

外食市場調査（2024年4月度）

2024年4月の外食市場規模は2927億円（前年同月比 +231億円・東名阪3圏域計）

2019年比（コロナ禍前比）85.4%で、前月（88.2%）より後退

飲酒主体業態・計は19年比81.9%で、コロナ禍以降では最も回復

【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85.4%。前月の88.2%から後退
2. 飲酒主体業態・計が19年比81.9%と、コロナ禍以降では最高の回復率

2024年4月の外食市場規模は、3圏域合計で2927億円。前年同月比（以下、前年比）は+231億円。市場規模の2019年同月比（コロナ禍前比、以下19年比）は85.4%で、前月の同88.2%から後退した。外食実施率と頻度の19年比は前月の同指標を下回り、外食単価（111.7%）は前月の同110.4%を上回った（P10参照）。市場規模の食事主体業態・計は19年比90.2%（前月同98.7%）、軽食主体業態・計は同80.2%（同88.4%）と大きく後退したが、飲酒主体業態・計は同81.9%（同72.2%）とコロナ禍以降では最も高いレベルに回復した。主要16業態では14の業態で市場規模が前年を上回り、19年比では「スナック、ナイトクラブ、キャバレー」（118.2%）、「アジア料理店」（105.9%）、「ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店」（104.0%）の3業態でコロナ禍前を上回る市場規模であった。

【3圏域計（首都圏・関西圏・東海圏）】 [P3]

- 2024年4月の外食（※1）実施率は68.3%（前月比増減 -1.9pt、前年比増減 +1.7pt）
- 2024年4月の外食頻度（※2）は3.73回/月（前月比増減 -0.27回、前年比増減 -0.04回）
- 2024年4月の外食単価は2,909円（前月比増減 -4円、前年比増減 +191円）
- 2024年4月の外食市場規模（※3）は2927億円（前月比増減 -308億円、前年比増減 +231億円）

※1 ※2 ※3 P10参照

【圏域別】 [P3]

- 外食実施率は、首都圏：68.9%（前年比増減 +2.7pt）、関西圏：67.6%（同 +0.7pt）、東海圏：67.5%（同 +0.1pt）
- 外食頻度は、首都圏：3.90回/月（前年比増減 -0.01回）、関西圏：3.64回/月（同 -0.12回）、東海圏：3.24回/月（同 +0.01回）
- 外食単価は、首都圏：2,971円（前年比増減 +134円）、関西圏：2,994円（同 +370円）、東海圏：2,447円（同 +82円）
- 外食市場規模は、首都圏：1829億円（前年比増減 +145億円）、関西圏：781億円（同 +77億円）、東海圏：317億円（同 +10億円）

【業態別】（3圏域計） [P6-8]

- 業態別の市場規模は、「スナック、ナイトクラブ、キャバレー」（前年比増減 +56億円）、「居酒屋」（同 +54億円）、「焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店」（同 +21億円）等16業態中14業態で前年を上回った。
- 「スナック、ナイトクラブ、キャバレー」（延べ回数 +32万回、単価 +4,836円）、「居酒屋」（延べ回数 +60万回、単価 +206円）等は延べ回数・単価ともに前年比で増加した。

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4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（関東・東部の一部除外） ・埼玉県（関西の一部除外） ・茨城県の一部	・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 ・滋賀県の一部	・兵庫県（東北の一部除外） ・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

事前調査				本調査					
実施期間	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3月15日（金）～ 2024年4月3日（水）	496,301件	30,621件	6.2%	11,473件	2024年5月1日（水）～ 2024年5月13日（月）	10,698件	7,848件	73.4%	7,760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		
7,760	4,506	2,087	1,167	688	730	911	918	659	675	707	892	900	679		
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

（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
19,798	12,111	5,136	2,550
100.0	61.2	25.9	12.9

※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

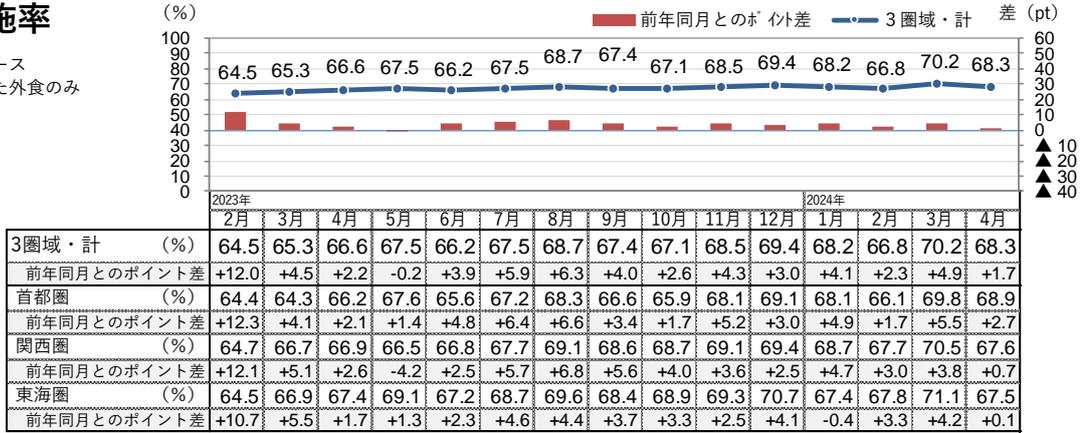
・ 外食1回につき次の26分類から当てはまるものを1つ聴取、本報告書ではうち16業態を掲出。

選択肢	業態	選択肢	業態
1	和食料理店（すし、割烹、料亭、郷土料理専門店等）	13	居酒屋（焼鳥、串焼き、串揚げ等、飲酒メインの業態を含む）
2	中華料理店（ラーメン専業店は除く）	14	バー、バル、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
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

