

外食市場調査 (2016年4月～2017年3月：東名阪・夕食)

**2016年度の外食市場規模は3兆9,194億円 (前年度比-1,474億円)
 外食回数 (同-2.9%)、単価 (同-0.7%) とともに前年割れ
 「ファストフード」「焼肉」「バー・バル」などは市場規模前年超え**

株式会社リクルートライフスタイル (本社：東京都千代田区、代表取締役社長：浅野 健) 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、東名阪の男女毎月約1万人を対象とする「外食市場調査」について、2016年度 (2016年4月～2017年3月) の年間集計をとりまとめましたので、その結果をご報告いたします。

【2016年度 概況】

仕入れ価格や人件費上昇を反映した値上げなどで、外食単価が上昇した2015年度。2016年度は平均単価が低めのファストフードやファミリーレストランなどが盛り返すなど、外食単価の平均が下降し、外食市場規模は前年度比-1,474億円 (-3.6%) と縮小した。3圏域計で基準となる人口は前年度比-0.6%、延べ外食回数は前年度比-2.9%、外食単価は前年度比-0.7%と構成要素である指標がいずれも前年度を下回り、市場規模の前年度割れを招いた。特に外食単価は2014年度が前年度比+4.1%、2015年度が前年度比+3.6%と2年連続して大きな伸びだったが、2016年度は微減したことで市場規模が縮小に転じた。性年代別では2014、2015年度に引き続き、40代男性が延べ外食回数 (2億1,610万回)、市場規模 (5,464億円) で、全性年代中最大シェアであった。業態別の大分類では、「食事主体」業態 (レストラン・食堂など) と「軽食主体」業態 (ファストフードなど) が市場規模で前年度比-2.6%だったのに対し、「飲酒主体」業態 (居酒屋など) が前年度比-4.9%と減少幅が大きかった。飲酒を伴う外食は延べ回数でシェア46.1% (前年度比-0.6ポイント)、予約されていた外食は延べ回数でシェア24.3% (前年度比+0.7ポイント) であった。単価の高い飲酒を伴う外食の延べ回数が減ったことが市場規模縮小の大きな要因。

1. 外食回数・市場規模 (3圏域計) [P3]

- 2016年4月～2017年3月 (以下同) の年間の外食市場規模は3兆9,194億円 (前年度比-1,474億円、3.6%減少)。
- 年間の延べ外食回数は15億4,479万回 (前年度比-4,636万回、2.9%減少)。外食単価は平均2,537円 (前年度比-19円、0.7%減少)。

2. 性年代別の外食実態 [P4]

- 性年代別では「40代・男性」が延べ外食回数で2億1,610万回、外食市場規模で5,464億円と、3年連続で最も大きい層。外食市場規模が拡大したのは「40代・女性」。

3. 業態別の外食実態 [P5・6]

- 「ファストフード」「焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店」「バー、バル、ワインバー、ビアホール、パブ」「アジア料理店」「ファミリーレストラン、回転すし等」の市場規模は前年度超え。
- 「飲酒主体」業態の延べ外食回数が4.8%減少、外食単価は前年並みだったが、市場規模は4.9%減少。

4. 飲酒有無別・予約有無別の外食実態 [P7・8]

- 飲酒を伴う延べ外食回数は前年度比4.2%減少、回数シェアは46.1%で前年度比0.6ポイントの減少。
- 予約のあった延べ外食回数は前年度比0.1%減少、回数シェアは24.3%で前年度比0.7ポイントの増加。

【本件に関するお問い合わせ先】

<https://www.recruit-lifestyle.co.jp/support/press>

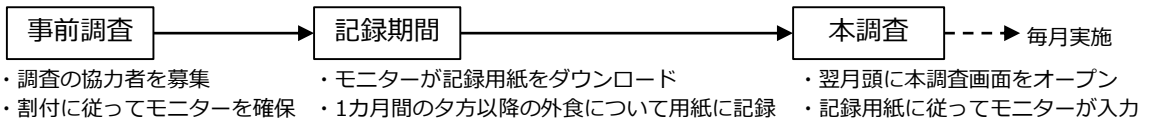
調査概要

- **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**



- **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区分で割付をおこなって回収した。

- **集計方法** 本調査結果は、H26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おこなっている。また、年間集計にあたっては、個人単位集計の場合、毎月同数の人に調査した形に補正して集計している。外食単位集計の場合、毎月の外食単位のウェイトバック後のサンプルを合算して年間集計をおこなっている。

※県単位の数値しかないため、前年度調査で使用した基準人口に県×性年代別のH25人口推計→H26人口推計の減少率をあてて計算
 ※2015年度の基準人口：H25人口推計 ※基準人口の前年度比 3圏域計：-0.6%、首都圏：-0.5%、関西圏：-1.1%、東海圏：-0.6%

