

外食市場調査（2025年1月度）

2025年1月の外食市場規模は3066億円（前年同月比 +196億円・東名阪3圏域計）

2019年比（コロナ禍前比）94.6%、コロナ禍以降で最も回復

飲酒主体業態も大きく回復、外食単価は1月としては初の3,000円台

【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94.6%。コロナ禍以降で最も回復した。
2. 飲酒主体業態はコロナ禍以降で最も回復（19年比89.8%）、外食単価は1月では初の3,000円台。

2025年1月の外食市場規模は、3圏域合計で3066億円。前年同月比（以下、前年比）は+196億円。市場規模の2019年同月比（コロナ禍前比、以下19年比）は94.6%で、コロナ禍以降（2020年3月以降）では最も回復し、3カ月ぶりにコロナ禍前比が改善した（P10参照）。特に首都圏では19年比が99.7%と、ほぼコロナ禍前の水準に回復した。外食実施率と頻度の19年比は前月より後退したが、外食単価が前年比+218円の3,088円と、1月としては調査開始以来初の3,000円台となり、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98.1%（前月同95.2%）、飲酒主体業態・計は同89.8%（同76.9%）、軽食主体業態・計は同110.0%（同107.0%）。飲酒主体業態・計はコロナ禍以降では最も回復した。主要16業態中13業態で市場規模が前年を上回り、19年比では「カラオケボックス」（141.1%）、「アジア料理店」（120.7%）等、7業態でコロナ禍前を上回る市場規模を記録した。

【3圏域計（首都圏・関西圏・東海圏）】 [P3]

- 2025年1月の外食（※1）実施率は68.8%（前月比増減-2.4pt、前年比増減+0.6pt）
- 2025年1月の外食頻度（※2）は3.66回/月（前月比増減-0.32回、前年比増減-0.05回）
- 2025年1月の外食単価は3,088円（前月比増減-100円、前年比増減+218円）
- 2025年1月の外食市場規模（※3）は3066億円（前月比増減-497億円、前年比増減+196億円）

※1 ※2 ※3 P10参照

【圏域別】 [P3]

- 外食実施率は、首都圏：68.8%（前年比増減+0.7pt）、関西圏：68.0%（同-0.7pt）、東海圏：70.5%（同+3.1pt）
- 外食頻度は、首都圏：3.83回/月（前年比増減-0.06回）、関西圏：3.54回/月（同±0.00回）、東海圏：3.22回/月（同-0.08回）
- 外食単価は、首都圏：3,266円（前年比増減+308円）、関西圏：2,968円（同+97円）、東海圏：2,512円（同+46円）
- 外食市場規模は、首都圏：1969億円（前年比増減+171億円）、関西圏：758億円（同+14億円）、東海圏：338億円（同+10億円）

【業態別】（3圏域計） [P6-8]

- 業態別の市場規模は、「居酒屋」（前年比増減+37億円）、「焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店」（同+30億円）、「ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店」（同+20億円）等16業態中13業態で前年を上回った。
- 「居酒屋」（延べ回数+45万回、単価+134円）、「焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店」（延べ回数+11万回、単価+312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（2025年1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・関東の一部除外） ・埼玉県（関西の一部除外） ・茨城県の一部	・大阪府全域 ・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12月13日（金）～ 2024年12月27日（金）	490,360件	26,704件	5.4%	10,555件	2025年1月31日（金）～ 2025年2月14日（金）	9,919件	7,326件	73.9%	7,265件

● 個人単位

3圏域計	居住区域			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		
7,265	4,218	1,954	1,093	644	684	853	860	617	632	662	835	843	636		
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	
18,295	11,108	4,708	2,479	
100.0	60.7	25.7	13.6	

※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

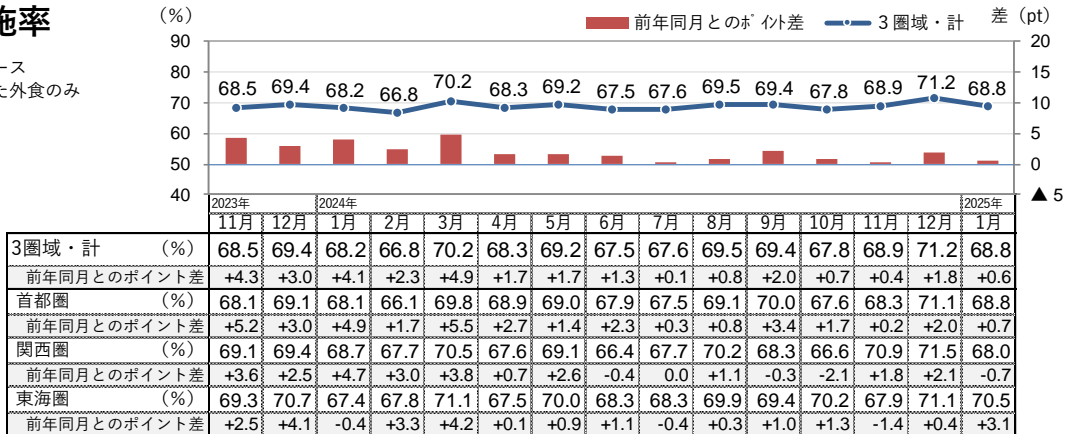
・ 外食1回につき次の26分類から当てはまるものを1つ聴取、本報告書ではうち16業態を掲出。

