

2020年度外食 & 中食動向（2020年4月～2021年3月：東名阪夕食）

外食市場規模は2兆1630億円（前年度比 -44.8%）、中食市場規模は1兆4715億円（同+19.8%）

「飲酒主体」業態の市場規模は -57.2%、コロナ禍で飲酒市場縮小が顕著

「1人外食」「土日外食」「地元外食」等のシェア拡大

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）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/>）では、毎月、首都圏・東海圏・関西圏の男女約1万人を対象に実施している「外食市場調査」について、2020年度の年間結果（外食 & 中食動向）を取りまとめましたのでご報告いたします。

【外食】

1. 外食の回数・市場規模 [P3]

- 3圏域計の20年4月～21年3月の年間の外食市場規模は前年度比 -44.8%（2兆1630億円）と推計された。
- 外食市場規模の月別累計を見ると、4～5月は前年度比 -76%超、その後徐々に回復し10月には前年度比 -47%程度に回復したものの、1～2月は縮小が進み、年間では対前年 -45%程度となった。
※外食：夕方以降の食事について、お家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。

2. 性年代別の外食実態 [P4]

- 対前年度比で延べ外食回数が最も減った性年代は「女性/60歳代」（-48.3%）、減少幅が最も小さかった性年代は「男性/20歳代」（-33.6%）であった。

3. 業態別の外食実態 [P5]

- 「食事主体」業態の市場規模が前年度比 -38.4% に対し、「飲酒主体」業態は同 -57.2%と影響が大きい。

4. 経年分析 コロナ禍での外食の変化 [P6]

- 外食の相手は「1人」や「夫婦2人」の割合が増え、「職場・学校仲間」「友人・知人」が大きく減った。

【中食】

5. 中食の回数・市場規模 [P7]

- 3圏域計の20年4月～21年3月の年間の中食市場規模は前年度比 +19.8%（1兆4715億円）と推計された。
- 中食市場規模の月別累計では、5月に最も拡大し前年度比 +29%程度となり、8月まで +23%程度で推移、9月以降は前年度比 +20%程度となった。
※中食：夕方以降の食事について、外で買ってきたものを食べた、出前や宅配を利用して食べた場合を対象。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購入した中食を対象としており、圏域外で購入した中食は含んでいない。また、夕方以降、1日あたり2回まで（購入金額の上位2位まで）の中食を含む。

6. 性年代別の中食実態 [P8]

- 対前年度比で延べ中食購入回数が最も増えた性年代は「男性/20歳代」（+21.7%）。

本件に関する
お問い合わせ先

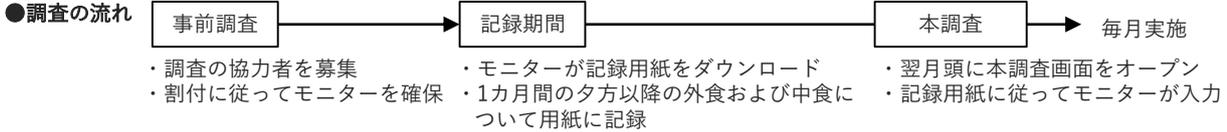
<https://www.recruit.co.jp/support/form/>

調査概要

- **調査目的** 首都圏、関西圏、東海圏における、夕方以降の夕食および中食の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、性年代別の夕食・中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



- **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、H30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。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。夕食単位集計、中食単位集計の場合、毎月の夕食単位、中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行っている。

※前年度調査で使用した基準人口に県×性年代別のH29人口推計→H30人口推計の増減率をあてて計算。

※2019年度の基準人口：H29人口推計 ※基準人口の前年度比 3圏域計：-0.8%、首都圏：-0.5%、関西圏：-1.4%、東海圏：-1.0%

- **サンプル数**

		2020年4月度	2020年5月度	2020年6月度	2020年7月度	2020年8月度	2020年9月度	2020年10月度	2020年11月度	2020年12月度	2021年1月度	2021年2月度	2021年3月度									
本調査	実施期間	20/5/1～5/12	20/6/1～6/9	20/7/1～7/8	20/7/31～8/11	20/9/1～9/8	20/10/1～10/9	20/11/2～11/10	20/12/1～12/9	21/1/5～1/14	21/2/1～2/9	21/3/1～3/9	21/4/1～4/12									
	配信数(件)	12,888	13,014	13,078	12,761	12,604	12,686	11,336	12,123	11,460	12,485	12,461	12,436									
	回収数(件)	10,375	10,344	10,315	10,435	10,364	10,107	9,093	9,944	9,707	10,393	10,334	10,194									
	回収率	80.5%	79.5%	78.9%	81.8%	82.2%	79.7%	80.2%	82.0%	84.7%	83.2%	82.9%	82.0%									
集計数	有効回答数(件)	10,108	10,136	10,186	10,305	10,260	9,994	9,008	9,851	9,597	10,264	10,198	10,089	10,000	9,993	10,072	10,087	10,215	10,140	9,884	9,574	
	個人単位	3圏域計(件)	10,108	10,136	10,186	10,305	10,260	9,994	9,008	9,851	9,597	10,264	10,198	10,089	10,000	9,993	10,072	10,087	10,215	10,140	9,884	9,574
		首都圏(件)	5,804	5,820	5,849	5,917	5,891	5,738	5,172	5,656	5,510	5,893	5,856	5,793	5,742	5,719	5,749	5,743	5,804	5,750	5,598	5,408
		関西圏(件)	2,763	2,771	2,784	2,817	2,804	2,732	2,462	2,693	2,623	2,806	2,788	2,758	2,733	2,747	2,782	2,800	2,847	2,839	2,776	2,701
	東海圏(件)	1,541	1,545	1,553	1,571	1,564	1,524	1,373	1,502	1,463	1,565	1,555	1,538	1,525	1,527	1,541	1,545	1,563	1,551	1,510	1,465	
	消費単位	3圏域計(件)	9,248	9,824	18,186	20,757	21,998	21,951	21,997	24,184	20,085	16,198	15,600	18,745	218,774	368,429	388,371	384,715	381,121	387,012	380,650	374,326
		首都圏(件)	5,327	5,481	10,404	12,195	12,801	12,829	12,578	13,852	12,064	9,277	9,007	10,377	126,193	221,211	232,913	230,604	228,273	232,225	230,343	223,920
		関西圏(件)	2,459	2,689	5,149	5,406	6,037	6,040	6,209	6,840	5,161	4,551	4,106	5,476	60,121	97,038	102,948	102,066	101,431	103,381	99,624	100,434
	東海圏(件)	1,462	1,655	2,633	3,157	3,160	3,082	3,210	3,491	2,860	2,370	2,488	2,892	32,460	50,180	52,510	52,044	51,417	51,406	50,684	49,970	
	中食単位	3圏域計(件)	35,555	40,489	34,331	36,638	36,779	34,250	29,549	31,893	34,506	38,723	35,292	35,642	423,647	375,002	376,341	360,913	352,926	352,897	342,204	330,231
		首都圏(件)	21,267	24,597	20,896	22,758	22,479	20,692	18,515	19,642	21,401	23,648	21,733	22,242	259,872	229,358	229,145	218,842	212,410	213,219	208,007	199,094
		関西圏(件)	9,291	10,297	8,836	9,111	9,202	9,067	7,289	8,113	8,620	9,843	9,062	9,031	107,762	96,201	98,650	94,876	93,334	92,924	90,003	88,458
	東海圏(件)	4,997	5,594	4,598	4,769	5,098	4,491	3,745	4,138	4,486	5,231	4,497	4,369	56,013	49,444	48,547	47,195	47,181	46,754	44,193	42,677	

