

## 外食市場調査（2023年2月度）

2023年2月の外食市場規模は2506億円（前年同月比 +903億円・東名阪3圏域計）

外食市場規模はコロナ禍前比（2019年2月比）79.5%で回復は足踏み

単価は16カ月連続前年超えも、延べ外食回数伸びず

株式会社リクルート（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：北村 吉弘、以下リクルート）の外食市場に関する調査・研究機関『ホットペッパーグルメ外食総研』（<https://www.hotpepper.jp/ggs/>）は、首都圏・関西圏・東海圏の男女約9,000人を対象とする2023年2月度の「外食市場調査」を実施しましたので調査結果をご報告いたします。

### 【今月のポイント】

1. 外食市場規模は15カ月連続で前年比プラス。2019年同月比は79.5%で前月（同80.4%）を下回る
2. 単価は16カ月連続で前年超えも、延べ外食回数は2019年同月比で前月を下回る

2023年2月の外食市場規模は、3圏域合計で2506億円。前年同月比（以下、前年比）は+903億円（156.4%）と15カ月連続の前年比プラスであった。外食市場規模の19年比は79.5%で前月の同80.4%からやや後退した。19年比が後退するのは2022年11月以来3カ月ぶりとなる。外食単価は16カ月連続で前年を上回り、19年比でも105.8%と高い伸び率であったが、外食頻度の19年比が前月より悪化したことで延べ外食回数の19年比が前月を下回り、市場全体の回復は足踏み状態となった。コロナ禍からの回復に物価高が足かせとなり、外食の回数減少につながっている可能性がありそうだ。市場規模の食事主体業態・計は前年比145.8%（19年比90.8%）、飲酒主体業態・計は同207.4%（同61.2%）、軽食主体業態・計は同129.3%（同70.3%）。19年比では飲酒主体業態・計が前月（73.5%）より悪化した。主要16業態中では15業態で市場規模が前年を上回り、2019年比では「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」（108.3%）「アジア料理店」（107.2%）がコロナ禍前の市場規模水準を上回った。

### 【3圏域計（首都圏・関西圏・東海圏）】 [P3]

- 2023年2月の外食（※1）実施率は64.5%（前月比増減 +0.4pt、前年比増減 +12.0pt）
- 2023年2月の外食頻度（※2）は3.58回/月（前月比増減 -0.12回、前年比増減 +0.34回）
- 2023年2月の外食単価は2,729円（前月比増減 -27円、前年比増減 +401円）
- 2023年2月の外食市場規模（※3）は2506億円（前月比増減 -99億円、前年比増減 +903億円）

※1 ※2 ※3 P10参照

### 【圏域別】 [P3]

- 外食実施率は、首都圏：64.4%（前年比増減 +12.3pt）、関西圏：64.7%（同 +12.1pt）、東海圏：64.5%（同 +10.7pt）
- 外食頻度は、首都圏：3.76回/月（前年比増減 +0.36回）、関西圏：3.43回/月（同 +0.36回）、東海圏：3.14回/月（同 +0.20回）
- 外食単価は、首都圏：2,805円（前年比増減 +411円）、関西圏：2,740円（同 +402円）、東海圏：2,363円（同 +333円）
- 外食市場規模は、首都圏：1564億円（前年比増減 +575億円）、関西圏：654億円（同 +239億円）、東海圏：288億円（同 +90億円）

### 【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 +259億円）、「和食料理店」（同 +112億円）、「フレンチ・イタリアン料理店」（同 +77億円）等主要16業態中15業態で前年を上回った。
- 「居酒屋」（延べ回数 +615万回、単価 +424円）、「和食料理店」（延べ回数 +213万回、単価 +349円）、「フレンチ・イタリアン料理店」（延べ回数 +157万回、単価 +137円）等は延べ回数・単価ともに前年比で増加した。

本件に関する  
お問い合わせ先

<https://www.recruit.co.jp/support/form/>

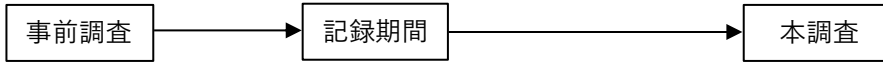
## 外食市場調査（2023年2月度）調査概要

- **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） ・茨城県の一部	・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R2年国勢調査人口に基づいて性別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。※22年度は、市町村別性年代別のR2年国勢調査人口を使用して計算

### ● サンプル数

実施期間	事前調査			本調査対象者数	本調査			有効回答数	
	配信数	回収数	回収率		実施期間	配信数	回収数		回収率
2023年1月18日（水）～ 2023年1月31日（火）	493,042件	33,328件	6.8%	14,252件	2023年3月1日（水）～ 2023年3月8日（水）	12,742件	9,508件	74.6%	9,421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
9,421	5,448	2,548	1,425	821	906	1,161	1,037	814	805	879	1,137	1,015	847
100.0	57.8	27.0	15.1	8.7	9.6	12.3	11.0	8.6	8.5	9.3	12.1	10.8	9.0

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
21,731	13,198	5,650	2,883
100.0	60.7	26.0	13.3

※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

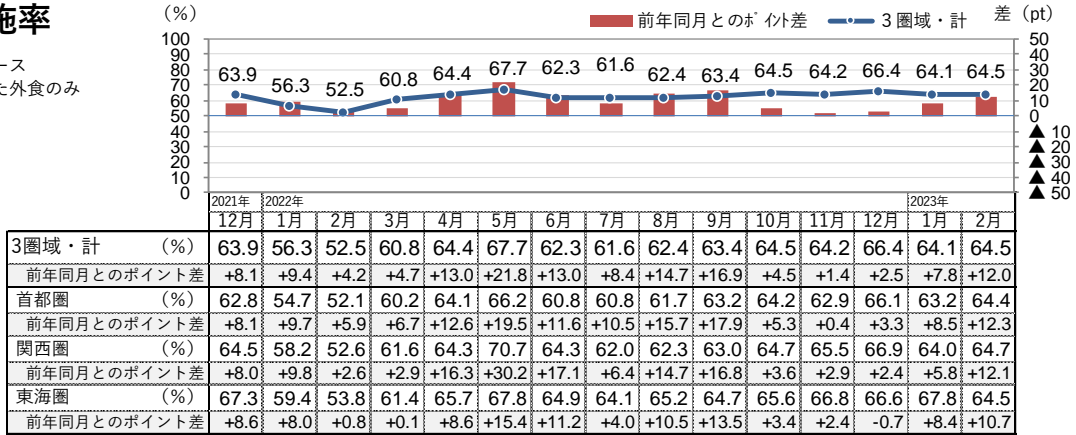
・ 外食1回につき次の26分類から当てはまるものを1つ聴取、本リリースではうち16業態を掲出。

