

外食市場調査（2023年10月度）

2023年10月の外食市場規模は2768億円（前年同月比 +296億円・東名阪3圏域計）

外食市場規模は2019年10月比（コロナ禍前比）88.1%で前月と同水準

外食頻度がコロナ禍前比94.9%まで回復し、延べ外食回数の改善が顕著

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1万人を対象とする2023年10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. 外食市場規模の2019年同月比（コロナ禍前比）は88.1%で前月（同88.1%）と同水準
2. 「食事主体」業態は19年比94.4%、「飲酒主体」業態同75.9%、「軽食主体」業態同77.6%

2023年10月の外食市場規模は、3圏域合計で2768億円。前年同月比（以下、前年比）は+296億円と23カ月連続して前年実績を上回った。市場規模の2019年同月比（コロナ禍前比、以下19年比）は88.1%で、前月の同88.1%と同水準となっている。外食実施率の19年比（90.2%）は前月（同88.7%）を上回り、外食頻度の19年比（94.9%）はコロナ禍以降では最も高水準となり、延べ外食回数の19年比（82.4%）が、市場規模の回復に寄与した。外食単価の19年比（106.9%）は前月（同112.5%）を下回った（P10参照）。市場規模の食事主体業態・計は19年比94.4%（前月同93.6%）、飲酒主体業態・計は同75.9%（同80.2%）、軽食主体業態・計は同77.6%（同83.5%）で、食事主体業態・計はコロナ禍以降では最高水準。主要16業態中では13業態で市場規模が前年を上回り、19年比では「中華料理店」（101.4%）、「ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店」（100.8%）がコロナ禍前の市場規模を上回った。

【3圏域計（首都圏・関西圏・東海圏）】 [P3]

- 2023年10月の外食（※1）実施率は67.1%（前月比増減 -0.3pt、前年比増減 +2.6pt）
- 2023年10月の外食頻度（※2）は3.85回/月（前月比増減 +0.05回、前年比増減 +0.10回）
- 2023年10月の外食単価は2,704円（前月比増減 -48円、前年比増減 +141円）
- 2023年10月の外食市場規模（※3）は2768億円（前月比増減 -22億円、前年比増減 +296億円）

※1 ※2 ※3 P10参照

【圏域別】 [P3]

- 外食実施率は、首都圏：65.9%（前年比増減 +1.7pt）、関西圏：68.7%（同 +4.0pt）、東海圏：68.9%（同 +3.3pt）
- 外食頻度は、首都圏：4.05回/月（前年比増減 +0.19回）、関西圏：3.75回/月（同 +0.07回）、東海圏：3.35回/月（同 -0.12回）
- 外食単価は、首都圏：2,825円（前年比増減 +133円）、関西圏：2,606円（同 +143円）、東海圏：2,369円（同 +152円）
- 外食市場規模は、首都圏：1726億円（前年比増減 +190億円）、関西圏：716億円（同 +84億円）、東海圏：326億円（同 +22億円）

【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 +101億円）、「和食料理店」（同 +47億円）、「中華料理店」（同 +30億円）等16業態中13業態で前年を上回った。
- 「居酒屋」（延べ回数 +225万回、単価 +131円）、「和食料理店」（延べ回数 +91万回、単価 +109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10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） ・神奈川県（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） ・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R3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。※22年度の基準人口に、県×性年代別のR2国勢調査人口→R3人口推計の増減率をあて計算

● サンプル数

実施期間	事前調査			本調査対象者数	本調査				
	配信数	回収数	回収率		実施期間	配信数	回収数	回収率	有効回答数
2023年9月14日（木）～ 2023年10月2日（月）	512,397件	33,392件	6.5%	13,365件	2023年11月1日（水）～ 2023年11月13日（月）	12,666件	9,849件	77.8%	9,756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		
	9,756 100.0	5,652 57.9	2,632 27.0	1,472 15.1	856 8.8	928 9.5	1,177 12.1	1,116 11.4	832 8.5	841 8.6	900 9.2	1,152 11.8	1,093 11.2	861 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
25,239 100.0	15,067 59.7	6,777 26.9	3,395 13.5

※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

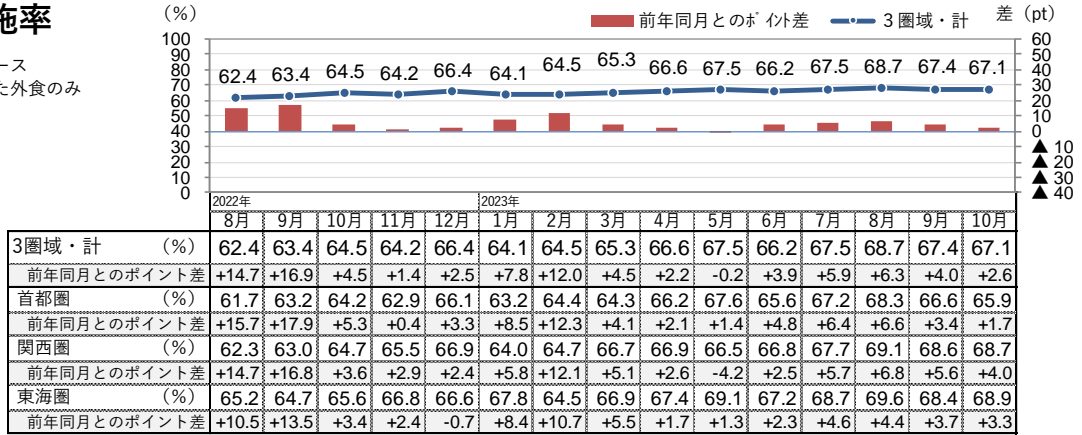
・ 外食1回につき次の26分類から当てはまるものを1つ聴取、本リリースではうち16業態を掲出。

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、パブ、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

