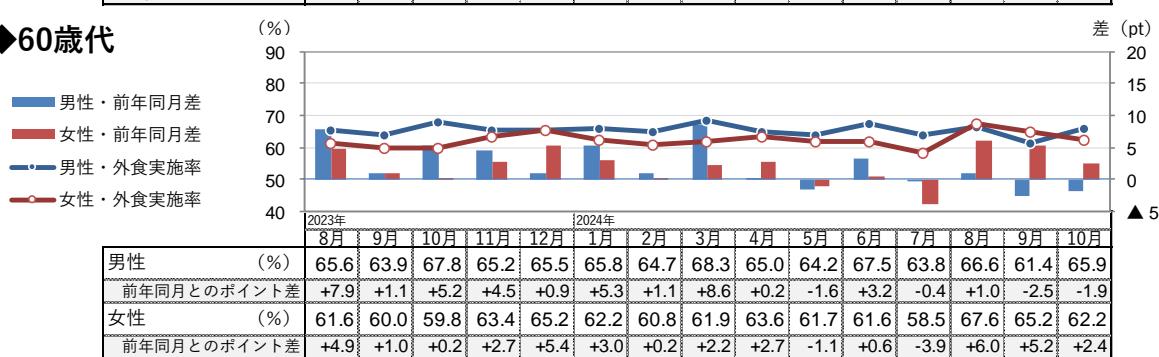
◆40歳代



◆50歳代



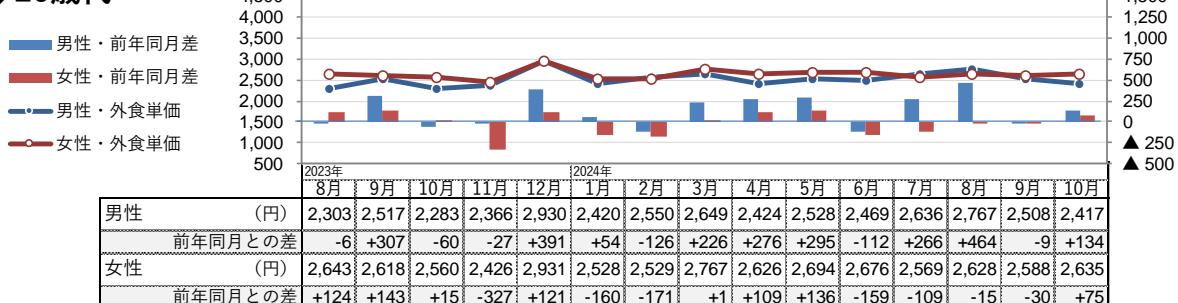
◆60歳代



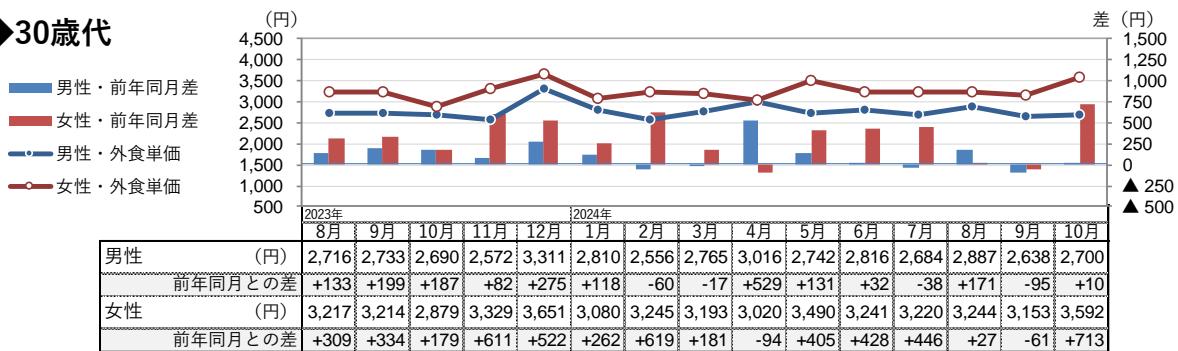
6.性年代別 外食単価 【3圏域・計】

※外食単価集計ベース
※圏域内で行われた外食のみ
※外食実施者のみ

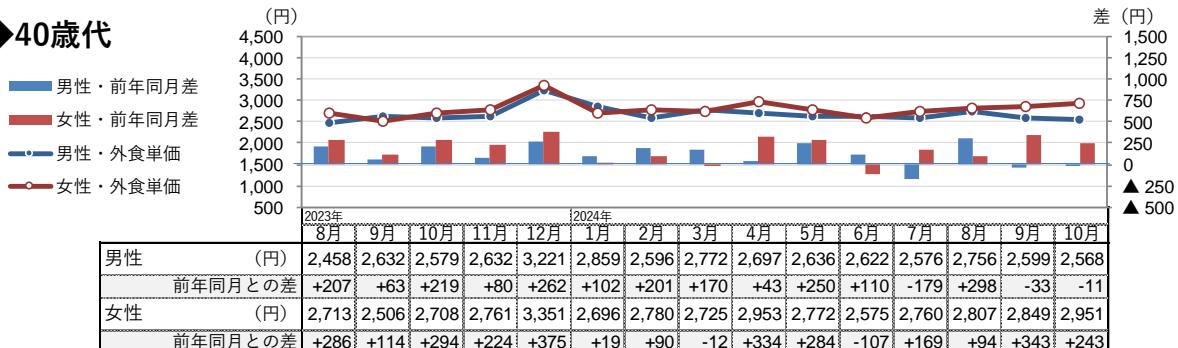
◆20歳代



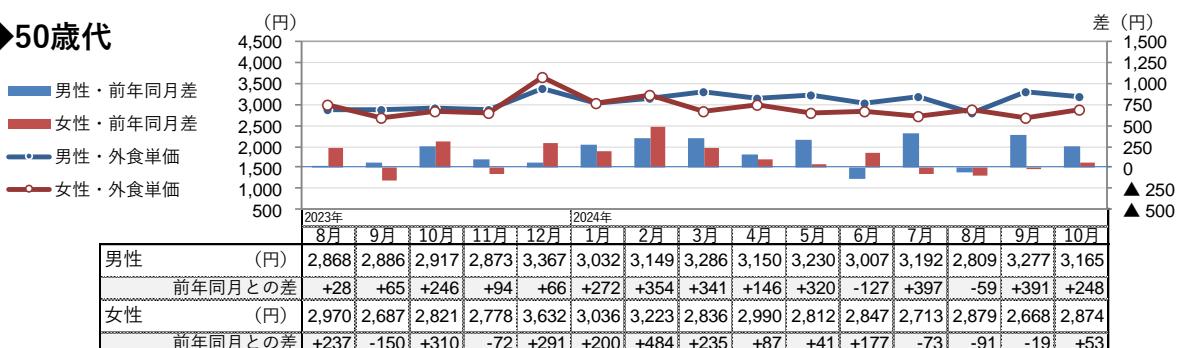