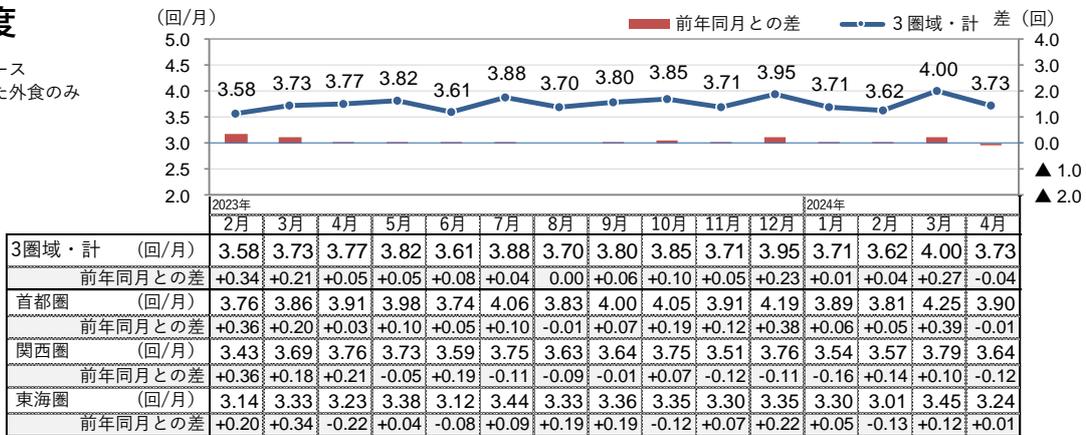
1. 外食実施率

※個人単位集計ベース
※圏域内で行われた外食のみ



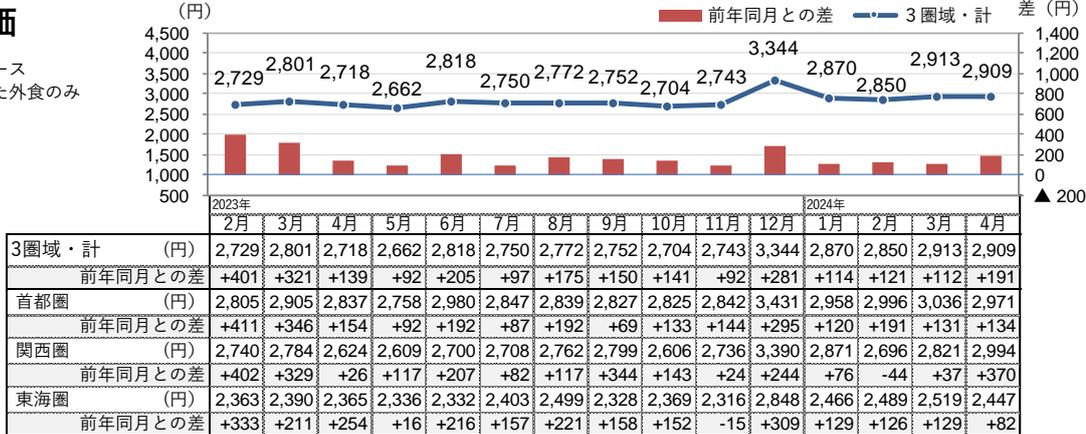
2. 外食頻度

※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%

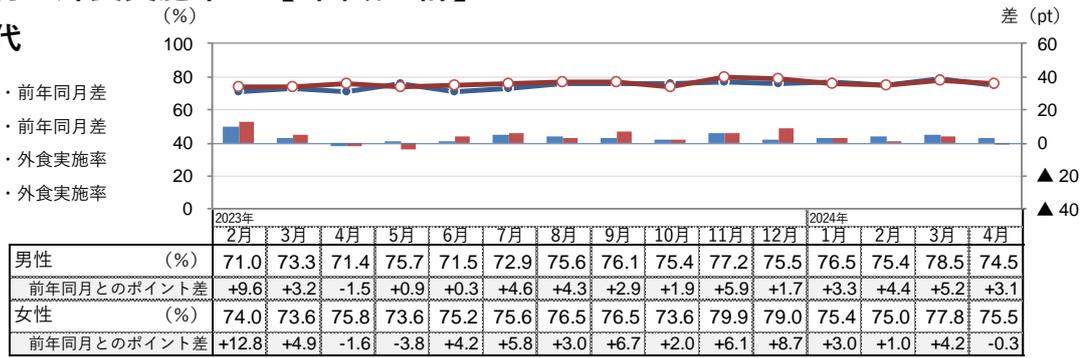


5. 性年代別 外食実施率 【3圏域・計】

※個人単位集計ベース
※圏域内で行われた外食のみ

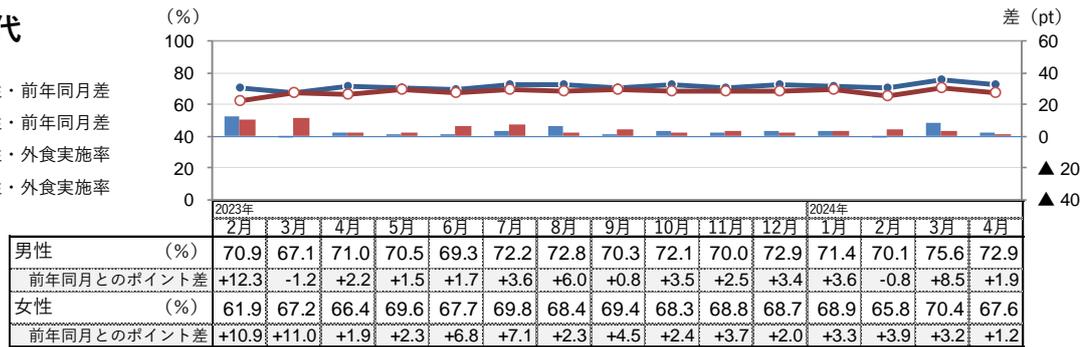
◆20歳代

■ 男性・前年同月差
■ 女性・前年同月差
—●— 男性・外食実施率
—○— 女性・外食実施率



