

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】

1. 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 カ月連続して回復
2. 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 カ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.recruit.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） ・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）	・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

事前調査

記録期間

本調査

 - ・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 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

実施期間	事前調査			本調査対象者数	本調査				
	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
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

●外食単位

上段：件数（件）、下段：構成比（％）

上段：件数（件）、下段：構成比（％）

消費圏域	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

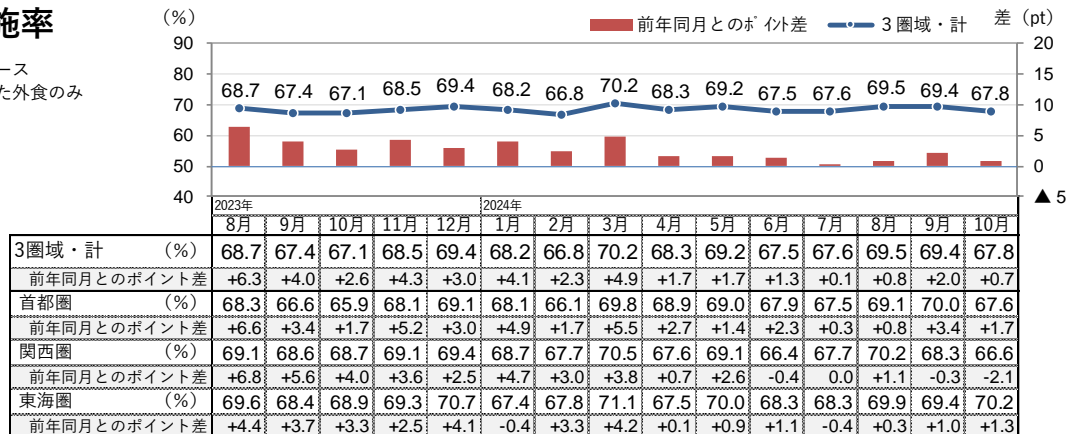
- 外食した店の業態 ・外食 1 回につき次の 26 分類から当てはまるものを 1 つ聴取、本報告書ではうち 16 業態を掲出。

選択肢	1 和食料理店（すし、割烹、料亭、郷土料理専門店等）	2 中華料理店（ラーメン専門店を除く）	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）	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）	5 アジアン料理店	6 その他の各国料理店	7 焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店	8 お好み焼き、鉄板焼き等の専門店	9 すき焼き、しゃぶしゃぶ、鍋、おでん等の専門店	10 ファミリーレストラン、回転すし等	11 ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店	12 その他の食事を主体とする業態の店	13 居酒屋（焼鳥、串焼き、串揚げ等、飲酒メインの業態を含む）	14 バー、パブ、ワインバー、ビアホール、パブ	15 カラオケボックス	16 スナック、ナイトクラブ、キャバレー	17 その他の飲酒を主体とする業態の店	18 ファストフード（ハンバーガー、サンドイッチ等）	19 牛丼、カレー等、一品もの専売業態	20 立食のラーメン、うどん・そば業態	21 喫茶店・カフェ	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	23 その他の軽食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	飲酒主体	軽食主体	その他
-----	----------------------------	---------------------	--	-------------------------------	-----------	-------------	----------------------	-------------------	--------------------------	---------------------	----------------------------	---------------------	---------------------------------	-------------------------	-------------	----------------------	---------------------	----------------------------	---------------------	---------------------	------------	------------------------------------	---------------------	-------------------------	------------------	--------	------	------	-----