● **サンプル数**

		2016年4月度	2016年5月度	2016年6月度	2016年7月度	2016年8月度	2016年9月度	2016年10月度	2016年11月度	2016年12月度	2017年1月度	2017年2月度	2017年3月度		
本調査	実施期間	16/5/2~5/11	16/6/1~6/7	16/7/1~7/7	16/8/1~8/9	16/9/1~9/7	16/9/30~10/7	16/11/1~11/8	16/12/1~12/7	17/1/5~1/11	17/2/1~2/7	17/3/1~3/7	17/4/3~4/10		
	配信数(件)	13,633	13,803	13,739	13,570	13,495	13,399	13,568	13,589	13,265	13,391	13,343	13,200		
	回収数(件)	10,721	10,452	10,238	10,348	10,293	10,443	10,354	10,252	10,053	10,486	9,934	10,193		
	回収率	78.6%	75.7%	74.5%	76.3%	76.3%	77.9%	76.3%	75.4%	75.8%	78.3%	74.5%	77.2%	2016年度年間集計	2015年度年間集計
	有効回答数(件)	10,599	10,327	10,117	10,263	10,207	10,347	10,264	10,145	9,959	10,406	9,852	10,088	10,215	10,140
集計数	個人単位	10,599	10,327	10,117	10,263	10,207	10,347	10,264	10,145	9,959	10,406	9,852	10,088	10,215	10,140
	3圏域計(件)	10,599	10,327	10,117	10,263	10,207	10,347	10,264	10,145	9,959	10,406	9,852	10,088	10,215	10,140
	首都圏(件)	6,022	5,868	5,748	5,831	5,800	5,879	5,832	5,764	5,659	5,913	5,598	5,732	5,804	5,750
	関西圏(件)	2,955	2,879	2,820	2,861	2,845	2,884	2,861	2,828	2,776	2,901	2,746	2,812	2,847	2,839
東海圏(件)	1,622	1,580	1,548	1,571	1,562	1,583	1,571	1,553	1,524	1,592	1,508	1,544	1,563	1,551	

※集計サンプル数はウェイトバックによる補正後の件数 ※年間集計のサンプル数は、毎月同数の人に調査した形に補正後の件数

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。

● **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おこな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）でおこな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25分類から当てはまるものを1つ聴取。※2015年度より業態分類を見直している

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	13 居酒屋(焼鳥、串焼き、串揚げなど、飲酒メインの業態を含む)	飲酒主体	
	2 中華料理店(ラーメン専門店を除く)		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、ハンバーグ等の専門店		19 牛丼、カレー等、一品目の専売業態		軽食主体
	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 その他の軽食を主体とする業態の店		その他
	11 ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店		23 ホテルや各種会場(披露宴・セレモニー等)		
	12 その他の食事を主体とする業態の店		24 旅行・出張先のホテルや旅館		
	25 その他				

1. 外食回数・市場規模

●3圏域計における2016年4月～2017年3月の年間の外食市場規模は3兆9,194億円（前年度比-3.6%）と推計された。延べ外食回数15億4,479万回（前年度比-2.9%）は1人あたり平均37.3回/年（0.72回/週）のペースで外食していることを意味する。延べ外食回数の減少に加え、外食単価も2,537円（前年度比-0.7%）と減少し、市場規模が縮小した。圏域別には、首都圏の市場規模が前年度比-4.2%と他圏域よりも縮小傾向にあった。

■外食市場規模<推計値>の前年度比較【圏域別】

	H26人口推計	調査結果				推計結果				
		個人単位集計		外食単位集計		延べ外食回数 (万回)	前年度 比	外食市場規模 (億円)	前年度 比	
		人口 (万人) <A>	1カ月あたり の外食実施 率(%) 	1カ月あたり の実施者の外食 頻度(回/月) <C>	外食単価 (円/回) <D>					A*B*C*12=<E>
3圏域計	2016年度・年間	4,141 万人	75.8 %	4.10 回/月	2,537 円	99.3%	154,479 万回	97.1%	39,194 億円	96.4%
	2015年度・年間	4,168 万人	76.1 %	4.18 回/月	2,556 円	103.6%	159,114 万回	98.3%	40,668 億円	101.9%
	2014年度・年間	4,200 万人	75.9 %	4.23 回/月	2,467 円	104.1%	161,835 万回	96.9%	39,918 億円	100.9%
	2013年度・年間	4,267 万人	76.3 %	4.28 回/月	2,369 円		167,028 万回		39,574 億円	
首都圏	2016年度・年間	2,353 万人	75.6 %	4.34 回/月	2,585 円	98.9%	92,521 万回	96.9%	23,919 億円	95.8%
	2015年度・年間	2,364 万人	76.0 %	4.43 回/月	2,614 円	104.0%	95,478 万回	97.5%	24,956 億円	101.4%
	2014年度・年間	2,379 万人	75.9 %	4.52 回/月	2,513 円	104.7%	97,928 万回	98.0%	24,606 億円	102.6%
	2013年度・年間	2,410 万人	76.1 %	4.54 回/月	2,400 円		99,922 万回		23,980 億円	
関西圏	2016年度・年間	1,154 万人	75.6 %	3.93 回/月	2,577 円	100.1%	41,116 万回	96.7%	10,594 億円	96.8%
	2015年度・年間	1,167 万人	75.9 %	4.00 回/月	2,575 円	103.6%	42,510 万回	100.4%	10,944 億円	104.0%
	2014年度・年間	1,179 万人	75.5 %	3.96 回/月	2,485 円	102.8%	42,359 万回	94.5%	10,525 億円	97.1%
	2013年度・年間	1,204 万人	76.5 %	4.05 回/月	2,418 円		44,815 万回		10,836 億円	
東海圏	2016年度・年間	634 万人	76.7 %	3.57 回/月	2,246 円	99.5%	20,842 万回	98.7%	4,682 億円	98.1%
	2015年度・年間	637 万人	76.8 %	3.60 回/月	2,258 円	101.6%	21,126 万回	98.0%	4,770 億円	99.6%
	2014年度・年間	642 万人	76.5 %	3.66 回/月	2,222 円	104.1%	21,548 万回	96.7%	4,787 億円	100.6%
	2013年度・年間	653 万人	76.7 %	3.71 回/月	2,135 円		22,291 万回		4,759 億円	