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

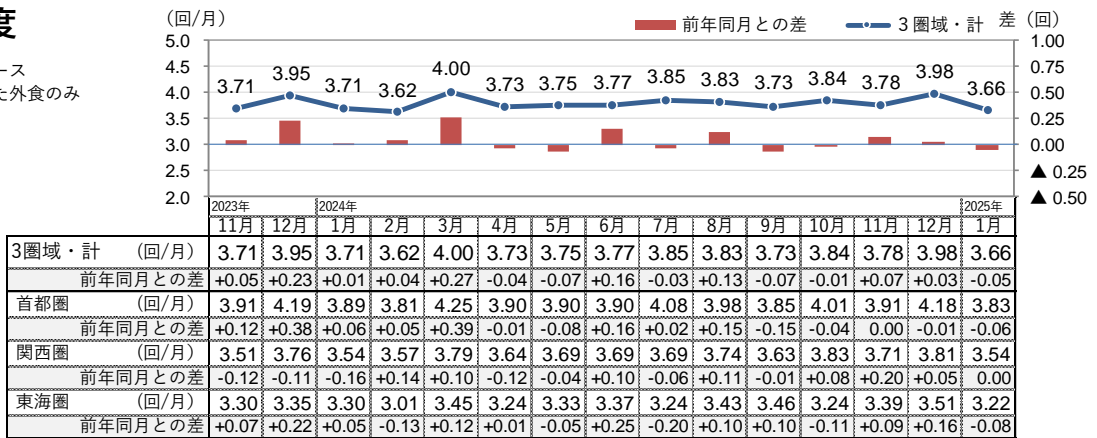
1. 外食実施率

※個人単位集計ベース
※圏域内で行われた外食のみ



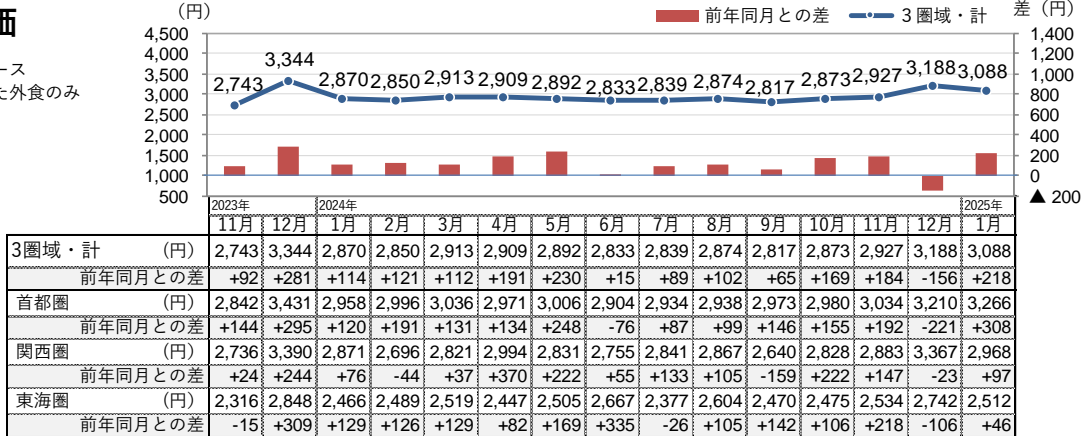
2. 外食頻度

※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

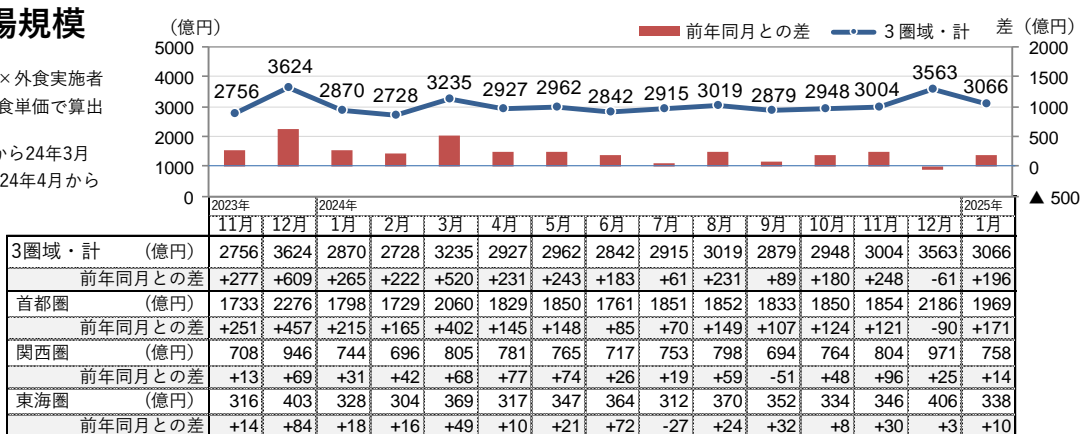
※外食単位集計ベース
※圏域内で行われた外食のみ
※外食実施者のみ



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、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



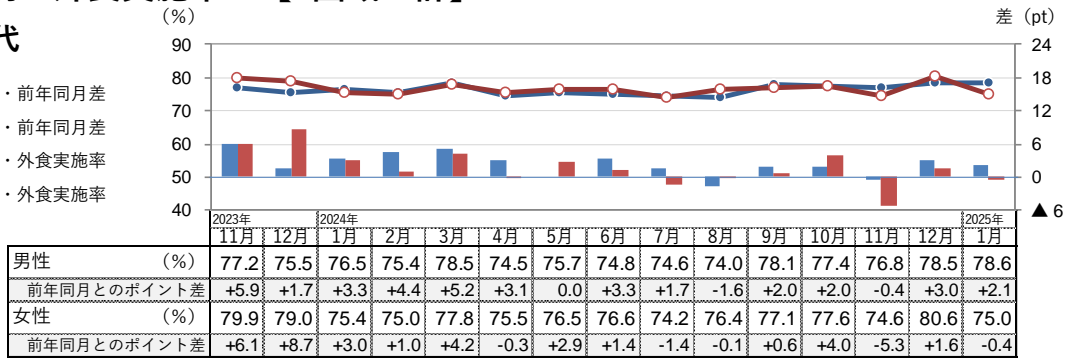
<参考>23年度
→24年度の基準人口の増減率
3圏域・計：-0.3%
首都圏：-0.1%
関西圏：-0.6%
東海圏：-0.6%