調査結果

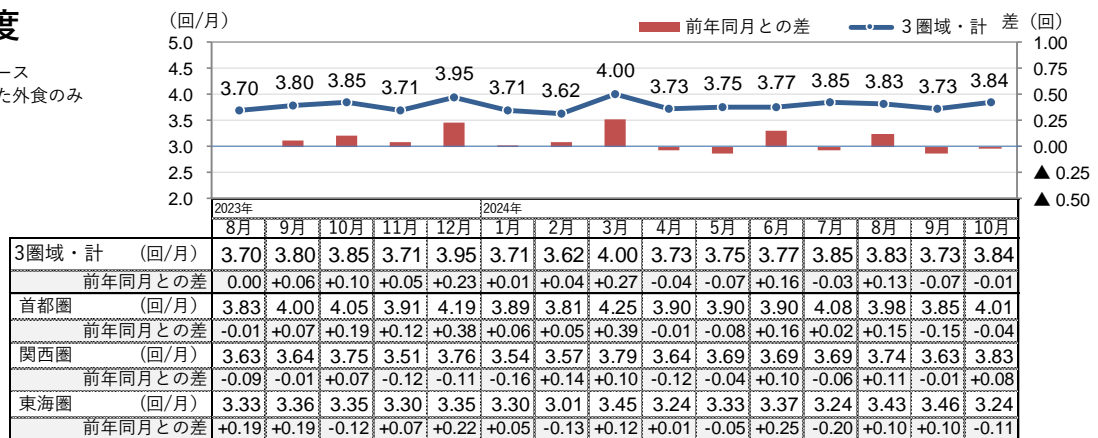
1. 外食実施率

※個人単位集計ベース
※圏域内で行われた外食のみ



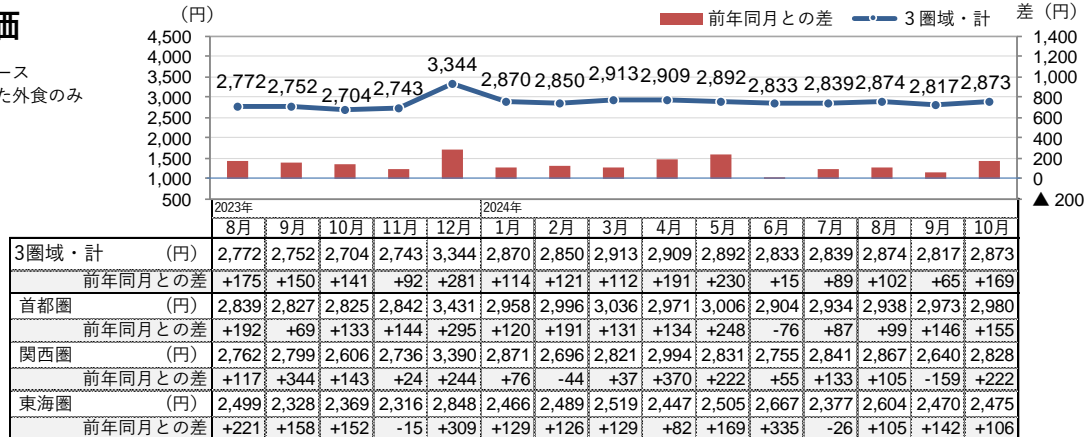
2. 外食頻度

※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

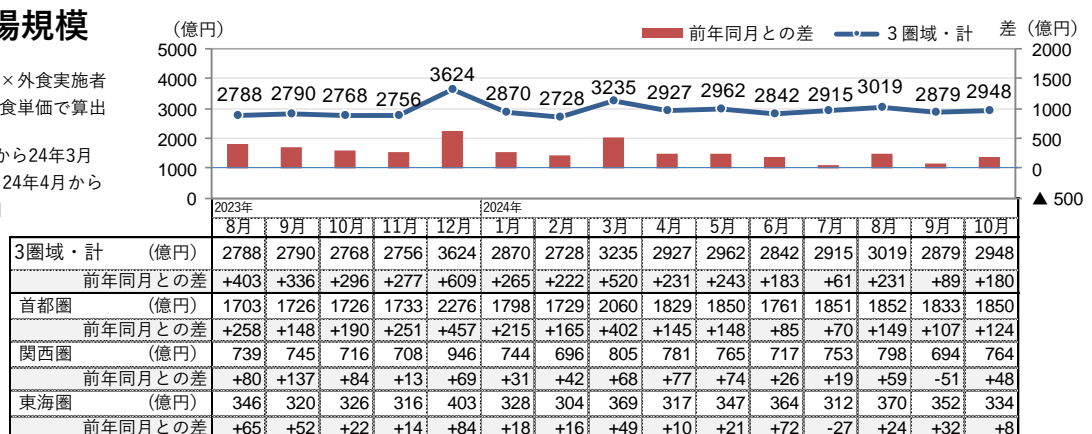


4. 外食市場規模

※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

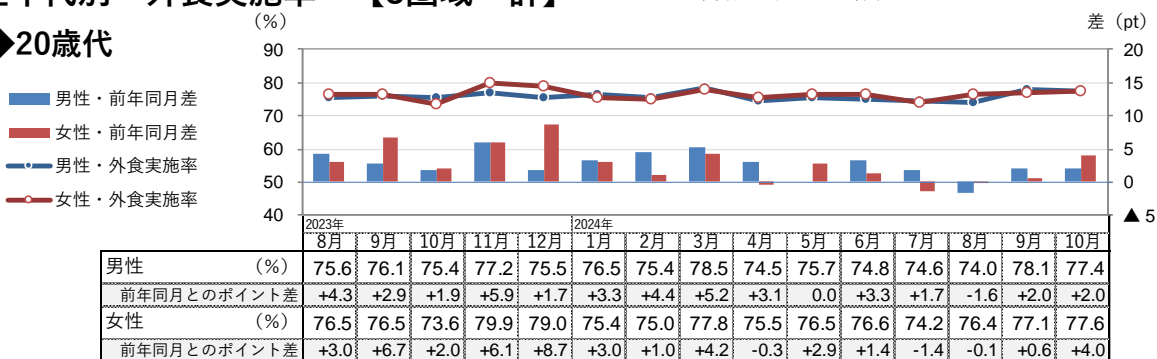
<参考> 23年度
→24年度の基準人口の増減率
3圏域・計：-0.1%
首都圏：-0.1%
関西圏：-0.6%
東海圏：-0.6%