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）		
	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		軽 食 主 体
	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

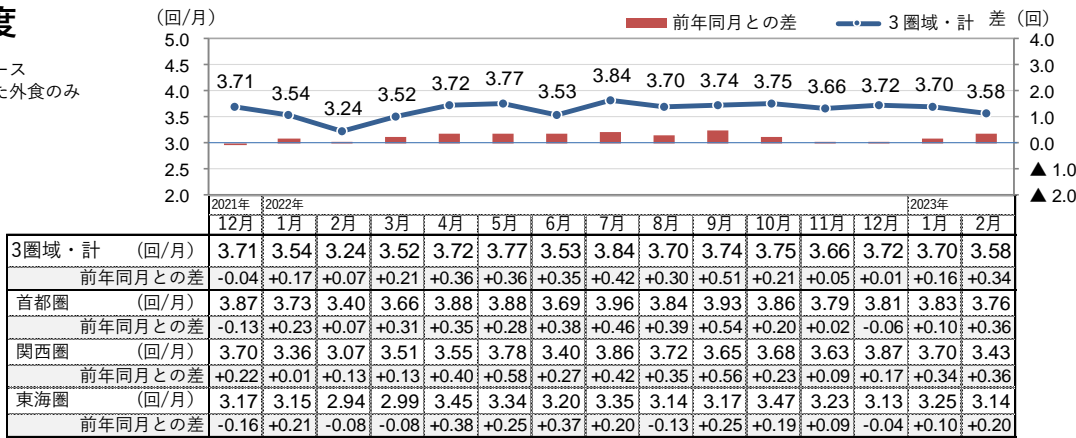
1. 外食実施率

※個人単位集計ベース  
※圏域内で行われた外食のみ



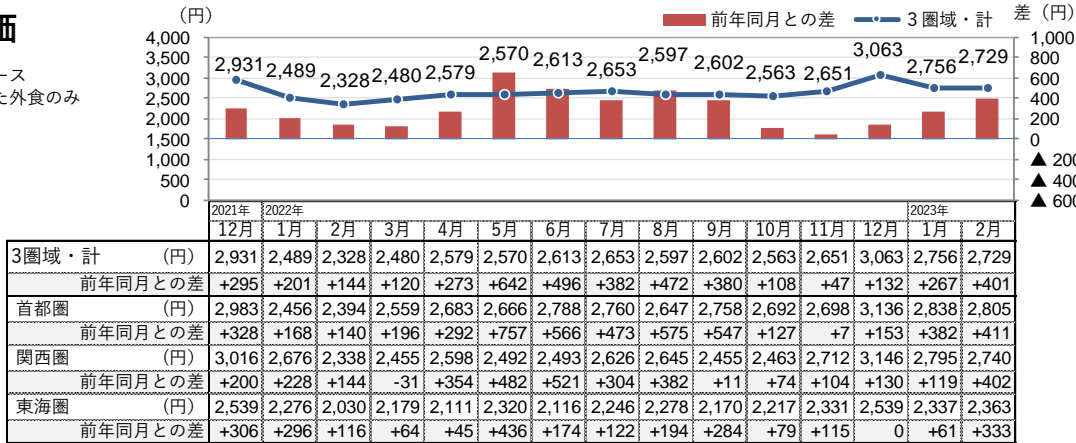
2. 外食頻度

※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

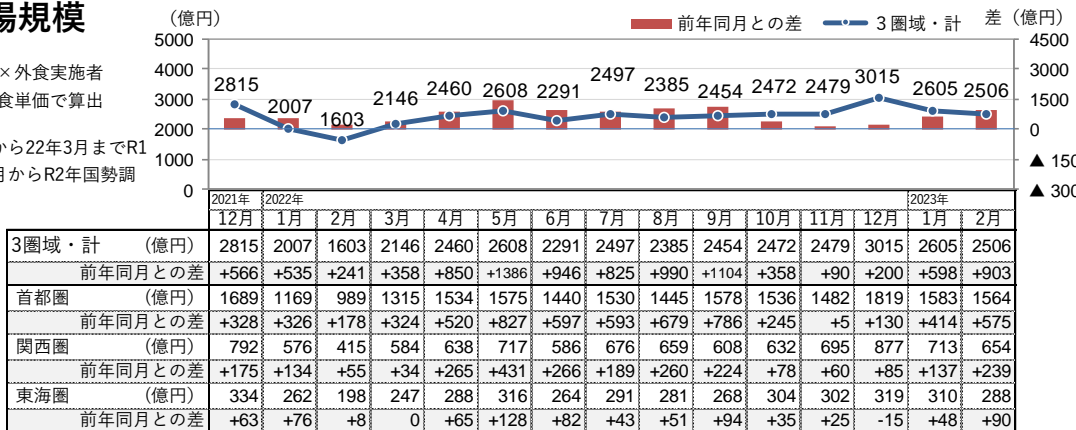
※外食単位集計ベース  
※圏域内で行われた外食のみ  
※外食実施者のみ



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、21年4月から22年3月までR1年人口推計、22年4月からR2年国勢調査人口を使用

