

外食市場調査（2024年9月度）

2024年9月の外食市場規模は2879億円（前年同月比 +89億円・東名阪3圏域計）

2019年比（コロナ禍前比）90.9%で、2カ月連続の回復

外食実施率・頻度・単価ともに19年比は前月を上回る水準

【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90.9%（前月同86.9%）。2カ月連続して回復
2. 外食実施率・頻度は19年比が前月から改善、外食単価は19年比115.1%で3指標とも前月比アップ

2024年9月の外食市場規模は、3圏域合計で2879億円。前年同月比（以下、前年比）は+89億円。市場規模の2019年同月比（コロナ禍前比、以下19年比）は90.9%で、前月の同86.9%を上回った（P10参照）。19年比の改善は2カ月連続。外食実施率は19年比-6.6ポイント%（前月同-7.6ポイント）、外食頻度は19年比90.0%（前月同87.9%）。また、外食単価は19年比115.1%（前月同114.3%）と主要指標の19年比がすべて前月を上回り、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97.3%（前月同93.1%）、飲酒主体業態・計は同78.0%（同74.9%）、軽食主体業態・計は同98.8%（同89.2%）と、いずれの 카테고리 も19年比は前月より改善した。主要16業態については、12業態で市場規模が前年を上回り、19年比では「ファストフード」（121.4%）、「アジア料理店」（112.3%）、「すき焼き、しゃぶしゃぶ、鍋、おでん等の専門店」（106.6%）等、6業態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9月の外食（※1）実施率は69.4%（前月比増減-0.1pt、前年比増減+2.0pt）
- 2024年9月の外食頻度（※2）は3.73回/月（前月比増減-0.10回、前年比増減-0.07回）
- 2024年9月の外食単価は2,817円（前月比増減-57円、前年比増減+65円）
- 2024年9月の外食市場規模（※3）は2879億円（前月比増減-140億円、前年比増減+89億円）

※1 ※2 ※3 P10参照

【圏域別】 [P3]

- 外食実施率は、首都圏：70.0%（前年比増減+3.4pt）、関西圏：68.3%（同-0.3pt）、東海圏：69.4%（同+1.0pt）
- 外食頻度は、首都圏：3.85回/月（前年比増減-0.15回）、関西圏：3.63回/月（同-0.01回）、東海圏：3.46回/月（同+0.10回）
- 外食単価は、首都圏：2,973円（前年比増減+146円）、関西圏：2,640円（同-159円）、東海圏：2,470円（同+142円）
- 外食市場規模は、首都圏：1833億円（前年比増減+107億円）、関西圏：694億円（同-51億円）、東海圏：352億円（同+32億円）

【業態別】（3圏域計） [P6-8]

- 業態別の市場規模は、「ファミリーレストラン、回転すし等」（前年比増減+28億円）、「レストラン、食堂、ダイニング、洋食店」（同+18億円）、「フレンチ・イタリアン料理店」（同+10億円）等16業態中12業態で前年を上回った。
- 「ファミリーレストラン、回転すし等」（延べ回数+142万回、単価+34円）、「レストラン、食堂、ダイニング、洋食店」（延べ回数+40万回、単価+123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9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	・大阪府全域 ・兵庫県（東北の一部除外） ・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8月15日（木）～ 2024年9月4日（水）	504,284件	28,781件	5.7%	11,292件	2024年10月1日（火）～ 2024年10月10日（木）	10,494件	7,776件	74.1%	7,708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		
7,708	4,476	2,073	1,159	683	725	905	912	655	670	702	886	894	675		
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
19,976	12,053	5,139	2,784
100.0	60.3	25.7	13.9