※過去年度の基準人口 2015年度：H25人口推計、2014年度：H24人口推計、2013年度：H22国勢調査人口

※年間の外食市場規模は、有効桁数の関係で、毎月公表している月別の外食市場規模の合計と完全には合致しない

※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おこなった外食を対象としており、圏域外でおこな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。

※2 市場規模：各圏域の当該年齢人口（2013年度：H22国勢調査、2014年度：H24人口推計、2015年度：H25人口推計、2016年度：H26人口推計）×実施率×頻度×単価で算出。

※3 実施率：調査対象者のうち、調査対象の1カ月間に外食を一度でも実施した人の割合。

※4 頻度：外食実施者の1カ月あたりの平均外食回数。

※5 単価：外食1回あたりにかかった費用（税込）。

★1人1年あたりの外食回数、1人1週あたりの外食回数の計算方法

年間15億4,479万回÷4,141万人=37.3回/年…1人1年あたりの外食回数

37.3回/年÷52週=0.72回/週…1人1週あたりの外食回数

2. 性年代別の外食実態

- 3圏域計において、性年代別には「**40代・男性**」が延べ外食回数が最も多く、外食市場規模でも**5,464億円と最も大きい**。全体として外食市場規模が減少する中、横ばいあるいは微増の市場は「30代・男性」と「40代・女性」であった。
- 外食単価は「30代・男性」や「40代～50代・女性」において、横ばいあるいは微増であった。

■外食市場規模<推計値>の前年度比較【3圏域計・性年代別】

	H26人口推計	調査結果				推計結果				
		個人単位集計		外食単位集計		延べ外食回数		外食市場規模		
		人口 (万人) <A>	1カ月あたりの外食実施率(%) 	1カ月あたりの実施者の外食頻度(回/月) <C>	外食単価(円/回) <D>	前年度比	延べ外食回数(万回) A*B*C*12=<E>	前年度比	外食市場規模(億円) D*E=<F>	前年度比
3圏域計 2016年度・年間	4,141 万人	75.8 %	4.10 回/月	2,537 円	99.3%	154,479 万回	97.1%	39,194 億円	96.4%	
性年代別	男性/20代	357 万人	77.1 %	4.74 回/月	2,133 円	98.5%	15,682 万回	94.7%	3,346 億円	93.3%
	男性/30代	437 万人	78.5 %	4.83 回/月	2,401 円	101.5%	19,891 万回	98.5%	4,776 億円	100.0%
	男性/40代	505 万人	76.4 %	4.67 回/月	2,528 円	98.5%	21,610 万回	98.8%	5,464 億円	97.4%
	男性/50代	371 万人	75.2 %	4.75 回/月	2,923 円	98.2%	15,896 万回	97.9%	4,646 億円	96.1%
	男性/60代	414 万人	76.4 %	4.12 回/月	3,067 円	98.8%	15,651 万回	95.9%	4,800 億円	94.8%
	女性/20代	341 万人	81.2 %	4.56 回/月	2,392 円	98.9%	15,124 万回	94.2%	3,618 億円	93.1%
	女性/30代	424 万人	74.8 %	3.58 回/月	2,405 円	99.9%	13,596 万回	95.1%	3,270 億円	95.0%
	女性/40代	488 万人	72.4 %	3.26 回/月	2,356 円	100.0%	13,834 万回	101.4%	3,260 億円	101.3%
	女性/50代	367 万人	71.7 %	3.22 回/月	2,560 円	100.3%	10,174 万回	99.0%	2,604 億円	99.3%
	女性/60代	438 万人	74.9 %	3.30 回/月	2,618 円	98.6%	13,022 万回	95.3%	3,409 億円	94.0%

※各性年代の人口に、1カ月あたりの外食実施率と1カ月あたりの実施者の外食頻度を乗じて、各性年代の延べ外食回数を推計
 各性年代の延べ外食回数に、各性年代の外食単価を乗じて、各性年代の外食市場規模を推計
 各性年代の外食市場規模の合計は、有効桁数の関係で、年間の外食市場規模と完全には合致しない