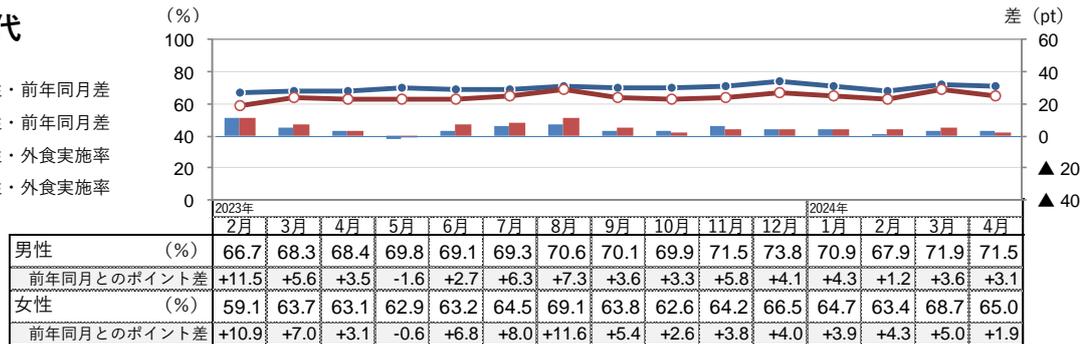
◆30歳代

■ 男性・前年同月差
■ 女性・前年同月差
—●— 男性・外食実施率
—○— 女性・外食実施率



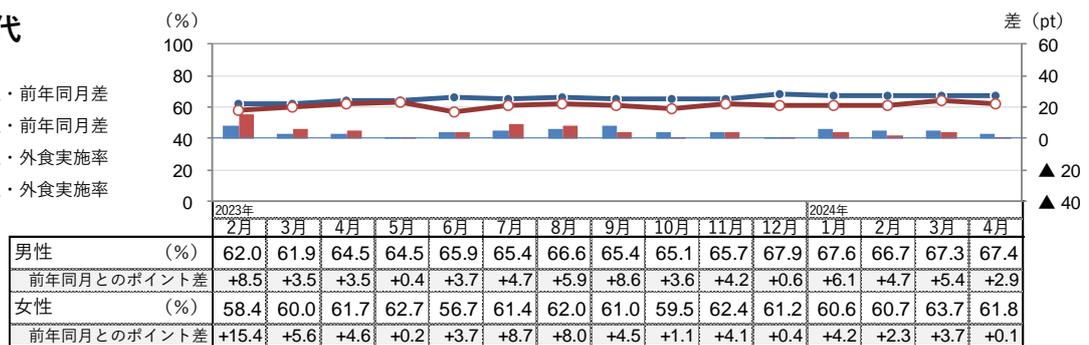
◆40歳代

■ 男性・前年同月差
■ 女性・前年同月差
—●— 男性・外食実施率
—○— 女性・外食実施率



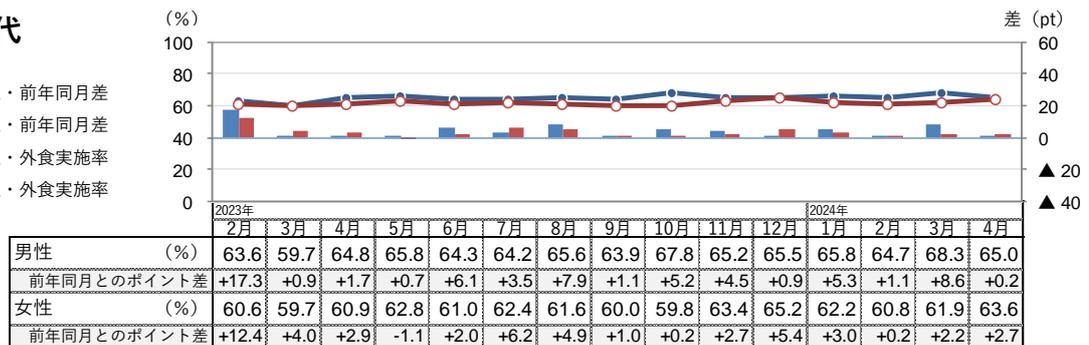
◆50歳代

■ 男性・前年同月差
■ 女性・前年同月差
—●— 男性・外食実施率
—○— 女性・外食実施率



◆60歳代

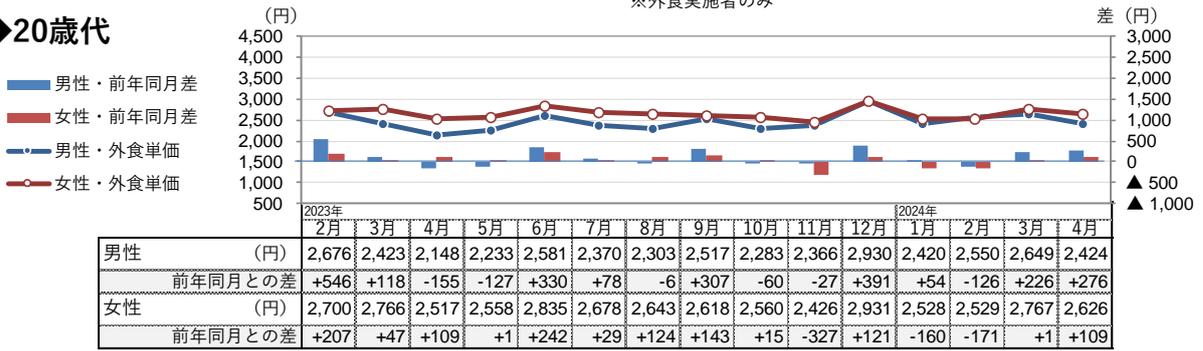
■ 男性・前年同月差
■ 女性・前年同月差
—●— 男性・外食実施率
—○— 女性・外食実施率