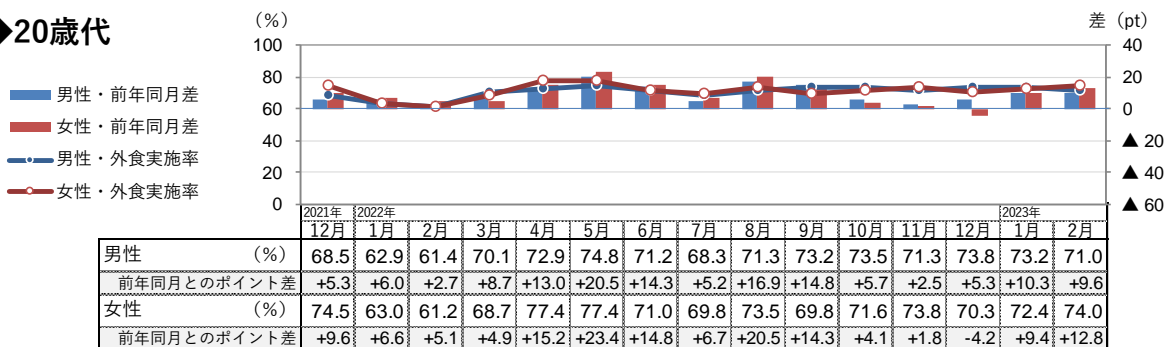


<参考>21年度  
→22年度の基準人口の増減率  
3圏域・計：-1.3%  
首都圏：-1.3%  
関西圏：-2.1%  
東海圏：-2.4%

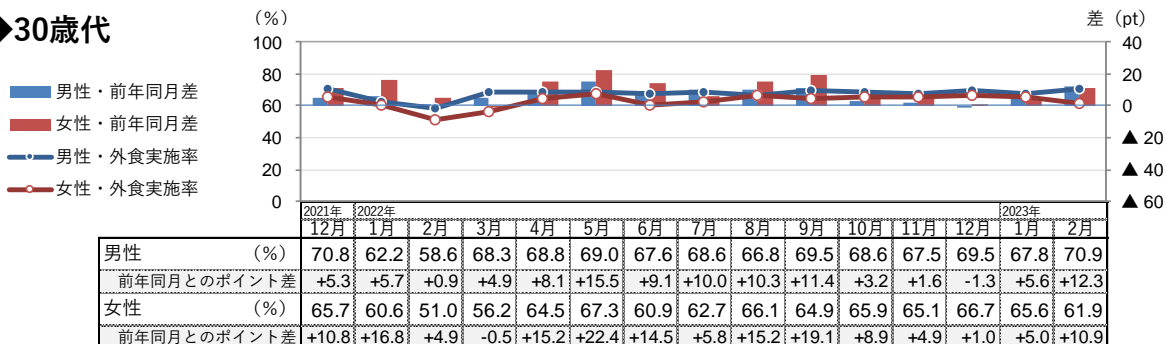
## 5.性年代別 外食実施率 【3圏域・計】

※個人単位集計ベース  
※圏域内で行われた外食のみ

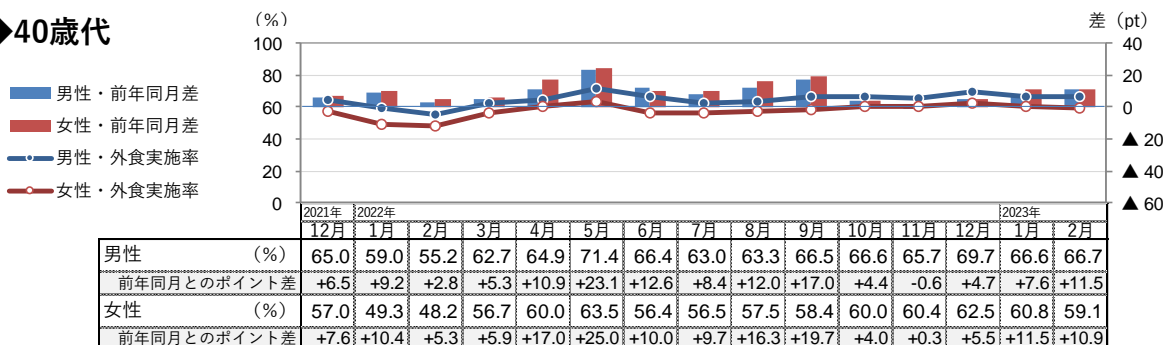
### ◆20歳代



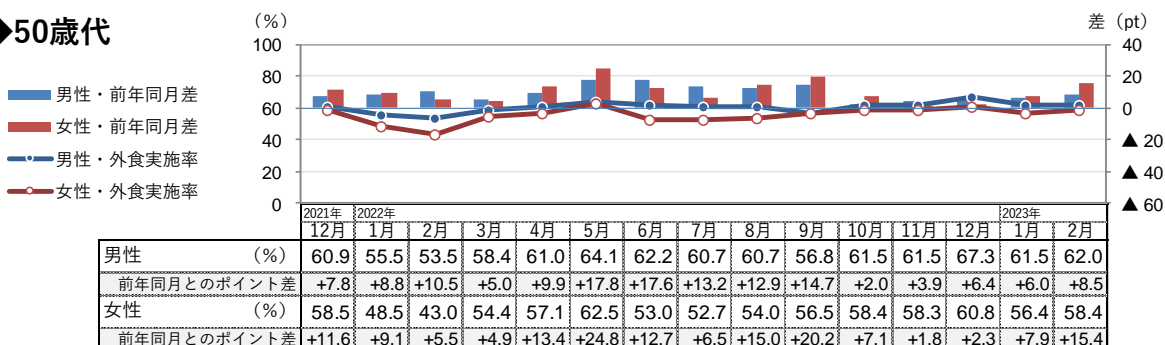
### ◆30歳代



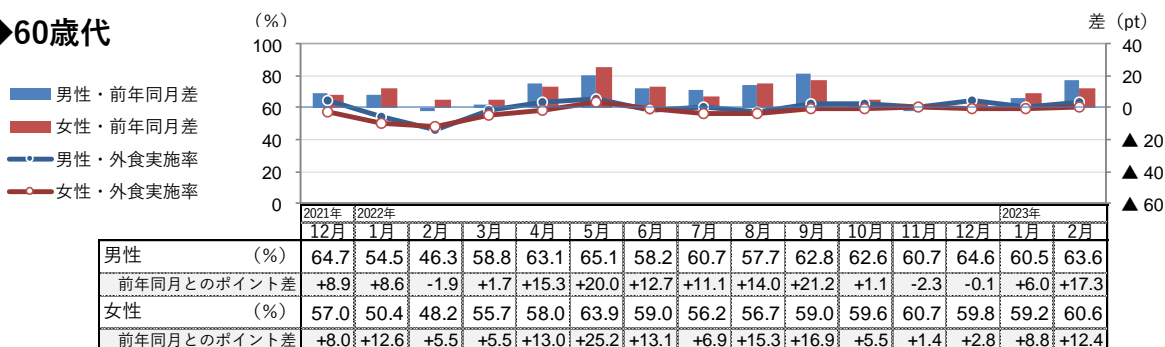
### ◆40歳代



### ◆50歳代



### ◆60歳代

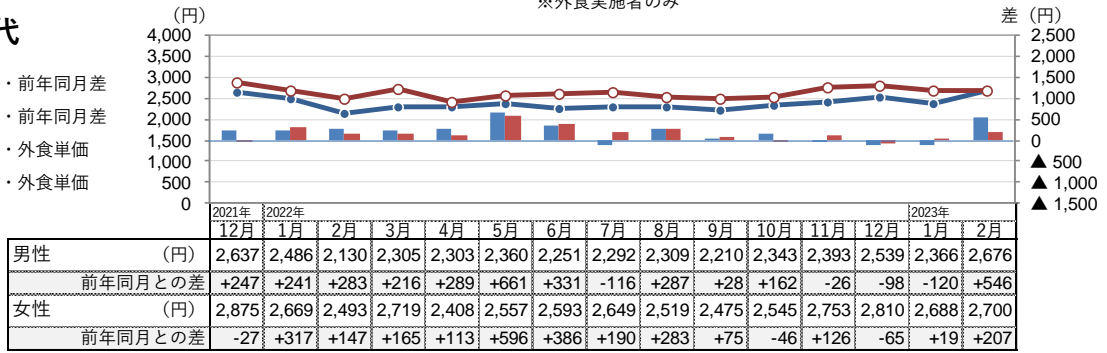


## 6. 性年代別 外食単価 【3圏域・計】

※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