<参考> ■2015年度結果【3圏域計・性年代別】

	H25人口推計	調査結果				推計結果				
		個人単位集計		外食単位集計		延べ外食回数		外食市場規模		
		人口 (万人) <A>	1カ月あたりの外食実施率(%) 	1カ月あたりの実施者の外食頻度(回/月) <C>	外食単価(円/回) <D>	前年度比	延べ外食回数(万回) A*B*C*12=<E>	前年度比	外食市場規模(億円) D*E=<F>	前年度比
3圏域計 2015年度・年間	4,168 万人	76.1 %	4.18 回/月	2,556 円	103.6%	159,114 万回	98.3%	40,668 億円	101.9%	
性年代別	男性/20代	362 万人	78.3 %	4.87 回/月	2,165 円	106.4%	16,559 万回	96.2%	3,585 億円	102.4%
	男性/30代	451 万人	77.5 %	4.82 回/月	2,365 円	103.1%	20,198 万回	94.8%	4,777 億円	97.8%
	男性/40代	495 万人	76.2 %	4.83 回/月	2,566 円	102.7%	21,866 万回	99.2%	5,612 億円	101.9%
	男性/50代	366 万人	75.9 %	4.87 回/月	2,976 円	104.2%	16,238 万回	102.6%	4,832 億円	106.9%
	男性/60代	423 万人	77.1 %	4.17 回/月	3,104 円	104.4%	16,317 万回	101.4%	5,065 億円	105.9%
	女性/20代	345 万人	81.2 %	4.77 回/月	2,420 円	105.6%	16,056 万回	96.5%	3,885 億円	101.9%
	女性/30代	437 万人	74.6 %	3.65 回/月	2,407 円	101.9%	14,300 万回	93.9%	3,442 億円	95.7%
	女性/40代	478 万人	72.6 %	3.28 回/月	2,358 円	101.0%	13,645 万回	100.9%	3,217 億円	101.9%
	女性/50代	363 万人	72.4 %	3.26 回/月	2,552 円	99.7%	10,276 万回	99.7%	2,622 億円	99.4%
	女性/60代	449 万人	76.0 %	3.34 回/月	2,654 円	103.4%	13,660 万回	99.8%	3,626 億円	103.2%

3. 業態別の外食実態

●3圏域計において、前年より市場規模が増加した業態は、

「ファストフード」：同前年度比+2.7%

「焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店」：同前年度比+1.9%

「バー、バル、ワインバー、ビアホール、パブ」：同前年度比+1.9%

「アジア料理店」：外食市場規模で前年度比+1.3%

「ファミリーレストラン、回転すし等」：同前年度比+1.0%

などであった。

●大分類では「飲酒主体」業態の外食単価は前年並みだったものの、延べ外食回数が4.8%減少したことで、市場規模が4.9%減少した。

■外食市場規模<推計値>の前年度比較【3圏域計・業態別】

		調査結果			推計結果				
		外食単位集計							
		構成比 (%) <G>	外食単価 (円/回) <H>	前年度 比	延べ外食回数 (万回) 年間推計*<G>=<I>	前年度 比	外食市場規模 (億円) <I>*<H>	前年度 比	
3圏域計 2016年度・年間		100.0 %	2,537 円	99.3%	154,479 万回	97.1%	39,194 億円	96.4%	
3 圏 域 計	食 事 主 体	和食料理店	10.0 %	3,794 円	98.8%	15,466 万回	93.0%	5,868 億円	91.9%
		中華料理店	6.5 %	2,205 円	100.0%	10,039 万回	97.8%	2,214 億円	97.9%
		レストラン、食堂、ダイニング、洋食店	6.3 %	2,122 円	100.6%	9,712 万回	96.0%	2,060 億円	96.5%
		フレンチ・イタリアン料理店	4.8 %	4,092 円	101.7%	7,453 万回	96.2%	3,050 億円	97.9%
		アジア料理店	1.5 %	2,769 円	103.8%	2,322 万回	97.6%	643 億円	101.3%
		その他の各国料理店	0.8 %	3,035 円	102.2%	1,309 万回	90.7%	397 億円	92.6%
		焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店	6.9 %	3,377 円	101.2%	10,628 万回	100.7%	3,589 億円	101.9%
		お好み焼き、鉄板焼き等の専門店	1.6 %	2,462 円	99.5%	2,499 万回	92.4%	615 億円	91.9%
		すき焼き、しゃぶしゃぶ、鍋、おでん等の専門店	1.4 %	3,640 円	95.4%	2,172 万回	98.9%	791 億円	94.3%
		ファミリーレストラン、回転すし等	12.5 %	1,399 円	100.1%	19,346 万回	100.9%	2,706 億円	101.0%
	ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店	10.8 %	1,031 円	98.7%	16,622 万回	99.3%	1,714 億円	98.0%	
	その他の食事を主体とする業態の店	3.3 %	1,773 円	110.9%	5,136 万回	102.6%	911 億円	113.8%	
	飲 酒 主 体	居酒屋	17.0 %	3,457 円	99.9%	26,187 万回	94.6%	9,052 億円	94.6%
		バー、バル、ワインバー、ビアホール、パブ	2.4 %	3,765 円	101.7%	3,699 万回	100.1%	1,393 億円	101.9%
		カラオケボックス	0.4 %	2,616 円	97.9%	665 万回	96.1%	174 億円	94.1%
		スナック、ナイトクラブ、キャバレー	0.5 %	7,827 円	102.6%	821 万回	92.0%	643 億円	94.4%
		その他の飲酒を主体とする業態の店	0.4 %	2,991 円	88.2%	587 万回	92.0%	175 億円	81.1%
	軽 食 主 体	ファストフード	2.2 %	743 円	98.8%	3,326 万回	104.0%	247 億円	102.7%
		牛丼、カレー等、一品もの専売業態	4.1 %	678 円	100.6%	6,257 万回	99.4%	424 億円	100.0%
		立食のラーメン、うどん・そば業態	0.6 %	629 円	99.0%	948 万回	87.2%	60 億円	86.4%
喫茶店・カフェ		1.8 %	1,094 円	98.5%	2,743 万回	97.7%	300 億円	96.2%	
その他の軽食を主体とする業態の店		0.6 %	994 円	100.2%	937 万回	85.8%	93 億円	86.0%	
そ の 他	ホテルや各種会場	1.5 %	5,920 円	98.3%	2,242 万回	93.1%	1,327 億円	91.5%	
	旅行・出張先のホテルや旅館	0.5 %	5,488 円	98.0%	828 万回	93.4%	455 億円	91.6%	
	その他	1.6 %	1,289 円	97.7%	2,534 万回	89.9%	327 億円	87.8%	
3 圏 域 計	大 分 類	食事主体・小計	66.5 %	2,391 円	99.5%	102,705 万回	97.9%	24,558 億円	97.4%
		飲酒主体・小計	20.7 %	3,579 円	100.0%	31,958 万回	95.2%	11,437 億円	95.1%
		軽食主体・小計	9.2 %	791 円	99.2%	14,211 万回	98.2%	1,124 億円	97.4%
		その他・小計	3.6 %	3,762 円	99.2%	5,605 万回	91.7%	2,109 億円	90.9%

