

外食市場調査（2024年7月度）

2024年7月の外食市場規模は2915億円（前年同月比 +61億円・東名阪3圏域計）

2019年比（コロナ禍前比）83.8%で、2カ月連続して後退

延べ外食回数の19年比は前月超えも、外食単価が2カ月連続で伸びが鈍化

【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83.8%（前月同85.1%）。2カ月連続で後退
2. 2019年比で延べ外食回数は前月超えだったが、外食単価が2カ月連続で伸びが鈍化した

2024年7月の外食市場規模は、3圏域合計で2915億円。前年同月比（以下、前年比）は+61億円。市場規模の2019年同月比（コロナ禍前比、以下19年比）は83.8%で、前月の同85.1%から後退した。19年比の後退は2カ月連続で、2カ月連続の後退は2024年2月以来となっている。延べ外食回数の19年比は77.7%で前月の同77.1%を上回ったが、外食単価が19年比107.9%と2カ月連続して伸びが鈍化し、市場規模の19年比での後退につながった（P10参照）。市場規模の食事主体業態・計は19年比91.5%（前月同93.1%）、飲酒主体業態・計は同71.3%（同73.3%）、軽食主体業態・計は同81.5%（同79.2%）と、2カ月連続して軽食主体業態・計のみで19年比の前月比が改善した。主要16業態では、市場規模が前年を上回ったのは7業態にとどまり、19年比では「アジア料理店」（107.9%）のみが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7月の外食（※1）実施率は67.6%（前月比増減+0.1pt、前年比増減+0.1pt）
- 2024年7月の外食頻度（※2）は3.85回/月（前月比増減+0.08回、前年比増減-0.03回）
- 2024年7月の外食単価は2,839円（前月比増減+6円、前年比増減+89円）
- 2024年7月の外食市場規模（※3）は2915億円（前月比増減+73億円、前年比増減+61億円）

※1 ※2 ※3 P10参照

【圏域別】 [P3]

- 外食実施率は、首都圏：67.5%（前年比増減+0.3pt）、関西圏：67.7%（同±0.0pt）、東海圏：68.3%（同-0.4pt）
- 外食頻度は、首都圏：4.08回/月（前年比増減+0.02回）、関西圏：3.69回/月（同-0.06回）、東海圏：3.24回/月（同-0.20回）
- 外食単価は、首都圏：2,934円（前年比増減+87円）、関西圏：2,841円（同+133円）、東海圏：2,377円（同-26円）
- 外食市場規模は、首都圏：1851億円（前年比増減+70億円）、関西圏：753億円（同+19億円）、東海圏：312億円（同-27億円）

【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+42億円）、「居酒屋」（同+21億円）、「ファミリーレストラン、回転すし等」（同+13億円）等で前年を上回った。
- 「和食料理店」（延べ回数+17万回、単価+317円）、「ファミリーレストラン、回転すし等」（延べ回数+12万回、単価+86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6月18日（火）～ 2024年7月4日（木）	494,370件	27,165件	5.5%	11,375件	2024年8月1日（木）～ 2024年8月13日（火）	10,605件	8,102件	76.4%	8,016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
8,016	4,655	2,156	1,206	711	754	941	948	681	697	731	922	930	702
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
20,874	12,821	5,389	2,664
100.0	61.4	25.8	12.8

※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

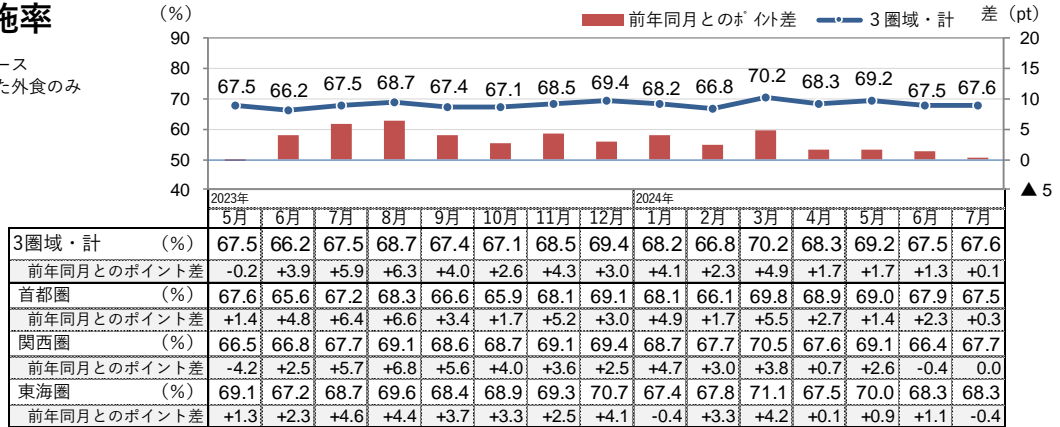
- ・ 外食1回につき次の26分類から当てはまるものを1つ聴取、本報告書ではうち16業態を掲出。

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 体 と す る 業 態 の 店
	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	
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 の 店
	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	
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 の 店
	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	
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 の 店
	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	