※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

※個人単位の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

※夕食単位と中食単位の年間集計のサンプル数は、12カ月分のウェイトバック後のデータを合算した件数。

有効桁数の関係で、各月のサンプル数の合計が年間サンプル数と合致しない場合がある

本調査における定義・設定等

- **本調査での「夕食」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、複数回夕食した場合、1日あたり2回まで（2軒目まで）の夕食を含んでいる。
- **本調査での「中食」は、夕方以降の食事について、外で買ったものを食べた、出前や宅配を利用して食べた場合を対象**
 - ・食事の一部（おかずのみ等）を買ってきて食べた場合も含まれる。
 - ・夕方以降、複数回中食した場合、1日あたり2回まで（購入金額の上位2位まで）の中食を含んでいる。
- **対象範囲の設定**
 - ・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夕食や中食（ただし購入した場所）を対象としており、圏域外（圏域外の都道府県や海外）で行った夕食や中食は含んでいない。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 ・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

1. 外食の回数・市場規模

- 3圏域計における20年4月～21年3月の年間の延べ外食回数は前年度比－40.9%（8億9596万回）、外食市場規模は同－44.8%（2兆1630億円）と推計された。
- 実施者の1ヵ月あたり外食頻度は前年度比－14.6%（3.52回）、外食単価は同－6.6%と減少した。
- 圏域別に見ると、外食市場規模の縮小幅は首都圏が最も大きかった（前年度比－47.5%）。
- 外食市場規模の月別累計を見ると、4～5月は前年度比－76%超、その後徐々に回復し10月には同－47%程度に回復したものの、1～2月は縮小が進み、年間では対前年－45%程度となった。

■ 年間の延べ外食回数、外食市場規模＜推計値＞

	人口推計 (万人) <A>	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) A*B*C*12=<E>	前年度比	外食市場規模 (億円) D*E=<F>	前年度比
		1ヵ月あたりの 外食実施 率(%) 	1ヵ月あたりの 実施者の外食 頻度(回/月) <C>	外食単価 (円/回) <D>	前年度比				
3圏域計 2020年度・年間	4,076 万人	52.0 %	3.52 回/月	2,414 円	93.4%	89,596 万回	59.1%	21,630 億円	55.2%
2019年度・年間	4,109 万人	74.5 %	4.13 回/月	2,585 円	99.9%	151,649 万回	94.9%	39,208 億円	94.8%
2018年度・年間	4,141 万人	76.6 %	4.20 回/月	2,589 円	100.2%	159,735 万回	101.2%	41,350 億円	101.5%
2017年度・年間	4,135 万人	76.3 %	4.17 回/月	2,583 円	101.8%	157,767 万回	102.1%	40,752 億円	104.0%
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 2020年度・年間	2,341 万人	50.1 %	3.68 回/月	2,435 円	92.5%	51,684 万回	56.8%	12,586 億円	52.5%
2019年度・年間	2,352 万人	74.0 %	4.36 回/月	2,631 円	99.3%	91,060 万回	95.0%	23,962 億円	94.4%
2018年度・年間	2,364 万人	76.4 %	4.42 回/月	2,650 円	100.5%	95,834 万回	101.3%	25,395 億円	101.9%
2017年度・年間	2,354 万人	76.1 %	4.40 回/月	2,636 円	101.9%	94,571 万回	102.2%	24,924 億円	104.2%
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 2020年度・年間	1,114 万人	53.7 %	3.43 回/月	2,534 円	96.0%	24,627 万回	61.7%	6,239 億円	59.2%
2019年度・年間	1,130 万人	75.0 %	3.93 回/月	2,639 円	101.0%	39,946 万回	94.4%	10,540 億円	95.4%
2018年度・年間	1,144 万人	76.8 %	4.01 回/月	2,611 円	99.7%	42,316 万回	101.1%	11,050 億円	100.8%
2017年度・年間	1,148 万人	76.1 %	3.99 回/月	2,620 円	101.7%	41,857 万回	101.8%	10,965 億円	103.5%
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 2020年度・年間	622 万人	56.0 %	3.18 回/月	2,112 円	92.6%	13,286 万回	64.4%	2,806 億円	59.6%
2019年度・年間	628 万人	75.6 %	3.63 回/月	2,280 円	100.3%	20,644 万回	95.6%	4,707 億円	95.9%
2018年度・年間	634 万人	77.1 %	3.68 回/月	2,273 円	99.7%	21,585 万回	101.2%	4,907 億円	100.9%
2017年度・年間	633 万人	77.0 %	3.65 回/月	2,279 円	101.5%	21,338 万回	102.4%	4,863 億円	103.9%
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	