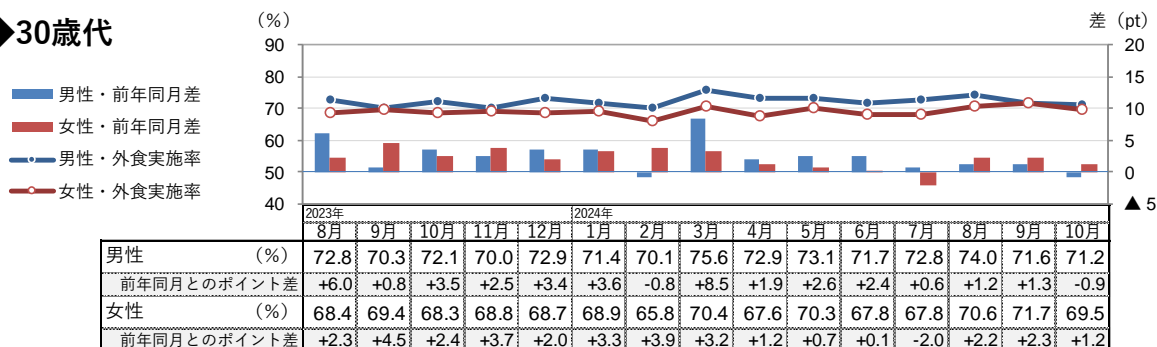
5.性年代別 外食実施率 【3圏域・計】

※個人単位集計ベース
※圏域内で行われた外食のみ

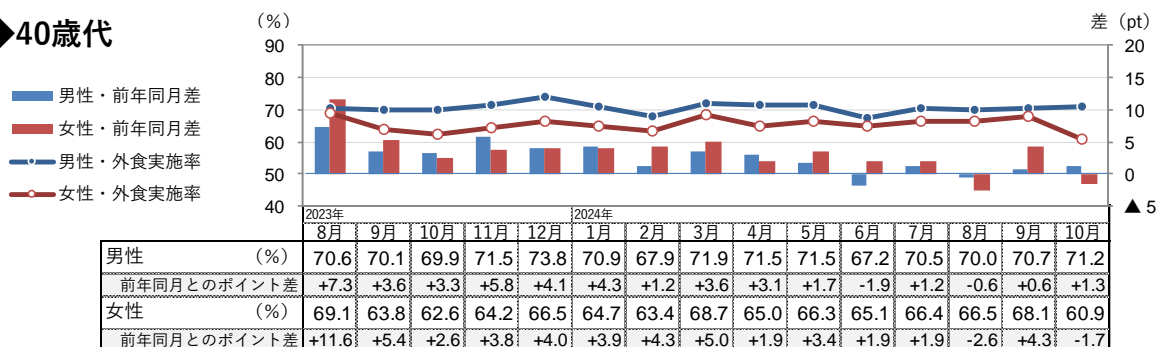
◆20歳代



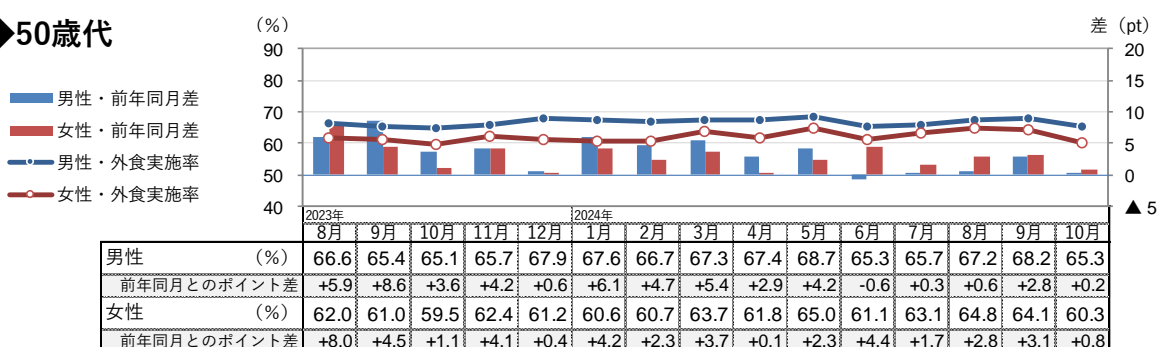
◆30歳代



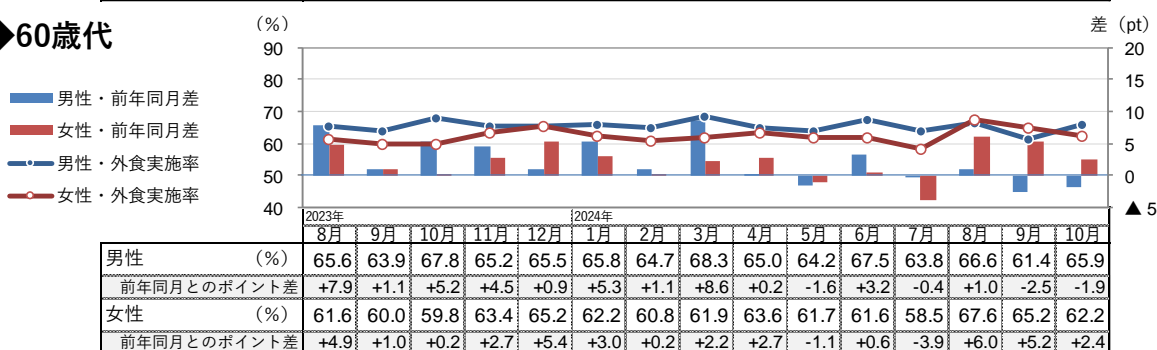
◆40歳代



◆50歳代



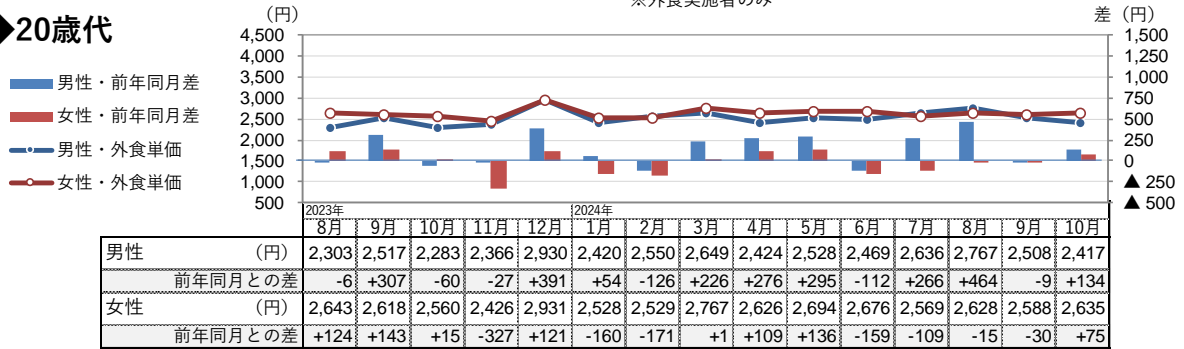
◆60歳代



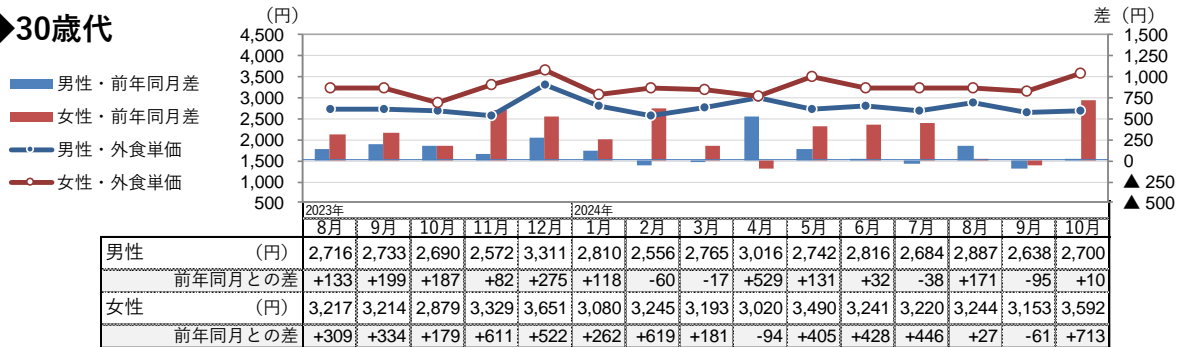
6.性年代別 外食単価 【3圏域・計】