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



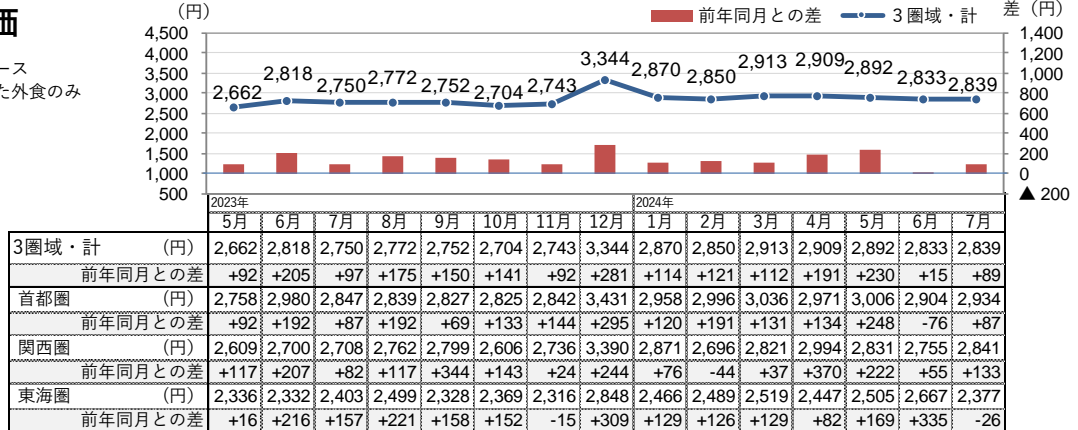
2. 外食頻度

※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

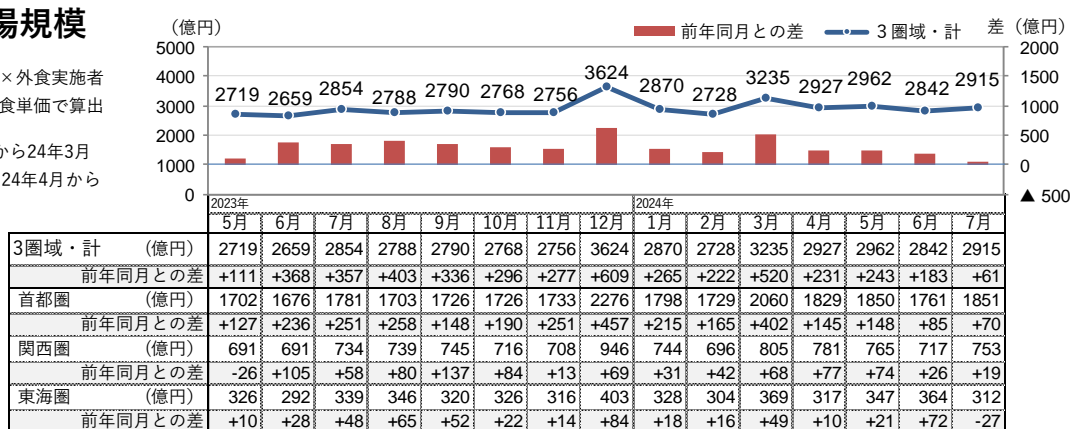
※外食単位集計ベース
※圏域内で行われた外食のみ
※外食実施者のみ



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



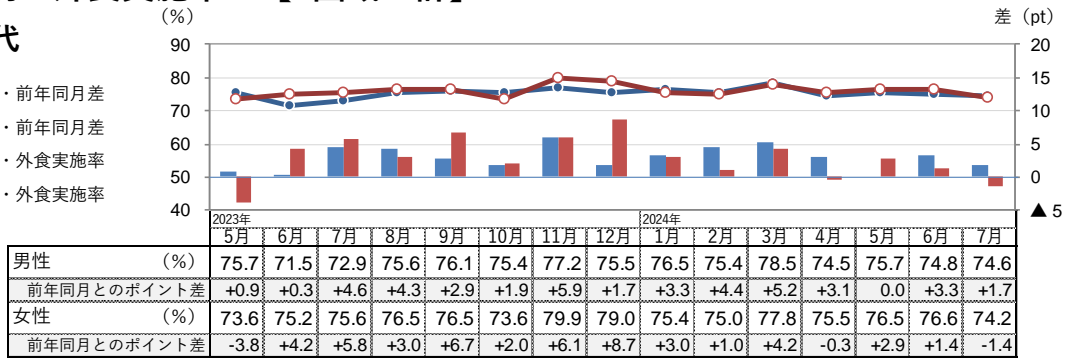
<参考>23年度
→24年度の基準人口の増減率
3圏域・計：-0.3%
首都圏：-0.1%
関西圏：-0.6%
東海圏：-0.6%