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

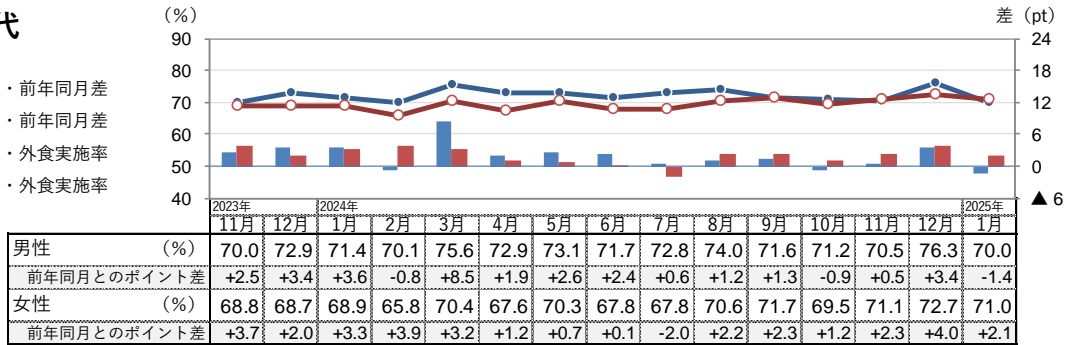
◆20歳代

■ 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



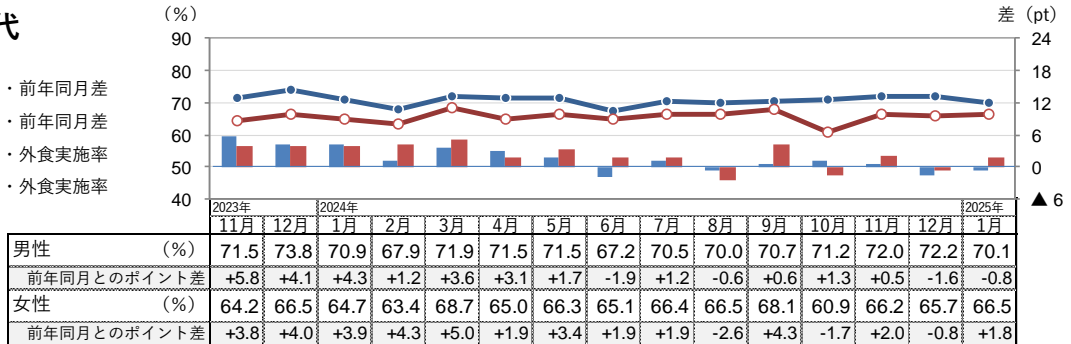
◆30歳代

■ 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



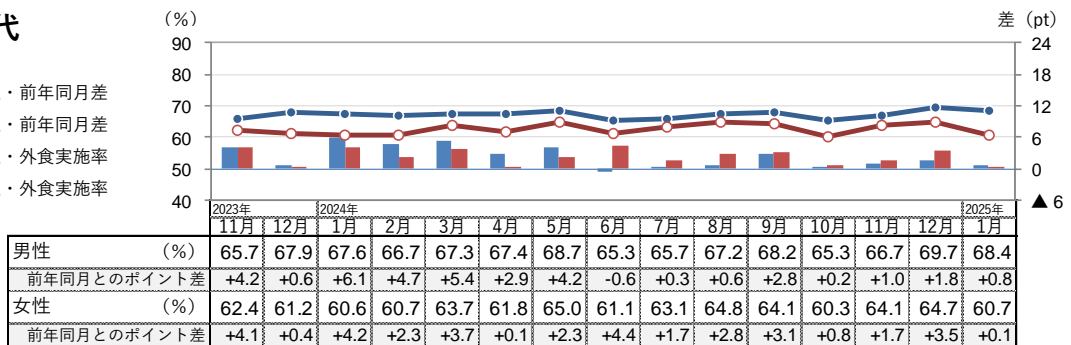
◆40歳代

■ 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



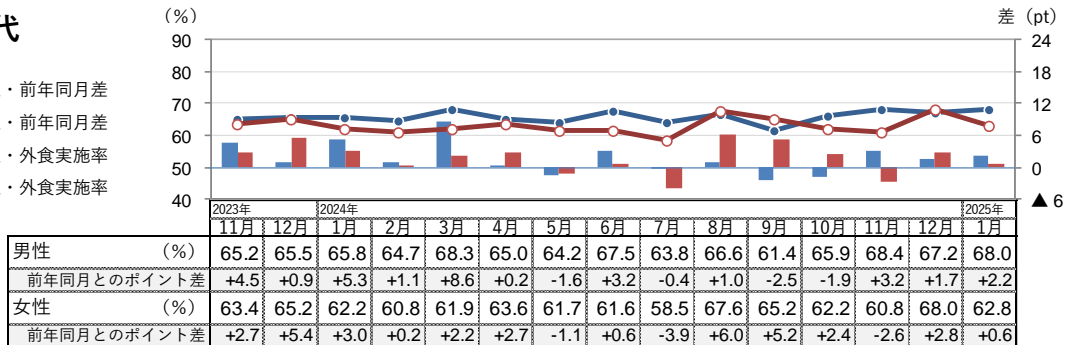
◆50歳代

■ 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

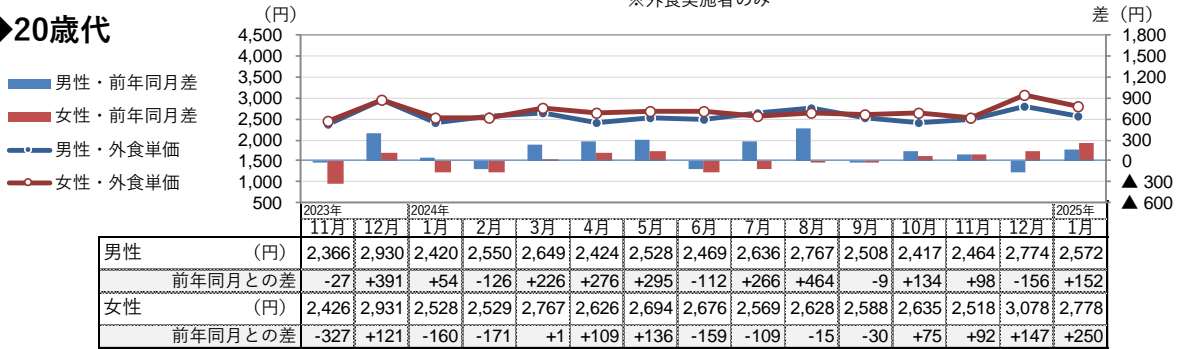
■ 男性・前年同月差
■ 女性・前年同月差
● 男性・外食実施率
● 女性・外食実施率