※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

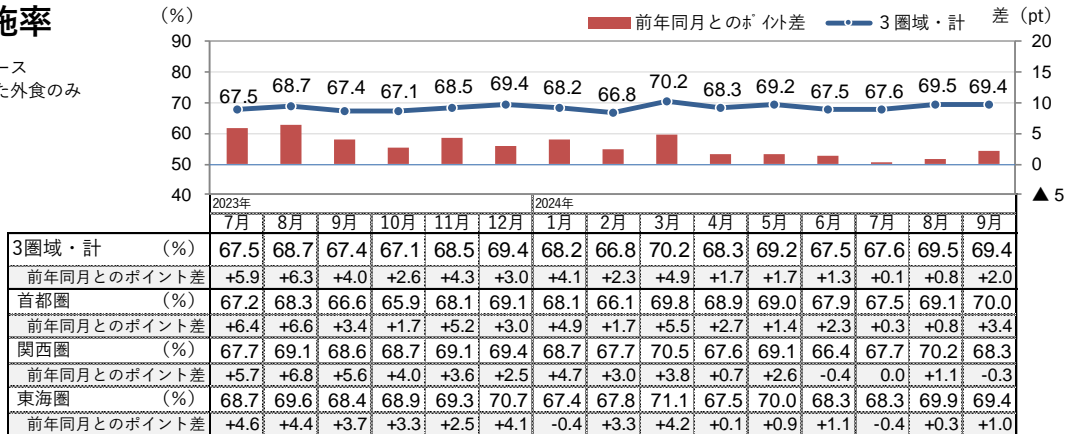
- 外食した店の業態 ・外食1回につき次の26分類から当てはまるものを1つ聴取、本報告書ではうち16業態を掲出。

選 択 肢	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（ラーメン専門店は除く）		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）		軽 食 主 体
	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		
	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）		
	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