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

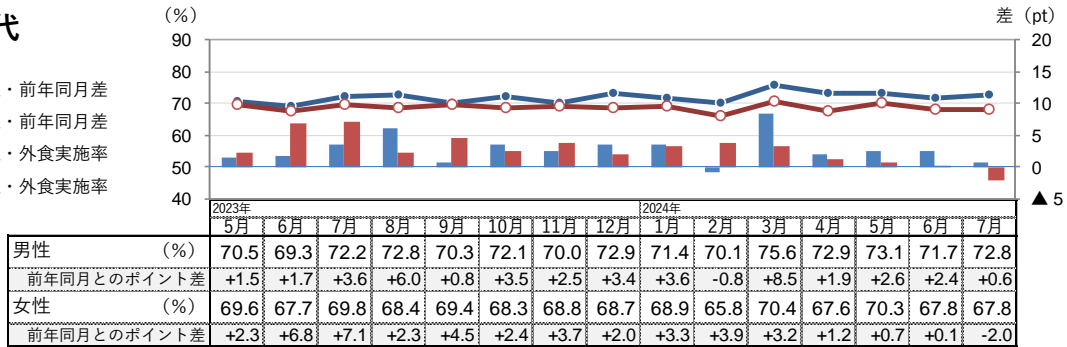
◆20歳代

■ 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



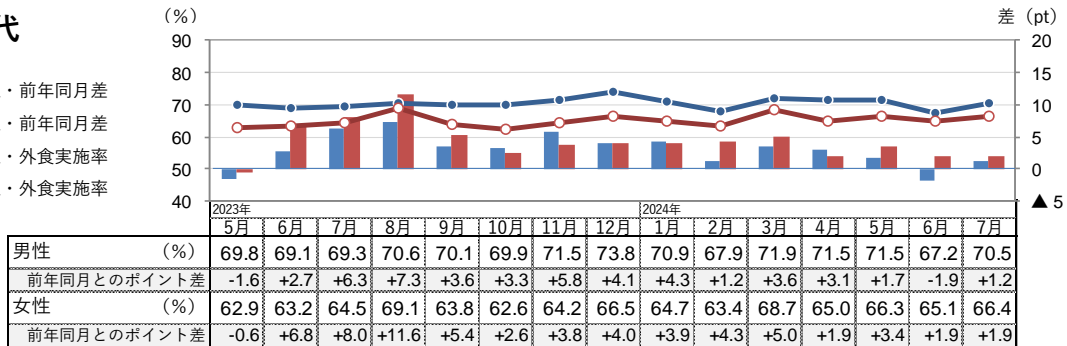
◆30歳代

■ 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



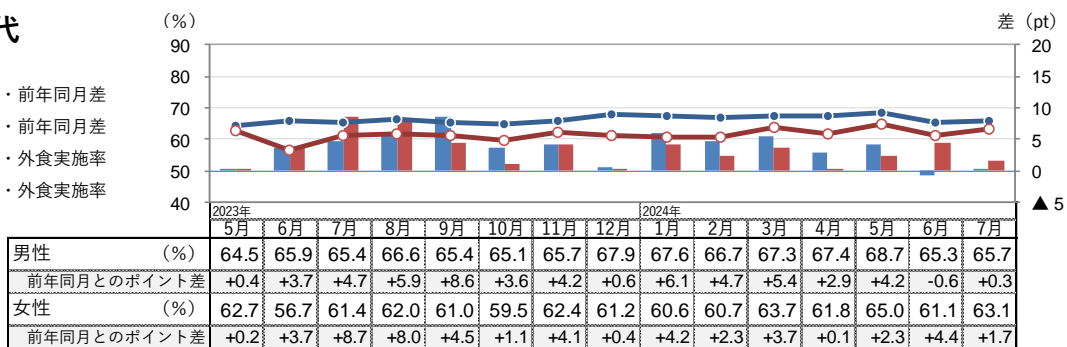
◆40歳代

■ 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



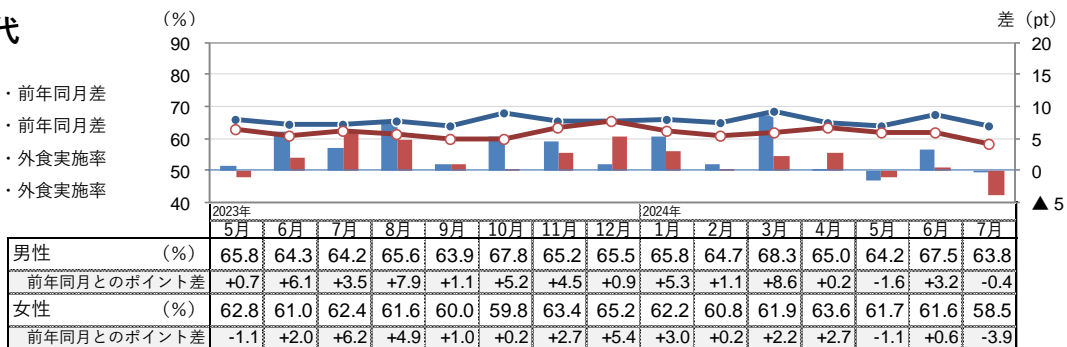
◆50歳代

■ 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

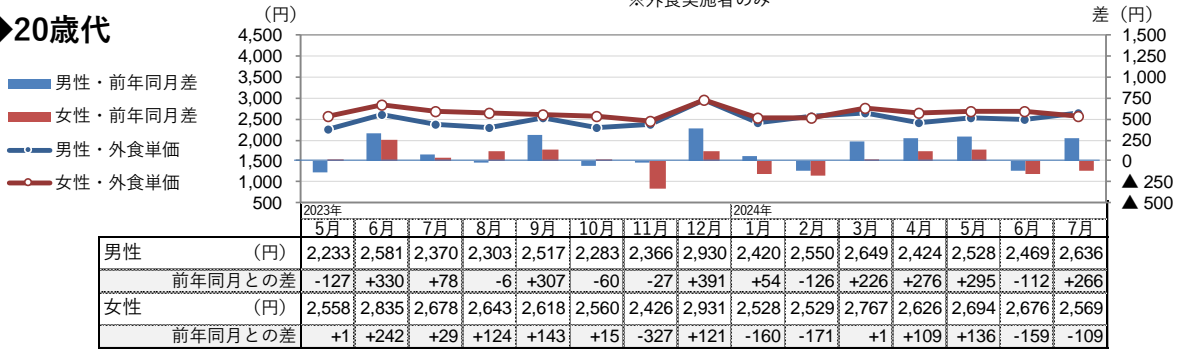
■ 男性・前年同月差
■ 女性・前年同月差
● 男性・外食実施率
● 女性・外食実施率