◆30歳代



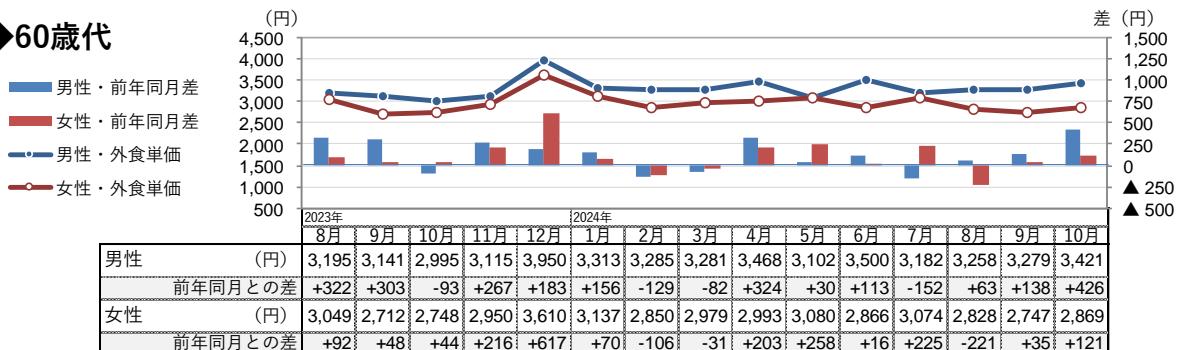
◆40歳代



◆50歳代



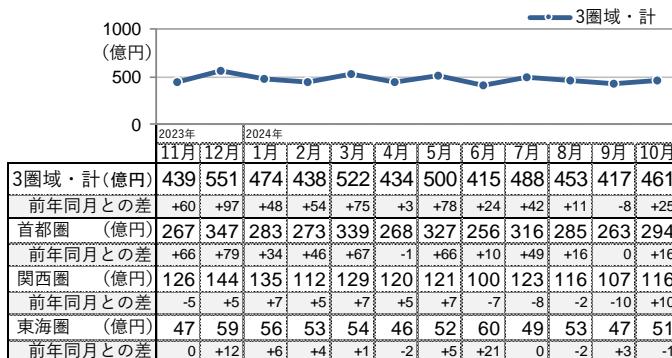
◆60歳代



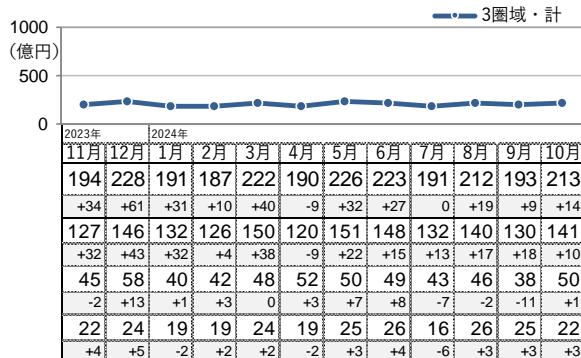
7. 業態別 外食市場規模

※外食市場規模は、各圏域の延べ外食回数×各圏域における業態シェア×各業態の単価で算出
※業態は、26分類のうち16業態を掲出
※外食市場規模「0」は、小数点第一位で四捨五入され0になったもの