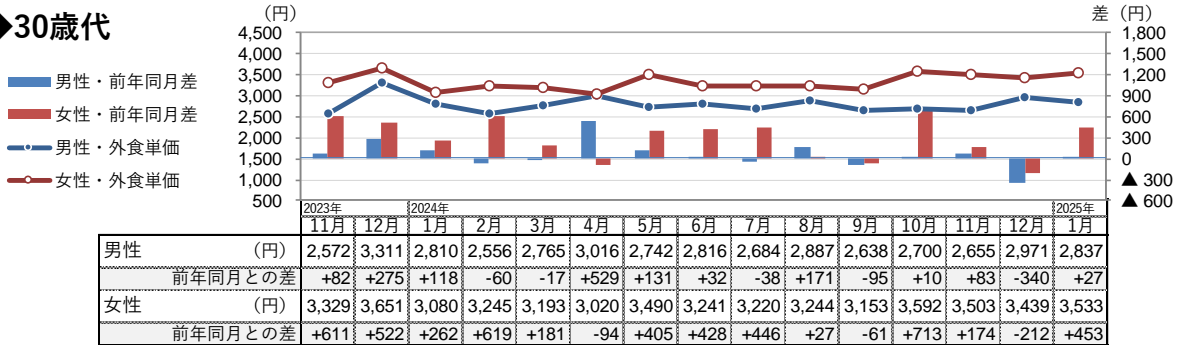
6. 性年代別 外食単価 【3圏域・計】

※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

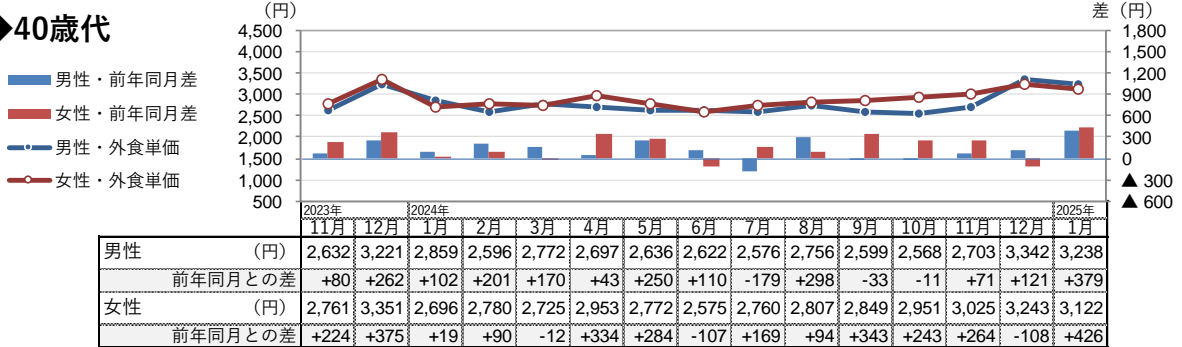
◆20歳代



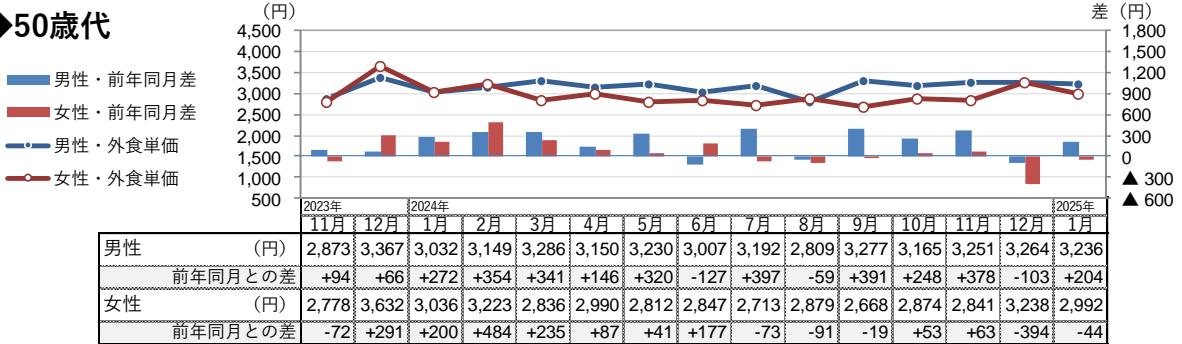
◆30歳代



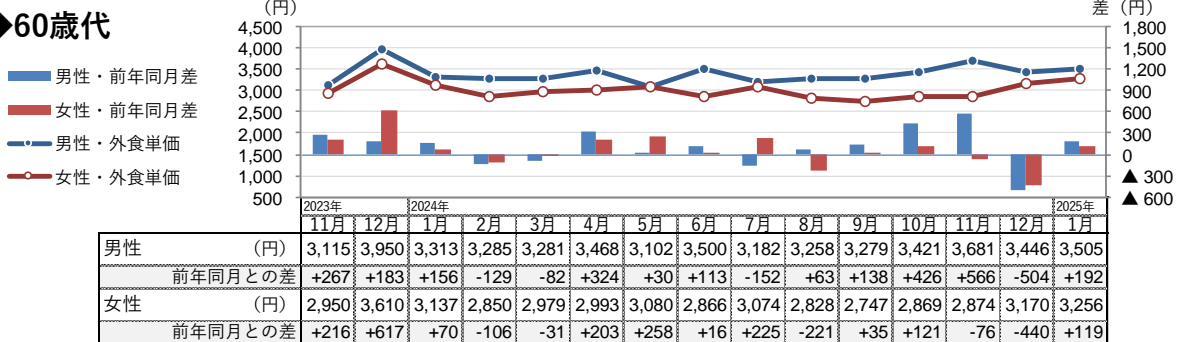
◆40歳代



◆50歳代



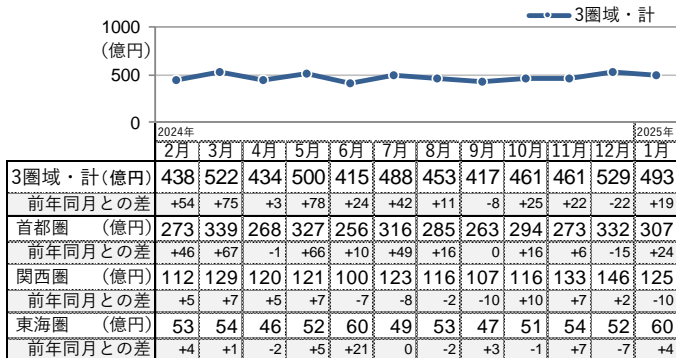
◆60歳代



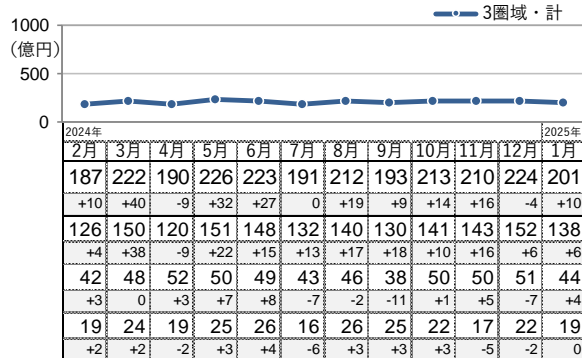
7.業態別 外食市場規模

※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