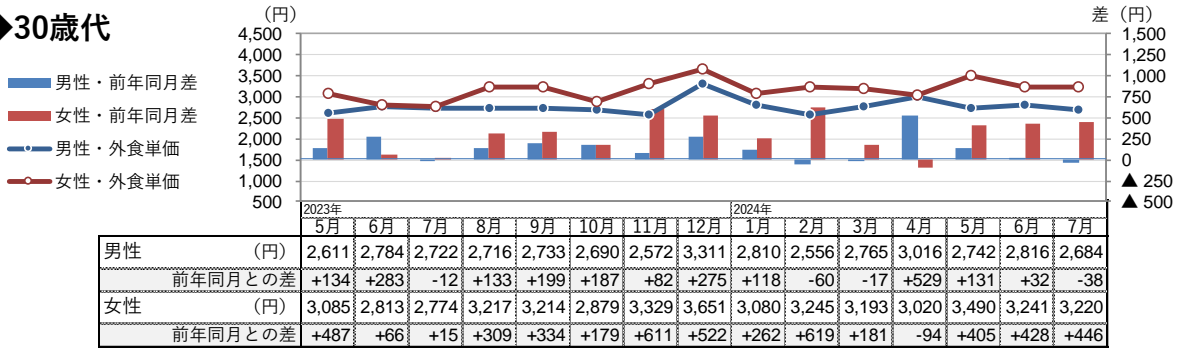
6. 性年代別 外食単価 【3圏域・計】

※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

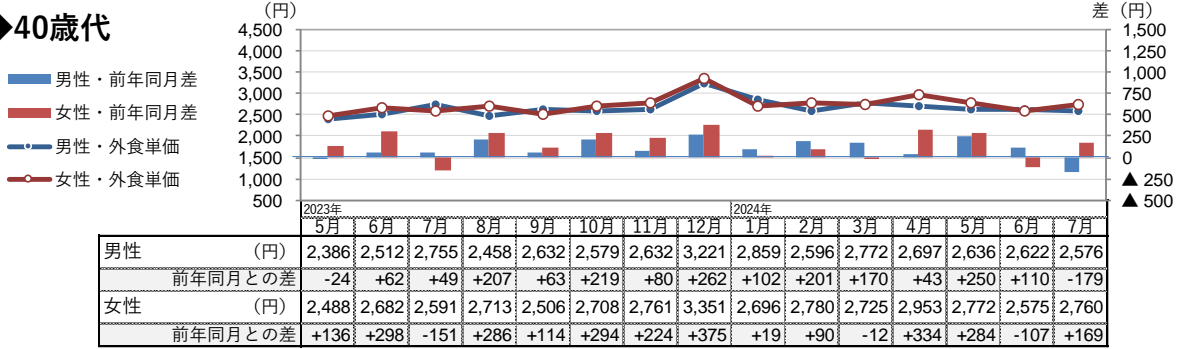
◆20歳代



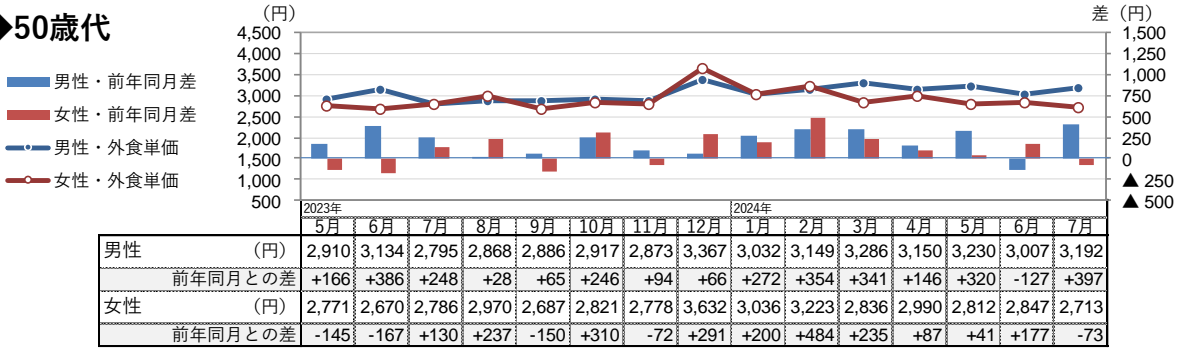
◆30歳代



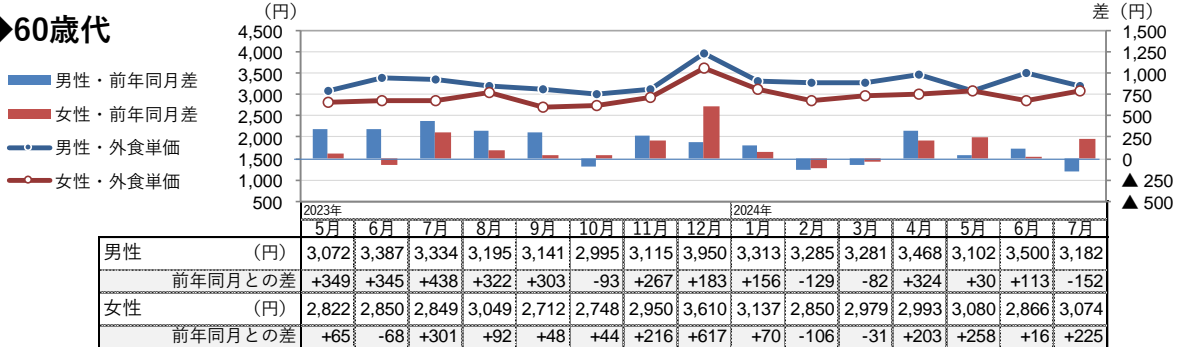
◆40歳代



◆50歳代



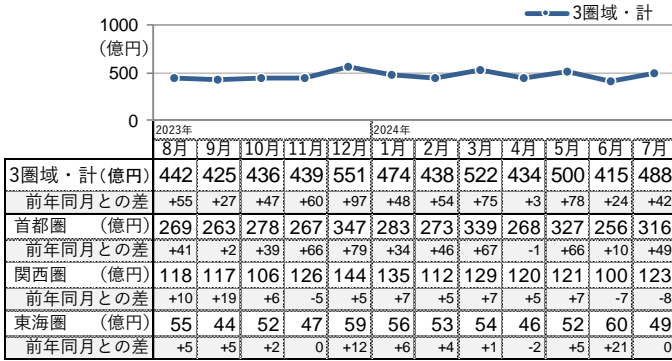
◆60歳代



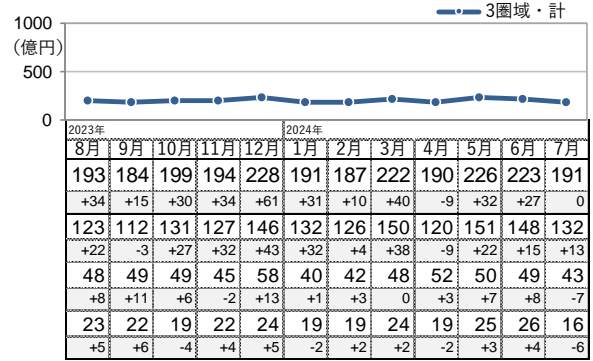
7.業態別 外食市場規模

※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