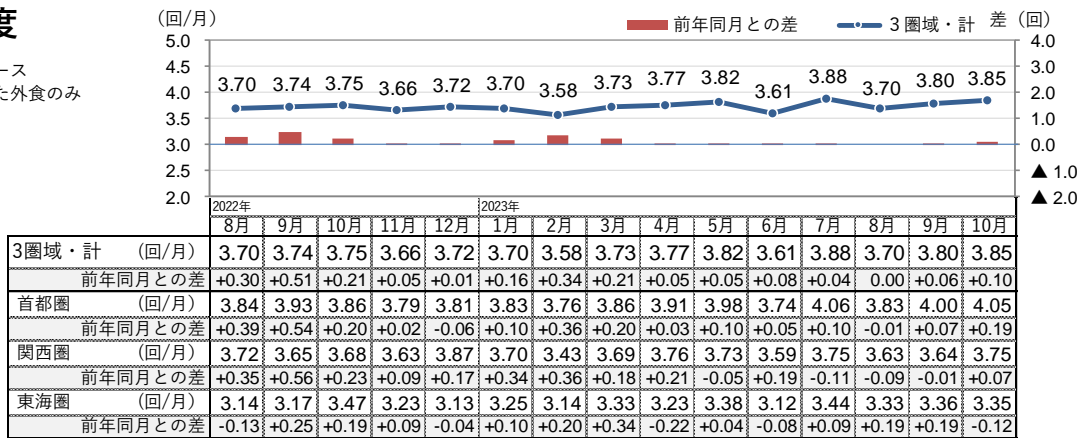
1. 外食実施率

※個人単位集計ベース
※圏域内で行われた外食のみ



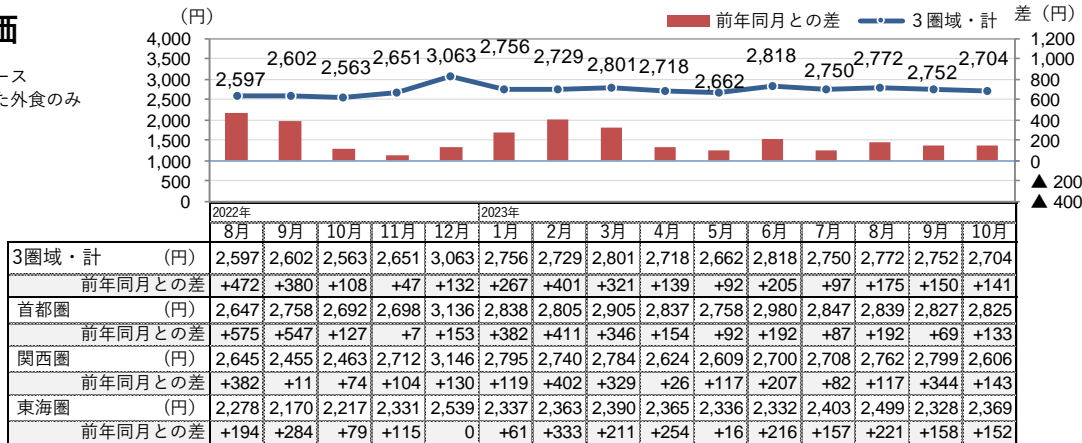
2. 外食頻度

※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

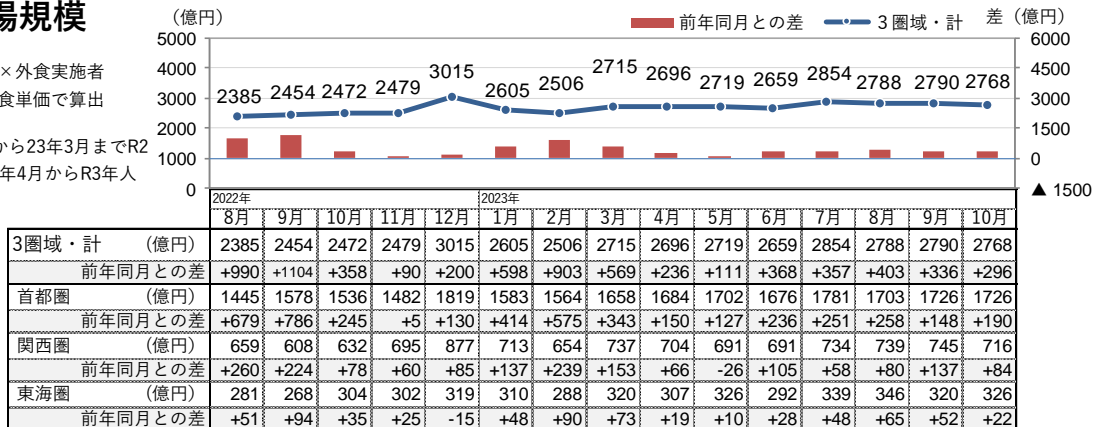
※外食単位集計ベース
※圏域内で行われた外食のみ
※外食実施者のみ



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、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R3年人口推計を使用