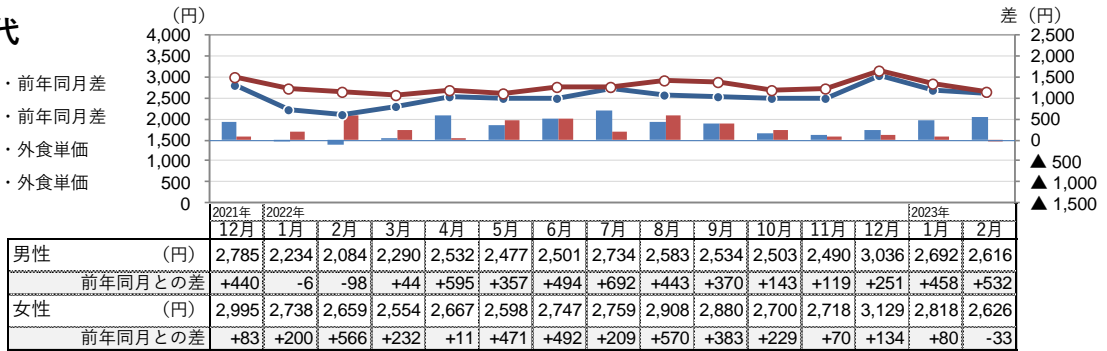
### ◆20歳代

■ 男性・前年同月差  
 ■ 女性・前年同月差  
 ● 男性・外食単価  
 ● 女性・外食単価



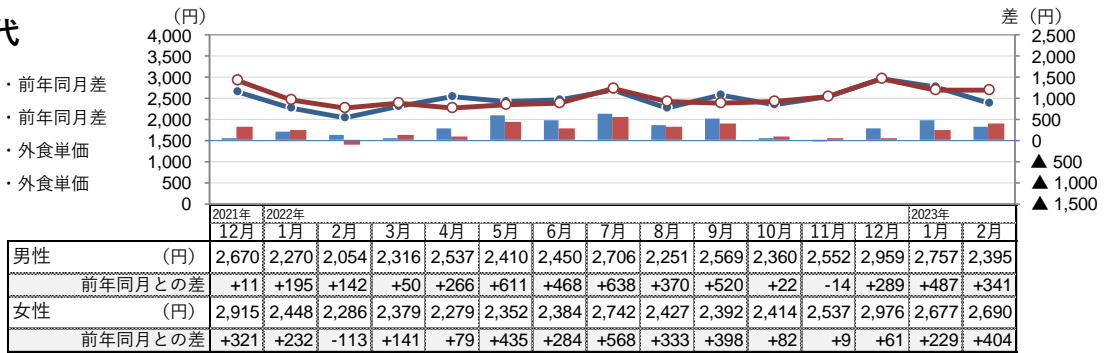
### ◆30歳代

■ 男性・前年同月差  
 ■ 女性・前年同月差  
 ● 男性・外食単価  
 ● 女性・外食単価



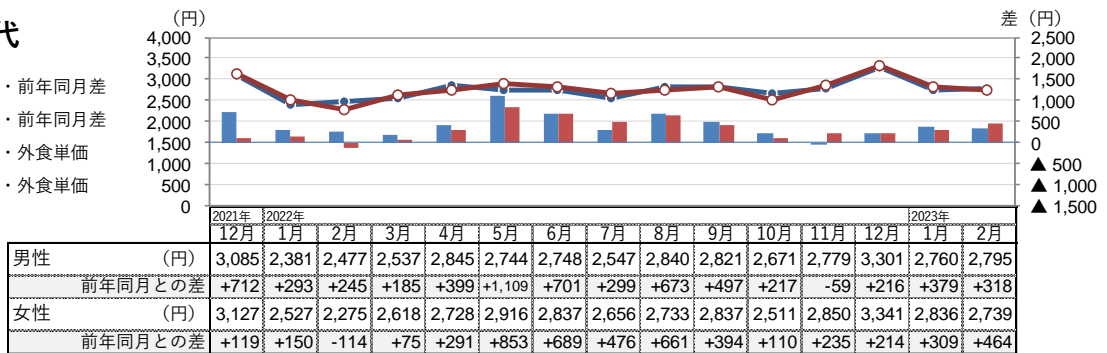
### ◆40歳代

■ 男性・前年同月差  
 ■ 女性・前年同月差  
 ● 男性・外食単価  
 ● 女性・外食単価



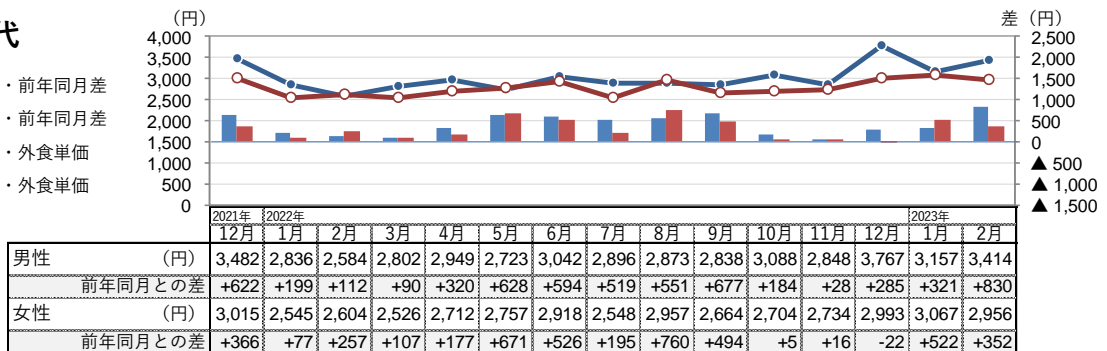
### ◆50歳代

■ 男性・前年同月差  
 ■ 女性・前年同月差  
 ● 男性・外食単価  
 ● 女性・外食単価



### ◆60歳代

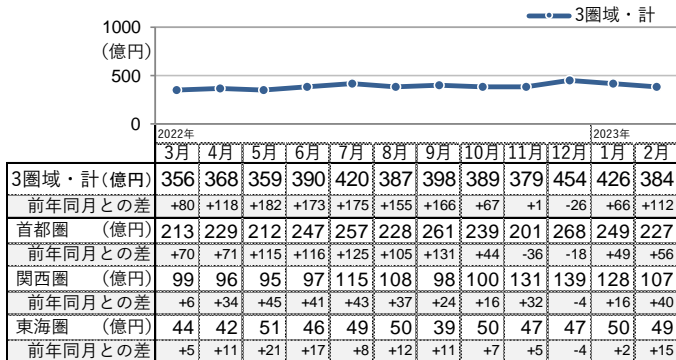
■ 男性・前年同月差  
 ■ 女性・前年同月差  
 ● 男性・外食単価  
 ● 女性・外食単価