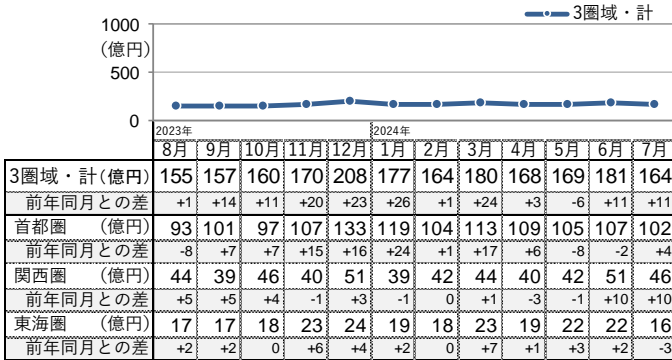
◆和食料理店（すし、割烹、料亭、郷土料理専門店等）



◆中華料理店（ラーメン専門店を除く）

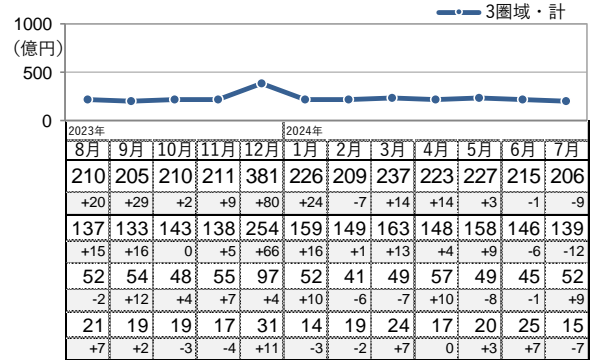


◆レストラン、食堂、ダイニング、洋食店



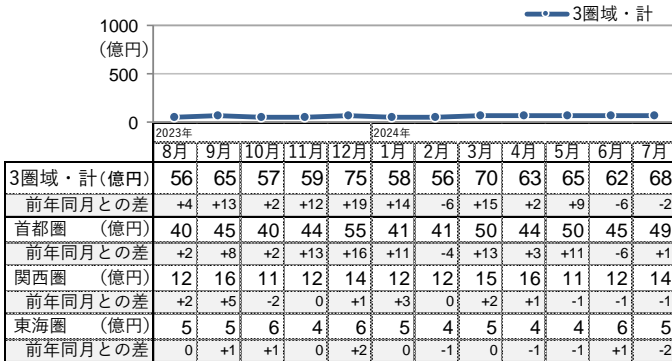
※ファミリーレストラン以外、フレンチ・イタリアン以外

◆フレンチ・イタリアン料理店

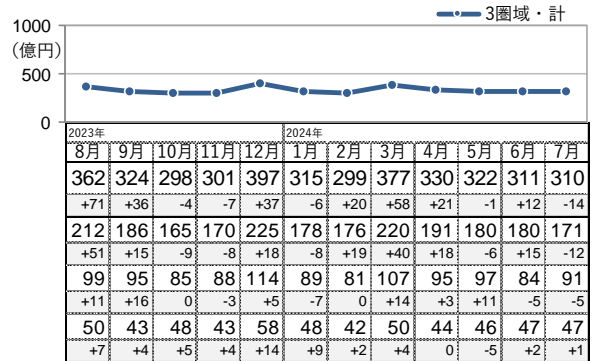


※ファミリーレストラン以外

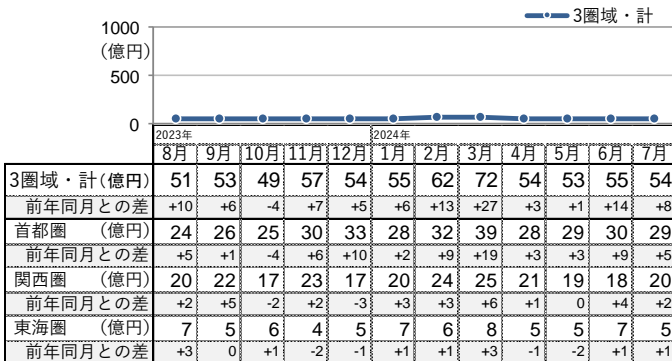
◆アジア料理店



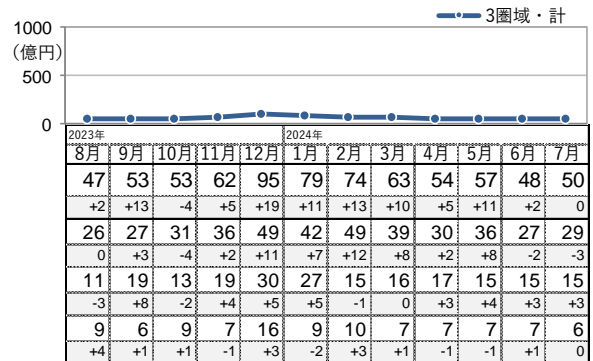
◆焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店



◆お好み焼き、鉄板焼き等の専門店