*年間の延べ外食回数の推計値に、外食単位集計の構成比を乗じて、各分類の外食回数を推計

各分類の外食回数に、各分類の外食単価を乗じて、各分類の外食市場規模を推計

各分類の外食市場規模の合計は、有効桁数の関係で、年間の外食市場規模と完全には合致しない

*業態【大分類】別の単価は、市場規模(億円)の小計を延べ外食回数(万回)の小計で割って算出している

* 市場規模の前年度比が100%以上の業態に網かけ

<参考> ■2015年度結果【3圏域計・業態別】

		調査結果			推計結果				
		外食単位集計							
		構成比 (%) <G>	外食単価 (円/回) <H>	前年度 比	延べ外食回数 (万回) 年間推計* $\langle G \rangle = \langle D \rangle$	前年度 比	外食市場規模 (億円) $\langle D \rangle * \langle H \rangle$	前年度 比	
3圏域計 2015年度・年間		100.0 %	2,556 円	103.6%	159,114 万回	98.3%	40,668 億円	101.9%	
3 圏 域 計	食 事 主 体	和食料理店	10.5 %	3,838 円		16,629 万回		6,382 億円	
		中華料理店	6.4 %	2,205 円		10,260 万回		2,263 億円	
		レストラン、食堂、ダイニング、洋食店	6.4 %	2,110 円		10,116 万回		2,134 億円	
		フレンチ・イタリアン料理店	4.9 %	4,022 円		7,744 万回		3,115 億円	
		アジア料理店	1.5 %	2,669 円		2,380 万回		635 億円	
		その他の各国料理店	0.9 %	2,970 円		1,444 万回		429 億円	
		焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店	6.6 %	3,338 円		10,553 万回		3,523 億円	
		お好み焼き、鉄板焼き等の専門店	1.7 %	2,474 円		2,705 万回		669 億円	
		すき焼き、しゃぶしゃぶ、鍋、おでん等の専門店	1.4 %	3,816 円		2,197 万回		838 億円	
		ファミリーレストラン、回転すし等	12.0 %	1,398 円		19,171 万回		2,679 億円	
	ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店	10.5 %	1,045 円		16,735 万回		1,749 億円		
	その他の食事を主体とする業態の店	3.1 %	1,599 円		5,005 万回		800 億円		
	飲 酒 主 体	居酒屋	17.4 %	3,459 円		27,670 万回		9,572 億円	
		バー、パブ、ワインバー、ビアホール、パブ	2.3 %	3,701 円		3,694 万回		1,367 億円	
		カラオケボックス	0.4 %	2,671 円		692 万回		185 億円	
		スナック、ナイトクラブ、キャバレー	0.6 %	7,629 円		892 万回		681 億円	
		その他の飲酒を主体とする業態の店	0.4 %	3,392 円		637 万回		216 億円	
	軽 食 主 体	ファストフード	2.0 %	752 円		3,199 万回		241 億円	
		牛丼、カレー等、一品もの専売業態	4.0 %	674 円		6,293 万回		424 億円	
		立食のラーメン、うどん・そば業態	0.7 %	635 円		1,086 万回		69 億円	
喫茶店・カフェ		1.8 %	1,111 円		2,808 万回		312 億円		
その他の軽食を主体とする業態の店	0.7 %	992 円		1,092 万回		108 億円			
そ の 他	ホテルや各種会場	1.5 %	6,023 円		2,410 万回		1,451 億円		
	旅行・出張先のホテルや旅館	0.6 %	5,597 円		887 万回		496 億円		
	その他	1.8 %	1,319 円		2,817 万回		372 億円		
3 圏 域 計	大 分 類	食事主体・小計	66.0 %	2,403 円	102.9%	104,938 万回	100.0%	25,217 億円	102.9%
		飲酒主体・小計	21.1 %	3,579 円	100.9%	33,586 万回	101.9%	12,021 億円	102.8%
		軽食主体・小計	9.1 %	797 円	103.1%	14,477 万回	82.7%	1,154 億円	85.2%
		その他・小計	3.8 %	3,794 円	100.6%	6,114 万回	95.4%	2,319 億円	95.9%