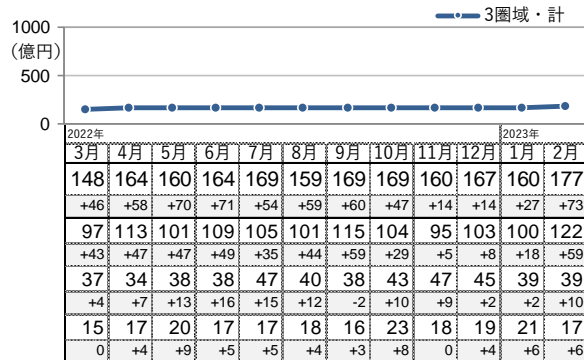
## 7.業態別 外食市場規模

※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

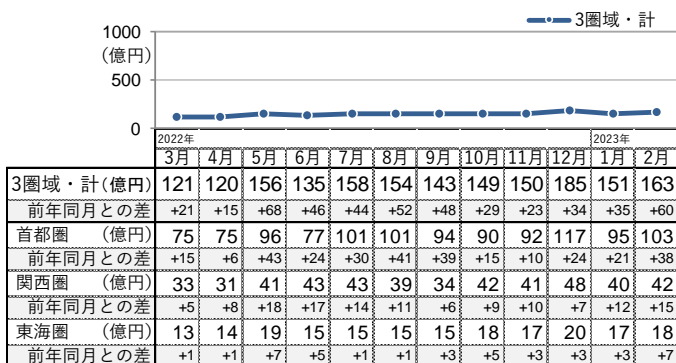
### ◆和食料理店（すし、割烹、料亭、郷土料理専門店等）



### ◆中華料理店（ラーメン専門店を除く）

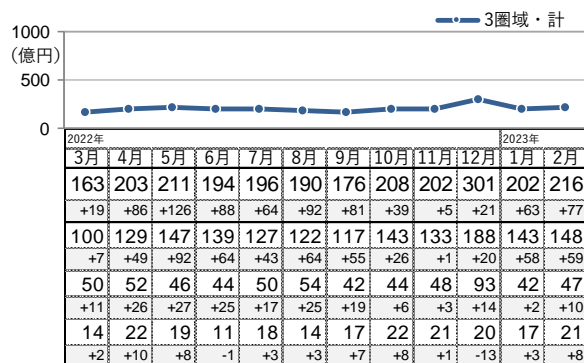


### ◆レストラン、食堂、ダイニング、洋食店



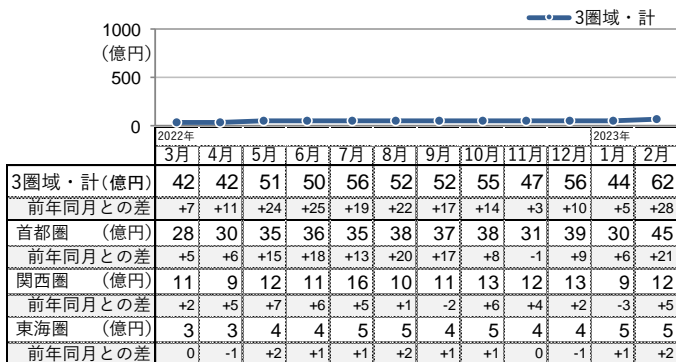
※ファミリーレストラン以外、フレンチ・イタリアン以外

### ◆フレンチ・イタリアン料理店

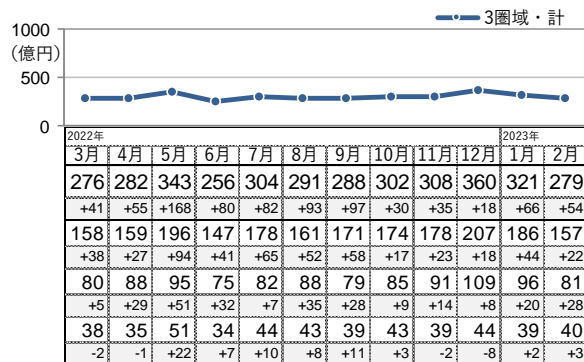


※ファミリーレストラン以外

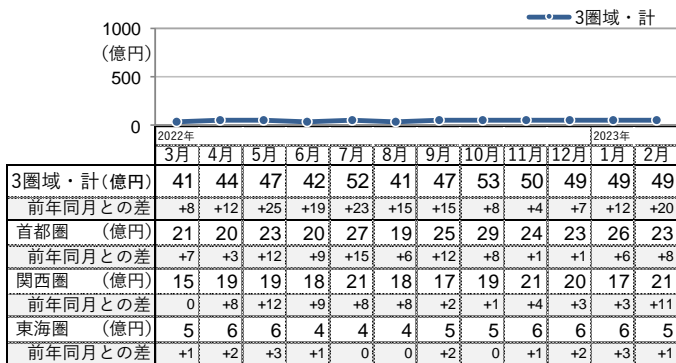
### ◆アジア料理店



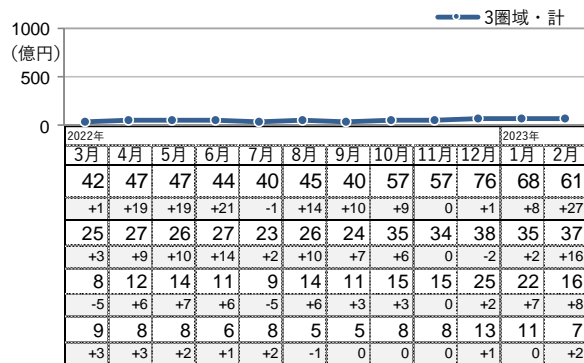