※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

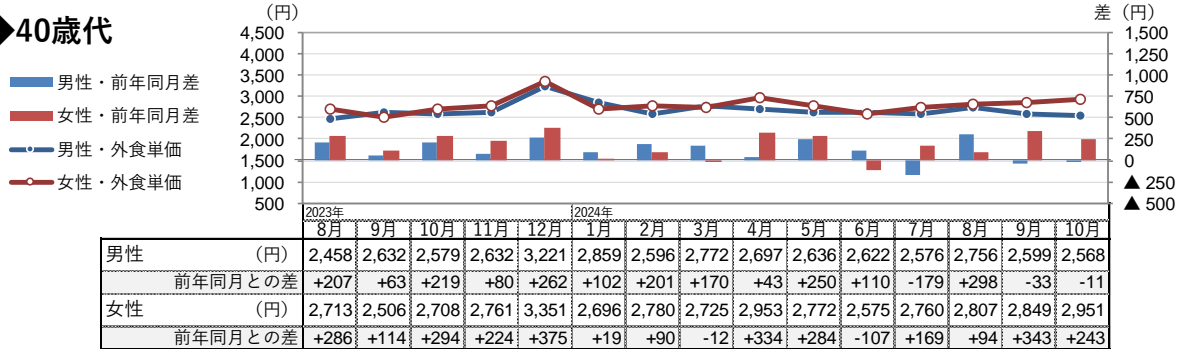
◆20歳代



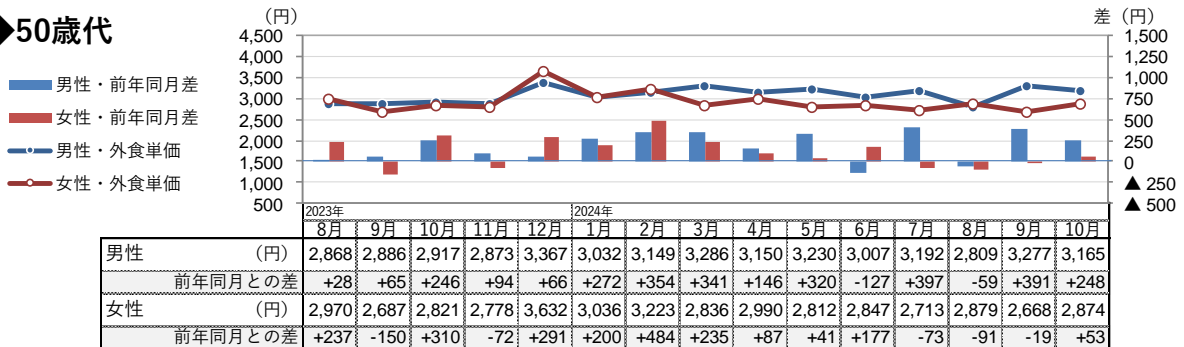
◆30歳代



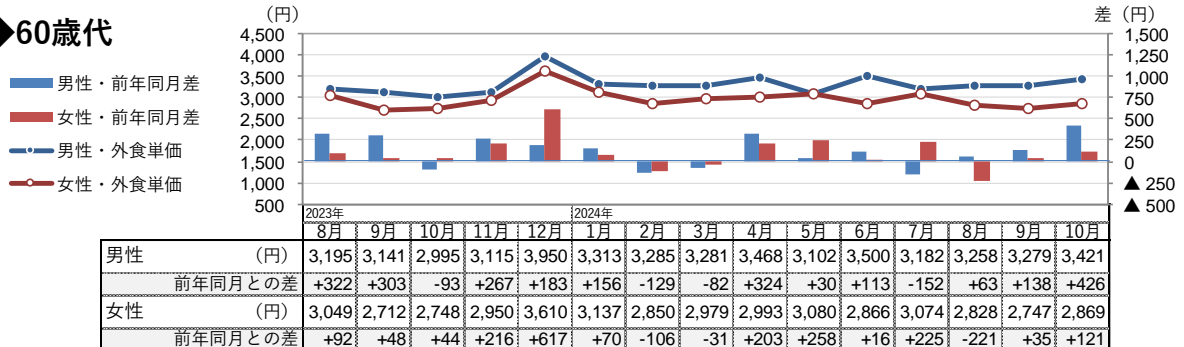
◆40歳代



◆50歳代



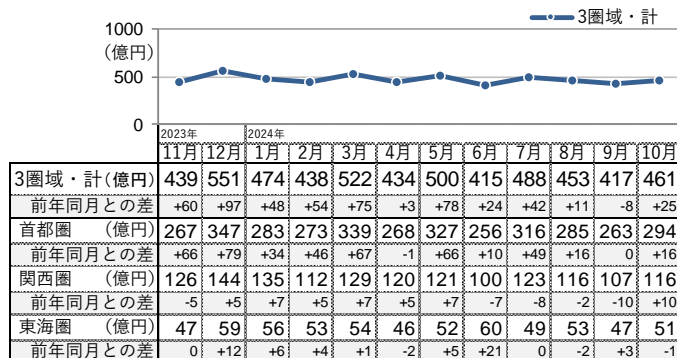
◆60歳代



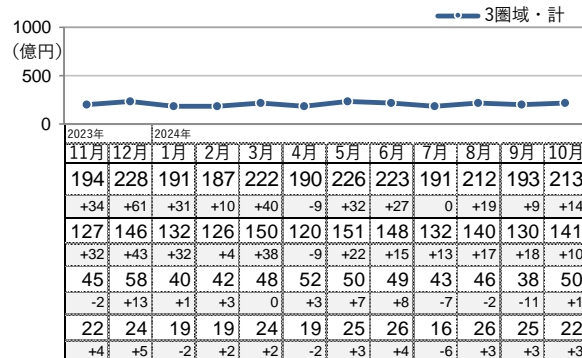
7.業態別 外食市場規模