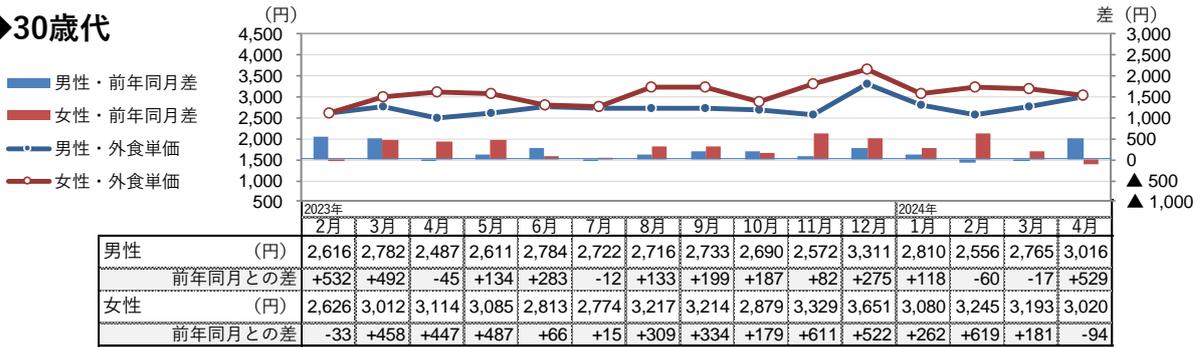
6. 性年代別 外食単価 【3圏域・計】

※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

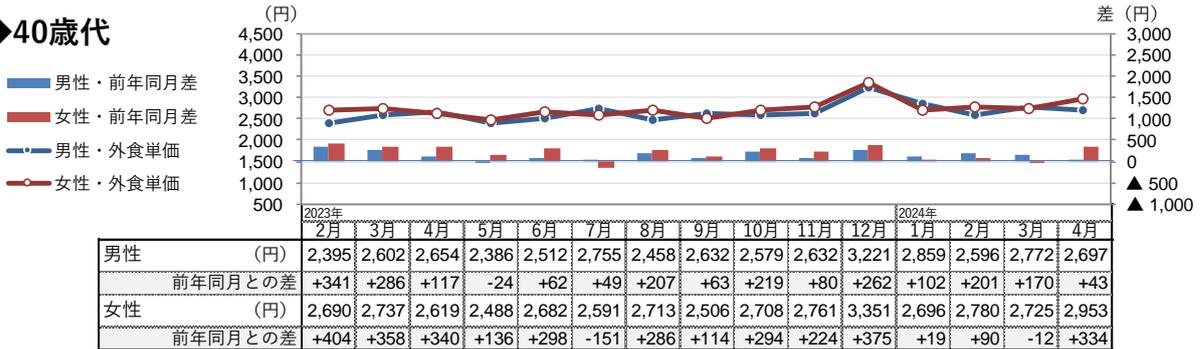
◆20歳代



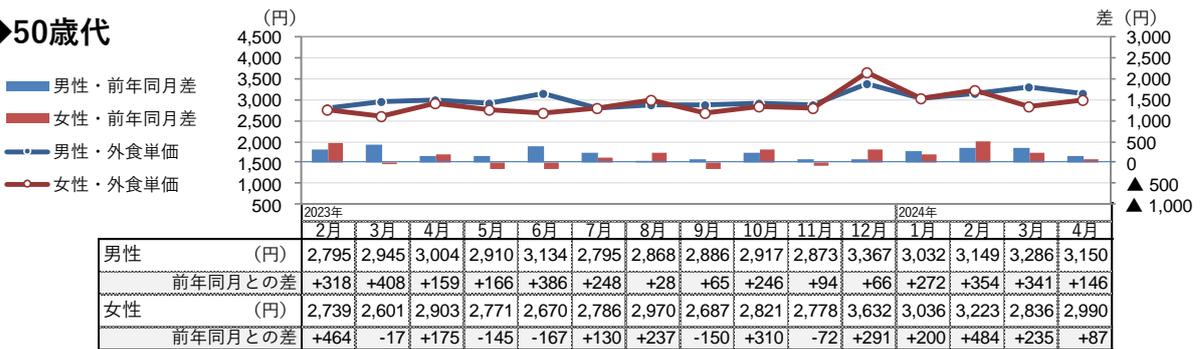
◆30歳代



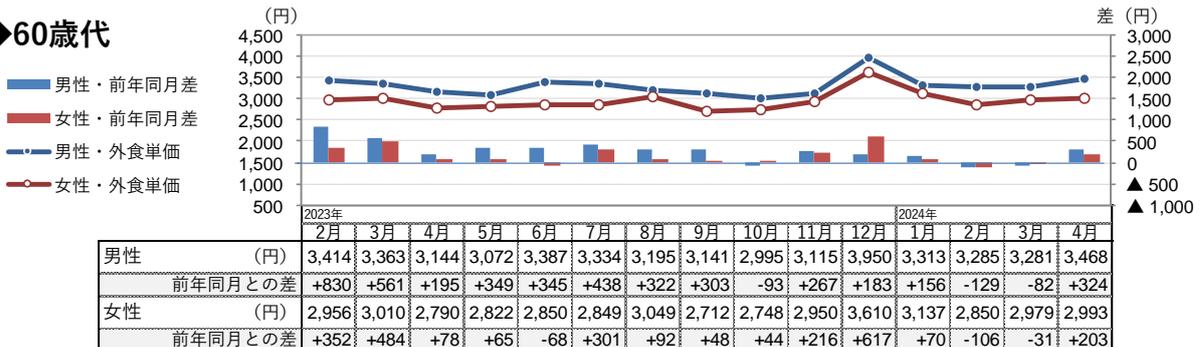
◆40歳代



◆50歳代



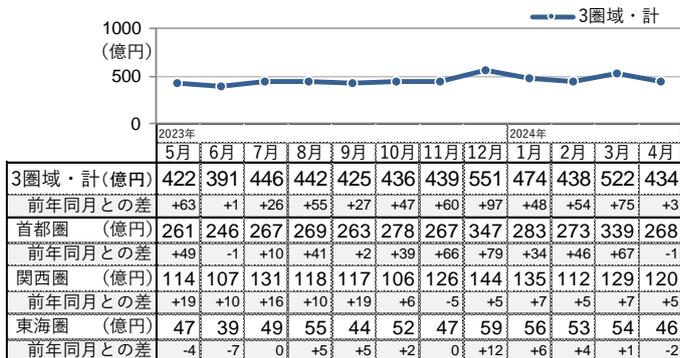
◆60歳代



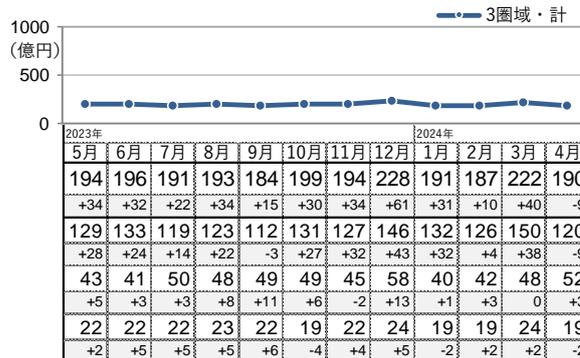
7.業態別 外食市場規模

※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