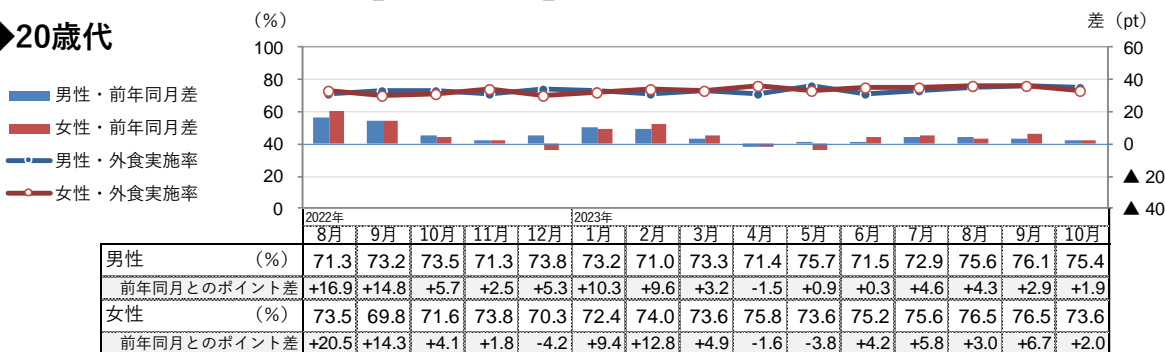


<参考>22年度
→23年度の基準人口の増減率
3圏域・計：-0.6%
首都圏：-0.5%
関西圏：-0.9%
東海圏：-0.8%

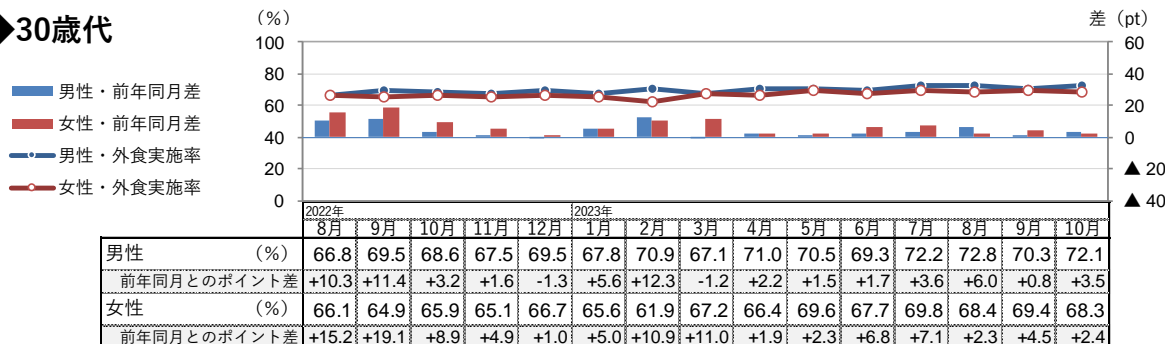
5. 性年代別 外食実施率 【3圏域・計】

※個人単位集計ベース
※圏域内で行われた外食のみ

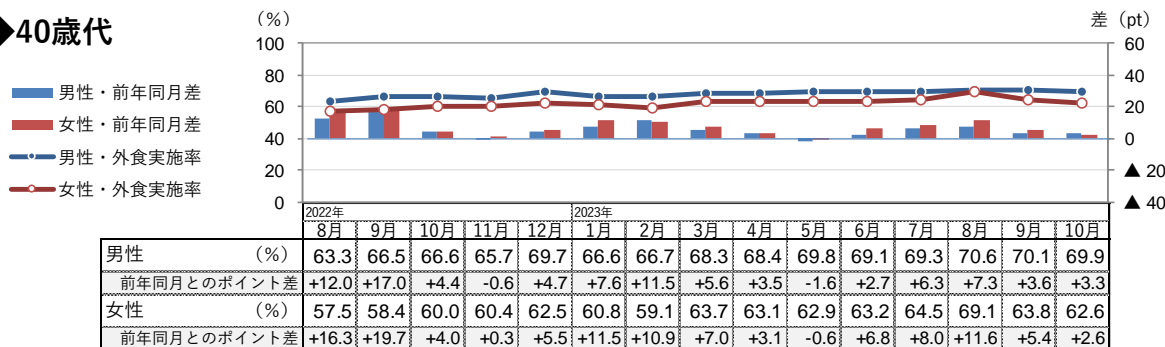
◆20歳代



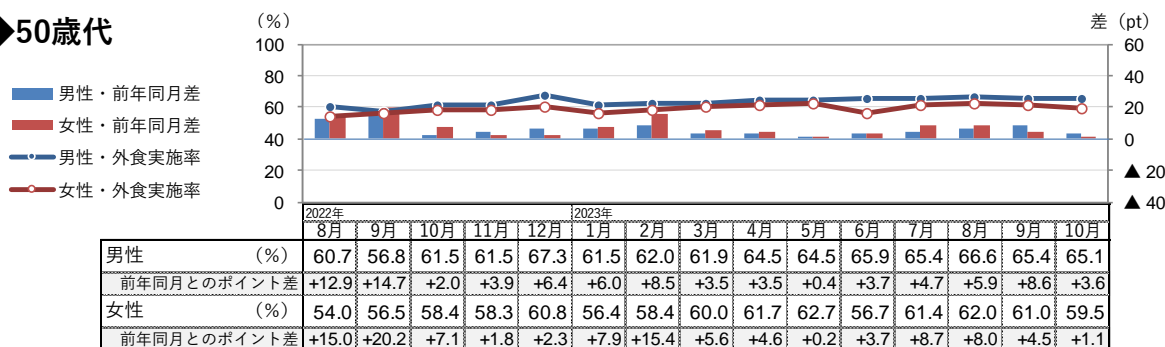
◆30歳代



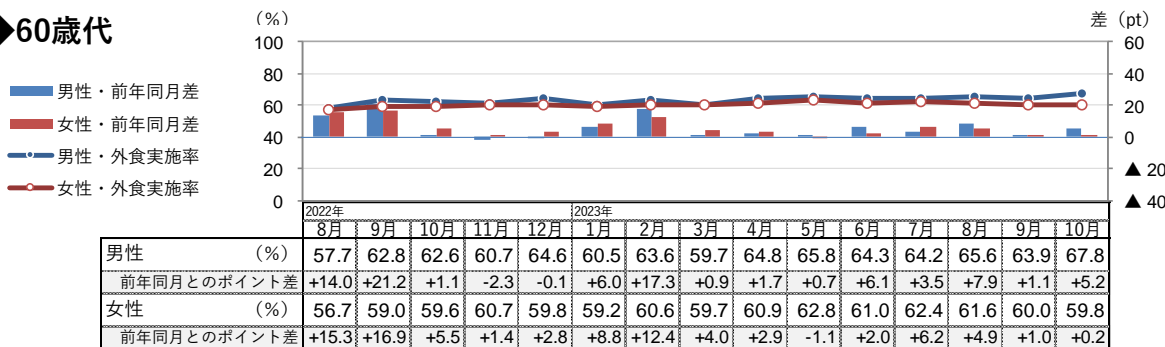
◆40歳代



◆50歳代



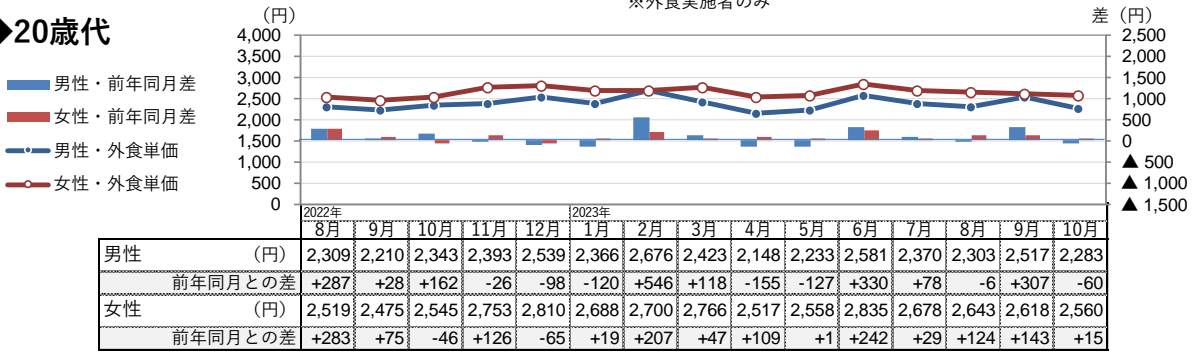
◆60歳代



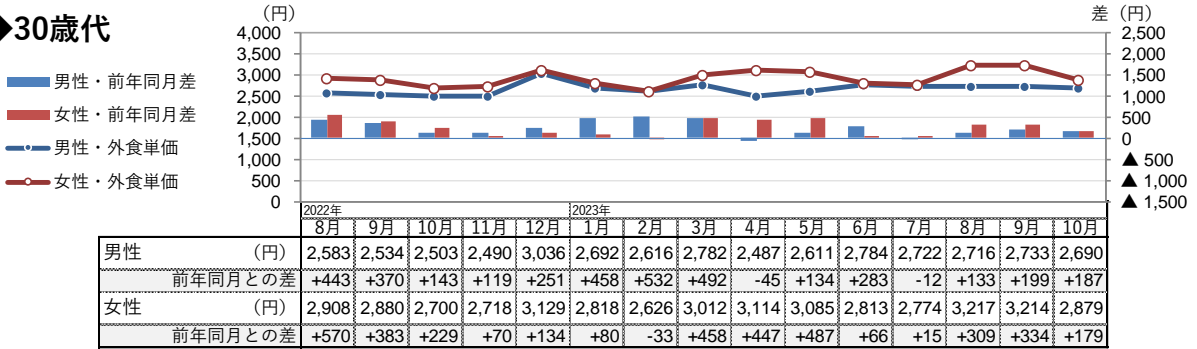