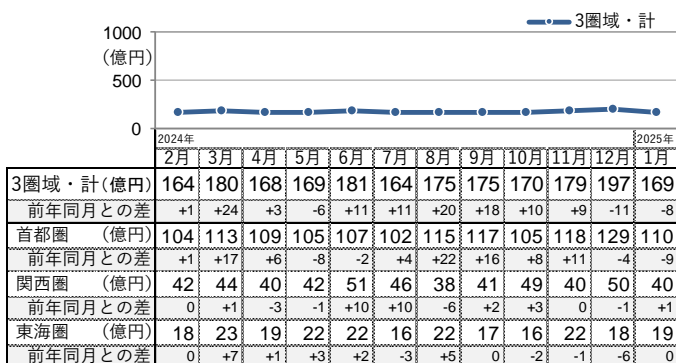
◆和食料理店（すし、割烹、料亭、郷土料理専門店等）



◆中華料理店（ラーメン専門店を除く）

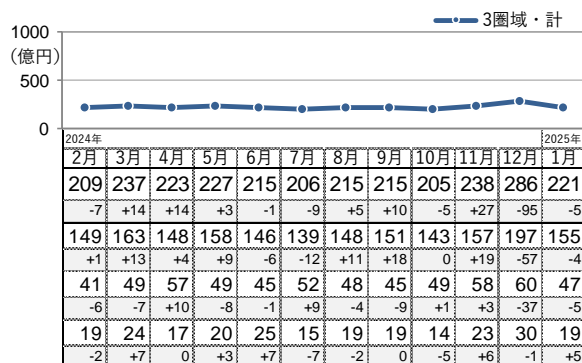


◆レストラン、食堂、ダイニング、洋食店



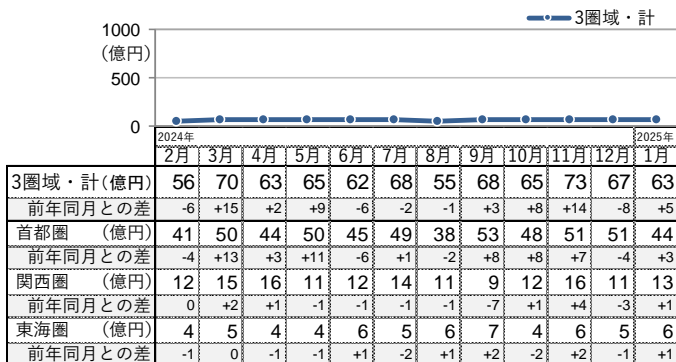
※ファミリーレストラン以外、フレンチ・イタリアン以外

◆フレンチ・イタリアン料理店

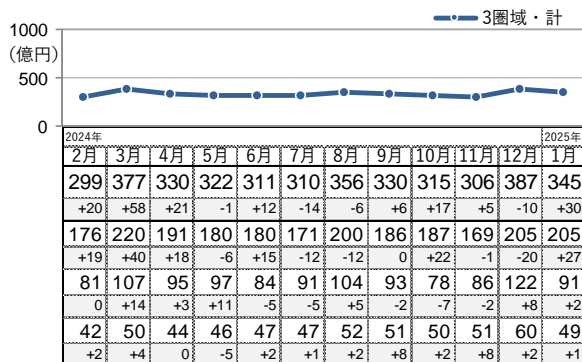


※ファミリーレストラン以外

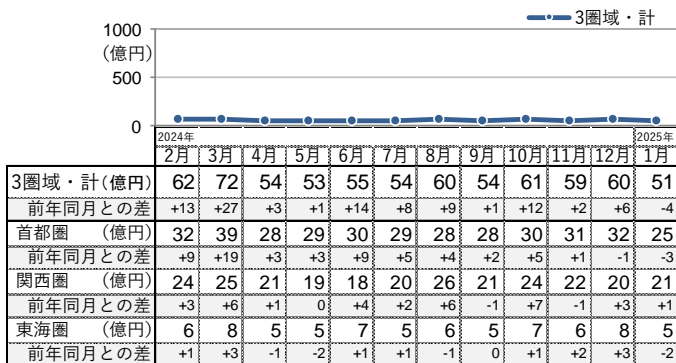
◆アジア料理店



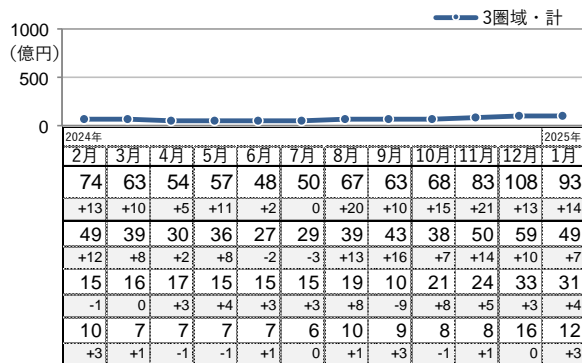
◆焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店



◆お好み焼き、鉄板焼き等の専門店