### ◆焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店



### ◆お好み焼き、鉄板焼き等の専門店

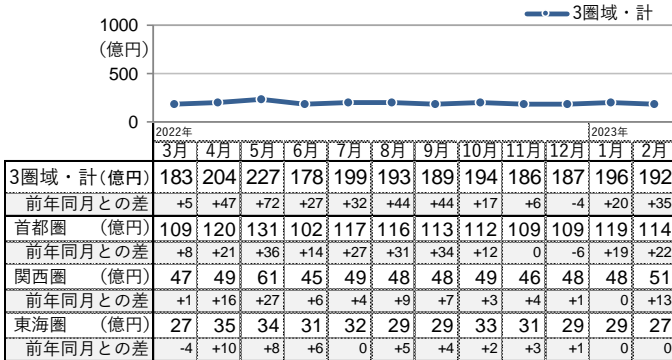


### ◆すき焼き、しゃぶしゃぶ、鍋、おでん等の専門店

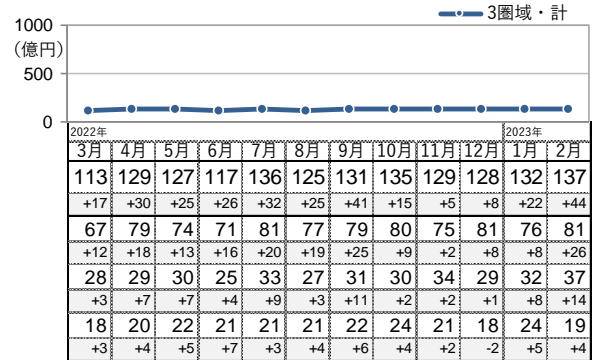


※外食市場規模は、各圏域の延べ外食回数×各圏域における業態シェア×各業態の単価で算出  
 ※業態は、26分類のうち16業態を掲出  
 ※外食市場規模「0」は、小数点第一位で四捨五入され0になったもの

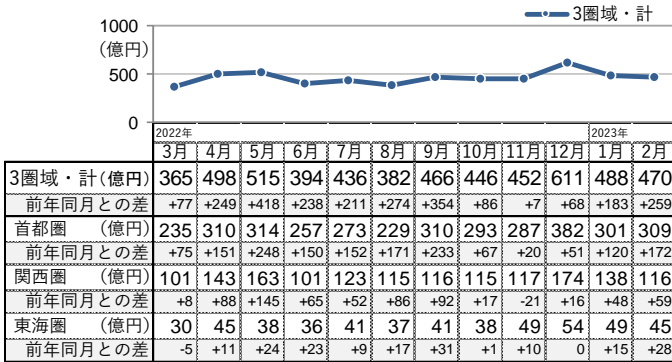
### ◆ファミリーレストラン、回転すし等



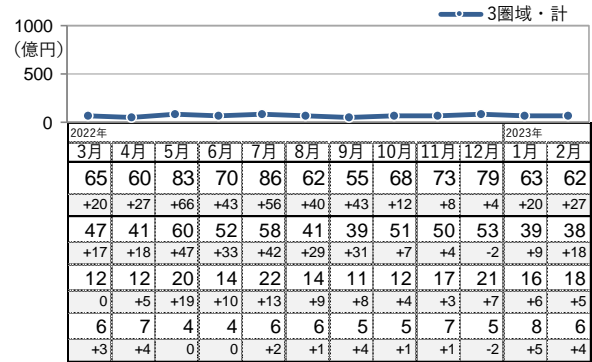
### ◆ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店



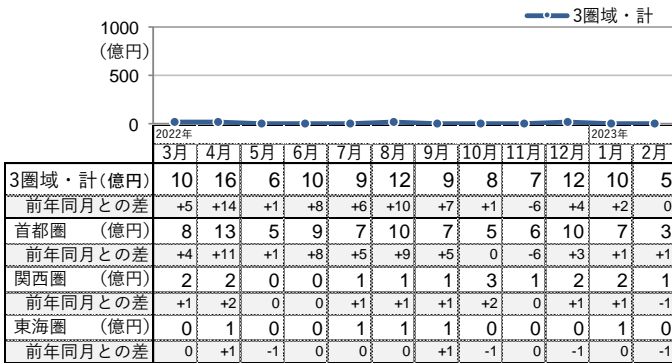
### ◆居酒屋(焼鳥、串焼き、串揚げ等、飲酒メインの業態を含む)