※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

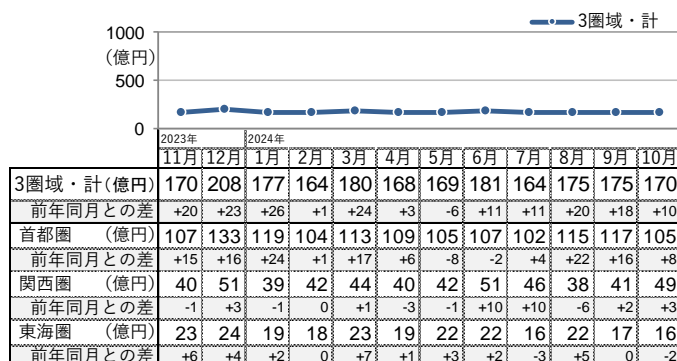
◆和食料理店（すし、割烹、料亭、郷土料理専門店等）



◆中華料理店（ラーメン専門店は除く）

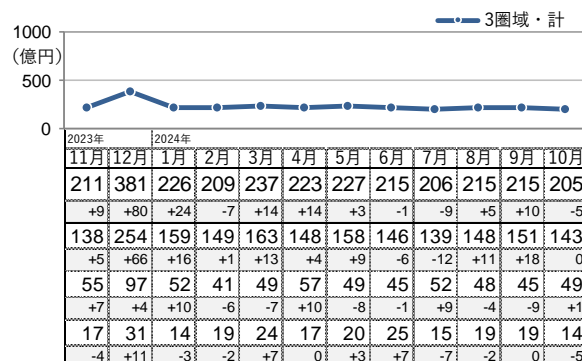


◆レストラン、食堂、ダイニング、洋食店



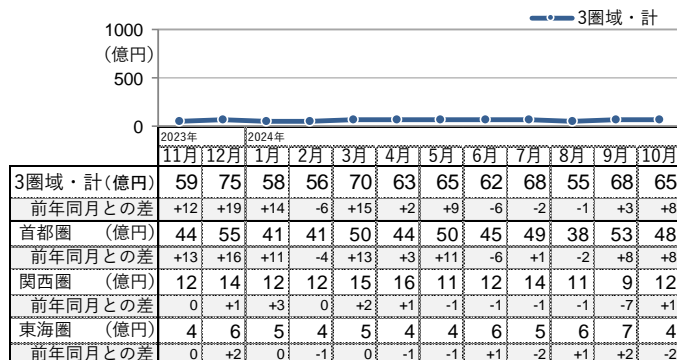
※ファミリーレストラン以外、フレンチ・イタリアン以外

◆フレンチ・イタリアン料理店

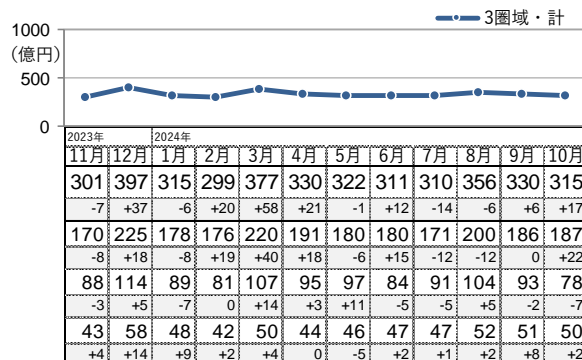


※ファミリーレストラン以外

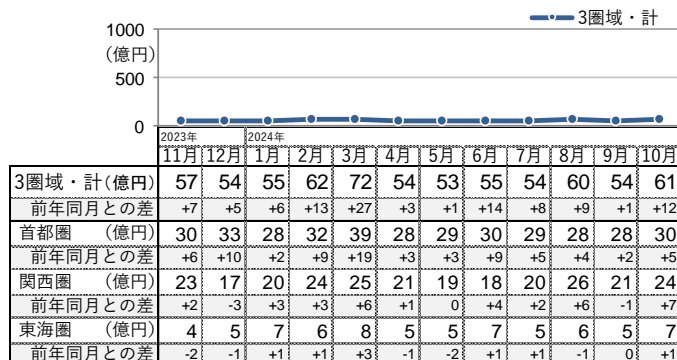