※延べ外食回数は、（人口×外食実施率×外食実施者の平均外食頻度）×12

※外食市場規模は、（人口×外食実施率×外食実施者の平均外食頻度×外食単価）×12

■ 外食市場規模の月別累計前年度比

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
累積の前年度比	22.5%	23.9%	34.6%	40.3%	44.4%	48.4%	52.7%	55.4%	55.4%	54.4%	53.6%	55.2%

※有効桁数の関係で、月別の累積と年間の推計値が完全には合致しないため、その差を月別に按分して前年度比を算出している

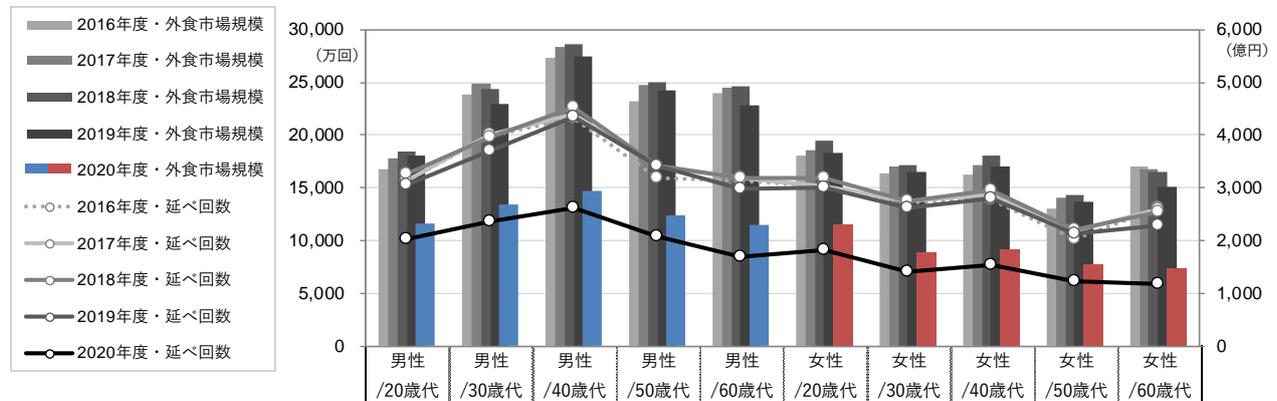
【基準人口について】

- ・2020年度：H30人口推計（ただし、前年度の基準人口にH29人口推計→H30人口推計の減少率をあてて計算）
- ・2019年度：H29人口推計（ただし、前年度の基準人口にH28人口推計→H29人口推計の減少率をあてて計算）
- ・2018年度：H28人口推計（ただし、前年度の基準人口にH27国勢調査→H28人口推計の減少率をあてて計算）
- ・2017年度：H27国勢調査（ただし、前年度の基準人口にH26人口推計→H27国勢調査の減少率をあてて計算）
- ・2016年度：H26人口推計（ただし、前年度の基準人口にH25人口推計→H26人口推計の減少率をあてて計算）
- ・2015年度：H25人口推計（ただし、前年度の基準人口にH24人口推計→H25人口推計の減少率をあてて計算）
- ・2014年度：H24人口推計（ただし、前年度の基準人口に県×性年代別のH22国勢調査→H24人口推計の減少率をあてて計算）
- ・2013年度：H22国勢調査に基づく、各圏域に含まれる市区町村の対象年代の人口
- ・2020年度の基準人口の前年度比 3圏域計：-0.8%、首都圏：-0.5%、関西圏：-1.4%、東海圏：-1.0%

2. 性年代別の的外食実態

- 3圏域計において性年代別の外食市場は、コロナ前と同様に「男性/40歳代」が延べ回数シェア、市場規模シェアともに最も高い。
- 対前年度比で延べ外食回数・外食市場規模が最も減った性年代は「女性/60歳代」で、回数は前年度比-48.3%、市場規模は同-50.9%であった。
- 対前年度比で延べ外食回数・外食市場規模の減少幅が最も小さかった性年代は「男性/20歳代」で、回数は前年度比-33.6%、市場規模は同-36.0%であった。
- 「男性/50歳代」「男性/60歳代」で外食単価の減少幅が大きく、そのため性年代別の外食市場規模では「女性/60歳代」に次いで減少している。