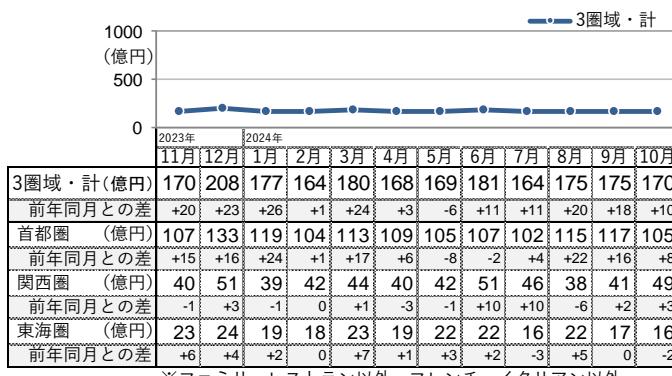
◆和食料理店（すし、割烹、料亭、郷土料理専門店等）



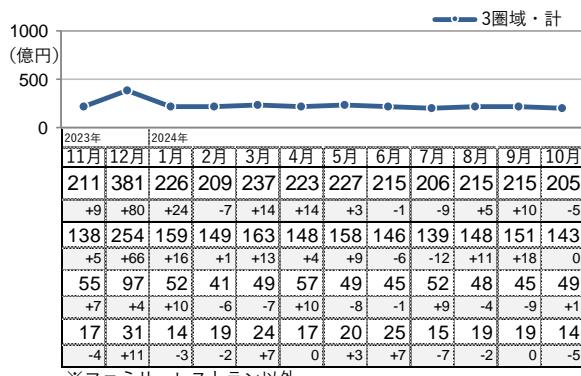
◆中華料理店（ラーメン専門店は除く）



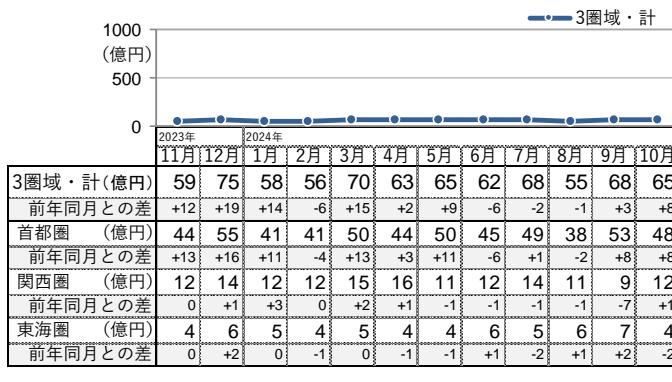
◆レストラン、食堂、ダイニング、洋食店



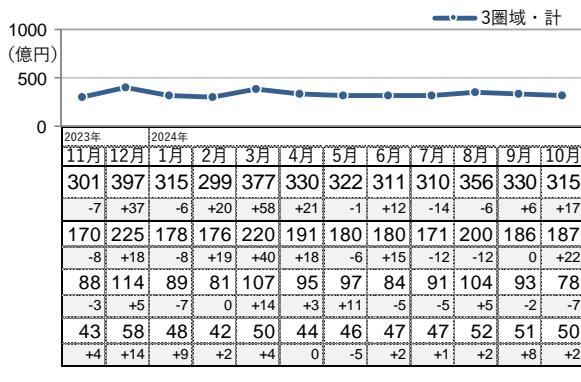
◆フレンチ・イタリアン料理店



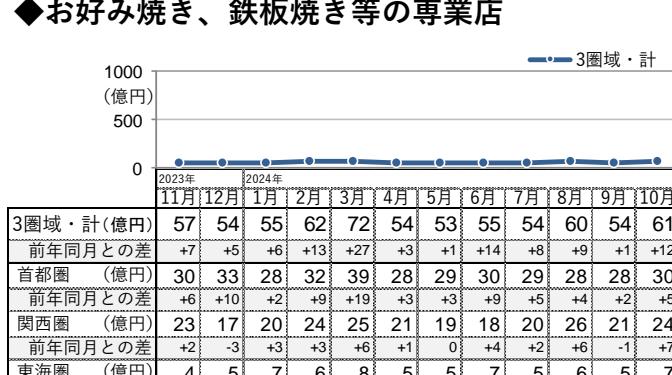
◆アジアン料理店



◆焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専業店