6. 性年代別 外食単価 【3圏域・計】

※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

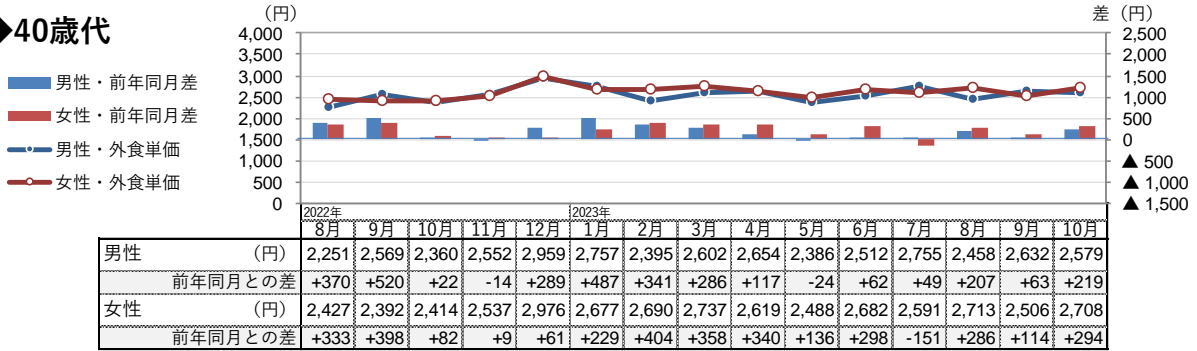
◆20歳代



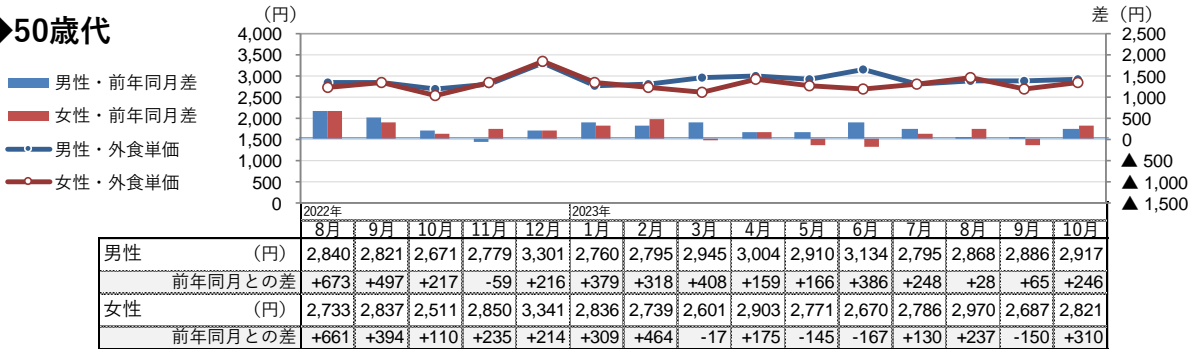
◆30歳代



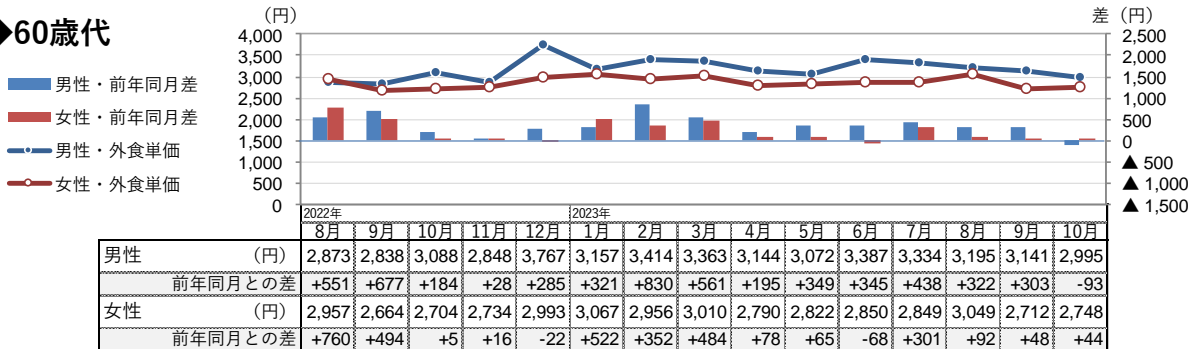
◆40歳代



◆50歳代



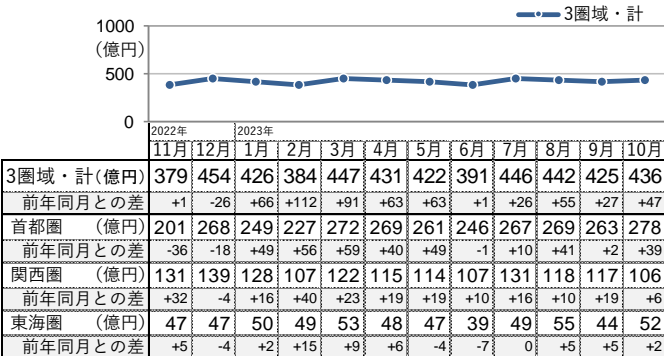
◆60歳代



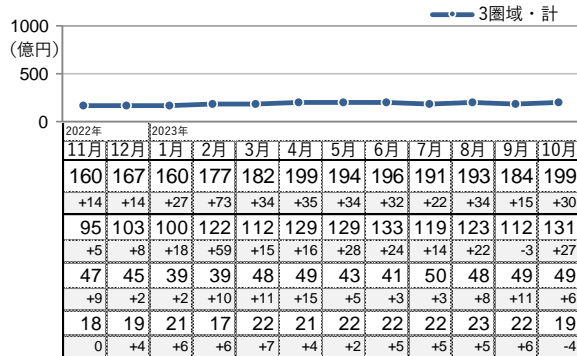
7.業態別 外食市場規模

※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

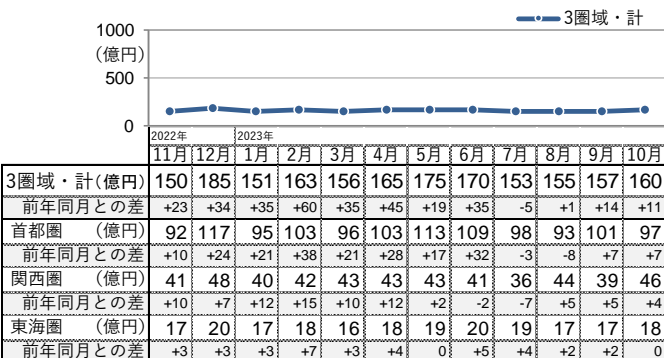