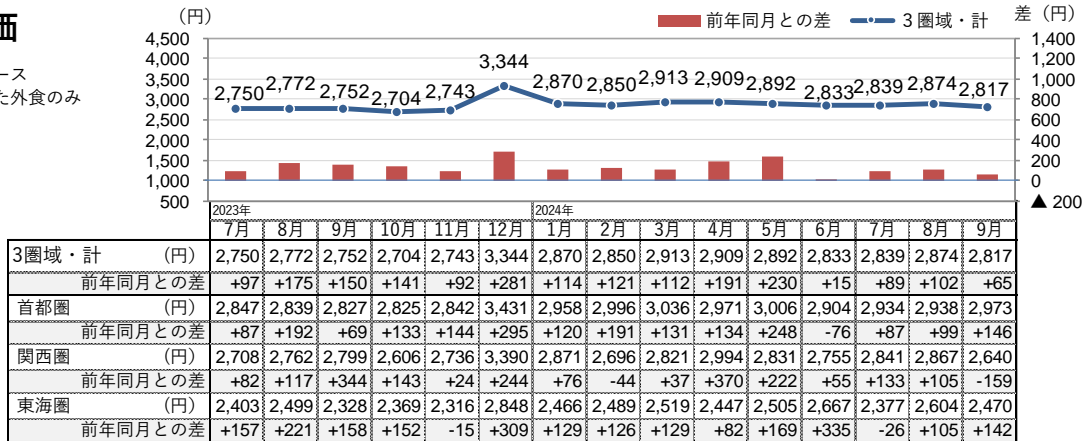
2. 外食頻度

※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

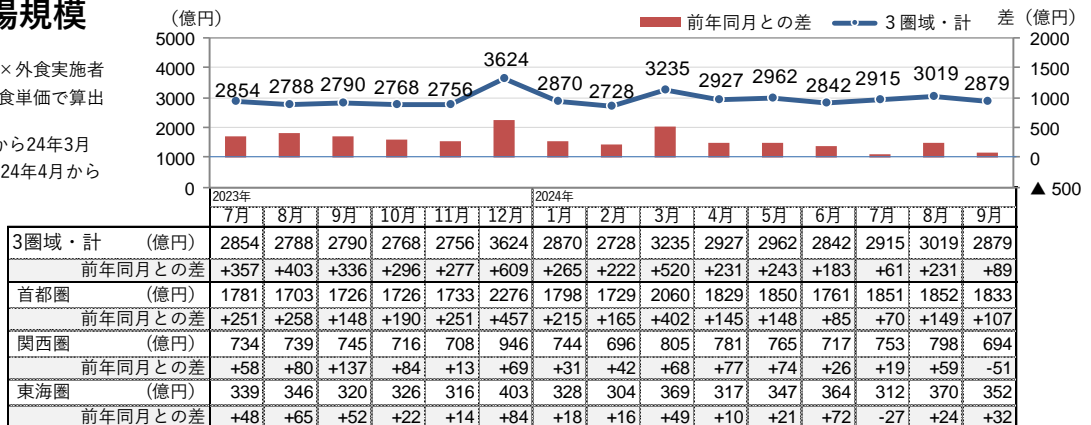


4. 外食市場規模

※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%

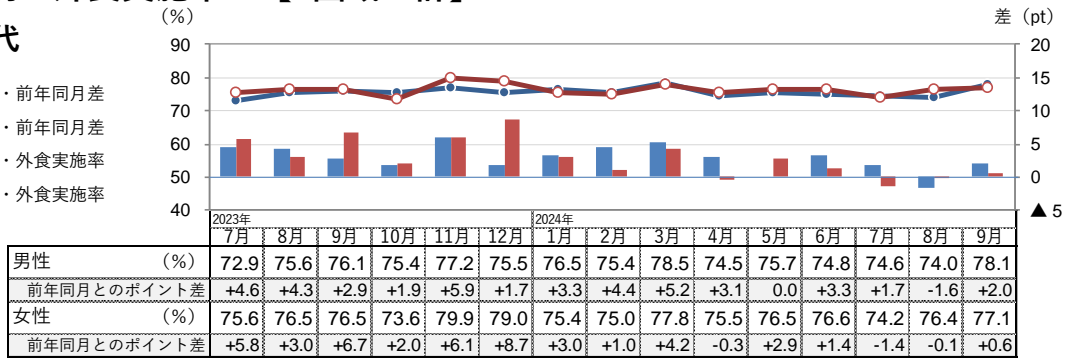


5. 性年代別 外食実施率 【3圏域・計】

※個人単位集計ベース
※圏域内で行われた外食のみ

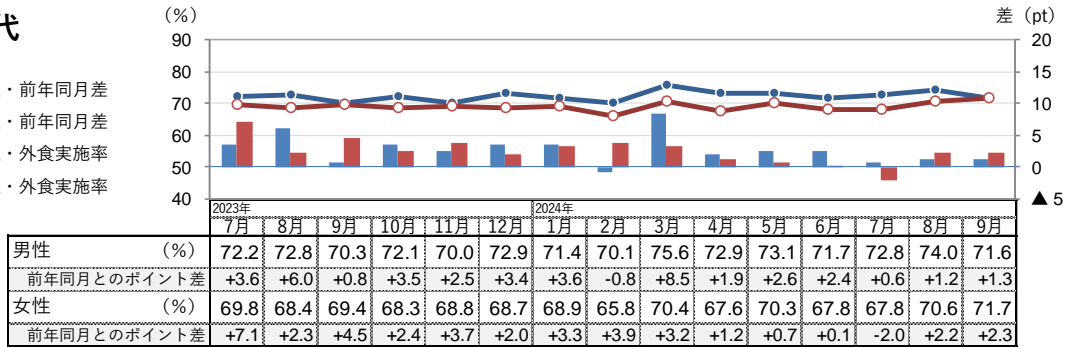
◆20歳代

■ 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