◆お好み焼き、鉄板焼き等の専業店

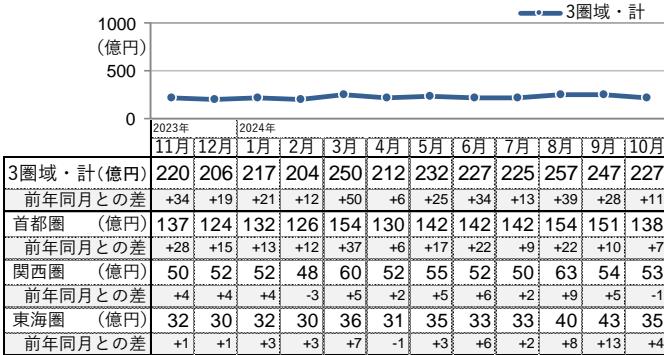


*外食市場規模は、各圏域の延べ外食回数×各圏域における業態シェア×各業態の単価で算出

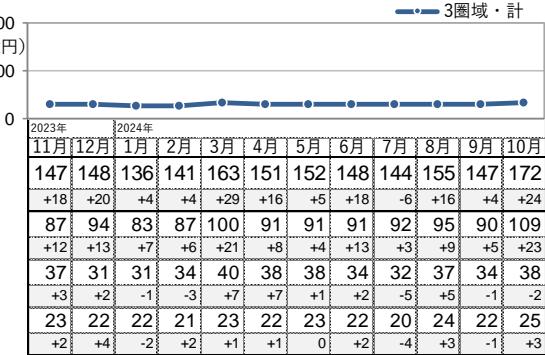
*業態は、26分類のうち16業態を掲出

*外食市場規模「0」は、小数点第一位で四捨五入され0になったもの

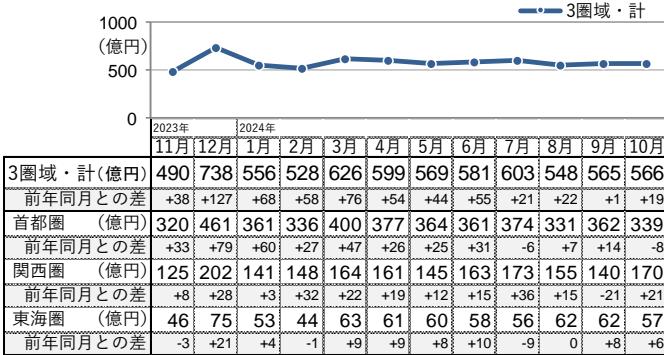
◆ファミリーレストラン、回転すし等



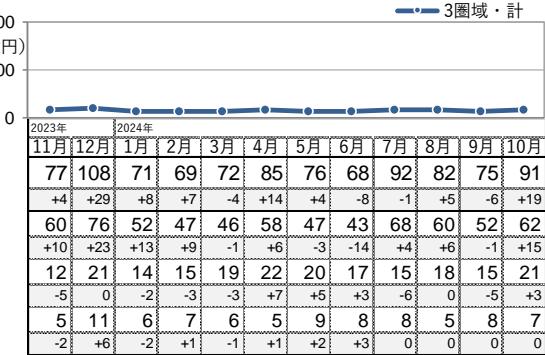
◆ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専業店