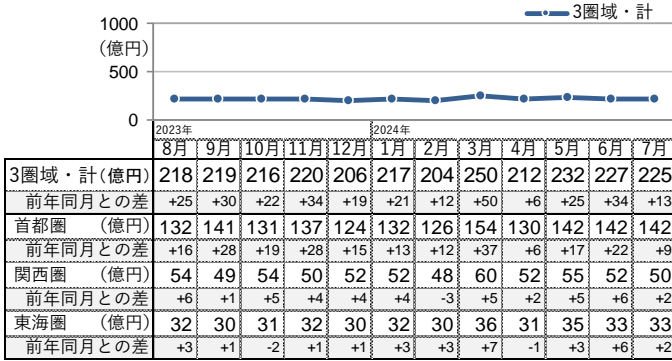


◆すき焼き、しゃぶしゃぶ、鍋、おでん等の専門店

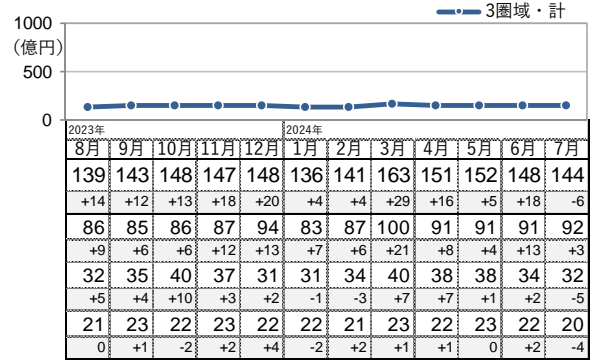


※外食市場規模は、各圏域の延べ外食回数×各圏域における業態シェア×各業態の単価で算出
 ※業態は、26分類のうち16業態を掲出
 ※外食市場規模「0」は、小数点第一位で四捨五入され0になったもの

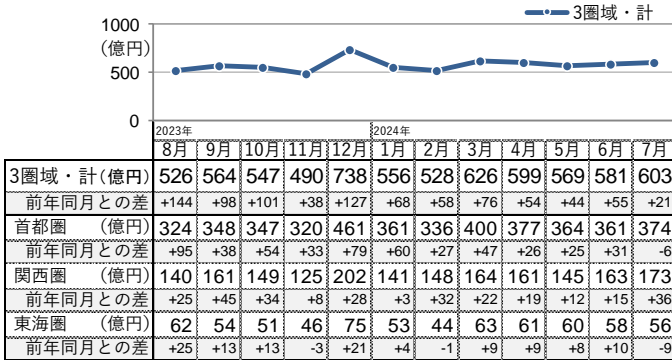
◆ファミリーレストラン、回転すし等



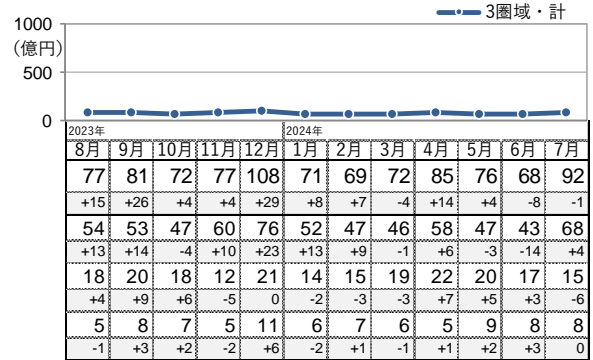
◆ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店



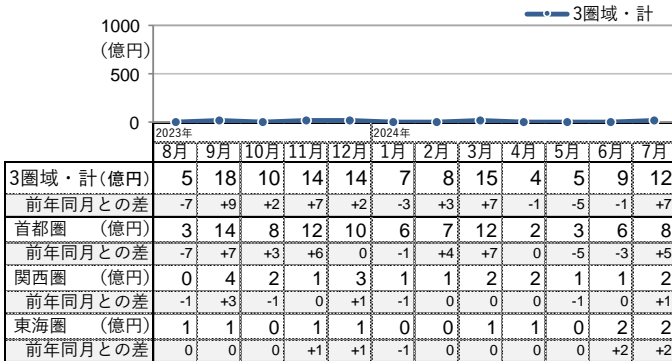
◆居酒屋(焼鳥、串焼き、串揚げ等、飲酒メインの業態を含む)