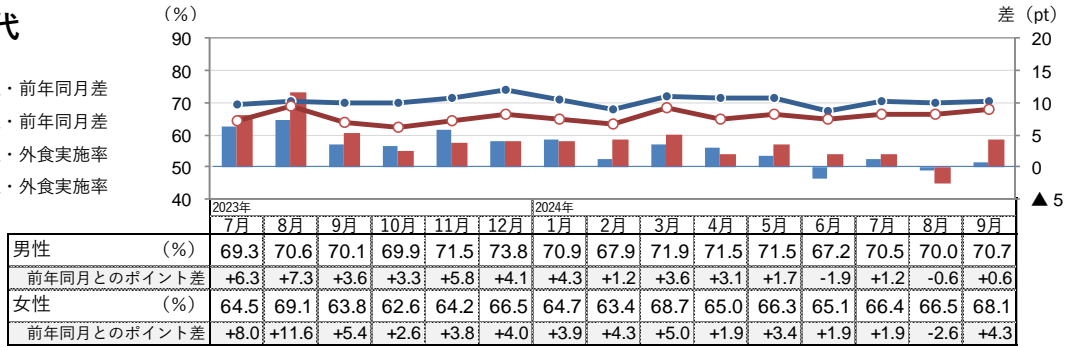
◆30歳代

■ 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



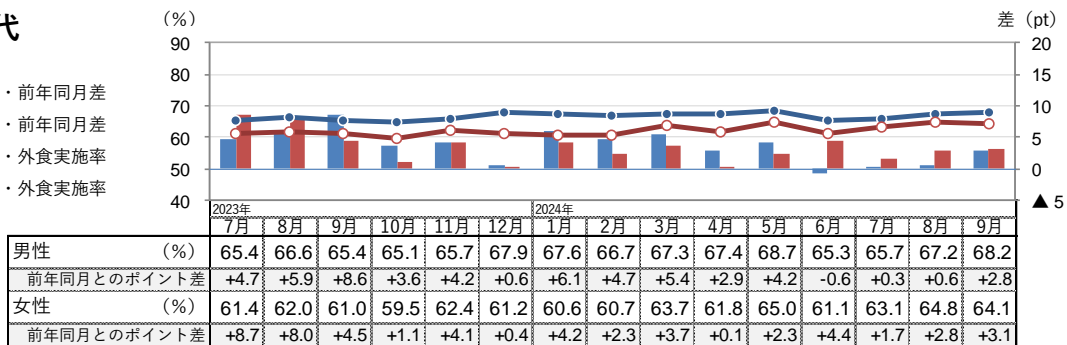
◆40歳代

■ 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



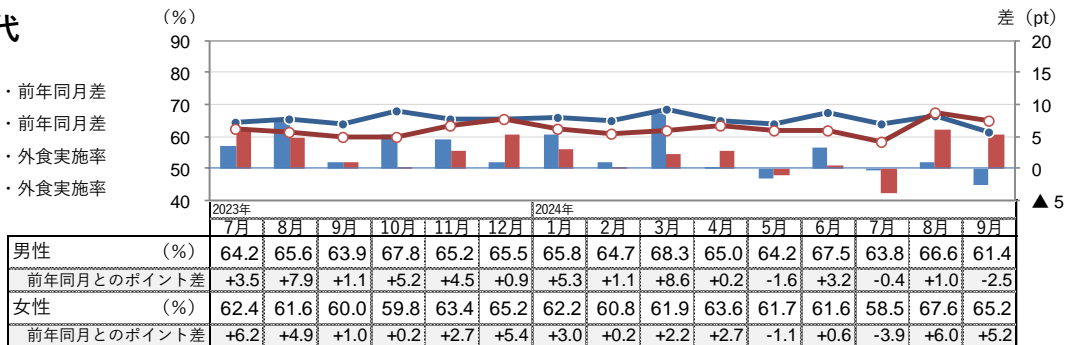
◆50歳代

■ 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

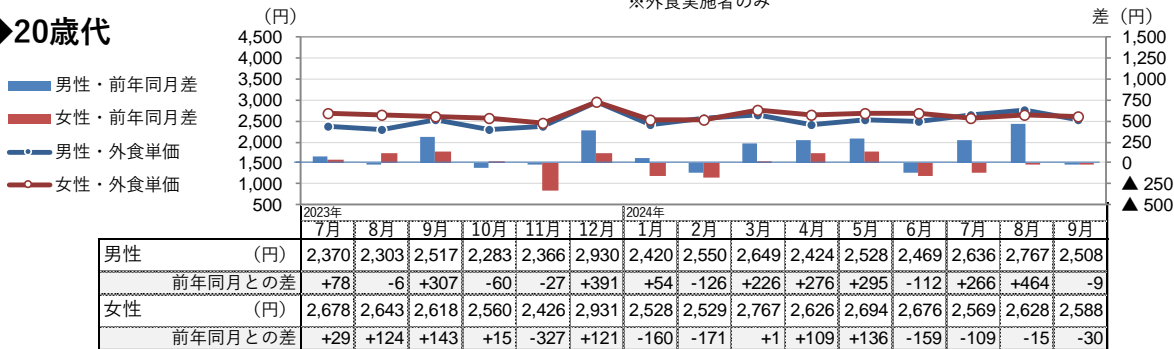
■ 男性・前年同月差
■ 女性・前年同月差
● 男性・外食実施率
● 女性・外食実施率