■ 年間の延べ外食回数、外食市場規模 【性年代別・3圏域計】 <推計値>



		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
基準値	H30人口推計 (万人)	358	397	511	412	374	343	386	498	402	394
	【前年度比】20年度対19年度	101.1%	97.8%	99.0%	103.3%	95.4%	101.0%	97.8%	99.3%	103.1%	94.9%
	【前年度比】19年度対18年度	100.7%	97.8%	99.3%	103.5%	95.5%	100.7%	97.7%	99.5%	103.4%	95.3%
	【前年度比】18年度対17年度	101.0%	97.5%	101.9%	100.5%	100.0%	100.7%	97.4%	101.9%	100.3%	100.0%
	【前年度比】17年度対16年度	97.5%	97.6%	101.1%	103.3%	99.3%	98.5%	97.8%	101.3%	102.6%	99.3%
調査結果	1カ月あたりの外食実施率 (%)	59.2	60.7	55.4	50.7	51.9	59.1	49.9	45.4	44.0	45.9
	1カ月あたりの実施者の外食頻度(回/月)	3.99	4.10	3.85	4.12	3.61	3.75	3.05	2.82	2.86	2.71
	外食単価 (円/回)	2,272	2,255	2,249	2,400	2,731	2,517	2,525	2,387	2,556	2,518
	【前年度比】20年度対19年度	96.3%	90.9%	88.9%	84.5%	89.5%	103.2%	100.0%	98.3%	99.7%	95.1%
	【前年度比】19年度対18年度	104.5%	100.7%	99.9%	96.5%	98.1%	99.4%	100.9%	99.3%	98.4%	101.9%
推計値	延べ外食回数 (万回)	10,160	11,853	13,074	10,326	8,404	9,129	7,054	7,649	6,065	5,882
	延べ回数シェア (%)	11.3	13.2	14.6	11.5	9.4	10.2	7.9	8.5	6.8	6.6
	【前年度比】20年度対19年度	66.4%	64.1%	60.3%	60.4%	56.3%	60.9%	53.8%	54.5%	57.1%	51.7%
	【前年度比】19年度対18年度	93.5%	93.3%	95.9%	100.4%	94.2%	94.2%	95.6%	94.9%	96.8%	89.9%
	【前年度比】18年度対17年度	104.2%	98.6%	103.2%	99.6%	99.6%	105.3%	99.9%	102.6%	101.2%	97.9%
	【前年度比】17年度対16年度	100.0%	101.1%	101.4%	107.6%	101.8%	99.9%	101.0%	104.3%	106.5%	99.3%
	外食市場規模(億円)	2,308	2,672	2,940	2,478	2,295	2,298	1,781	1,826	1,550	1,481
	市場規模シェア (%)	10.7	12.4	13.6	11.5	10.6	10.6	8.2	8.4	7.2	6.8
	20年度-16年度の差 (億円)	▲ 1,037	▲ 2,103	▲ 2,523	▲ 2,167	▲ 2,505	▲ 1,321	▲ 1,489	▲ 1,434	▲ 1,054	▲ 1,928
	【前年度比】20年度対19年度	64.0%	58.3%	53.6%	51.0%	50.4%	62.9%	53.8%	53.5%	56.9%	49.1%
【前年度比】19年度対18年度	97.7%	93.9%	95.8%	96.9%	92.4%	93.7%	96.5%	94.2%	95.3%	91.6%	
【前年度比】18年度対17年度	103.8%	98.1%	101.1%	101.2%	100.8%	105.0%	101.0%	105.6%	101.4%	98.3%	
【前年度比】17年度対16年度	106.3%	104.1%	103.7%	106.7%	102.0%	102.7%	104.0%	105.2%	108.2%	98.2%	

※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

3. 業態別の的外食実態

- コロナ禍において、前年度最大であった「居酒屋」を抜いて「ファミリーレストラン・回転すし等」が業態別の延べ外食回数シェア14.6%で最大となった。
- 「居酒屋」は回数で前年度比-56.3%、市場規模で同-57.9%と大きく減少した。
- 「食事主体」業態の市場規模が前年度比-38.4%に対し、「飲酒主体」業態は同-57.2%と影響が大きかった。
- <飲酒あり>の外食は、前年度より7.5ポイント減少。