◆アジア料理店



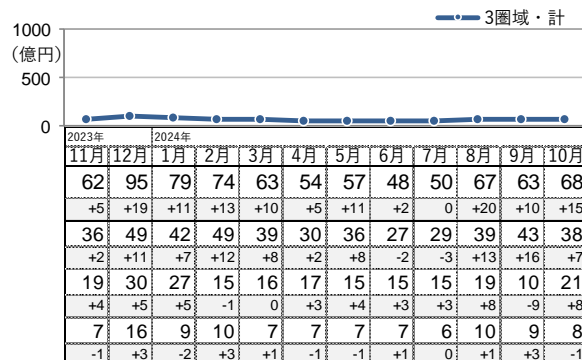
◆焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店



◆お好み焼き、鉄板焼き等の専門店

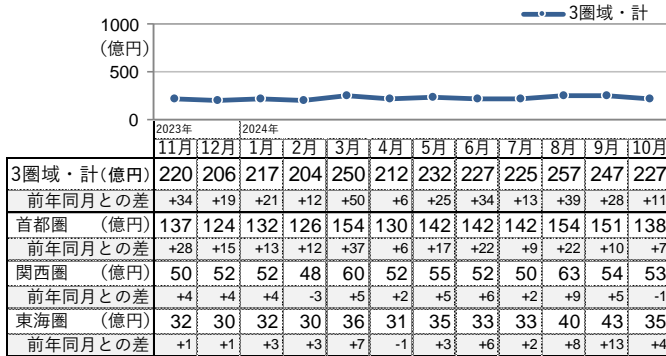


◆すき焼き、しゃぶしゃぶ、鍋、おでん等の専門店

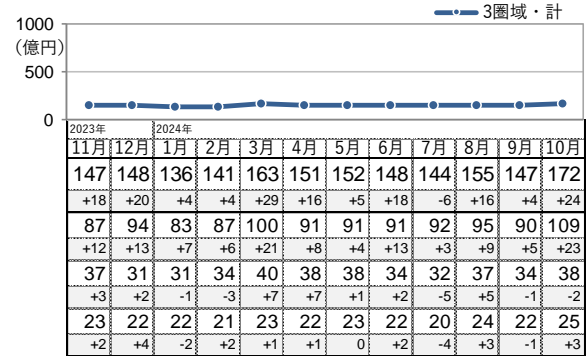


※外食市場規模は、各圏域の延べ外食回数×各圏域における業態シェア×各業態の単価で算出
 ※業態は、26分類のうち16業態を掲出
 ※外食市場規模「0」は、小数点第一位で四捨五入され0になったもの