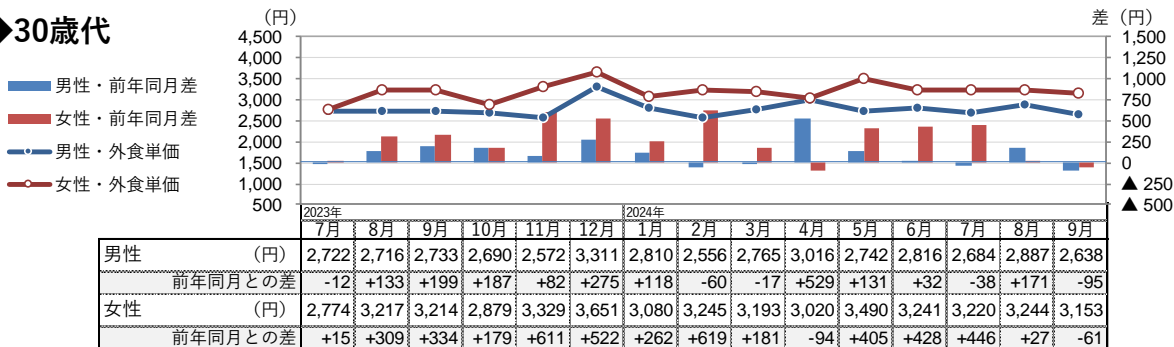
6. 性年代別 外食単価 【3圏域・計】

※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

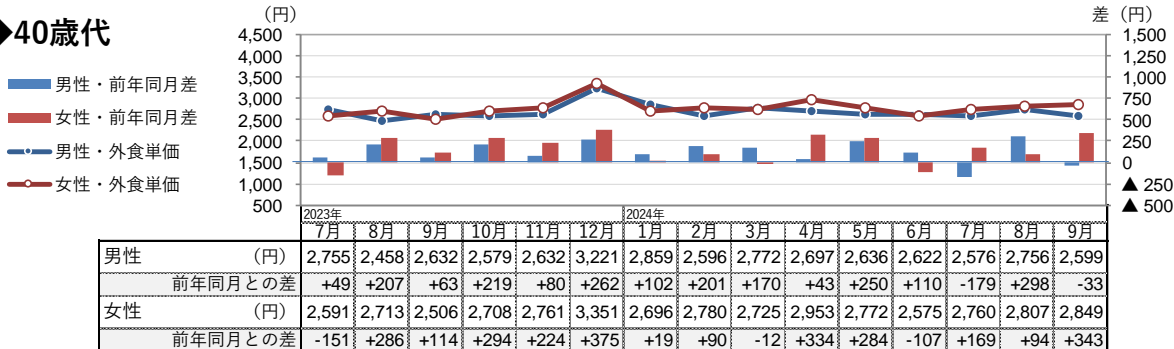
◆20歳代



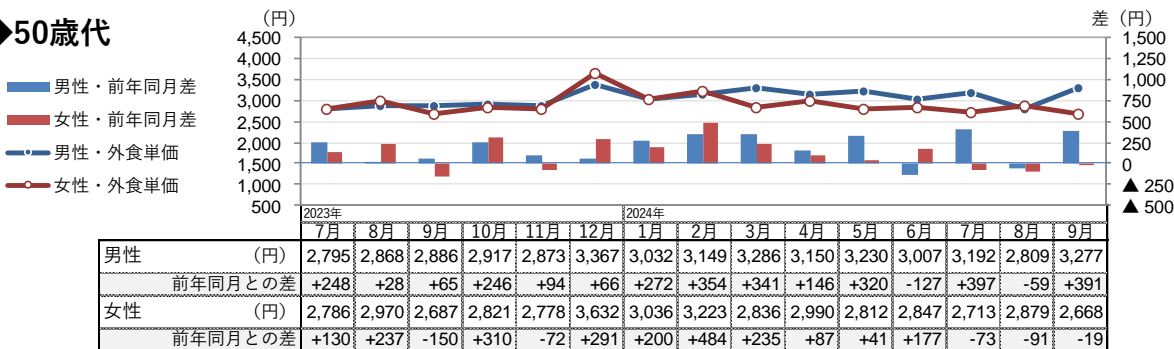
◆30歳代



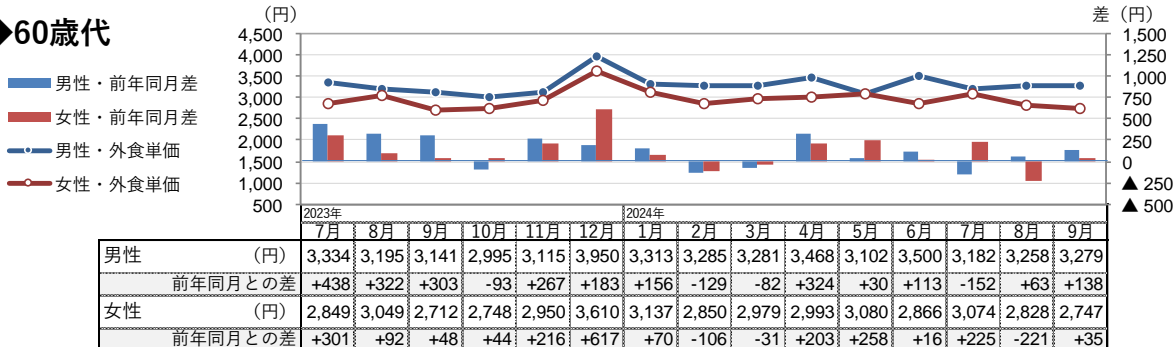
◆40歳代



◆50歳代



◆60歳代



【3圏域・計】

	2024年9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 (ラーメン専用店は除く)	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 (ファミリーレストラン以外)	5 アジア料理店	6 焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店	7 お好み焼き、鉄板焼き等の専門店	8 すき焼き、しゃぶしゃぶ、鍋、おでん等の専門店	9 ファミリールーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店	10 ラーメン、串揚げ等、飲酒メインの業態含む)	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、パル、ワインバー、ビアホール、パブ	13 カラオケボックス	14 スナック、ナイトクラブ、キャバレー	15 ファストフード (ハンバーガー、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)	417	193	175	215	68	330	54	63	247	147	565	75	8	25	29	35
前年同月との差	-8	+9	+18	+10	+3	+6	+1	+10	+28	+4	+1	-6	-10	-4	+8	+3
外食単価 (円)	4,339	2,646	2,698	4,805	3,092	3,927	2,973	4,114	1,630	1,258	3,905	4,866	2,956	8,455	937	891
前年同月との差	-16	+264	+123	+322	+176	+81	+155	+280	+34	+62	+113	+596	-2,688	-316	+16	+90