■ 年間の延べ外食回数、外食市場規模【業態別・3圏域計】 <推計値>

■ 飲酒有無・予約有無別の延べ回数シェア【業態別・3圏域計】（外食回数ベース）

	外食市場規模<推計>									延べ回数に対する割合			
	外食 単価 (円/回)	前年度 比 (%)	延べ外食 回数 (万回)	延べ 回数 シェア (%)	前年度 比 (%)	外食市場 規模 (億円)	市場 規模 シェア (%)	前年度 比 (%)	飲酒 あり (%)	前年度 差 (pt)	予約 あり (%)	前年度 差 (pt)	
3圏域計 2020年度・年間	2,414	93.4	89,596	100.0	59.1	21,630	100.0	55.2	36.8	-7.5	26.1	-1.0	
食 事 主 体	和食料理店 ※1	3,709	94.5	9,099	10.2	62.2	3,374	15.6	58.8	46.7	-7.4	43.8	-0.3
	中華料理店（ラーメン専門店を除く）	2,042	90.0	6,676	7.5	64.3	1,363	6.3	57.9	35.5	-8.1	19.0	-3.4
	レストラン、食堂、ダイニング、洋食店 ※2	2,082	94.5	5,558	6.2	59.8	1,157	5.3	56.5	24.7	-2.5	24.2	2.2
	フレンチ・イタリアン料理店 ※3	4,293	100.4	3,852	4.3	55.7	1,654	7.6	55.9	56.4	-4.7	56.7	1.4
	アジア料理店	2,574	94.7	1,627	1.8	63.6	419	1.9	60.2	43.9	-5.1	33.2	-2.3
	その他の各国料理店	3,022	98.5	730	0.8	57.7	220	1.0	56.9	46.7	-4.7	38.8	0.0
	焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店	3,441	98.7	7,978	8.9	67.8	2,745	12.7	66.9	45.3	-3.9	41.5	4.0
	お好み焼き、鉄板焼き等の専門店	2,591	97.9	1,591	1.8	63.4	412	1.9	62.0	50.8	-6.5	31.9	2.1
	すき焼き、しゃぶしゃぶ等の専門店 ※4	3,475	95.9	1,427	1.6	60.2	496	2.3	57.7	40.9	-9.5	51.1	5.1
	ファミリーレストラン、回転すし等	1,495	102.8	13,115	14.6	68.2	1,960	9.1	70.1	16.0	-1.8	22.4	6.5
飲 酒 主 体	ラーメン、そば、うどん等の専門店 ※5	1,076	101.5	11,552	12.9	68.8	1,243	5.7	69.8	8.6	-1.6	3.4	1.2
	その他の食事を主体とする業態の店	1,425	90.3	2,685	3.0	66.9	383	1.8	60.4	14.8	-4.4	12.0	-0.1
	居酒屋 ※6	3,431	96.4	10,647	11.9	43.7	3,653	16.9	42.1	94.7	-1.7	32.9	-7.7
	バー、バル、ワインバー、ビアホール、パブ	4,005	104.5	1,557	1.7	44.2	624	2.9	46.2	94.8	-1.8	33.1	-3.7
	カラオケボックス	3,234	113.8	184	0.2	32.9	59	0.3	37.5	61.6	-11.4	55.2	11.0
軽 食 主 体	スナック、ナイトクラブ、キャバレー	8,847	91.8	357	0.4	49.8	316	1.5	45.8	93.0	-3.9	39.8	2.2
	その他の飲酒を主体とする業態の店	3,447	95.2	234	0.3	49.1	81	0.4	46.7	75.8	-9.1	37.5	-3.4
	ファストフード（ハンバーガー、サンドイッチ等）	792	102.8	2,109	2.4	58.7	167	0.8	60.4	2.1	-0.6	2.5	1.2
	牛丼、カレー等、一品もの専売業態	730	101.1	3,952	4.4	62.6	289	1.3	63.3	2.0	-1.2	0.8	0.2
	立食のラーメン、うどん・そば業態	650	93.5	474	0.5	52.5	31	0.1	49.1	2.4	-1.4	1.1	-0.5
	喫茶店・カフェ	1,246	108.7	1,467	1.6	55.0	183	0.8	59.8	4.4	-0.6	6.7	1.8
	コンビニやスーパー等のイートインスペース ※7	672	102.4	505	0.6	41.3	34	0.2	42.3	8.9	0.8	0.5	-0.2
そ の 他	その他の軽食を主体とする業態の店	1,005	95.8	267	0.3	37.8	27	0.1	36.2	11.5	-6.3	6.1	-0.6
	ホテルや各種会場（披露宴・セレモニー等）	6,178	95.1	429	0.5	22.9	265	1.2	21.7	56.9	-22.8	78.5	-5.5
	旅行・出張先のホテルや旅館	6,324	116.3	605	0.7	83.3	382	1.8	96.8	60.5	2.1	78.6	1.2
その他	1,171	84.6	920	1.0	41.1	108	0.5	34.7	20.3	-11.2	24.7	2.6	
大 分 類	食事主体・小計	2,341	95.2	65,889	73.5	64.8	15,426	71.3	61.6	29.9	-4.9	27.0	1.2
	飲酒主体・小計	3,646	97.9	12,979	14.5	43.8	4,732	21.9	42.8	93.9	-1.9	33.6	-6.6
	軽食主体・小計	832	102.1	8,774	9.8	57.0	730	3.4	58.2	3.2	-1.3	2.4	0.6
	その他・小計	3,865	97.3	1,954	2.2	40.3	755	3.5	39.2	40.8	-13.4	53.2	-1.2

※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

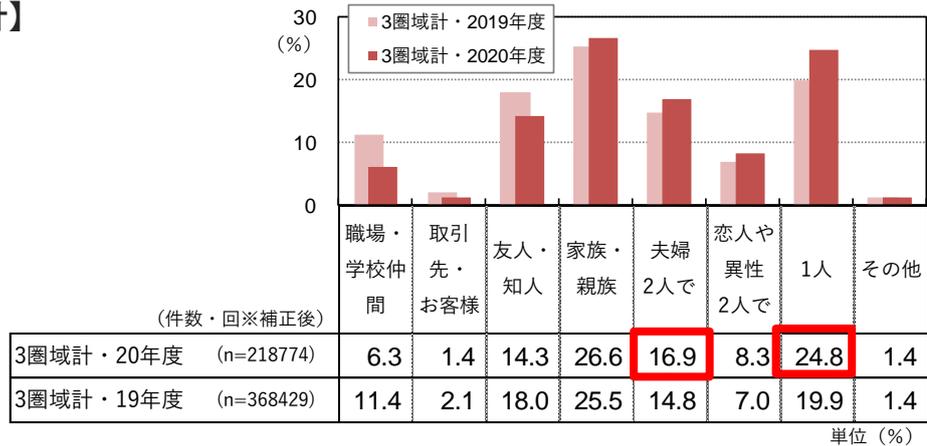
- ※1 調査票では「和食料理店（すし、割烹、料亭、郷土料理専門店等）」
- ※2 調査票では「レストラン（ファミリーレストラン以外）、食堂、ダイニング、洋食店（フレンチ・イタリアン以外）」
- ※3 調査票では「フレンチ・イタリアン料理店（ファミリーレストラン以外）」
- ※4 調査票では「すき焼き、しゃぶしゃぶ、鍋、おでん等の専門店」
- ※5 調査票では「ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店」
- ※6 調査票では「居酒屋（焼鳥、串焼き、串揚げ等、飲酒メインの業態を含む）」
- ※7 調査票では「コンビニエンスストアやスーパーマーケット等のイートインスペース」

4. 経年分析 コロナ禍での外食の変化

- コロナ禍の外食では、外食の相手は「1人」や「夫婦2人」の割合が増え、「職場・学校仲間」「友人・知人」の割合が大きく減った。
- 外食の曜日は「金曜日」の割合が減り、「土曜日」「日曜日」の割合が増えた。
- 外食した場所は「地元での外食」のシェアが3.0pt増加した。
- 飲酒を伴わない外食のシェアが大きく増えたことで、全体の外食単価は減少した（p3）。一方、飲酒を伴わない外食に限ると、単価は上昇した。