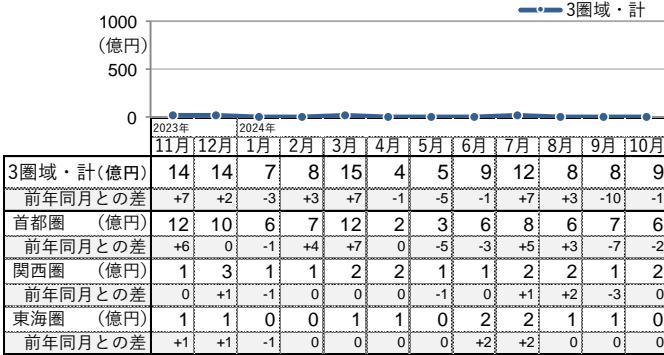
◆居酒屋（焼鳥、串焼き、串揚げ等、飲酒メインの業態を含む）



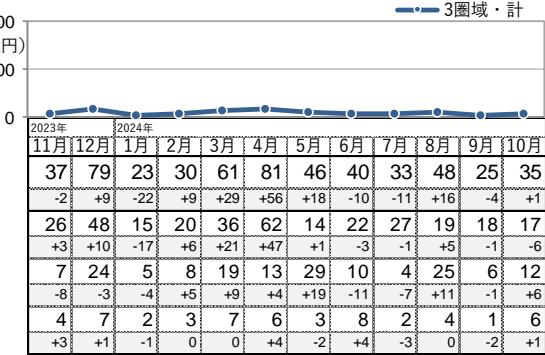
◆バー、バル、ワインバー、ビアホール、パブ



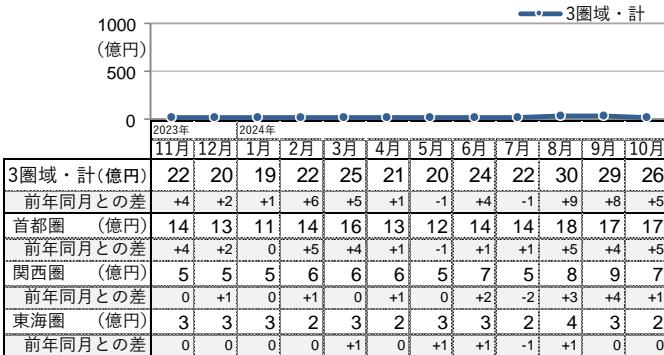
◆カラオケボックス



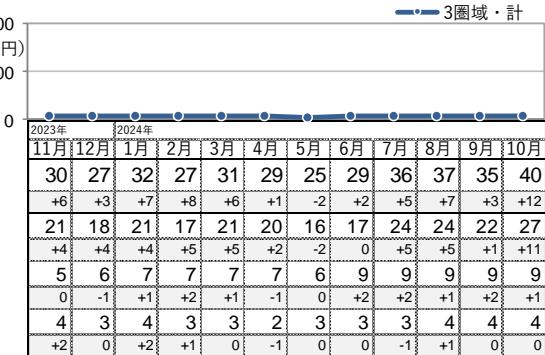
◆スナック、ナイトクラブ、キャバレー



◆ファーストフード（ハンバーガー、サンドイッチ等）



◆牛丼、カレー等、一品もの専売業態



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】

2024年10月																
食事主体の店										飲酒主体の店				軽食主体の店		
1 和食料 理店 (すし, 割烹,料 亭,郷土 料理専 門店等)	2 中華料 理店 (ラー メン専 業店は 除く)	3 レスト ラン,食 堂,ダイ ニング, 洋食店	4 フレン チ・イ ン料理 店	5 アジア ン料理 店	6 焼肉,ス テーキ, ハン バーグ 等の專 業店	7 お好み 焼き,鉄 板焼き 等の專 業店	8 すき焼 き,しゃ ぶしゃ ぶ,鍋, おでん 等の專 業店	9 ファミ リーレ ストラ ン,そ ば,うど ん,バス タ,ビザ 等の專 業店	10 ラーメ ン,そ ば,うど ん,バス タ,ビザ 等の專 業店	11 居酒屋 (焼鳥, 串焼き, 串揚げ 等,飲酒 メインの業 態含む)	12 バー,バ ル,ワイ ンバー, ビア ホール, バブ	13 カラオ ケボック ス	14 スナッ ク,ナイ ト克拉 ブ,キヤ バレー	15 ファス トバー ド(ハ バ-ガ-, サンドイチ 等)	16 牛丼,カ レー等, 一品も の専売 業態	
外食市場規模 (億円)	461	213	170	205	65	315	61	68	227	172	566	91	9	35	26	40
前年同月との差	+25	+14	+10	-5	+8	+17	+12	+15	+11	+24	+19	+19	-1	+1	+5	+12
外食単価 (円)	4,604	2,722	2,688	4,904	3,001	4,066	3,047	4,087	1,675	1,273	3,902	4,247	2,732	7,127	962	854
前年同月との差	+505	+343	+394	+50	+142	+296	+219	+373	+115	+107	+145	+81	-237	-2,470	+41	+35
延べ外食回数 (万回)	1001	782	632	419	216	775	199	165	1354	1354	1450	214	33	49	273	466
前年同月との差	-64	-53	-67	-13	+15	-15	+25	+21	-29	+83	-6	+42	0	+14	+46	+126