※年間の延べ外食回数の推計値に、外食単位集計の構成比を乗じて、各分類の外食回数を推計
 各分類の外食回数に、各分類の外食単価を乗じて、各分類の外食市場規模を推計
 各分類の外食市場規模の合計は、有効桁数の関係で、年間の外食市場規模と完全には合致しない
 ※業態【大分類】別の単価は、市場規模(億円)の小計を延べ外食回数(万回)の小計で割って算出している
 ※2015年度から業態分類を一部変更しているため、小分類の前年度比は算出していない

4. 飲酒有無別の外食実態

- 延べ外食回数（15億4,479万回）のうち、飲酒を伴った外食は46.1%を占め、前年よりやや割合が減少した（-0.6ポイント）。
※ 飲酒を伴うとは、本人はお酒を飲まなくても、一緒に外食をした相手がお酒を飲んだ場合を含む。
- 外食市場規模（3兆9,194億円）のうち、飲酒を伴った外食による市場規模は70.6%を占め、回数シェア（46.1%）に比べ市場シェアが大きい。
- 飲酒ありの回数シェア・売上シェアのいずれも伸びた業態は「アジア料理店」「その他の各国料理店」「その他の食事を主体とする業態の店」「カラオケボックス」などであった。

■ 飲酒ありの外食市場規模＜推計値＞【3圏域計・業態別】

		各業態における 飲酒あり のシェア推計				各業態における 飲酒あり の市場推計								
		アンケート結果		推計値		アンケート結果		推計値						
		各業態のうち、飲酒ありの回数シェア (%)	前年度との差	各業態のうち、飲酒ありの市場規模シェア (%)	前年度との差	飲酒あり外食単価 (円)	前年度比	飲酒あり延べ外食回数 (万回)	前年度比	飲酒あり外食市場規模 (億円)	前年度比			
3圏域計	2016年度・年間	46.1 %	▲0.6pt	70.6 %	▲0.6pt	3,884	99.8%	71,231	95.8%	27,665	95.6%			
3圏域計	食事主体	和食料理店	55.8 %	▲0.7pt	75.5 %	▲0.8pt	5,129	99.1%	8,636	91.8%	4,429	90.9%		
		中華料理店	44.6 %	+0.4pt	65.4 %	+0.2pt	3,230	99.4%	4,480	98.7%	1,447	98.1%		
		レストラン、食堂、ダイニング、洋食店	27.5 %	+0.1pt	47.0 %	+0.2pt	3,632	100.7%	2,669	96.2%	969	96.9%		
		フレンチ・イタリアン料理店	60.6 %	▲0.2pt	76.5 %	▲0.4pt	5,167	101.5%	4,518	96.0%	2,334	97.4%		
		アジア料理店	53.9 %	+1.2pt	70.3 %	+1.7pt	3,610	104.0%	1,253	99.8%	452	103.8%		
		その他の各国料理店	55.2 %	+1.7pt	72.7 %	+1.8pt	3,996	101.5%	723	93.6%	289	95.0%		
		焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店	51.6 %	▲0.4pt	66.7 %	▲0.0pt	4,365	102.0%	5,481	99.9%	2,393	101.9%		
		お好み焼き、鉄板焼き等の専門店	55.6 %	▲2.2pt	70.0 %	▲1.0pt	3,100	102.0%	1,390	88.9%	431	90.7%		
		すき焼き、しゃぶしゃぶ、鍋、おでん等の専門店	54.3 %	▲2.8pt	67.5 %	▲2.9pt	4,528	96.2%	1,179	94.0%	534	90.4%		
		ファミリーレストラン、回転すし等	16.9 %	▲0.2pt	23.1 %	▲0.4pt	1,910	99.6%	3,273	99.5%	625	99.1%		
		ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店	10.9 %	▲0.8pt	19.6 %	▲1.5pt	1,861	98.5%	1,807	92.4%	336	91.0%		
		その他の食事を主体とする業態の店	29.0 %	+6.4pt	55.4 %	+8.9pt	3,383	102.9%	1,490	131.7%	504	135.5%		
		3圏域計	飲酒主体	居酒屋	96.3 %	+0.1pt	97.4 %	+0.0pt	3,497	99.8%	25,224	94.8%	8,821	94.6%
				バー、バル、ワインバー、ビアホール、パブ	97.0 %	▲0.0pt	98.1 %	▲0.1pt	3,807	101.7%	3,588	100.1%	1,366	101.8%
				カラオケボックス	75.0 %	+1.7pt	84.3 %	+2.6pt	2,938	98.7%	499	98.4%	147	97.1%
				スナック、ナイトクラブ、キャバレー	96.5 %	▲0.3pt	95.8 %	▲0.1pt	7,774	102.9%	792	91.7%	616	94.3%
		3圏域計	軽食主体	その他の飲酒を主体とする業態の店	82.7 %	▲3.1pt	93.3 %	▲1.7pt	3,373	89.9%	485	88.7%	164	79.7%
				ファストフード	2.8 %	▲0.3pt	5.0 %	▲2.0pt	1,321	79.6%	94	92.9%	12	73.9%
				牛丼、カレー等、一品もの専売業態	3.6 %	+0.6pt	6.1 %	+1.1pt	1,146	103.1%	224	118.7%	26	122.4%
立食のラーメン、うどん・そば業態	3.8 %			+0.1pt	7.3 %	▲1.4pt	1,196	80.8%	36	89.9%	4	72.7%		
喫茶店・カフェ	6.2 %			▲1.0pt	14.0 %	▲1.6pt	2,459	102.6%	170	84.0%	42	86.3%		
3圏域計	その他	その他の軽食を主体とする業態の店	15.9 %	+1.0pt	27.2 %	+0.7pt	1,697	96.6%	149	91.5%	25	88.3%		
		ホテルや各種会場	79.0 %	▲2.8pt	88.1 %	▲1.1pt	6,603	100.5%	1,770	89.9%	1,169	90.3%		
		旅行・出張先のホテルや旅館	62.9 %	+0.1pt	79.2 %	+1.9pt	6,917	100.3%	521	93.5%	360	93.8%		
3圏域計	大分類	その他	30.8 %	+0.5pt	60.4 %	+0.3pt	2,532	96.5%	779	91.4%	197	88.2%		
		食事主体・小計	35.9 %	▲0.4pt	60.0 %	▲0.5pt	3,996	99.8%	36,898	96.8%	14,744	96.6%		
		飲酒主体・小計	95.7 %	+0.1pt	97.2 %	+0.0pt	3,633	100.0%	30,588	95.2%	11,113	95.2%		
		軽食主体・小計	4.7 %	▲0.1pt	9.8 %	▲0.7pt	1,627	93.6%	675	96.8%	110	90.6%		
3圏域計	その他・小計	54.8 %	▲0.5pt	81.9 %	▲0.1pt	5,623	99.9%	3,071	90.9%	1,727	90.8%			