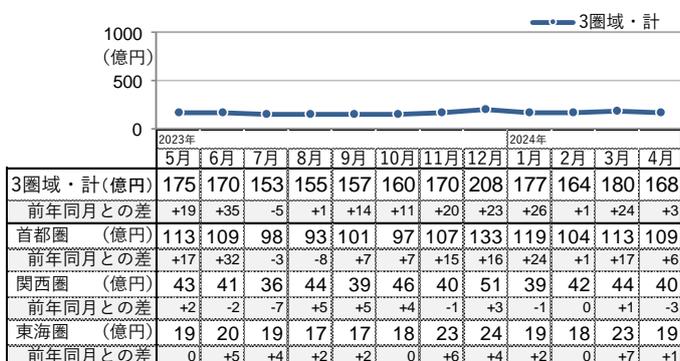
◆和食料理店（すし、割烹、料亭、郷土料理専門店等）



◆中華料理店（ラーメン専門店を除く）

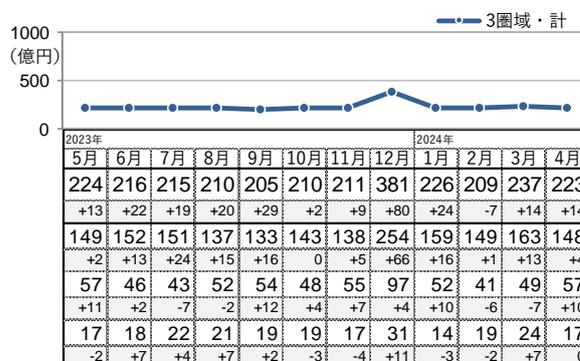


◆レストラン、食堂、ダイニング、洋食店



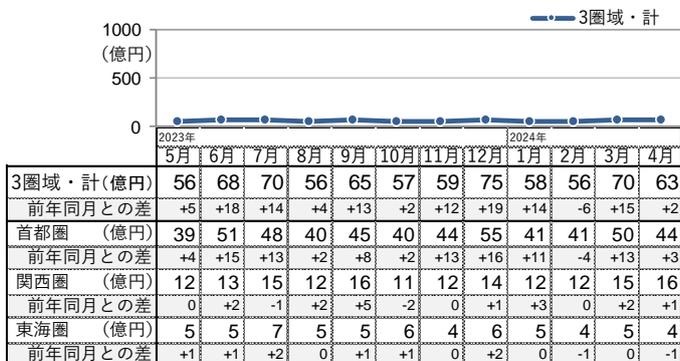
※ファミリーレストラン以外、フレンチ・イタリアン以外

◆フレンチ・イタリアン料理店

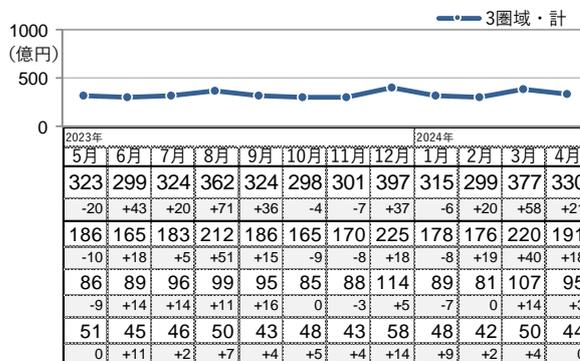


※ファミリーレストラン以外

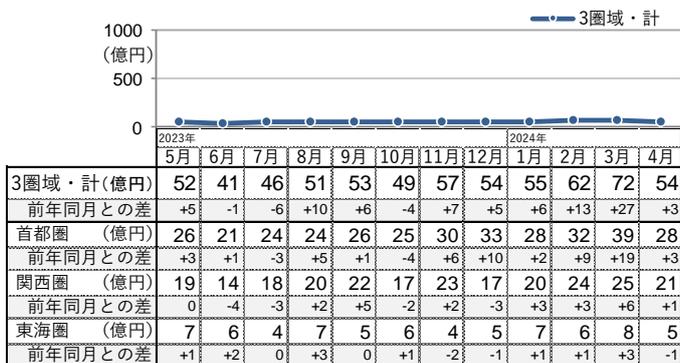
◆アジア料理店



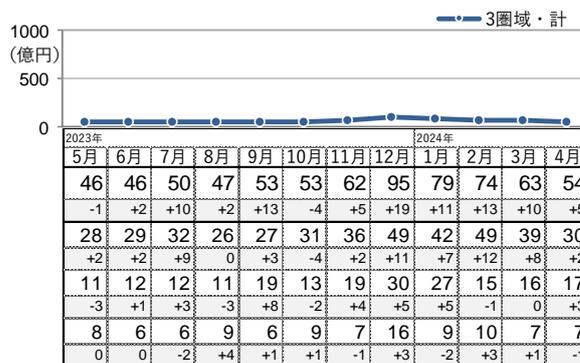
◆焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店



◆お好み焼き、鉄板焼き等の専門店