延べ外食回数 (万回)	961	730	649	447	220	841	182	152	1517	1166	1446	155	28	30	312	393
前年同月との差	-14	-42	+40	-10	-4	-2	-7	+15	+142	-30	-41	-34	-4	-4	+79	-1

↑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9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 (ラーメン専用店は除く)	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 (ファミリーレストラン以外)	5 アジア料理店	6 焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店	7 お好み焼き、鉄板焼き等の専門店	8 すき焼き、しゃぶしゃぶ、鍋、おでん等の専門店	9 ファミリールーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店	10 ラーメン、串揚げ等、飲酒メインの業態含む)	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、パル、ワインバー、ビアホール、パブ	13 カラオケボックス	14 スナック、ナイトクラブ、キャバレー	15 ファストフード (ハンバーガー、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)	263	130	117	151	53	186	28	43	151	90	362	52	7	18	17	22
前年同月との差	0	+18	+16	+18	+8	0	+2	+16	+10	+5	+14	-1	-7	-1	+4	+1
外食単価 (円)	4,829	2,884	2,971	5,044	3,352	3,929	3,187	4,446	1,651	1,301	3,972	4,953	3,083	7,882	955	900
前年同月との差	+46	+386	+201	+468	+453	-13	+34	+959	+10	+108	+195	+619	-3,185	-1,479	-5	+111
延べ外食回数 (万回)	545	450	393	299	158	473	87	97	915	693	912	104	21	23	177	242
前年同月との差	-5	0	+28	+9	+3	+2	+4	+20	+58	-23	-11	-19	-1	+2	+42	-19