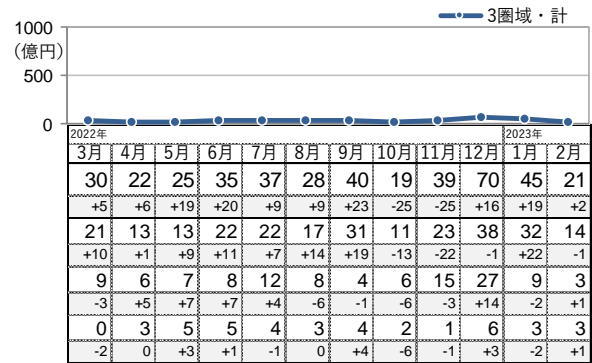
### ◆バー、バル、ワインバー、ビアホール、パブ



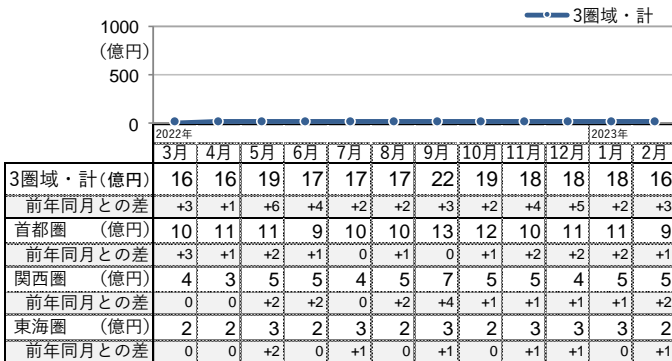
### ◆カラオケボックス



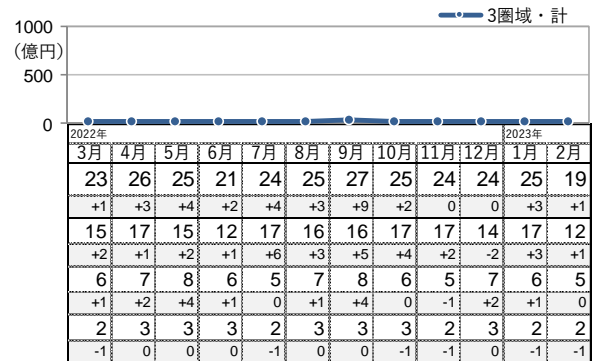
### ◆スナック、ナイトクラブ、キャバレー



### ◆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

※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】

	2023年2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 (ラーメン専用店は除く)	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	ファミリールーレン、そば、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、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)	384	177	163	216	62	279	49	61	192	137	470	62	5	21	16	19
前年同月との差	+112	+73	+60	+77	+28	+54	+20	+27	+35	+44	+259	+27	0	+2	+3	+1
外食単価 (円)	4,073	2,420	2,409	4,652	2,900	3,604	2,946	3,916	1,606	1,197	3,795	4,112	2,427	6,054	856	792
前年同月との差	+349	+530	+398	+137	+468	+245	+522	+285	+119	+155	+424	-150	-470	-4,821	+54	+76
延べ外食回数 (万回)	943	734	677	464	214	774	165	155	1196	1145	1240	150	19	34	187	245
前年同月との差	+213	+186	+166	+157	+73	+104	+44	+61	+139	+255	+615	+67	+3	+17	+26	-8

↑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】

	2023年2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 (ラーメン専用店は除く)	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	ファミリールーレン、そば、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、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)	227	122	103	148	45	157	23	37	114	81	309	38	3	14	9	12
前年同月との差	+56	+59	+38	+59	+21	+22	+8	+16	+22	+26	+172	+18	+1	-1	+1	+1
外食単価 (円)	4,229	2,658	2,545	4,753	2,982	3,657	3,030	3,872	1,611	1,170	3,799	4,027	2,332	6,090	855	786
前年同月との差	+210	+685	+469	+138	+507	+184	+28	+368	+114	+146	+430	+381	-123	-10,022	+52	+76
延べ外食回数 (万回)	538	458	406	311	151	430	75	95	709	690	814	95	14	23	110	153
前年同月との差	+111	+137	+93	+117	+54	+42	+24	+35	+97	+158	+408	+39	+5	+14	+11	0

↑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】

	2023年2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 (ラーメン専用店は除く)	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	ファミリールーレン、そば、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、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)	107	39	42	47	12	81	21	16	51	37	116	18	1	3	5	5
前年同月との差	+40	+10	+15	+10	+5	+28	+11	+8	+13	+14	+59	+5	-1	+1	+2	0
外食単価 (円)	4,014	2,054	2,260	4,233	2,728	3,842	3,016	4,404	1,699	1,341	3,694	4,495	2,621	5,604	860	779
前年同月との差	+424	+189	+267	+53	+268	+581	+1,052	+211	+161	+251	+331	-1,159	-2,156	+1,553	+40	+70
延べ外食回数 (万回)	267	189	185	111	43	212	69	37	299	275	315	39	5	6	55	65
前年同月との差	+81	+32	+48	+23	+13	+49	+20	+17	+50	+61	+147	+15	+2	0	+13	-1

↑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】

	2023年2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 (ラーメン専用店は除く)	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	ファミリールーレン、そば、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、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	17	18	21	5	40	5	7	27	19	45	6	0	3	2	2
前年同月との差	+15	+6	+7	+8	+2	+3	+1	+2	0	+4	+28	+4	-1	+1	+1	-1
外食単価 (円)	3,566	1,958	2,089	5,018	2,659	3,056	2,418	3,299	1,442	1,081	4,049	3,660	2,881	6,445	851	857
前年同月との差	+695	+393	+367	+129	+593	-68	+314	-93	+53	+45	+640	-977	+665	-626	+91	+100
延べ外食回数 (万回)	138	86	85	42	20	132	21	22	188	179	112	16	1	5	22	27
前年同月との差	+21	+16	+24	+16	+6	+12	0	+8	-8	+36	+62	+12	-2	+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