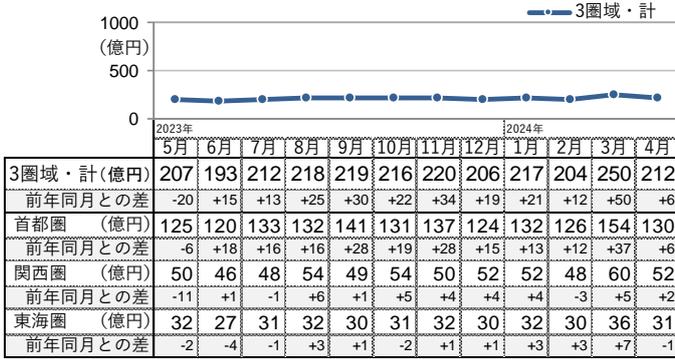


◆すき焼き、しゃぶしゃぶ、鍋、おでん等の専門店

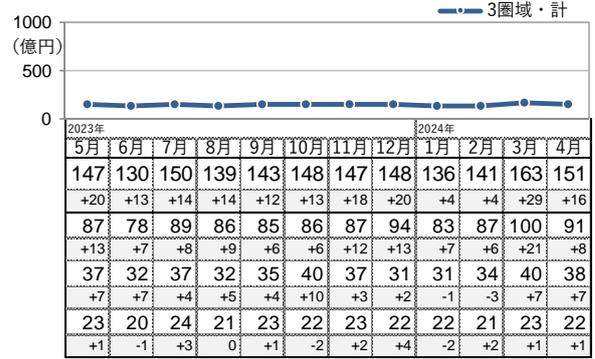


※外食市場規模は、各圏域の延べ外食回数×各圏域における業態シェア×各業態の単価で算出
 ※業態は、26分類のうち16業態を掲出
 ※外食市場規模「0」は、小数点第一位で四捨五入され0になったもの

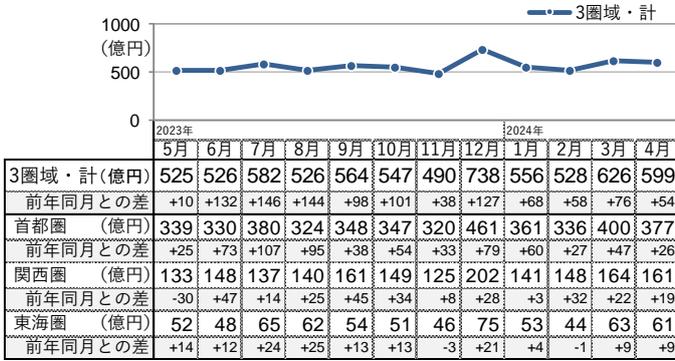
◆ファミリーレストラン、回転すし等



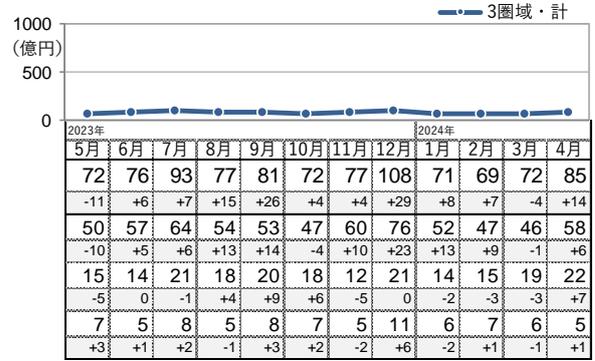
◆ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店



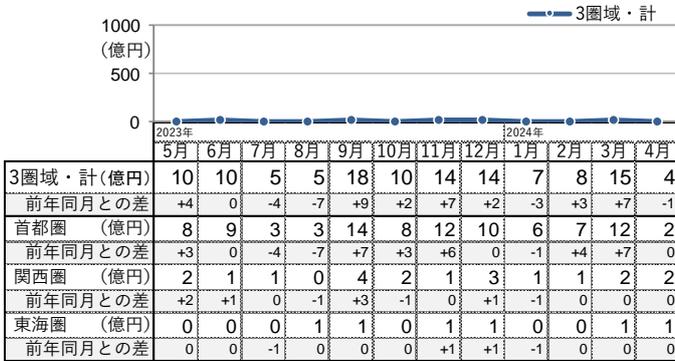
◆居酒屋(焼鳥、串焼き、串揚げ等、飲酒メインの業態を含む)