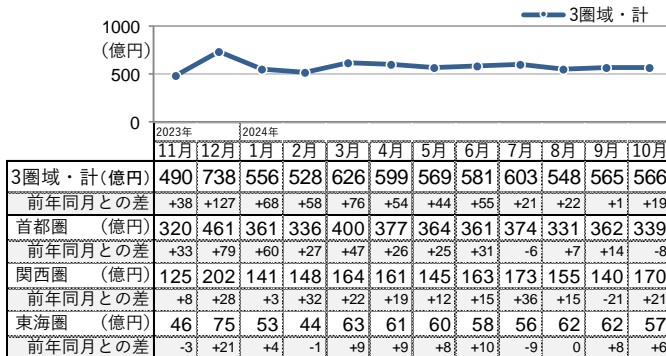
◆ファミリーレストラン、回転すし等



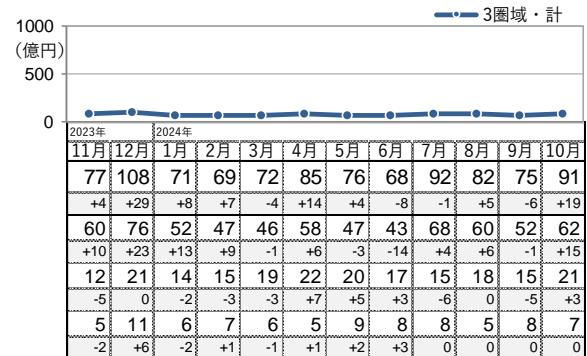
◆ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店



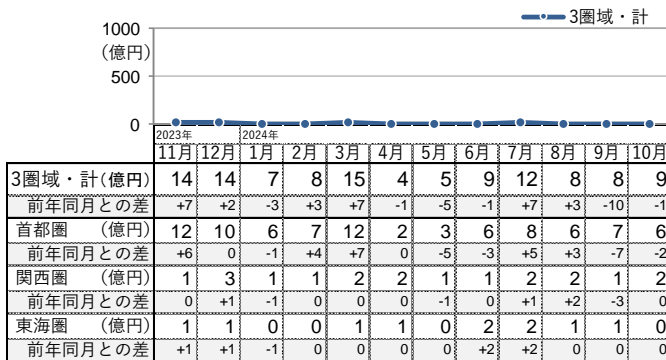
◆居酒屋 (焼鳥、串焼き、串揚げ等、飲酒メインの業態を含む)