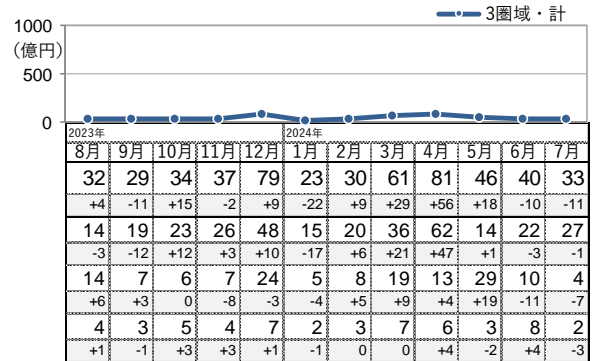
◆バー、バル、ワインバー、ビアホール、パブ



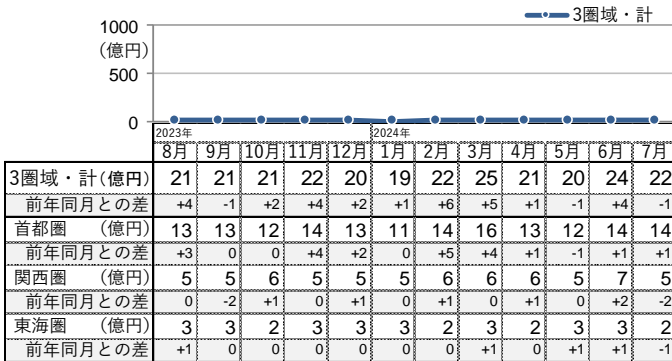
◆カラオケボックス



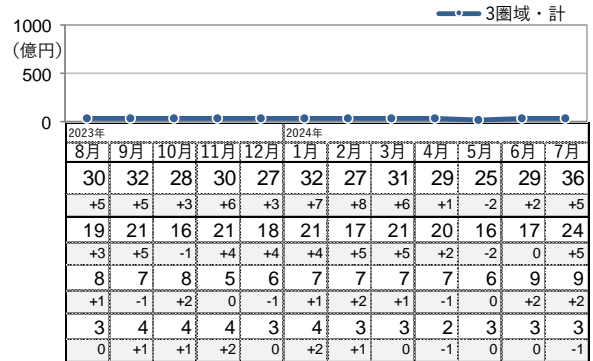
◆スナック、ナイトクラブ、キャバレー



◆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、パン、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
外食市場規模 (億円)	488	191	164	206	68	310	54	50	225	144	603	92	12	33	22	36
前年同月との差	+42	0	+11	-9	-2	-14	+8	0	+13	-6	+21	-1	+7	-11	-1	+5
外食単価 (円)	4,484	2,487	2,544	4,598	2,842	3,857	2,947	4,089	1,665	1,197	4,042	4,231	3,368	9,696	951	835
前年同月との差	+317	+65	+136	+110	-208	+166	+204	+564	+86	+16	+173	-92	+865	-1,857	+31	+29
延べ外食回数 (万回)	1088	768	644	449	239	803	182	123	1353	1207	1493	217	36	34	231	428
前年同月との差	+17	-21	+10	-31	+11	-76	+13	-18	+12	-63	-12	+1	+17	-4	-16	+49

↑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、パン、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
外食市場規模 (億円)	316	132	102	139	49	171	29	29	142	92	374	68	8	27	14	24
前年同月との差	+49	+13	+4	-12	+1	-12	+5	-3	+9	+3	-6	+4	+5	-1	+1	+5
外食単価 (円)	4,906	2,610	2,675	4,564	2,931	3,950	3,551	4,313	1,708	1,189	4,209	4,330	3,103	11,928	961	821
前年同月との差	+580	+47	+28	-79	-77	+150	+443	+541	+95	+6	+366	-67	+377	-2,121	-14	+31
延べ外食回数 (万回)	643	504	380	304	168	434	81	66	833	771	890	157	27	23	148	289
前年同月との差	+27	+38	+11	-21	+8	-47	+4	-19	+11	+15	-99	+11	+14	+3	+13	+44

↑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、パン、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
外食市場規模 (億円)	123	43	46	52	14	91	20	15	50	32	173	15	2	4	5	9
前年同月との差	-8	-7	+10	+9	-1	-5	+2	+3	+2	-5	+36	-6	+1	-7	-2	+2
外食単価 (円)	4,175	2,390	2,429	5,194	2,805	4,183	2,535	3,903	1,702	1,217	3,747	4,043	2,751	4,891	939	856
前年同月との差	-55	+118	+293	+1,101	-392	+323	+36	+677	+146	+33	-5	+211	+726	-4,031	+106	+20
延べ外食回数 (万回)	294	179	191	101	50	219	77	39	297	265	462	38	6	9	57	103
前年同月との差	-15	-39	+21	-4	+3	-30	+5	+3	-11	-43	+96	-17	+1	-3	-21	+14

↑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、パン、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
外食市場規模 (億円)	49	16	16	15	5	47	5	6	33	20	56	8	2	2	2	3
前年同月との差	0	-6	-3	-7	-2	+1	+1	0	+2	-4	-9	0	+2	-3	-1	-1
外食単価 (円)	3,284	1,953	2,158	3,487	2,235	3,115	2,196	3,655	1,457	1,200	3,962	3,849	6,789	7,846	926	882
前年同月との差	-81	-158	+191	-828	-807	+51	-12	+627	-23	+33	-368	-1,568	+4,642	-532	+27	+47
延べ外食回数 (万回)	150	84	72	44	21	151	23	17	224	171	141	22	3	3	26	36
前年同月との差	+4	-22	-23	-6	0	+2	+4	-4	+13	-34	-9	+7	+2	-3	-8	-8