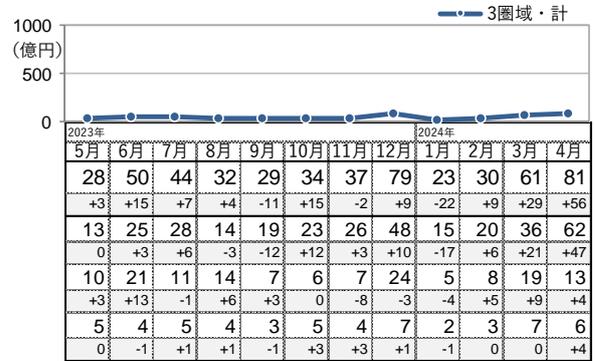
◆バー、バル、ワインバー、ビアホール、パブ



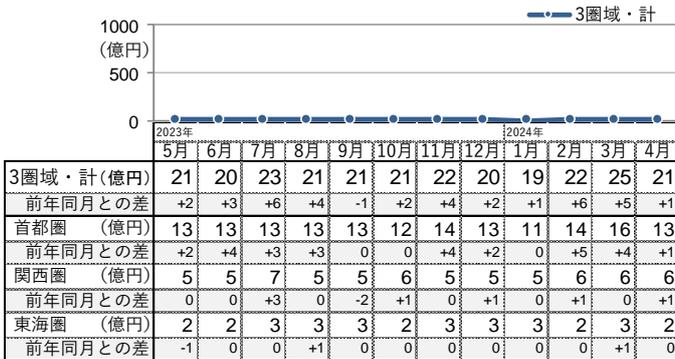
◆カラオケボックス



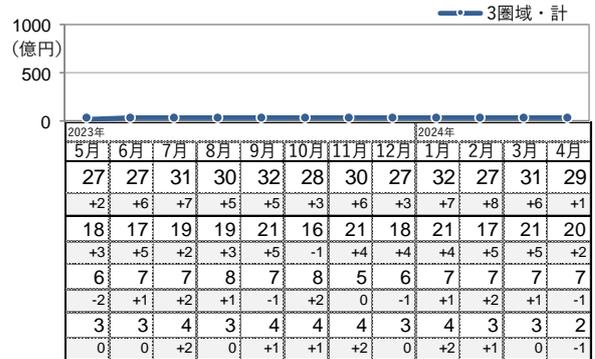
◆スナック、ナイトクラブ、キャバレー



◆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

【3圏域・計】

	2024年4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 (ラーメン専業店は除く)	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、ストロバ、うどん、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(ﾊﾞｰｶﾞｰ、サンドｲｯﾁ等)	牛丼、カレー等、一品もの専売業態	
外食市場規模 (億円)	434	190	168	223	63	330	54	54	212	151	599	85	4	81	21	29
前年同月との差	+3	-9	+3	+14	+2	+21	+3	+5	+6	+16	+54	+14	-1	+56	+1	+1
外食単価 (円)	4,309	2,484	2,592	4,834	3,071	4,111	2,882	3,675	1,661	1,204	3,997	4,287	1,738	12,821	877	861
前年同月との差	+70	+106	+227	+144	+254	+343	+22	-4	+96	+53	+206	-120	-952	+4,836	+10	+66
延べ外食回数 (万回)	1007	766	648	460	206	801	187	148	1279	1252	1498	199	25	63	239	340
前年同月との差	-11	-70	-49	+15	-12	-20	+8	+14	-35	+77	+60	+39	+5	+32	+11	-13

↑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】

	2024年4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 (ラーメン専業店は除く)	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、ストロバ、うどん、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(ﾊﾞｰｶﾞｰ、サンドｲｯﾁ等)	牛丼、カレー等、一品もの専売業態	
外食市場規模 (億円)	268	120	109	148	44	191	28	30	130	91	377	58	2	62	13	20
前年同月との差	-1	-9	+6	+4	+3	+18	+3	+2	+6	+8	+26	+6	0	+47	+1	+2
外食単価 (円)	4,409	2,619	2,893	4,862	3,159	4,226	3,325	3,662	1,674	1,187	3,997	4,584	1,986	16,262	873	860
前年同月との差	-231	-5	+290	+22	+236	+340	-35	-51	+93	+45	+152	-98	-465	+7,437	+10	+71
延べ外食回数 (万回)	608	457	378	304	138	451	86	83	774	769	943	127	11	38	147	232
前年同月との差	+29	-36	-18	+6	-3	+6	+11	+7	-12	+39	+29	+15	+2	+21	+3	+10

↑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】

	2024年4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 (ラーメン専業店は除く)	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、ストロバ、うどん、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(ﾊﾞｰｶﾞｰ、サンドｲｯﾁ等)	牛丼、カレー等、一品もの専売業態	
外食市場規模 (億円)	120	52	40	57	16	95	21	17	52	38	161	22	2	13	6	7
前年同月との差	+5	+3	-3	+10	+1	+3	+1	+3	+2	+7	+19	+7	0	+4	+1	-1
外食単価 (円)	4,623	2,418	2,244	5,205	3,163	4,452	2,504	3,680	1,732	1,256	3,916	3,691	1,462	7,007	907	856
前年同月との差	+765	+366	+268	+933	+494	+479	+61	+94	+165	+88	+273	+3	-1,826	-481	+14	+65
延べ外食回数 (万回)	259	214	176	110	49	214	83	47	300	300	410	59	10	19	63	81
前年同月との差	-39	-23	-44	0	-8	-17	0	+9	-17	+39	+21	+20	+3	+7	+6	-16

↑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】

	2024年4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 (ラーメン専業店は除く)	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、ストロバ、うどん、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(ﾊﾞｰｶﾞｰ、サンドｲｯﾁ等)	牛丼、カレー等、一品もの専売業態	
外食市場規模 (億円)	46	19	19	17	4	44	5	7	31	22	61	5	1	6	2	2
前年同月との差	-2	-2	+1	0	-1	0	-1	-1	-1	+1	+9	+1	0	+4	0	-1
外食単価 (円)	3,300	1,987	2,038	3,764	2,160	3,201	2,512	3,719	1,507	1,193	4,227	4,045	1,775	10,163	829	882
前年同月との差	-98	+25	-224	-965	-334	+132	-218	-9	+6	+29	+379	-130	-329	+4,965	-3	+39
延べ外食回数 (万回)	140	95	94	46	18	137	18	18	205	183	145	13	3	6	29	26
前年同月との差	-1	-11	+13	+9	-3	-7	-3	-2	-7	-1	+9	+4	0	+3	+2	-7