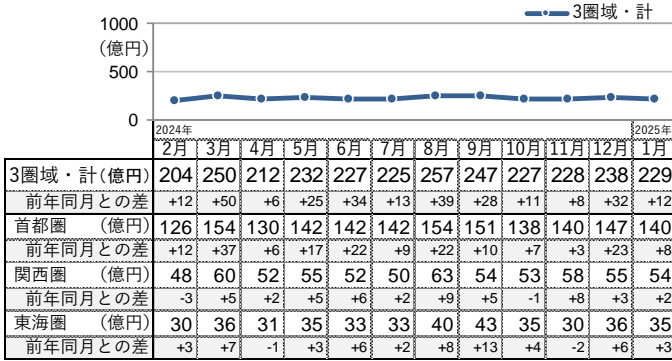


◆すき焼き、しゃぶしゃぶ、鍋、おでん等の専門店

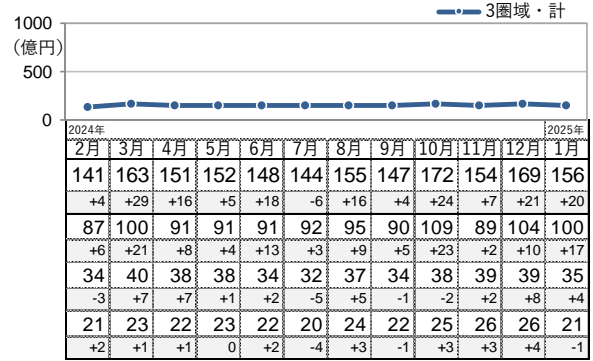


※外食市場規模は、各圏域の延べ外食回数×各圏域における業態シェア×各業態の単価で算出
 ※業態は、26分類のうち16業態を掲出
 ※外食市場規模「0」は、小数点第一位で四捨五入され0になったもの

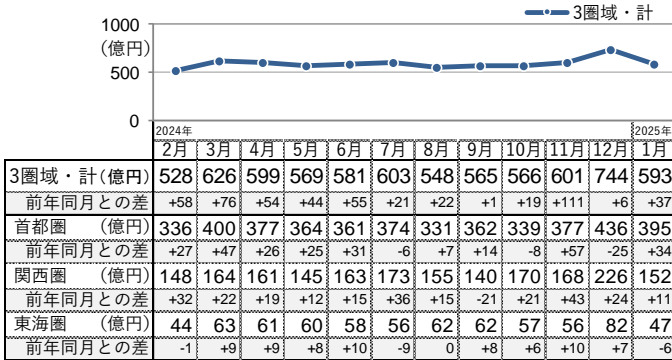
◆ファミリーレストラン、回転すし等



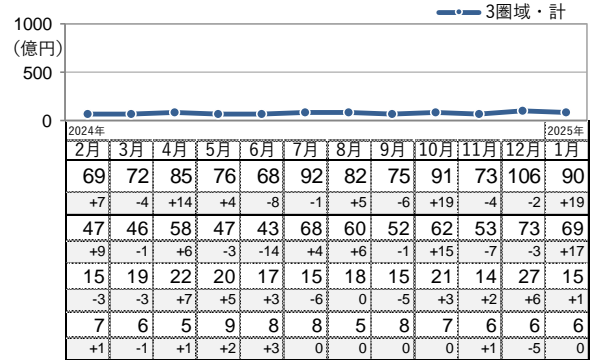
◆ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店



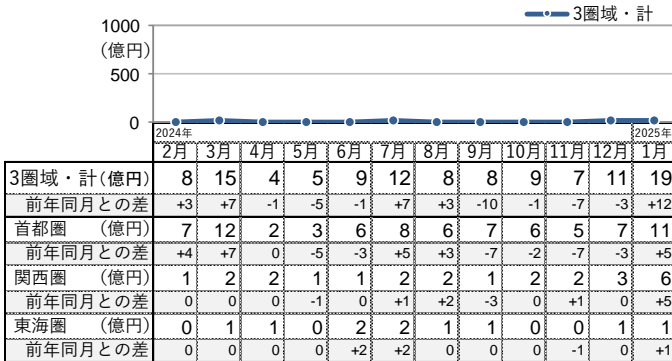
◆居酒屋(焼鳥、串焼き、串揚げ等、飲酒メインの業態を含む)