※ 飲酒有無：本人自身はお酒を飲まなくても、一緒に外食をした相手がお酒を飲んだ場合は、「飲酒あり」に含まれる

※ 飲酒ありの回数シェアおよび市場規模シェアの前年度との差が、ともに+1pt以上の業態に網がけ

※ 各分類の外食回数に、各分類の飲酒ありの割合と、飲酒ありの場合の外食単価を乗じて、各分類の飲酒ありの外食市場規模を推計
各分類の外食市場規模の合計は、有効桁数の関係で、年間の外食市場規模と完全には合致しない

※ 業態【大分類】別の単価は、飲酒ありの外食市場規模(億円)の小計を飲酒ありの延べ外食回数(万回)の小計で割って算出している

5. 予約有無別の外食実態

- 延べ外食回数（15億4,479万回）のうち、予約のあった外食は24.3%を占め、前年よりやや割合が増加した（+0.7ポイント）。
※席だけの予約も含む。本人が予約していなくても他の人が予約した場合を含む。
- 外食市場規模（3兆9,194億円）のうち、予約ありの外食による市場規模は43.7%を占めた。単価は予約あり：4,564円、予約なし：1,890円となっており、予約ありの方が単価が高い。
- 予約ありの回数シェア・売上シェアのいずれも伸びた業態は「和食料理店」「中華料理店」「フレンチ・イタリアン料理店」「焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店」「ファミリーレストラン、回転すし等」「居酒屋」などであった。