◆和食料理店（すし、割烹、料亭、郷土料理専門店等）



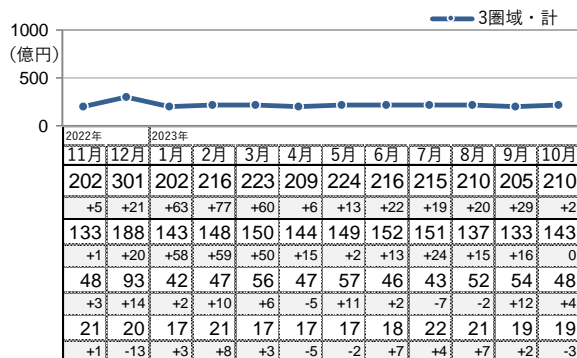
◆中華料理店（ラーメン専門店を除く）



◆レストラン、食堂、ダイニング、洋食店



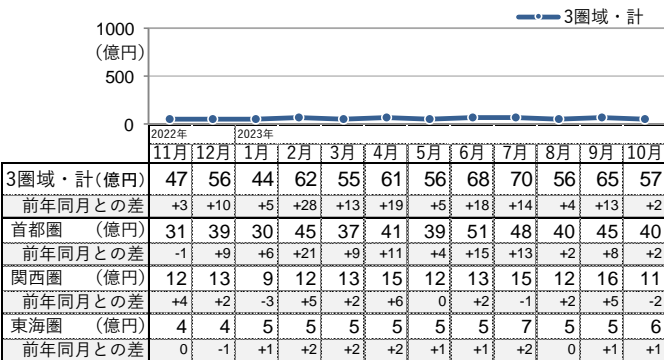
◆フレンチ・イタリアン料理店



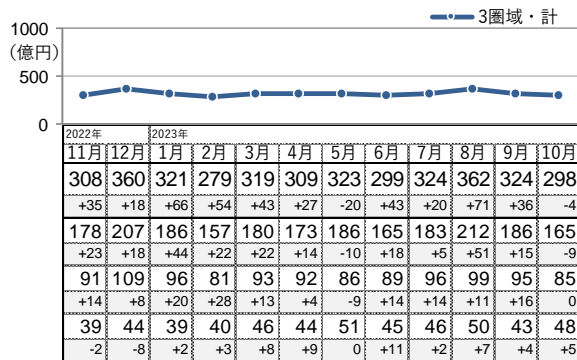
※ファミリーレストラン以外、フレンチ・イタリアン以外

※ファミリーレストラン以外

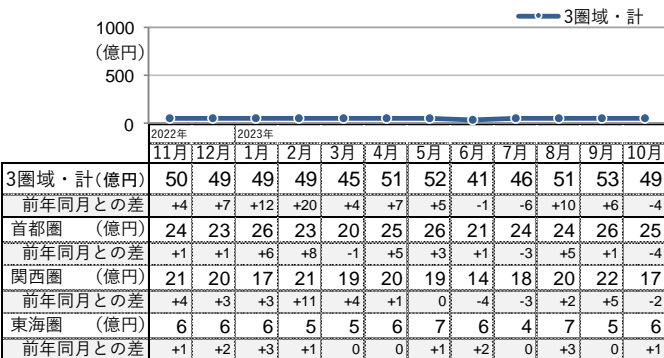
◆アジア料理店



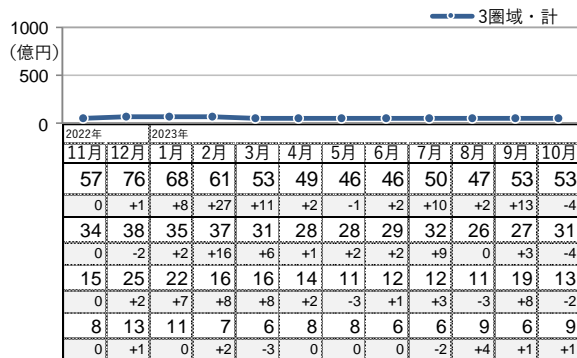
◆焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店



◆お好み焼き、鉄板焼き等の専門店