↑ 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】

食事主体の店																
食事主体の店										飲酒主体の店				軽食主体の店		
1 和食料 理店 (すし, 割烹,料 亭,郷土 料理専 門店等)	2 中華料 理店 (ラー メン専 業店は 除く)	3 レスト ラン,食 堂,ダイ ニング, 洋食店	4 フレン チ・イ ン料理 店	5 アジア ン料理 店	6 焼肉,ス テーキ, ハン バーグ 等の專 業店	7 お好み 焼き,鉄 板焼き 等の專 業店	8 すき焼 き,しゃ ぶしゃ ぶ,鍋, おでん 等の專 業店	9 ファミ リーレ ストラ ン,そ ば,うど ん,バス タ,ビザ 等の專 業店	10 ラーメ ン,そ ば,うど ん,バス タ,ビザ 等の專 業店	11 居酒屋 (焼鳥, 串焼き, 串揚げ 等,飲酒 メインの業 態含む)	12 バー,バ ル,ワイ ンバー, ビア ホール, バブ	13 カラオ ケボック ス	14 スナッ ク,ナイ ト克拉 ブ,キヤ バレー	15 ファス トバー ド(ハ バ-ガ-, サンドイチ 等)	16 牛丼,カ レー等, 一品も の専売 業態	
外食市場規模 (億円)	294	141	105	143	48	187	30	38	138	109	339	62	6	17	17	27
前年同月との差	+16	+10	+8	0	+8	+22	+5	+7	+7	+23	-8	+15	-2	-6	+5	+11
外食単価 (円)	4,998	3,096	2,870	5,129	3,146	4,341	3,367	4,084	1,648	1,294	3,917	4,464	2,929	6,456	982	888
前年同月との差	+544	+549	+465	-67	+139	+572	-94	+395	+75	+141	+114	+370	-142	-4,101	+33	+76
延べ外食回数 (万回)	589	455	366	278	154	430	88	94	838	846	864	140	21	27	172	300
前年同月との差	-36	-58	-35	+2	+22	-7	+15	+9	+4	+104	-48	+26	-4	+5	+41	+99

↑ 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】

食事主体の店																
食事主体の店										飲酒主体の店				軽食主体の店		
1 和食料 理店 (すし, 割烹,料 亭,郷土 料理専 門店等)	2 中華料 理店 (ラー メン専 業店は 除く)	3 レスト ラン,食 堂,ダイ ニング, 洋食店	4 フレン チ・イ ン料理 店	5 アジア ン料理 店	6 焼肉,ス テーキ, ハン バーグ 等の專 業店	7 お好み 焼き,鉄 板焼き 等の專 業店	8 すき焼 き,しゃ ぶしゃ ぶ,鍋, おでん 等の專 業店	9 ファミ リーレ ストラ ン,そ ば,うど ん,バス タ,ビザ 等の專 業店	10 ラーメ ン,そ ば,うど ん,バス タ,ビザ 等の專 業店	11 居酒屋 (焼鳥, 串焼き, 串揚げ 等,飲酒 メインの業 態含む)	12 バー,バ ル,ワイ ンバー, ビア ホール, バブ	13 カラオ ケボック ス	14 スナッ ク,ナイ ト克拉 ブ,キヤ バレー	15 ファス トバー ド(ハ バ-ガ-, サンドイチ 等)	16 牛丼,カ レー等, 一品も の専売 業態	
外食市場規模 (億円)	116	50	49	49	12	78	24	21	53	38	170	21	2	12	7	9
前年同月との差	+10	+1	+3	+1	+1	-7	+7	+8	-1	-2	+21	+3	0	+6	+1	+1
外食単価 (円)	4,431	2,212	2,542	4,722	2,706	3,956	2,726	4,328	1,777	1,271	3,849	3,627	2,492	6,957	934	748
前年同月との差	+703	+29	+179	+385	-23	-88	+434	+569	+163	+53	+301	-528	-293	-269	+70	-53
延べ外食回数 (万回)	261	225	191	104	44	198	89	49	301	302	442	59	10	17	75	118
前年同月との差	-24	+2	-3	-7	+2	-12	+13	+15	-33	-28	+21	+16	+3	+9	+5	+21