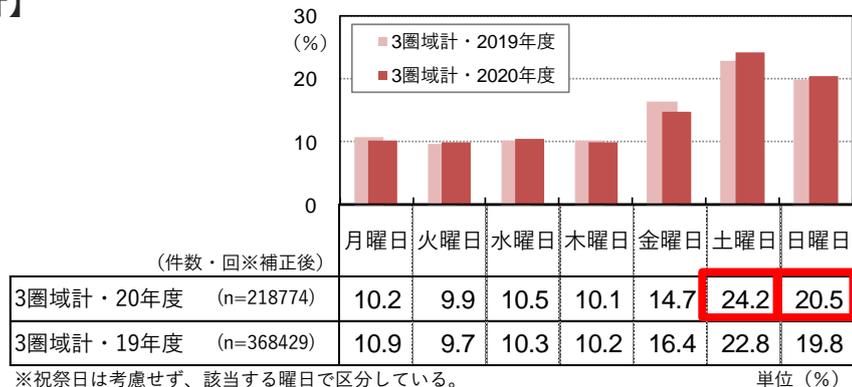
■ 外食の相手【3圏域計】

(外食回数ベース)



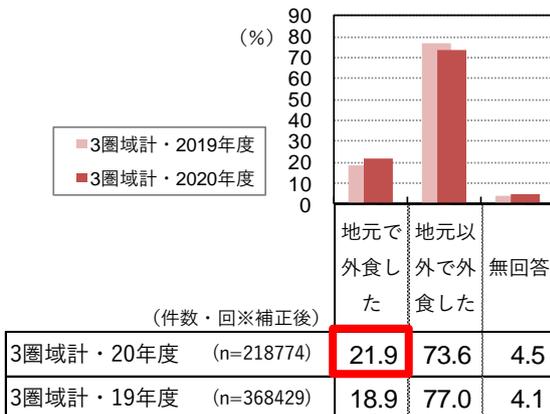
■ 外食の曜日【3圏域計】

(外食回数ベース)



■ 外食した場所【3圏域計】

(外食回数ベース)



■ 飲酒有無別の外食単価【3圏域計】

(外食回数ベース)

		19年度	20年度
飲酒を伴った	単価	4,031 円	4,015 円
	前年度比	101.7%	99.6%
飲酒を伴わなかった	単価	1,437 円	1,482 円
	前年度比	100.2%	103.1%
(構成比) 飲酒を伴った		44.3 %	36.8 %
飲酒を伴わなかった		55.7 %	63.2 %

※地元の定義…外食した店の最寄駅を一定の条件で括り、タウンを設定したうえで、タウンのコア駅が所在する市区町村と同じ市区町村に住む人による外食を「地元での外食」とした。

5. 中食の回数・市場規模

- 3圏域計における20年4月～21年3月の年間の延べ中食購入回数は前年度比+11.9%(17億2546万回)、中食市場規模は同+19.8%(1兆4715億円)と推計された。
- 実施者の1カ月あたり中食頻度は前年度比+4.8%(5.09回)、中食単価は同+7.1%と増加した。
- 中食市場規模の月別累計では、5月に最も拡大し前年度比+29%程度となり、8月まで同+23%程度で推移、9月以降は同+20%程度となった。