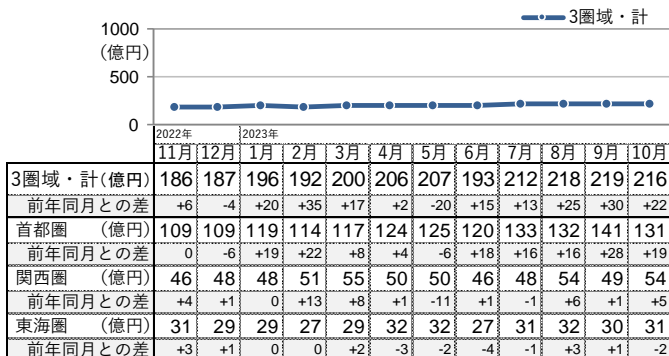


◆すき焼き、しゃぶしゃぶ、鍋、おでん等の専門店

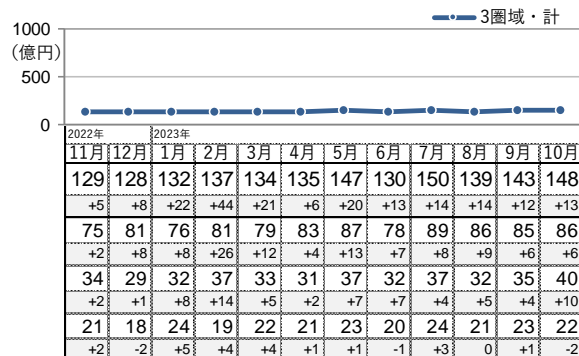


※外食市場規模は、各圏域の延べ外食回数×各圏域における業態シェア×各業態の単価で算出
 ※業態は、26分類のうち16業態を掲出
 ※外食市場規模「0」は、小数点第一位で四捨五入され0になったもの

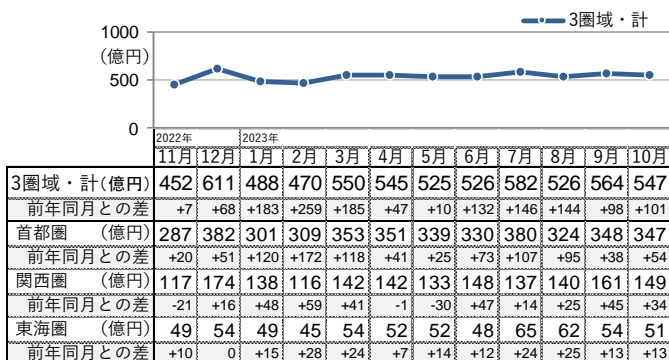
◆ファミリーレストラン、回転すし等



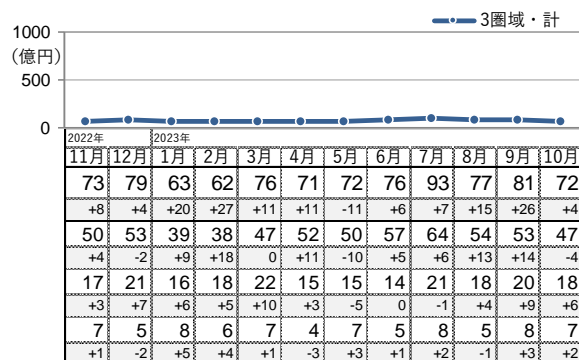
◆ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店



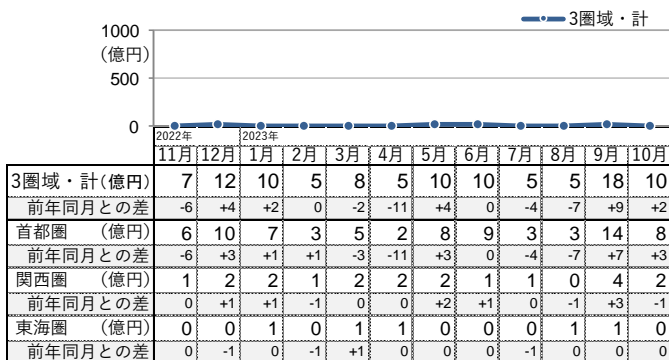
◆居酒屋(焼鳥、串焼き、串揚げ等、飲酒メインの業態を含む)