↑ 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】

食事主体の店																
食事主体の店										飲酒主体の店				軽食主体の店		
1 和食料 理店 (すし, 割烹,料 亭,郷土 料理専 門店等)	2 中華料 理店 (ラー メン専 業店は 除く)	3 レスト ラン,食 堂,ダイ ニング, 洋食店	4 フレン チ・イ ン料理 店	5 アジア ン料理 店	6 焼肉,ス テーキ, ハン バーグ 等の專 業店	7 お好み 焼き,鉄 板焼き 等の專 業店	8 すき焼 き,しゃ ぶしゃ ぶ,鍋, おでん 等の專 業店	9 ファミ リーレ ストラ ン,そ ば,うど ん,バス タ,ビザ 等の專 業店	10 ラーメ ン,そ ば,うど ん,バス タ,ビザ 等の專 業店	11 居酒屋 (焼鳥, 串焼き, 串揚げ 等,飲酒 emainの業 態含む)	12 バー,バ ル,ワイ ンバー, ビア ホール, バブ	13 カラオ ケボック ス	14 スナッ ク,ナイ ト克拉 ブ,キヤ バレー	15 ファス トバー ド(ハ バ-ガ-, サンドイチ 等)	16 牛丼,カ レー等, 一品も の専売 業態	
外食市場規模 (億円)	51	22	16	14	4	50	7	8	35	25	57	7	0	6	2	4
前年同月との差	-1	+3	-2	-5	-2	+2	+1	-1	+4	+3	+6	0	0	+1	0	0
外食単価 (円)	3,384	2,180	2,171	3,724	2,477	3,395	3,063	3,574	1,636	1,192	3,969	4,653	1,720	11,075	919	895
前年同月との差	+32	+231	+431	-320	+158	+29	+463	-161	+207	+66	-165	-60	-103	+1,551	-12	-1
延べ外食回数 (万回)	152	102	75	37	18	146	22	22	215	206	144	15	2	5	26	48
前年同月との差	-3	+3	-29	-9	-8	+3	-2	-3	0	+7	+21	-1	+1	0	+1	+5

↑ 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

		2023年 8月度	2023年 9月度	2023年 10月度	2023年 11月度	2023年 12月度	2024年 1月度	2024年 2月度
事前調査	実施期間	23/7/14 (金) ～8/2 (水)	23/8/17 (木) ～9/4 (月)	23/9/14 (木) ～10/2 (月)	23/10/16 (月) ～11/2 (木)	23/11/16 (木) ～12/4 (月)	23/12/14 (木) ～24/1/4 (木)	24/1/17 (水) ～2/2 (金)
	配信数(件)	503,643	508,057	512,397	514,855	517,183	514,946	513,624
	回収数(件)	31,519	32,714	33,392	32,473	33,663	33,632	34,988
	回収率	6.3%	6.4%	6.5%	6.3%	6.5%	6.5%	6.8%
	本調査対象者数(件)	13,177	13,311	13,365	13,522	13,486	13,482	13,607
本調査	実施期間	23/9/1 (金)～ 9/11 (月)	23/10/2 (月) ～10/12 (木)	23/11/1 (水) ～11/13 (月)	23/12/1 (金) ～12/11 (月)	24/1/4 (木)～ 1/15 (月)	24/2/1 (木)～ 2/13 (火)	24/3/1 (金)～ 3/12 (火)
	配信数(件)	12,556	12,711	12,666	12,735	12,738	12,729	12,733
	回収数(件)	9,813	9,898	9,849	9,934	9,709	9,947	9,674
	回収率	78.2%	77.9%	77.8%	78.0%	76.2%	78.1%	76.0%
	有効回答数(件)	9,728	9,808	9,756	9,835	9,636	9,864	9,579
集計サンプル数	個人住単位	3圏域計(件)	9,728	9,808	9,756	9,835	9,636	9,864
	首都圏(件)	5,636	5,682	5,652	5,698	5,582	5,714	5,549
	関西圏(件)	2,624	2,646	2,632	2,653	2,599	2,661	2,584
	東海圏(件)	1,468	1,480	1,472	1,484	1,454	1,489	1,446
	外食単位	3圏域計(件)	24,733	25,139	25,239	24,979	26,400	24,937
	首都圏(件)	14,748	15,136	15,067	15,159	16,158	15,160	13,971
	関西圏(件)	6,583	6,599	6,777	6,431	6,795	6,463	6,253
	東海圏(件)	3,402	3,404	3,395	3,390	3,447	3,314	2,955