↑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 5月度	2023年 6月度	2023年 7月度	2023年 8月度	2023年 9月度	2023年 10月度	2023年 11月度		
事前調査	実施期間	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)	23/8/17 (木) ~9/4 (月)	23/9/14 (木) ~10/2 (月)	23/10/16 (月) ~11/2 (木)		
	配信数(件)	497,545	495,060	495,890	503,643	508,057	512,397	514,855		
	回収数(件)	30,091	33,578	31,533	31,519	32,714	33,392	32,473		
	回収率	6.0%	6.8%	6.4%	6.3%	6.4%	6.5%	6.3%		
	本調査対象者数(件)	12,896	13,114	13,190	13,177	13,311	13,365	13,522		
本調査	実施期間	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)	23/10/2 (月) ~10/12 (木)	23/11/1 (水) ~11/13 (月)	23/12/1 (金) ~12/11 (月)		
	配信数(件)	12,548	12,559	12,661	12,556	12,711	12,666	12,735		
	回収数(件)	9,778	9,654	9,567	9,813	9,898	9,849	9,934		
	回収率	77.9%	76.9%	75.6%	78.2%	77.9%	77.8%	78.0%		
	有効回答数(件)	9,701	9,561	9,484	9,728	9,808	9,756	9,835		
集計サンプル数	個人単位	居住圏域	3圏域計(件)	9,701	9,561	9,484	9,728	9,808	9,756	9,835
			首都圏(件)	5,620	5,539	5,494	5,636	5,682	5,652	5,698
			関西圏(件)	2,617	2,579	2,558	2,624	2,646	2,632	2,653
			東海圏(件)	1,464	1,443	1,431	1,468	1,480	1,472	1,484
	外食単位	消費圏域	3圏域計(件)	25,054	22,808	24,878	24,733	25,139	25,239	24,979
			首都圏(件)	15,136	13,597	14,994	14,748	15,136	15,067	15,159
			関西圏(件)	6,494	6,183	6,502	6,583	6,599	6,777	6,431
			東海圏(件)	3,424	3,028	3,381	3,402	3,404	3,395	3,390

※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 12月度	2024年 1月度	2024年 2月度	2024年 3月度	2024年 4月度	2024年 5月度	2024年 6月度		
事前調査	実施期間	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)	24/3/15 (金) ~4/3 (水)	24/4/16 (火) ~5/2 (木)	24/5/15 (水) ~6/4 (火)		
	配信数(件)	517,183	514,946	513,624	512,455	496,301	504,904	502,800		
	回収数(件)	33,663	33,632	34,988	34,244	30,621	28,030	28,667		
	回収率	6.5%	6.5%	6.8%	6.7%	6.2%	5.6%	5.7%		
	本調査対象者数(件)	13,486	13,482	13,607	13,608	11,473	11,400	11,601		
本調査	実施期間	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)	24/5/1 (水) ~5/13 (月)	24/5/31 (金) ~6/13 (木)	24/7/1 (月) ~7/11 (木)		
	配信数(件)	12,738	12,729	12,733	12,779	10,698	10,616	10,703		
	回収数(件)	9,709	9,947	9,674	9,683	7,848	8,309	8,238		
	回収率	76.2%	78.1%	76.0%	75.8%	73.4%	78.3%	77.0%		
	有効回答数(件)	9,636	9,864	9,579	9,606	7,760	8,230	8,176		
集計サンプル数	個人単位	居住圏域	3圏域計(件)	9,636	9,864	9,579	9,606	7,760	8,230	8,176
			首都圏(件)	5,582	5,714	5,549	5,565	4,506	4,779	4,747
			関西圏(件)	2,599	2,661	2,584	2,591	2,087	2,213	2,199
			東海圏(件)	1,454	1,489	1,446	1,450	1,167	1,238	1,230
	外食単位	消費圏域	3圏域計(件)	26,400	24,937	23,179	26,970	19,798	21,373	20,797
			首都圏(件)	16,158	15,160	13,971	16,481	12,111	12,843	12,574
			関西圏(件)	6,795	6,463	6,253	6,933	5,136	5,642	5,392
			東海圏(件)	3,447	3,314	2,955	3,556	2,550	2,889	2,830

※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 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	2024年 5月	2024年 6月	2024年 7月
3圏域・計 (万回)	10058	10139	10234	10047	10838	10001	9572	11106	10061	10241	10031	10269
対19年比	72.7%	78.3%	82.4%	75.9%	79.8%	80.5%	78.3%	79.9%	76.5%	77.3%	77.1%	77.7%

2. 外食単価

	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	2024年 5月	2024年 6月	2024年 7月
3圏域・計 (円)	2,772	2,752	2,704	2,743	3,344	2,870	2,850	2,913	2,909	2,892	2,833	2,839
対19年比	110.3%	112.5%	106.9%	107.0%	112.5%	110.0%	110.5%	110.4%	111.7%	118.3%	110.4%	107.9%

3. 外食市場規模

	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	2024年 5月	2024年 6月	2024年 7月
3圏域・計 (億円)	2788	2790	2768	2756	3624	2870	2728	3235	2927	2962	2842	2915
対19年比	80.2%	88.1%	88.1%	81.2%	89.7%	88.6%	86.6%	88.2%	85.4%	91.5%	85.1%	83.8%

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/>