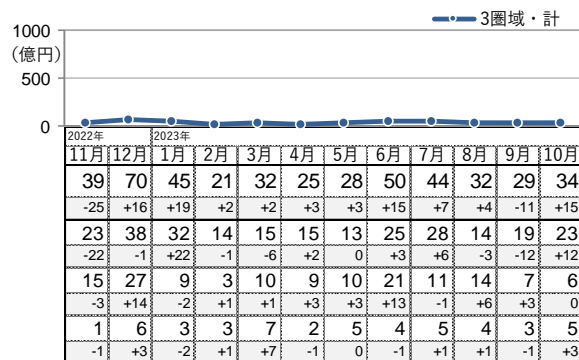
◆バー、バル、ワインバー、ビアホール、パブ



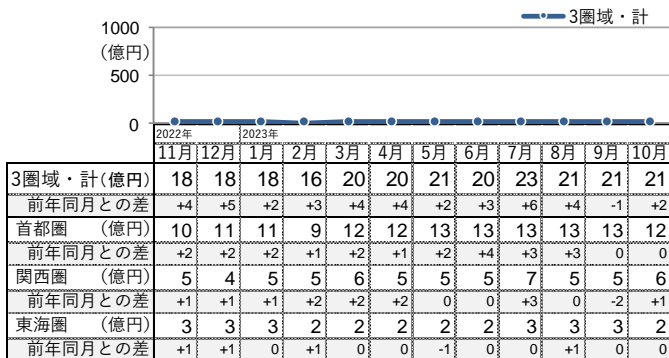
◆カラオケボックス



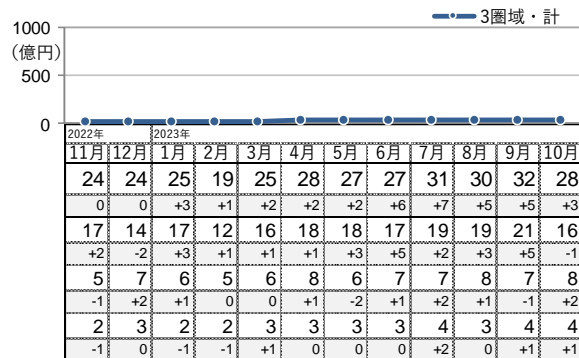
◆スナック、ナイトクラブ、キャバレー



◆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

2023年10月																
【3圏域・計】	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	ファミリーレストラン	ラーメン、そば、うどん、回転寿司等	居酒屋(焼鳥、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)	436	199	160	210	57	298	49	53	216	148	547	72	10	34	21	28
前年同月との差	+47	+30	+11	+2	+2	-4	-4	-4	+22	+13	+101	+4	+2	+15	+2	+3
外食単価 (円)	4,099	2,379	2,294	4,854	2,859	3,770	2,828	3,714	1,560	1,166	3,757	4,166	2,969	9,597	921	819
前年同月との差	+109	-13	+7	+519	+72	+172	+99	+176	+65	+12	+131	+159	+279	+3,825	+81	+68
延べ外食回数 (万回)	1065	835	699	432	201	790	174	144	1383	1271	1456	172	33	35	227	340
前年同月との差	+91	+127	+47	-48	+4	-49	-20	-18	+83	+101	+225	+3	+4	+2	-5	+4

↑ファミリレストラン以外、フレンチ・イタリアン以外

【首都圏】	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	ファミリーレストラン	ラーメン、そば、うどん、回転寿司等	居酒屋(焼鳥、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)	278	131	97	143	40	165	25	31	131	86	347	47	8	23	12	16
前年同月との差	+39	+27	+7	0	+2	-9	-4	-4	+19	+6	+54	-4	+3	+12	0	-1
外食単価 (円)	4,454	2,547	2,405	5,196	3,007	3,769	3,461	3,689	1,573	1,153	3,803	4,094	3,071	10,557	949	812
前年同月との差	+87	-98	+33	+742	+195	+77	+188	-115	+59	-29	+70	-364	+368	+3,513	+120	+73
延べ外食回数 (万回)	625	513	401	276	132	437	73	85	834	742	912	114	25	22	131	201
前年同月との差	+78	+121	+23	-44	-2	-35	-14	-6	+92	+62	+127	+1	+8	+7	-19	-25

↑ファミリレストラン以外、フレンチ・イタリアン以外

【関西圏】	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	ファミリーレストラン	ラーメン、そば、うどん、回転寿司等	居酒屋(焼鳥、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)	106	49	46	48	11	85	17	13	54	40	149	18	2	6	6	8
前年同月との差	+6	+6	+4	+4	-2	0	-2	-2	+5	+10	+34	+6	-1	0	+1	+2
外食単価 (円)	3,728	2,183	2,363	4,337	2,729	4,044	2,292	3,759	1,614	1,218	3,548	4,155	2,785	7,226	864	801
前年同月との差	+171	+101	+110	+325	-111	+470	-11	+675	+100	+100	+141	+1,236	-97	+2,951	-8	+50
延べ外食回数 (万回)	285	223	194	111	42	210	76	34	334	330	421	43	7	8	70	97
前年同月との差	+3	+18	+9	+2	-3	-28	-8	-13	+10	+61	+83	+3	-3	-7	+16	+21