↑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 2月度	2023年 3月度	2023年 4月度	2023年 5月度	2023年 6月度	2023年 7月度	2023年 8月度		
事前調査	実施期間	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)	23/6/16 (金) ~7/3 (月)	23/7/14 (金) ~8/2 (水)		
	配信数(件)	493,042	480,074	494,669	497,545	495,060	495,890	503,643		
	回収数(件)	33,328	31,607	31,126	30,091	33,578	31,533	31,519		
	回収率	6.8%	6.6%	6.3%	6.0%	6.8%	6.4%	6.3%		
	本調査対象者数(件)	14,252	14,159	13,116	12,896	13,114	13,190	13,177		
本調査	実施期間	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)	23/8/1 (火) ~8/9 (水)	23/9/1 (金) ~9/11 (月)		
	配信数(件)	12,742	12,844	12,735	12,548	12,559	12,661	12,556		
	回収数(件)	9,508	10,114	9,728	9,778	9,654	9,567	9,813		
	回収率	74.6%	78.7%	76.4%	77.9%	76.9%	75.6%	78.2%		
	有効回答数(件)	9,421	10,103	9,608	9,701	9,561	9,484	9,728		
集計サンプル数	個人単位	居住圏域	3圏域計(件)	9,421	10,103	9,608	9,701	9,561	9,484	9,728
			首都圏(件)	5,448	5,843	5,566	5,620	5,539	5,494	5,636
			関西圏(件)	2,548	2,732	2,592	2,617	2,579	2,558	2,624
			東海圏(件)	1,425	1,528	1,450	1,464	1,443	1,431	1,468
	外食単位	消費圏域	3圏域計(件)	21,731	24,603	24,095	25,054	22,808	24,878	24,733
			首都圏(件)	13,198	14,480	14,418	15,136	13,597	14,994	14,748
			関西圏(件)	5,650	6,723	6,521	6,494	6,183	6,502	6,583
			東海圏(件)	2,883	3,401	3,156	3,424	3,028	3,381	3,402

※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

		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	2024年 3月度		
事前調査	実施期間	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)	24/2/16 (金) ~3/4 (月)		
	配信数(件)	508,057	512,397	514,855	517,183	514,946	513,624	512,455		
	回収数(件)	32,714	33,392	32,473	33,663	33,632	34,988	34,244		
	回収率	6.4%	6.5%	6.3%	6.5%	6.5%	6.8%	6.7%		
	本調査対象者数(件)	13,311	13,365	13,522	13,486	13,482	13,607	13,608		
本調査	実施期間	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)	24/4/1 (月) ~4/11 (木)		
	配信数(件)	12,711	12,666	12,735	12,738	12,729	12,733	12,779		
	回収数(件)	9,898	9,849	9,934	9,709	9,947	9,674	9,683		
	回収率	77.9%	77.8%	78.0%	76.2%	78.1%	76.0%	75.8%		
	有効回答数(件)	9,808	9,756	9,835	9,636	9,864	9,579	9,606		
集計サンプル数	個人単位	居住圏域	3圏域計(件)	9,808	9,756	9,835	9,636	9,864	9,579	9,606
			首都圏(件)	5,682	5,652	5,698	5,582	5,714	5,549	5,565
			関西圏(件)	2,646	2,632	2,653	2,599	2,661	2,584	2,591
			東海圏(件)	1,480	1,472	1,484	1,454	1,489	1,446	1,450
	外食単位	消費圏域	3圏域計(件)	25,139	25,239	24,979	26,400	24,937	23,179	26,970
			首都圏(件)	15,136	15,067	15,159	16,158	15,160	13,971	16,481
			関西圏(件)	6,599	6,777	6,431	6,795	6,463	6,253	6,933
			東海圏(件)	3,404	3,395	3,390	3,447	3,314	2,955	3,556

※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 5月	2023年 6月	2023年 7月	2023年 8月	2023年 9月	2023年 10月	2023年 11月	2023年 12月	2024年 1月	2024年 2月	2024年 3月	2024年 4月
3圏域・計 (万回)	10216	9437	10377	10058	10139	10234	10047	10838	10001	9572	11106	10061
対19年比	77.1%	72.5%	78.5%	72.7%	78.3%	82.4%	75.9%	79.8%	80.5%	78.3%	79.9%	76.5%

2. 外食単価

	2023年 5月	2023年 6月	2023年 7月	2023年 8月	2023年 9月	2023年 10月	2023年 11月	2023年 12月	2024年 1月	2024年 2月	2024年 3月	2024年 4月
3圏域・計 (円)	2,662	2,818	2,750	2,772	2,752	2,704	2,743	3,344	2,870	2,850	2,913	2,909
対19年比	108.9%	109.8%	104.5%	110.3%	112.5%	106.9%	107.0%	112.5%	110.0%	110.5%	110.4%	111.7%

3. 外食市場規模

	2023年 5月	2023年 6月	2023年 7月	2023年 8月	2023年 9月	2023年 10月	2023年 11月	2023年 12月	2024年 1月	2024年 2月	2024年 3月	2024年 4月
3圏域・計 (億円)	2719	2659	2854	2788	2790	2768	2756	3624	2870	2728	3235	2927
対19年比	84.0%	79.6%	82.1%	80.2%	88.1%	88.1%	81.2%	89.7%	88.6%	86.6%	88.2%	85.4%

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（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/>