↑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9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 (ラーメン専用店は除く)	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 (ファミリーレストラン以外)	5 アジア料理店	6 焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店	7 お好み焼き、鉄板焼き等の専門店	8 すき焼き、しゃぶしゃぶ、鍋、おでん等の専門店	9 ファミリールーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店	10 ラーメン、串揚げ等、飲酒メインの業態含む)	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、パル、ワインバー、ビアホール、パブ	13 カラオケボックス	14 スナック、ナイトクラブ、キャバレー	15 ファストフード (ハンバーガー、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)	107	38	41	45	9	93	21	10	54	34	140	15	1	6	9	9
前年同月との差	-10	-11	+2	-9	-7	-2	-1	-9	+5	-1	-21	-5	-3	-1	+4	+2
外食単価 (円)	3,861	2,186	2,426	4,481	2,285	4,286	2,888	3,310	1,598	1,184	3,651	4,572	1,793	11,826	904	858
前年同月との差	-307	-276	-14	+79	-999	+299	+325	-1,239	+20	-26	-114	+392	-3,224	+4,455	+76	+78
延べ外食回数 (万回)	276	176	169	100	37	217	72	31	335	288	385	34	5	5	102	109
前年同月との差	-6	-25	+11	-22	-10	-22	-12	-11	+25	+2	-43	-13	-2	-4	+36	+17

↑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9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 (ラーメン専用店は除く)	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 (ファミリーレストラン以外)	5 アジア料理店	6 焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店	7 お好み焼き、鉄板焼き等の専門店	8 すき焼き、しゃぶしゃぶ、鍋、おでん等の専門店	9 ファミリールーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店	10 ラーメン、串揚げ等、飲酒メインの業態含む)	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、パル、ワインバー、ビアホール、パブ	13 カラオケボックス	14 スナック、ナイトクラブ、キャバレー	15 ファストフード (ハンバーガー、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)	47	25	17	19	7	51	5	9	43	22	62	8	1	1	3	4
前年同月との差	+3	+3	0	0	+2	+8	0	+3	+13	-1	+8	0	0	-2	0	0
外食単価 (円)	3,374	2,395	1,996	4,005	2,648	3,407	2,423	3,811	1,598	1,213	4,148	4,923	4,407	5,292	948	928
前年同月との差	+282	+575	-7	-104	+394	+151	-98	+197	+162	+24	+168	+840	+2,284	-3,552	+1	+11
延べ外食回数 (万回)	140	103	87	48	25	151	23	24	267	185	150	17	2	2	34	41
前年同月との差	-4	-19	+1	+2	+3	+18	+2	+6	+59	-8	+14	-2	0	-2	+2	0