■ 年間の延べ中食購入回数、中食市場規模<推計値>

	人口推計 人口 (万人) <A>	調査結果				推計結果			
		個人単位集計		中食単位集計		延べ中食購入回数 (万回) A*B*C*12=<E>	前年度比	中食市場規模 (億円) D*E=<F>	前年度比
		1カ月あたりの の中食実施 率(%) 	1カ月あたりの 実施者の中食 購入頻度(回/ <C>	中食単価 (円/回) <D>	前年度比				
3圏域計 2020年度・年間	4,076 万人	69.3 %	5.09 回/月	853 円	107.1%	172,546 万回	111.9%	14,715 億円	119.8%
2019年度・年間	4,109 万人	64.4 %	4.86 回/月	797 円	101.2%	154,224 万回	99.6%	12,285 億円	100.8%
2018年度・年間	4,141 万人	64.8 %	4.81 回/月	787 円	100.3%	154,825 万回	104.6%	12,188 億円	104.9%
2017年度・年間	4,135 万人	63.7 %	4.68 回/月	785 円	102.4%	147,981 万回	103.4%	11,614 億円	105.9%
2016年度・年間	4,141 万人	62.3 %	4.62 回/月	766 円	98.9%	143,075 万回	98.6%	10,963 億円	97.5%
2015年度・年間	4,168 万人	62.0 %	4.68 回/月	775 円	102.0%	145,066 万回	99.7%	11,241 億円	101.7%
2014年度・年間	4,200 万人	61.3 %	4.71 回/月	759 円	101.1%	145,477 万回	98.8%	11,048 億円	99.9%
2013年度・年間	4,267 万人	61.3 %	4.69 回/月	751 円		147,266 万回		11,056 億円	
首都圏 2020年度・年間	2,341 万人	70.1 %	5.37 回/月	864 円	107.8%	105,866 万回	112.2%	9,142 億円	121.0%
2019年度・年間	2,352 万人	64.8 %	5.16 回/月	801 円	101.5%	94,330 万回	100.1%	7,555 億円	101.5%
2018年度・年間	2,364 万人	65.4 %	5.08 回/月	789 円	99.6%	94,265 万回	105.0%	7,441 億円	104.6%
2017年度・年間	2,354 万人	64.3 %	4.94 回/月	793 円	102.7%	89,740 万回	104.2%	7,114 億円	107.0%
2016年度・年間	2,353 万人	62.8 %	4.86 回/月	772 円	99.0%	86,107 万回	98.2%	6,647 億円	97.3%
2015年度・年間	2,364 万人	62.6 %	4.94 回/月	780 円	102.0%	87,648 万回	99.1%	6,834 億円	101.0%
2014年度・年間	2,379 万人	62.0 %	4.99 回/月	765 円	101.4%	88,443 万回	99.6%	6,764 億円	101.0%
2013年度・年間	2,410 万人	62.1 %	4.94 回/月	754 円		88,780 万回		6,694 億円	
関西圏 2020年度・年間	1,114 万人	67.7 %	4.84 回/月	839 円	104.4%	43,879 万回	110.9%	3,681 億円	115.8%
2019年度・年間	1,130 万人	63.8 %	4.57 回/月	804 円	101.5%	39,566 万回	97.4%	3,179 億円	98.9%
2018年度・年間	1,144 万人	64.3 %	4.60 回/月	791 円	101.0%	40,603 万回	104.4%	3,213 億円	105.4%
2017年度・年間	1,148 万人	63.1 %	4.47 回/月	784 円	101.5%	38,895 万回	102.8%	3,048 億円	104.4%
2016年度・年間	1,154 万人	61.5 %	4.44 回/月	772 円	98.8%	37,844 万回	99.1%	2,921 億円	97.9%
2015年度・年間	1,167 万人	61.1 %	4.46 回/月	781 円	102.3%	38,201 万回	99.9%	2,984 億円	102.2%
2014年度・年間	1,179 万人	60.6 %	4.46 回/月	764 円	101.5%	38,251 万回	96.9%	2,921 億円	98.4%
2013年度・年間	1,204 万人	60.6 %	4.51 回/月	753 円		39,460 万回		2,969 億円	
東海圏 2020年度・年間	622 万人	68.9 %	4.44 回/月	829 円	108.7%	22,801 万回	112.2%	1,891 億円	121.9%
2019年度・年間	628 万人	63.7 %	4.23 回/月	763 円	99.3%	20,327 万回	101.9%	1,551 億円	101.1%
2018年度・年間	634 万人	63.6 %	4.13 回/月	768 円	102.4%	19,958 万回	103.2%	1,534 億円	105.6%
2017年度・年間	633 万人	62.8 %	4.05 回/月	751 円	102.9%	19,346 万回	101.2%	1,452 億円	104.1%
2016年度・年間	634 万人	61.9 %	4.07 回/月	729 円	98.5%	19,124 万回	99.5%	1,395 億円	98.0%
2015年度・年間	637 万人	61.6 %	4.08 回/月	741 円	102.0%	19,218 万回	102.3%	1,423 億円	104.4%
2014年度・年間	642 万人	59.7 %	4.09 回/月	726 円	99.2%	18,783 万回	98.7%	1,364 億円	97.9%
2013年度・年間	653 万人	59.8 %	4.06 回/月	732 円		19,027 万回		1,393 億円	

※延べ中食購入回数は、(人口×中食実施率×中食実施者の平均中食購入頻度)×12

※中食市場規模は、(人口×中食実施率×中食実施者の平均中食購入頻度×中食単価)×12

■ 中食市場規模の月別累計前年度比

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
累積の前年度比	116.7%	129.1%	125.4%	123.7%	123.0%	121.2%	119.7%	118.7%	118.9%	120.3%	120.5%	119.8%

※有効桁数の関係で、月別の累積と年間の推計値が完全には合致しないため、その差を月別に按分して前年度比を算出している

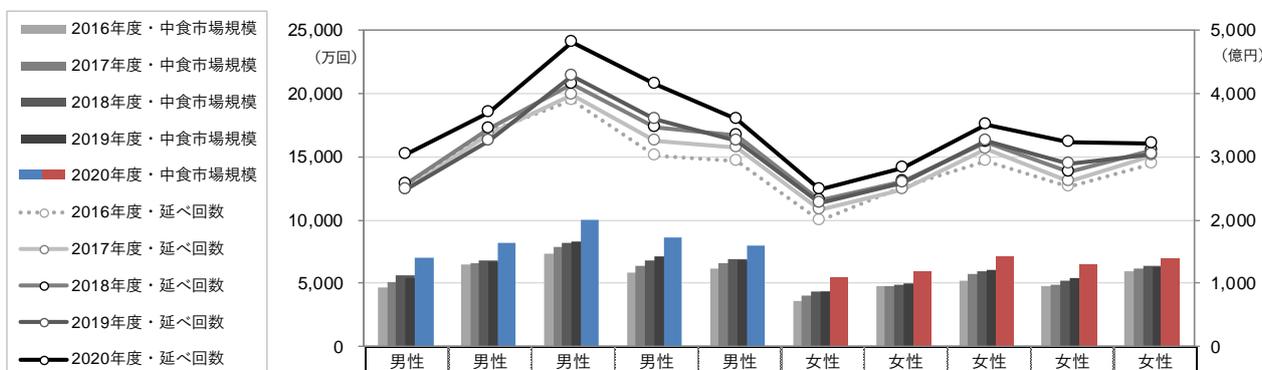
【基準人口について】

- ・2020年度：H30人口推計(ただし、前年度の基準人口にH29人口推計→H30人口推計の減少率をあてて計算)
- ・2019年度：H29人口推計(ただし、前年度の基準人口にH28人口推計→H29人口推計の減少率をあてて計算)
- ・2018年度：H28人口推計(ただし、前年度の基準人口にH27国勢調査→H28人口推計の減少率をあてて計算)
- ・2017年度：H27国勢調査(ただし、前年度の基準人口にH26人口推計→H27国勢調査の減少率をあてて計算)
- ・2016年度：H26人口推計(ただし、前年度の基準人口にH25人口推計→H26人口推計の減少率をあてて計算)
- ・2015年度：H25人口推計(ただし、前年度の基準人口にH24人口推計→H25人口推計の減少率をあてて計算)
- ・2014年度：H24人口推計(ただし、前年度の基準人口に県×性年代別のH22国勢調査→H24人口推計の減少率をあてて計算)
- ・2013年度：H22国勢調査に基づく、各圏域に含まれる市区町村の対象年代の人口
- ・2020年度の基準人口の前年度比 3圏域計：-0.8%、首都圏：-0.5%、関西圏：-1.4%、東海圏：-1.0%