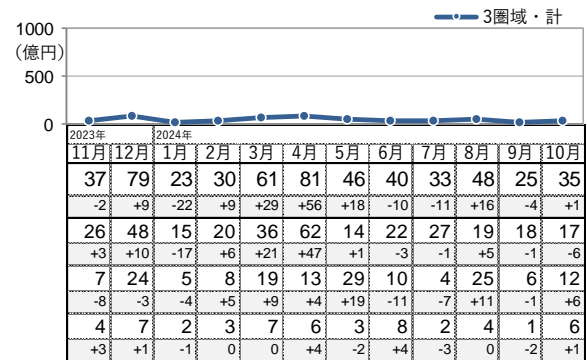
◆バー、パル、ワインバー、ビアホール、パブ



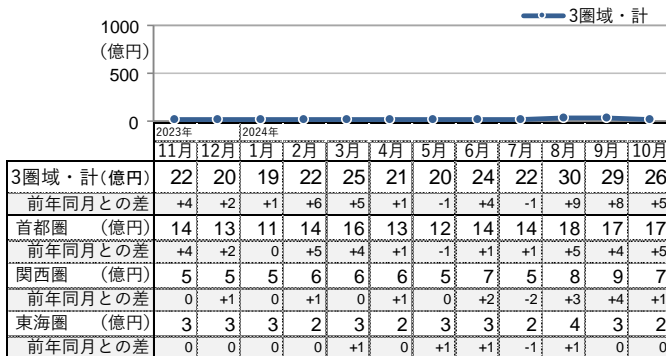
◆カラオケボックス



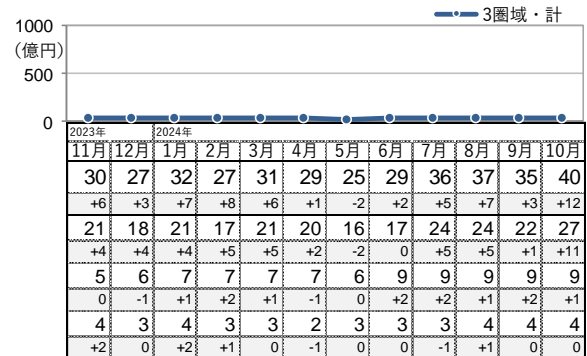
◆スナック、ナイトクラブ、キャバレー



◆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 タリア ン料理 店(ファミ リレストラン 以外)	5 アジア ン料理 店	6 焼肉、ス テーキ、 ハン バーグ 等の専 業店	7 お好み 焼き、鉄 板焼き 等の専 業店	8 すき焼 き、しゃ ぶしゃ ぶ、鍋、 おでん 等の専 業店	9 ファミ リレー スラン 、回転 すし等 の専 業店	10 ラーメ ン、そ ば、うどん、 パスタ、ピザ 等の専 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 ケボッ ク、ス ナック 、パイ ザ、ビ ャー、 ホール、 パブ	13 カラオ ケ、ス ナック 、パイ ザ、ビ ャー、 ホール、 パブ	14 スナッ ク、パイ ザ、ビ ャー、 ホール、 パブ	15 ファス トフー ド(ハン バー、 サンドイッチ 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										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 タリア ン料理 店(ファミ リレストラン 以外)	5 アジア ン料理 店	6 焼肉、ス テーキ、 ハン バーグ 等の専 業店	7 お好み 焼き、鉄 板焼き 等の専 業店	8 すき焼 き、しゃ ぶしゃ ぶ、鍋、 おでん 等の専 業店	9 ファミ リレー スラン 、回転 すし等 の専 業店	10 ラーメ ン、そ ば、うどん、 パスタ、ピザ 等の専 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 ケボッ ク、ス ナック 、パイ ザ、ビ ャー、 ホール、 パブ	13 カラオ ケ、ス ナック 、パイ ザ、ビ ャー、 ホール、 パブ	14 スナッ ク、パイ ザ、ビ ャー、 ホール、 パブ	15 ファス トフー ド(ハン バー、 サンドイッチ 等)	16 牛丼、カ レー等、 一品も の専売 業態
	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 タリア ン料理 店(ファミ リレストラン 以外)	5 アジア ン料理 店	6 焼肉、ス テーキ、 ハン バーグ 等の専 業店	7 お好み 焼き、鉄 板焼き 等の専 業店	8 すき焼 き、しゃ ぶしゃ ぶ、鍋、 おでん 等の専 業店	9 ファミ リレー スラン 、回転 すし等 の専 業店	10 ラーメ ン、そ ば、うどん、 パスタ、ピザ 等の専 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 ケボッ ク、ス ナック 、パイ ザ、ビ ャー、 ホール、 パブ	13 カラオ ケ、ス ナック 、パイ ザ、ビ ャー、 ホール、 パブ	14 スナッ ク、パイ ザ、ビ ャー、 ホール、 パブ	15 ファス トフー ド(ハン バー、 サンドイッチ 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										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 タリア ン料理 店(ファミ リレストラン 以外)	5 アジア ン料理 店	6 焼肉、ス テーキ、 ハン バーグ 等の専 業店	7 お好み 焼き、鉄 板焼き 等の専 業店	8 すき焼 き、しゃ ぶしゃ ぶ、鍋、 おでん 等の専 業店	9 ファミ リレー スラン 、回転 すし等 の専 業店	10 ラーメ ン、そ ば、うどん、 パスタ、ピザ 等の専 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 ケボッ ク、ス ナック 、パイ ザ、ビ ャー、 ホール、 パブ	13 カラオ ケ、ス ナック 、パイ ザ、ビ ャー、 ホール、 パブ	14 スナッ ク、パイ ザ、ビ ャー、 ホール、 パブ	15 ファス トフー ド(ハン バー、 サンドイッチ 等)	16 牛丼、カ レー等、 一品も の専売 業態
	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 タリア ン料理 店(ファミ リレストラン 以外)	5 アジア ン料理 店	6 焼肉、ス テーキ、 ハン バーグ 等の専 業店	7 お好み 焼き、鉄 板焼き 等の専 業店	8 すき焼 き、しゃ ぶしゃ ぶ、鍋、 おでん 等の専 業店	9 ファミ リレー スラン 、回転 すし等 の専 業店	10 ラーメ ン、そ ば、うどん、 パスタ、ピザ 等の専 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 ケボッ ク、ス ナック 、パイ ザ、ビ ャー、 ホール、 パブ	13 カラオ ケ、ス ナック 、パイ ザ、ビ ャー、 ホール、 パブ	14 スナッ ク、パイ ザ、ビ ャー、 ホール、 パブ	15 ファス トフー ド(ハン バー、 サンドイッチ 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										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 タリア ン料理 店(ファミ リレストラン 以外)	5 アジア ン料理 店	6 焼肉、ス テーキ、 ハン バーグ 等の専 業店	7 お好み 焼き、鉄 板焼き 等の専 業店	8 すき焼 き、しゃ ぶしゃ ぶ、鍋、 おでん 等の専 業店	9 ファミ リレー スラン 、回転 すし等 の専 業店	10 ラーメ ン、そ ば、うどん、 パスタ、ピザ 等の専 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 ケボッ ク、ス ナック 、パイ ザ、ビ ャー、 ホール、 パブ	13 カラオ ケ、ス ナック 、パイ ザ、ビ ャー、 ホール、 パブ	14 スナッ ク、パイ ザ、ビ ャー、 ホール、 パブ	15 ファス トフー ド(ハン バー、 サンドイッチ 等)	16 牛丼、カ レー等、 一品も の専売 業態
	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 タリア ン料理 店(ファミ リレストラン 以外)	5 アジア ン料理 店	6 焼肉、ス テーキ、 ハン バーグ 等の専 業店	7 お好み 焼き、鉄 板焼き 等の専 業店	8 すき焼 き、しゃ ぶしゃ ぶ、鍋、 おでん 等の専 業店	9 ファミ リレー スラン 、回転 すし等 の専 業店	10 ラーメ ン、そ ば、うどん、 パスタ、ピザ 等の専 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 ケボッ ク、ス ナック 、パイ ザ、ビ ャー、 ホール、 パブ	13 カラオ ケ、ス ナック 、パイ ザ、ビ ャー、 ホール、 パブ	14 スナッ ク、パイ ザ、ビ ャー、 ホール、 パブ	15 ファス トフー ド(ハン バー、 サンドイッチ 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	個人単位 居住圏域	3圏域計(件)	9,728	9,808	9,756	9,835	9,636	9,864	9,579
		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 消費圏域	3圏域計(件)	24,733	25,139	25,239	24,979	26,400	24,937	23,179
		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	個人単位 居住圏域	3圏域計(件)	9,606	7,760	8,230	8,176	8,016	8,124	7,708
		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 消費圏域	3圏域計(件)	26,970	19,798	21,373	20,797	20,874	21,645	19,976
		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/>