↑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 7月度	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		
事前調査	実施期間	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)	23/11/16 (木) ~12/4 (月)	23/12/14 (木) ~24/1/4 (木)		
	配信数(件)	495,890	503,643	508,057	512,397	514,855	517,183	514,946		
	回収数(件)	31,533	31,519	32,714	33,392	32,473	33,663	33,632		
	回収率	6.4%	6.3%	6.4%	6.5%	6.3%	6.5%	6.5%		
	本調査対象者数(件)	13,190	13,177	13,311	13,365	13,522	13,486	13,482		
本調査	実施期間	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)	24/1/4 (木) ~1/15 (月)	24/2/1 (木) ~2/13 (火)		
	配信数(件)	12,661	12,556	12,711	12,666	12,735	12,738	12,729		
	回収数(件)	9,567	9,813	9,898	9,849	9,934	9,709	9,947		
	回収率	75.6%	78.2%	77.9%	77.8%	78.0%	76.2%	78.1%		
	有効回答数(件)	9,484	9,728	9,808	9,756	9,835	9,636	9,864		
集計サンプル数	個人単位	居住圏	3圏域計(件)	9,484	9,728	9,808	9,756	9,835	9,636	9,864
		首都圏(件)	5,494	5,636	5,682	5,652	5,698	5,582	5,714	
		関西圏(件)	2,558	2,624	2,646	2,632	2,653	2,599	2,661	
		東海圏(件)	1,431	1,468	1,480	1,472	1,484	1,454	1,489	
	外食単位	消費圏	3圏域計(件)	24,878	24,733	25,139	25,239	24,979	26,400	24,937
		首都圏(件)	14,994	14,748	15,136	15,067	15,159	16,158	15,160	
		関西圏(件)	6,502	6,583	6,599	6,777	6,431	6,795	6,463	
		東海圏(件)	3,381	3,402	3,404	3,395	3,390	3,447	3,314	

※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 2月度	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		
事前調査	実施期間	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)	24/6/18 (火) ~7/4 (木)	24/7/17 (水) ~8/6 (火)		
	配信数(件)	513,624	512,455	496,301	504,904	502,800	494,370	503,814		
	回収数(件)	34,988	34,244	30,621	28,030	28,667	27,165	28,272		
	回収率	6.8%	6.7%	6.2%	5.6%	5.7%	5.5%	5.6%		
	本調査対象者数(件)	13,607	13,608	11,473	11,400	11,601	11,375	11,366		
本調査	実施期間	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)	24/8/1 (木) ~8/13 (火)	24/9/2 (月) ~9/13 (金)		
	配信数(件)	12,733	12,779	10,698	10,616	10,703	10,605	10,528		
	回収数(件)	9,674	9,683	7,848	8,309	8,238	8,102	8,202		
	回収率	76.0%	75.8%	73.4%	78.3%	77.0%	76.4%	77.9%		
	有効回答数(件)	9,579	9,606	7,760	8,230	8,176	8,016	8,124		
集計サンプル数	個人単位	居住圏	3圏域計(件)	9,579	9,606	7,760	8,230	8,176	8,016	8,124
		首都圏(件)	5,549	5,565	4,506	4,779	4,747	4,655	4,717	
		関西圏(件)	2,584	2,591	2,087	2,213	2,199	2,156	2,185	
		東海圏(件)	1,446	1,450	1,167	1,238	1,230	1,206	1,222	
	外食単位	消費圏	3圏域計(件)	23,179	26,970	19,798	21,373	20,797	20,874	21,645
		首都圏(件)	13,971	16,481	12,111	12,843	12,574	12,821	12,986	
		関西圏(件)	6,253	6,933	5,136	5,642	5,392	5,389	5,731	
		東海圏(件)	2,955	3,556	2,550	2,889	2,830	2,664	2,928	

※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 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	2024年 8月	2024年 9月
3圏域・計 (万回)	10234	10047	10838	10001	9572	11106	10061	10241	10031	10269	10507	10220
対19年比	82.4%	75.9%	79.8%	80.5%	78.3%	79.9%	76.5%	77.3%	77.1%	77.7%	76.0%	78.9%

2. 外食単価

	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	2024年 8月	2024年 9月
3圏域・計 (円)	2,704	2,743	3,344	2,870	2,850	2,913	2,909	2,892	2,833	2,839	2,874	2,817
対19年比	106.9%	107.0%	112.5%	110.0%	110.5%	110.4%	111.7%	118.3%	110.4%	107.9%	114.3%	115.1%

3. 外食市場規模

	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	2024年 8月	2024年 9月
3圏域・計 (億円)	2768	2756	3624	2870	2728	3235	2927	2962	2842	2915	3019	2879
対19年比	88.1%	81.2%	89.7%	88.6%	86.6%	88.2%	85.4%	91.5%	85.1%	83.8%	86.9%	90.9%

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/>