		2021年 12月度	2022年 1月度	2022年 2月度	2022年 3月度	2022年 4月度	2022年 5月度	2022年 6月度		
事前調査	実施期間	21/11/19 (金) ~11/30 (火)	21/12/15 (水) ~12/28 (火)	22/1/19 (水) ~1/31 (月)	22/2/16 (水) ~2/28 (月)	22/3/22 (火) ~3/30 (水)	22/4/19 (火) ~4/28 (木)	22/5/19 (木) ~5/31 (火)		
	配信数(件)	484,500	486,896	487,824	479,850	377,588	318,983	463,675		
	回収数(件)	32,349	32,116	32,812	33,114	46,042	44,211	31,449		
	回収率	6.7%	6.6%	6.7%	6.9%	12.2%	13.9%	6.8%		
	本調査対象者数(件)	15,916	15,195	15,748	15,836	16,817	15,888	15,284		
本調査	実施期間	22/1/4 (火) ~1/12 (水)	22/2/1 (火) ~2/9 (水)	22/3/1 (火) ~3/9 (水)	22/4/1 (金) ~4/11 (月)	22/5/2 (月) ~5/16 (月)	22/6/1 (水) ~6/13 (月)	22/7/1 (金) ~7/8 (金)		
	配信数(件)	12,093	11,941	11,905	11,913	12,690	12,602	12,539		
	回収数(件)	9,813	9,561	9,689	9,656	5,632	6,298	9,762		
	回収率	81.1%	80.1%	81.4%	81.1%	44.4%	50.0%	77.9%		
	有効回答数(件)	9,735	9,466	9,590	9,540	5,565	6,239	9,666		
集計サンプル数	個人単位数	居住圏域	3圏域計(件)	9,735	9,466	9,590	9,540	5,565	6,239	9,666
			首都圏(件)	5,607	5,452	5,524	5,495	3,218	3,608	5,590
			関西圏(件)	2,644	2,571	2,604	2,591	1,505	1,687	2,614
			東海圏(件)	1,484	1,443	1,462	1,454	842	944	1,462
	外食単位数	消費圏域	3圏域計(件)	23,094	18,856	16,311	20,394	13,334	15,903	21,283
			首都圏(件)	13,617	11,125	9,791	12,114	7,993	9,260	12,544
			関西圏(件)	6,315	5,035	4,209	5,609	3,432	4,506	5,708
			東海圏(件)	3,163	2,696	2,311	2,671	1,908	2,137	3,031

※集計サンプル数はウェイトバックによる補正後の件数

※外食単位数は、圏域内で行われた外食のみ

		2022年 7月度	2022年 8月度	2022年 9月度	2022年 10月度	2022年 11月度	2022年 12月度	2023年 1月度		
事前調査	実施期間	22/6/21 (火) ~6/30 (木)	22/7/20 (水) ~8/1 (月)	22/8/19 (金) ~9/1 (木)	22/9/20 (火) ~9/30 (金)	22/10/18 (火) ~10/31 (月)	22/11/18 (金) ~11/30 (水)	22/12/14 (水) ~12/28 (水)		
	配信数(件)	476,023	506,605	500,752	507,998	503,149	500,533	505,173		
	回収数(件)	29,317	32,797	34,249	32,570	32,378	36,689	32,776		
	回収率	6.2%	6.5%	6.8%	6.4%	6.4%	7.3%	6.5%		
	本調査対象者数(件)	14,747	14,789	14,197	14,741	14,474	15,080	14,148		
本調査	実施期間	22/8/1 (月) ~8/9 (火)	22/9/1 (木) ~9/12 (月)	22/9/30 (金) ~10/11 (火)	22/11/1 (火) ~11/8 (火)	22/12/1 (木) ~12/8 (木)	23/1/4 (水) ~1/12 (木)	23/2/1 (水) ~2/9 (木)		
	配信数(件)	12,428	12,522	12,448	12,593	12,726	12,596	12,725		
	回収数(件)	10,128	10,220	10,037	9,870	9,816	9,767	9,863		
	回収率	81.5%	81.6%	80.6%	78.4%	77.1%	77.5%	77.5%		
	有効回答数(件)	10,027	10,116	9,939	9,790	9,731	9,680	9,860		
集計サンプル数	個人単位数	居住圏域	3圏域計(件)	10,027	10,116	9,939	9,790	9,731	9,680	9,860
			首都圏(件)	5,799	5,850	5,748	5,662	5,628	5,598	5,702
			関西圏(件)	2,712	2,736	2,688	2,648	2,632	2,618	2,666
			東海圏(件)	1,517	1,530	1,503	1,481	1,472	1,464	1,491
	外食単位数	消費圏域	3圏域計(件)	23,710	23,336	23,548	23,716	22,862	23,934	23,415
			首都圏(件)	13,968	13,870	14,283	14,033	13,427	14,102	13,812
			関西圏(件)	6,484	6,332	6,179	6,308	6,266	6,776	6,318
			東海圏(件)	3,258	3,133	3,086	3,375	3,170	3,055	3,286

※集計サンプル数はウェイトバックによる補正後の件数

※外食単位数は、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

	2022年 3月	2022年 4月	2022年 5月	2022年 6月	2022年 7月	2022年 8月	2022年 9月	2022年 10月	2022年 11月	2022年 12月	2023年 1月	2023年 2月
3圏域・計 (万回)	8653	9539	10148	8766	9414	9183	9432	9644	9353	9843	9454	9183
対19年比	62.3%	72.5%	76.6%	67.4%	71.2%	66.4%	72.8%	77.7%	70.6%	72.5%	76.1%	75.1%

### 2. 外食単価

	2022年 3月	2022年 4月	2022年 5月	2022年 6月	2022年 7月	2022年 8月	2022年 9月	2022年 10月	2022年 11月	2022年 12月	2023年 1月	2023年 2月
3圏域・計 (円)	2,480	2,579	2,570	2,613	2,653	2,597	2,602	2,563	2,651	3,063	2,756	2,729
対19年比	94.0%	99.1%	105.1%	101.8%	100.8%	103.3%	106.3%	101.4%	103.4%	103.0%	105.6%	105.8%

### 3. 外食市場規模

	2022年 3月	2022年 4月	2022年 5月	2022年 6月	2022年 7月	2022年 8月	2022年 9月	2022年 10月	2022年 11月	2022年 12月	2023年 1月	2023年 2月
3圏域・計 (億円)	2146	2460	2608	2291	2497	2385	2454	2472	2479	3015	2605	2506
対19年比	58.5%	71.8%	80.5%	68.6%	71.8%	68.6%	77.4%	78.7%	73.1%	74.6%	80.4%	79.5%

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（2021年4月から2022年3月までR1年人口推計、2022年4月からR2年国勢調査人口）×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：-1.7%、首都圏：-1.3%、関西圏：-2.1%、東海圏：-2.4%

## 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/>