■ 予約ありの外食市場規模 <推計値> 【3圏域計・業態別】

		各業態における 予約あり のシェア推計				各業態における 予約あり の市場推計								
		アンケート結果		推計値		アンケート結果		推計値						
		各業態のうち、予約ありの回数シェア (%)	前年度との差	各業態のうち、予約ありの市場規模シェア (%)	前年度との差	予約あり外食単価 (円)	前年度比	予約あり延べ外食回数 (万回)	前年度比	予約あり外食市場規模 (億円)	前年度比			
3圏域計 2016年度・年間		24.3 %	+0.7pt	43.7 %	+0.9pt	4,564	98.5%	37,487	99.9%	17,108	98.4%			
3圏域計	食事主体	和食料理店	39.7 %	+1.3pt	58.2 %	+1.1pt	5,570	97.5%	6,134	96.1%	3,416	93.7%		
		中華料理店	19.9 %	+1.3pt	39.6 %	+1.7pt	4,392	97.5%	1,994	104.8%	876	102.2%		
		レストラン、食堂、ダイニング、洋食店	18.2 %	+0.9pt	35.6 %	+1.1pt	4,148	98.4%	1,768	101.1%	733	99.5%		
		フレンチ・イタリアン料理店	49.4 %	+1.6pt	67.4 %	+1.6pt	5,581	100.8%	3,684	99.5%	2,056	100.2%		
		アジア料理店	29.8 %	+0.4pt	42.8 %	+0.8pt	3,980	104.5%	692	98.8%	275	103.2%		
		その他の各国料理店	35.3 %	+1.0pt	51.5 %	+0.9pt	4,429	100.9%	462	93.3%	205	94.2%		
		焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店	31.3 %	+2.5pt	44.5 %	+3.4pt	4,799	100.5%	3,325	109.6%	1,596	110.2%		
		お好み焼き、鉄板焼き等の専門店	21.7 %	+0.3pt	34.2 %	+0.8pt	3,887	100.5%	542	93.2%	211	94.1%		
		すき焼き、しゃぶしゃぶ、鍋、おでん等の専門店	43.4 %	+0.1pt	56.8 %	+1.9pt	4,757	98.4%	943	99.1%	449	97.5%		
		ファミリーレストラン、回転すし等	9.2 %	+1.8pt	10.3 %	+1.9pt	1,562	98.6%	1,787	125.0%	279	123.3%		
		ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店	1.9 %	▲0.1pt	4.8 %	+0.0pt	2,615	103.1%	316	95.6%	83	98.6%		
		その他の食事を主体とする業態の店	10.0 %	▲1.0pt	20.4 %	▲7.4pt	3,605	89.1%	516	93.6%	186	83.5%		
		3圏域計	飲酒主体	居酒屋	38.1 %	+1.7pt	44.3 %	+2.0pt	4,019	100.1%	9,978	99.0%	4,010	99.1%
				バー、バル、ワインバー、ビアホール、パブ	34.2 %	+1.8pt	41.1 %	+1.8pt	4,522	100.9%	1,265	105.7%	572	106.6%
カラオケボックス	31.1 %			+0.4pt	38.1 %	+2.3pt	3,199	102.8%	207	97.4%	66	100.2%		
スナック、ナイトクラブ、キャバレー	29.0 %			+2.7pt	29.4 %	+1.3pt	7,925	97.6%	238	101.3%	189	98.8%		
その他の飲酒を主体とする業態の店	46.6 %			+5.3pt	57.6 %	+4.7pt	3,700	85.1%	273	103.9%	101	88.4%		
3圏域計	軽食主体	ファストフード	1.0 %	▲0.3pt	1.8 %	▲1.8pt	1,355	64.1%	34	82.2%	5	52.7%		
		牛丼、カレー等、一品もの専売業態	0.6 %	▲0.0pt	1.0 %	▲0.4pt	1,204	75.7%	35	92.0%	4	69.7%		
		立食のラーメン、うどん・そば業態	0.9 %	▲0.1pt	2.1 %	▲0.7pt	1,513	85.6%	8	75.5%	1	64.6%		
		喫茶店・カフェ	4.5 %	▲0.2pt	9.5 %	▲0.8pt	2,292	94.4%	124	94.0%	28	88.7%		
		その他の軽食を主体とする業態の店	6.1 %	+0.2pt	13.6 %	+2.0pt	2,220	113.2%	57	88.8%	13	100.5%		
3圏域計	その他	ホテルや各種会場	84.3 %	▲1.7pt	91.1 %	+0.1pt	6,397	100.4%	1,891	91.2%	1,210	91.5%		
		旅行・出張先のホテルや旅館	80.2 %	▲1.5pt	92.9 %	▲0.1pt	6,353	99.8%	665	91.7%	422	91.5%		
		その他	21.6 %	▲1.1pt	41.0 %	▲1.2pt	2,442	99.9%	548	85.5%	134	85.4%		
3圏域計	大分類	食事主体・小計	21.6 %	+0.8pt	42.2 %	+0.8pt	4,676	97.7%	22,163	101.6%	10,364	99.3%		
		飲酒主体・小計	37.4 %	+1.8pt	43.2 %	+2.0pt	4,128	99.8%	11,961	99.8%	4,938	99.7%		
		軽食主体・小計	1.8 %	▲0.2pt	4.6 %	▲0.8pt	1,981	92.5%	259	90.2%	51	83.4%		
		その他・小計	55.4 %	▲0.9pt	83.7 %	+0.1pt	5,689	100.9%	3,104	90.3%	1,766	91.0%		

※予約有無：本人自身が予約していなくても、他の人が予約してくれた場合は、「予約あり」に含まれる。席だけの予約も含まれる

※ 予約ありの回数シェアおよび市場規模シェアの前年度との差が、ともに+1pt以上の業態に網がけ

※各分類の外食回数に、各分類の予約ありの割合と、予約ありの場合の外食単価を乗じて、各分類の予約ありの外食市場規模を推計
各分類の外食市場規模の合計は、有効桁数の関係で、年間の外食市場規模と完全には合致しない

※業態【大分類】別の単価は、予約ありの外食市場規模(億円)の小計を予約ありの延べ外食回数(万回)の小計で割って算出している