↑ファミリレストラン以外、フレンチ・イタリアン以外

【東海圏】	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	ファミリーレストラン	ラーメン、そば、うどん、回転寿司等	居酒屋(焼鳥、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)	52	19	18	19	6	48	6	9	31	22	51	7	0	5	2	4
前年同月との差	+2	-4	0	-3	+1	+5	+1	+1	-2	-2	+13	+2	0	+3	0	+1
外食単価 (円)	3,352	1,949	1,740	4,044	2,319	3,366	2,600	3,735	1,429	1,126	4,134	4,713	1,823	9,524	931	896
前年同月との差	-56	-125	-254	-235	-151	+68	+362	+311	+18	+17	+602	+1,278	+401	+2,529	+89	+66
延べ外食回数 (万回)	155	99	104	46	26	143	24	25	215	199	123	16	1	5	25	43
前年同月との差	+9	-12	+16	-5	+7	+14	+1	+1	-18	-21	+14	+1	-1	+2	-2	+9

↑ファミリレストラン以外、フレンチ・イタリアン以外

< 参考 > 過去調査の調査概要

		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	2023年 2月度		
事前調査	実施期間	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)	23/1/18 (水) ~1/31 (火)		
	配信数(件)	506,605	500,752	507,998	503,149	500,533	505,173	493,042		
	回収数(件)	32,797	34,249	32,570	32,378	36,689	32,776	33,328		
	回収率	6.5%	6.8%	6.4%	6.4%	7.3%	6.5%	6.8%		
	本調査対象者数(件)	14,789	14,197	14,741	14,474	15,080	14,148	14,252		
本調査	実施期間	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)	23/3/1 (水) ~3/8 (水)		
	配信数(件)	12,522	12,448	12,593	12,726	12,596	12,725	12,742		
	回収数(件)	10,220	10,037	9,870	9,816	9,767	9,863	9,508		
	回収率	81.6%	80.6%	78.4%	77.1%	77.5%	77.5%	74.6%		
	有効回答数(件)	10,116	9,939	9,790	9,731	9,680	9,860	9,421		
集計サンプル数	個人単位	居住圏域	3圏域計(件)	10,116	9,939	9,790	9,731	9,680	9,860	9,421
			首都圏(件)	5,850	5,748	5,662	5,628	5,598	5,702	5,448
			関西圏(件)	2,736	2,688	2,648	2,632	2,618	2,666	2,548
			東海圏(件)	1,530	1,503	1,481	1,472	1,464	1,491	1,425
	外食単位	消費圏域	3圏域計(件)	23,336	23,548	23,716	22,862	23,934	23,415	21,731
			首都圏(件)	13,870	14,283	14,033	13,427	14,102	13,812	13,198
			関西圏(件)	6,332	6,179	6,308	6,266	6,776	6,318	5,650
			東海圏(件)	3,133	3,086	3,375	3,170	3,055	3,286	2,883

※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 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	2023年 9月度		
事前調査	実施期間	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)	23/8/17 (木) ~9/4 (月)		
	配信数(件)	480,074	494,669	497,545	495,060	495,890	503,643	508,057		
	回収数(件)	31,607	31,126	30,091	33,578	31,533	31,519	32,714		
	回収率	6.6%	6.3%	6.0%	6.8%	6.4%	6.3%	6.4%		
	本調査対象者数(件)	14,159	13,116	12,896	13,114	13,190	13,177	13,311		
本調査	実施期間	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)	23/10/2 (月) ~10/12 (木)		
	配信数(件)	12,844	12,735	12,548	12,559	12,661	12,556	12,711		
	回収数(件)	10,114	9,728	9,778	9,654	9,567	9,813	9,898		
	回収率	78.7%	76.4%	77.9%	76.9%	75.6%	78.2%	77.9%		
	有効回答数(件)	10,103	9,608	9,701	9,561	9,484	9,728	9,808		
集計サンプル数	個人単位	居住圏域	3圏域計(件)	10,103	9,608	9,701	9,561	9,484	9,728	9,808
			首都圏(件)	5,843	5,566	5,620	5,539	5,494	5,636	5,682
			関西圏(件)	2,732	2,592	2,617	2,579	2,558	2,624	2,646
			東海圏(件)	1,528	1,450	1,464	1,443	1,431	1,468	1,480
	外食単位	消費圏域	3圏域計(件)	24,603	24,095	25,054	22,808	24,878	24,733	25,139
			首都圏(件)	14,480	14,418	15,136	13,597	14,994	14,748	15,136
			関西圏(件)	6,723	6,521	6,494	6,183	6,502	6,583	6,599
			東海圏(件)	3,401	3,156	3,424	3,028	3,381	3,402	3,404

※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

	2022年 11月	2022年 12月	2023年 1月	2023年 2月	2023年 3月	2023年 4月	2023年 5月	2023年 6月	2023年 7月	2023年 8月	2023年 9月	2023年 10月
3圏域・計 (万回)	9353	9843	9454	9183	9695	9920	10216	9437	10377	10058	10139	10234
対19年比	70.6%	72.5%	76.1%	75.1%	69.8%	75.4%	77.1%	72.5%	78.5%	72.7%	78.3%	82.4%

2. 外食単価

	2022年 11月	2022年 12月	2023年 1月	2023年 2月	2023年 3月	2023年 4月	2023年 5月	2023年 6月	2023年 7月	2023年 8月	2023年 9月	2023年 10月
3圏域・計 (円)	2,651	3,063	2,756	2,729	2,801	2,718	2,662	2,818	2,750	2,772	2,752	2,704
対19年比	103.4%	103.0%	105.6%	105.8%	106.1%	104.4%	108.9%	109.8%	104.5%	110.3%	112.5%	106.9%

3. 外食市場規模

	2022年 11月	2022年 12月	2023年 1月	2023年 2月	2023年 3月	2023年 4月	2023年 5月	2023年 6月	2023年 7月	2023年 8月	2023年 9月	2023年 10月
3圏域・計 (億円)	2479	3015	2605	2506	2715	2696	2719	2659	2854	2788	2790	2768
対19年比	73.1%	74.6%	80.4%	79.5%	74.0%	78.7%	84.0%	79.6%	82.1%	80.2%	88.1%	88.1%

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R3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：-0.6%、首都圏：-0.5%、関西圏：-0.9%、東海圏：-0.8%

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/>