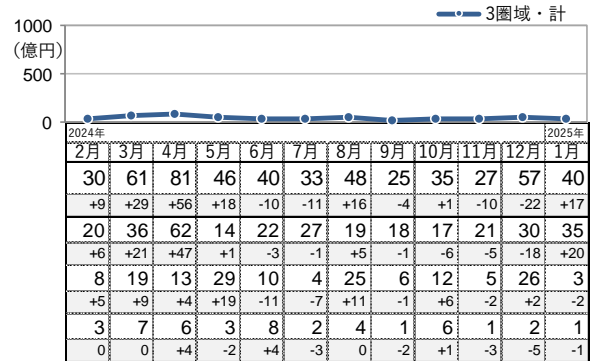
◆バー、バル、ワインバー、ビアホール、パブ



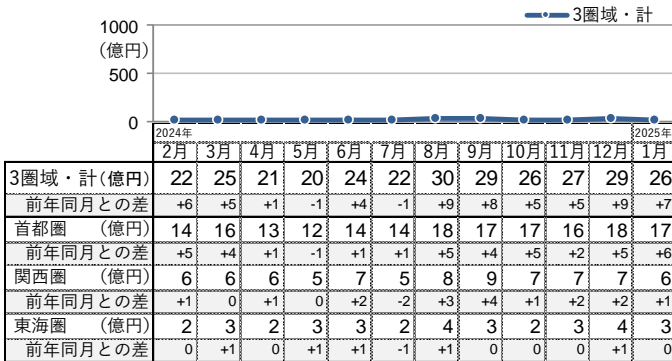
◆カラオケボックス



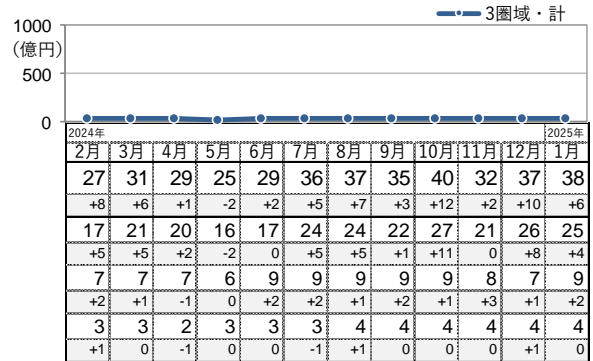
◆スナック、ナイトクラブ、キャバレー



◆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】

	2025年1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	すき焼き、しゃぶしゃぶ、鍋、おでん等の専業店	ファミリールーレストラば、うどん、回転すし等	ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専業店	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、キャバレー	ファストフード(ﾊﾝﾊﾞｰ、サンドｲｯﾁ等)	牛丼、カレー等、一品もりの専売業態
外食市場規模 (億円)	493	201	169	221	63	345	51	93	229	156	593	90	19	40	26	38
前年同月との差	+19	+10	-8	-5	+5	+30	-4	+14	+12	+20	+37	+19	+12	+17	+7	+6
外食単価 (円)	4,717	2,788	2,804	5,429	3,389	4,158	3,039	4,622	1,720	1,369	4,104	4,790	5,870	11,864	1,017	877
前年同月との差	+442	+261	+202	+426	+367	+312	+26	+688	+69	+166	+134	+560	+2,918	+4,404	+110	+61
延べ外食回数 (万回)	1045	720	604	408	185	830	169	202	1329	1142	1445	187	32	34	259	437
前年同月との差	-64	-35	-76	-43	-6	+11	-12	+2	+17	+11	+45	+18	+8	+4	+50	+46

↑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】

	2025年1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	すき焼き、しゃぶしゃぶ、鍋、おでん等の専業店	ファミリールーレストラば、うどん、回転すし等	ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専業店	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、キャバレー	ファストフード(ﾊﾝﾊﾞｰ、サンドｲｯﾁ等)	牛丼、カレー等、一品もりの専売業態
外食市場規模 (億円)	307	138	110	155	44	205	25	49	140	100	395	69	11	35	17	25
前年同月との差	+24	+6	-9	-4	+3	+27	-3	+7	+8	+17	+34	+17	+5	+20	+6	+4
外食単価 (円)	5,300	3,327	3,102	5,678	3,646	4,378	3,463	4,830	1,737	1,422	4,115	5,095	5,343	14,122	1,016	870
前年同月との差	+784	+523	+288	+361	+521	+456	+66	+990	+51	+213	+84	+861	+2,166	+6,083	+101	+68
延べ外食回数 (万回)	580	416	356	274	120	469	73	102	805	702	959	135	21	25	171	285
前年同月との差	-46	-53	-68	-26	-12	+15	-11	-8	+20	+16	+63	+13	+3	+6	+48	+29

↑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】

	2025年1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	すき焼き、しゃぶしゃぶ、鍋、おでん等の専業店	ファミリールーレストラば、うどん、回転すし等	ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専業店	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、キャバレー	ファストフード(ﾊﾝﾊﾞｰ、サンドｲｯﾁ等)	牛丼、カレー等、一品もりの専売業態
外食市場規模 (億円)	125	44	40	47	13	91	21	31	54	35	152	15	6	3	6	9
前年同月との差	-10	+4	+1	-5	+1	+2	+1	+4	+2	+4	+11	+1	+5	-2	+1	+2
外食単価 (円)	4,173	2,048	2,389	5,309	3,174	4,305	2,791	4,757	1,793	1,293	4,143	4,075	9,436	4,443	1,012	859
前年同月との差	+101	-110	+116	+778	+225	+245	+90	+547	+111	+97	+373	-117	+7,065	-2,889	+121	+41
延べ外食回数 (万回)	300	215	168	88	40	211	74	66	301	271	366	36	7	7	58	106
前年同月との差	-31	+30	-4	-28	0	-9	+1	+1	-9	+9	-8	+2	+3	0	+3	+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】