※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

		2024年 3月度	2024年 4月度	2024年 5月度	2024年 6月度	2024年 7月度	2024年 8月度	2024年 9月度
事前調査	実施期間	24/2/16 (金) ～3/4 (月)	24/3/15 (金) ～4/3 (水)	24/4/16 (火) ～5/2 (木)	24/5/15 (水) ～6/4 (火)	24/6/18 (火) ～7/4 (木)	24/7/17 (水) ～8/6 (火)	24/8/15 (木) ～9/4 (水)
	配信数(件)	512,455	496,301	504,904	502,800	494,370	503,814	504,284
	回収数(件)	34,244	30,621	28,030	28,667	27,165	28,272	28,781
	回収率	6.7%	6.2%	5.6%	5.7%	5.5%	5.6%	5.7%
	本調査対象者数(件)	13,608	11,473	11,400	11,601	11,375	11,366	11,292
本調査	実施期間	24/4/1 (月)～ 4/11 (木)	24/5/1 (水)～ 5/13 (月)	24/5/31 (金) ～6/13 (木)	24/7/1 (月)～ 7/11 (木)	24/8/1 (木)～ 8/13 (火)	24/9/2 (月)～ 9/13 (金)	24/10/1 (火)～ ～10/10 (木)
	配信数(件)	12,779	10,698	10,616	10,703	10,605	10,528	10,494
	回収数(件)	9,683	7,848	8,309	8,238	8,102	8,202	7,776
	回収率	75.8%	73.4%	78.3%	77.0%	76.4%	77.9%	74.1%
	有効回答数(件)	9,606	7,760	8,230	8,176	8,016	8,124	7,708
集計サンプル数	個人住単位	3圏域計(件)	9,606	7,760	8,230	8,176	8,016	8,124
	首都圏(件)	5,565	4,506	4,779	4,747	4,655	4,717	4,476
	関西圏(件)	2,591	2,087	2,213	2,199	2,156	2,185	2,073
	東海圏(件)	1,450	1,167	1,238	1,230	1,206	1,222	1,159
	外食単位	3圏域計(件)	26,970	19,798	21,373	20,797	20,874	21,645
	首都圏(件)	16,481	12,111	12,843	12,574	12,821	12,986	12,053
	関西圏(件)	6,933	5,136	5,642	5,392	5,389	5,731	5,139
	東海圏(件)	3,556	2,550	2,889	2,830	2,664	2,928	2,784

※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.延べ外食回数

	2023年 11月	2023年 12月	2024年 1月	2024年 2月	2024年 3月	2024年 4月	2024年 5月	2024年 6月	2024年 7月	2024年 8月	2024年 9月	2024年 10月
3圏域・計 (万回)	10047	10838	10001	9572	11106	10061	10241	10031	10269	10507	10220	10263
対19年比	75.9%	79.8%	80.5%	78.3%	79.9%	76.5%	77.3%	77.1%	77.7%	76.0%	78.9%	82.7%

2.外食単価

	2023年 11月	2023年 12月	2024年 1月	2024年 2月	2024年 3月	2024年 4月	2024年 5月	2024年 6月	2024年 7月	2024年 8月	2024年 9月	2024年 10月
3圏域・計 (円)	2,743	3,344	2,870	2,850	2,913	2,909	2,892	2,833	2,839	2,874	2,817	2,873
対19年比	107.0%	112.5%	110.0%	110.5%	110.4%	111.7%	118.3%	110.4%	107.9%	114.3%	115.1%	113.6%

3.外食市場規模

	2023年 11月	2023年 12月	2024年 1月	2024年 2月	2024年 3月	2024年 4月	2024年 5月	2024年 6月	2024年 7月	2024年 8月	2024年 9月	2024年 10月
3圏域・計 (億円)	2756	3624	2870	2728	3235	2927	2962	2842	2915	3019	2879	2948
対19年比	81.2%	89.7%	88.6%	86.6%	88.2%	85.4%	91.5%	85.1%	83.8%	86.9%	90.9%	93.9%

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カ月あたりの平均外食回数

P1※3 外食市場規模：各圏域の当該年齢人口（2023年4月から2024年3月までR3年人口推計、2024年4月からR4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：-0.3%、首都圏：-0.1%、関西圏：-0.6%、東海圏：-0.6%

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/>