	2025年1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	すき焼き、しゃぶしゃぶ、鍋、おでん等の専業店	ファミリールーレストラば、うどん、回転すし等	ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専業店	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、キャバレー	ファストフード(ﾊﾝﾊﾞｰ、サンドｲｯﾁ等)	牛丼、カレー等、一品もりの専売業態
外食市場規模 (億円)	60	19	19	19	6	49	5	12	35	21	47	6	1	1	3	4
前年同月との差	+4	0	0	+5	+1	+1	-2	+3	+3	-1	-6	0	+1	-1	0	0
外食単価 (円)	3,653	2,063	2,353	4,168	2,480	3,254	2,468	3,726	1,563	1,270	3,905	3,850	2,246	7,306	1,029	963
前年同月との差	-75	+144	+147	+298	-4	-29	-161	+97	+83	+82	-217	-444	+118	+2,050	+124	+73
延べ外食回数 (万回)	165	90	79	46	24	150	22	34	223	168	121	16	4	2	30	46
前年同月との差	+13	-10	-5	+10	+4	+4	-3	+9	+5	-15	-9	+3	+2	-2	0	+2

↑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 11月度	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		
事前調査	実施期間	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)	24/3/15 (金) ~4/3 (水)	24/4/16 (火) ~5/2 (木)		
	配信数(件)	514,855	517,183	514,946	513,624	512,455	496,301	504,904		
	回収数(件)	32,473	33,663	33,632	34,988	34,244	30,621	28,030		
	回収率	6.3%	6.5%	6.5%	6.8%	6.7%	6.2%	5.6%		
	本調査対象者数(件)	13,522	13,486	13,482	13,607	13,608	11,473	11,400		
本調査	実施期間	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)	24/5/1 (水) ~5/13 (月)	24/5/31 (金) ~6/13 (木)		
	配信数(件)	12,735	12,738	12,729	12,733	12,779	10,698	10,616		
	回収数(件)	9,934	9,709	9,947	9,674	9,683	7,848	8,309		
	回収率	78.0%	76.2%	78.1%	76.0%	75.8%	73.4%	78.3%		
	有効回答数(件)	9,835	9,636	9,864	9,579	9,606	7,760	8,230		
集計サンプル数	個人単位	居住圏域	3圏域計(件)	9,835	9,636	9,864	9,579	9,606	7,760	8,230
			首都圏(件)	5,698	5,582	5,714	5,549	5,565	4,506	4,779
			関西圏(件)	2,653	2,599	2,661	2,584	2,591	2,087	2,213
			東海圏(件)	1,484	1,454	1,489	1,446	1,450	1,167	1,238
	外食単位	消費圏域	3圏域計(件)	24,979	26,400	24,937	23,179	26,970	19,798	21,373
			首都圏(件)	15,159	16,158	15,160	13,971	16,481	12,111	12,843
			関西圏(件)	6,431	6,795	6,463	6,253	6,933	5,136	5,642
			東海圏(件)	3,390	3,447	3,314	2,955	3,556	2,550	2,889

※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 6月度	2024年 7月度	2024年 8月度	2024年 9月度	2024年 10月度	2024年 11月度	2024年 12月度		
事前調査	実施期間	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)	24/9/17 (火) ~10/4 (金)	24/10/16 (水) ~11/5 (火)	24/11/14 (木) ~12/8 (日)		
	配信数(件)	502,800	494,370	503,814	504,284	513,062	502,223	511,646		
	回収数(件)	28,667	27,165	28,272	28,781	27,067	27,942	28,144		
	回収率	5.7%	5.5%	5.6%	5.7%	5.3%	5.6%	5.5%		
	本調査対象者数(件)	11,601	11,375	11,366	11,292	10,840	10,844	10,979		
本調査	実施期間	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)	24/11/1 (金) ~11/12 (火)	24/12/2 (月) ~12/11 (水)	25/1/6 (月) ~1/16 (木)		
	配信数(件)	10,703	10,605	10,528	10,494	10,115	10,038	10,212		
	回収数(件)	8,238	8,102	8,202	7,776	7,727	7,529	7,674		
	回収率	77.0%	76.4%	77.9%	74.1%	76.4%	75.0%	75.1%		
	有効回答数(件)	8,176	8,016	8,124	7,708	7,642	7,453	7,621		
集計サンプル数	個人単位	居住圏域	3圏域計(件)	8,176	8,016	8,124	7,708	7,642	7,453	7,621
			首都圏(件)	4,747	4,655	4,717	4,476	4,437	4,328	4,425
			関西圏(件)	2,199	2,156	2,185	2,073	2,055	2,004	2,049
			東海圏(件)	1,230	1,206	1,222	1,159	1,150	1,121	1,146
	外食単位	消費圏域	3圏域計(件)	20,797	20,874	21,645	19,976	19,887	19,400	21,595
			首都圏(件)	12,574	12,821	12,986	12,053	12,030	11,549	13,160
			関西圏(件)	5,392	5,389	5,731	5,139	5,238	5,274	5,574
			東海圏(件)	2,830	2,664	2,928	2,784	2,618	2,578	2,862

※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

	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	2024年 11月	2024年 12月	2025年 1月
3圏域・計 (万回)	9572	11106	10061	10241	10031	10269	10507	10220	10263	10265	11175	9931
対19年比	78.3%	79.9%	76.5%	77.3%	77.1%	77.7%	76.0%	78.9%	82.7%	77.5%	82.3%	80.0%

2. 外食単価

	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	2024年 11月	2024年 12月	2025年 1月
3圏域・計 (円)	2,850	2,913	2,909	2,892	2,833	2,839	2,874	2,817	2,873	2,927	3,188	3,088
対19年比	110.5%	110.4%	111.7%	118.3%	110.4%	107.9%	114.3%	115.1%	113.6%	114.2%	107.3%	118.3%

3. 外食市場規模

	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	2024年 11月	2024年 12月	2025年 1月
3圏域・計 (億円)	2728	3235	2927	2962	2842	2915	3019	2879	2948	3004	3563	3066
対19年比	86.6%	88.2%	85.4%	91.5%	85.1%	83.8%	86.9%	90.9%	93.9%	88.5%	88.2%	94.6%

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/>