6. 性年代別の中食実態

- 3圏域計において性年代別の中食市場は、コロナ前と同様に「男性/40歳代」が延べ回数シェア、市場規模シェアともに最も高い。
- 対前年度比で延べ中食回数・中食市場規模が最も増えた性年代は「男性/20歳代」で、回数は前年度比+21.7%、市場規模は同+28.1%であった。
- 対前年度比で延べ中食回数・中食市場規模の増加幅が最も小さかった性年代は「女性/60歳代」で、回数は前年度比+5.8%、市場規模は同+10.5%であった。
- コロナ禍において「男性/20歳代」は外食へのマイナス影響が小さく相対的に、中食も大きく増えたのに対し、「女性/60歳代」は外食が大きく減り、中食の増加も控えめで、内食（自炊）に向けたと考えられる。

■ 年間の延べ中食購入回数、中食市場規模 【性年代別・3圏域計】 <推計値>



		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
基準値	H30人口推計 (万人)	358	397	511	412	374	343	386	498	402	394
	【前年度比】20年度対19年度	101.1%	97.8%	99.0%	103.3%	95.4%	101.0%	97.8%	99.3%	103.1%	94.9%
	【前年度比】19年度対18年度	100.7%	97.8%	99.3%	103.5%	95.5%	100.7%	97.7%	99.5%	103.4%	95.3%
	【前年度比】18年度対17年度	101.0%	97.5%	101.9%	100.5%	100.0%	100.7%	97.4%	101.9%	100.3%	100.0%
	【前年度比】17年度対16年度	97.5%	97.6%	101.1%	103.3%	99.3%	98.5%	97.8%	101.3%	102.6%	99.3%
調査結果	1カ月あたりの実施率 (%)	60.1	69.1	66.3	66.3	68.6	68.4	72.7	71.1	73.4	76.4
	1カ月あたりの実施者の中食購入頻度 (回/月)	5.87	5.61	5.91	6.32	5.82	4.41	4.19	4.13	4.56	4.43
	中食単価 (円/回)	922	887	837	833	883	864	837	812	807	859
	【前年度比】20年度対19年度	105.2%	108.1%	108.3%	104.3%	105.3%	112.0%	107.2%	108.8%	107.8%	104.4%
	【前年度比】19年度対18年度	100.5%	103.4%	98.4%	101.6%	101.3%	103.5%	103.7%	101.5%	100.1%	100.4%
推計値	延べ中食購入回数 (万回)	15,153	18,472	24,029	20,721	17,947	12,422	14,084	17,550	16,160	16,009
	延べ回数シェア (%)	8.8	10.7	13.9	12.0	10.4	7.2	8.2	10.2	9.4	9.3
	【前年度比】20年度対19年度	121.7%	113.6%	112.6%	115.6%	110.4%	109.6%	109.3%	108.3%	111.9%	110.8%
	【前年度比】19年度対18年度	97.1%	94.5%	102.8%	103.2%	97.6%	98.3%	98.9%	100.2%	104.6%	97.9%
	【前年度比】18年度対17年度	103.4%	102.6%	104.2%	106.6%	105.9%	107.1%	105.3%	103.4%	105.8%	102.8%
	【前年度比】17年度対16年度	98.5%	98.5%	102.6%	108.1%	107.2%	107.9%	97.7%	107.0%	103.7%	104.1%
	中食市場規模 (億円)	1,397	1,638	2,011	1,725	1,585	1,074	1,179	1,426	1,305	1,376
	市場規模シェア (%)	9.5	11.1	13.7	11.7	10.8	7.3	8.0	9.7	8.9	9.3
	20年度 - 16年度の差 (億円)	+ 462	+ 338	+ 544	+ 550	+ 353	+ 348	+ 230	+ 394	+ 346	+ 188
	【前年度比】20年度対19年度	128.1%	122.7%	121.9%	120.6%	116.3%	122.7%	117.2%	117.8%	120.7%	110.5%
【前年度比】19年度対18年度	97.5%	97.7%	101.1%	104.8%	98.9%	101.8%	102.6%	101.7%	104.7%	98.3%	
【前年度比】18年度対17年度	110.4%	102.9%	103.3%	107.4%	103.8%	106.7%	103.7%	103.9%	106.5%	103.0%	
【前年度比】17年度対16年度	108.3%	102.1%	107.7%	108.1%	107.8%	111.0%	99.6%	111.0%	101.1%	103.5%	

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

【参考】 中食購入の実態（2021年4月追加調査）

- 2021年4月（1カ月間）において、夕方以降の食事として中食を利用した人の購入場所は、前年同月の初めての緊急事態宣言下に比べれば「外食店のテイクアウト」でやや割合は減ったものの30%を超え、「百貨店」や「宅配専門店」の割合が増えた。
- 品目では1年前に増加傾向であった「ピザ、パスタ」は減少し、「惣菜・おかず・揚げ物類」が増えた。
- 夕食に「中食」を利用する理由は、1年前に減少傾向であった「料理をする時間がない」は増加し、1年前に21%を占めた「人が多く集まる空間を避けられる」は減少した。

【出典】2021年4月度、2020年4月度、2019年4月度の外食市場調査において、各月の1カ月間における中食の購入先などを聴取した結果を掲載。

■ 中食の購入場所<多い順>(1カ月間に中食を購入した人ベース/複数回答)

		スーパーマーケット	外食店のテイクアウト	コンビニエンスストア	持ち帰り専門店(弁当など)	百貨店(デパートなど)	その他小売店	飲食スペースを持たない宅配専門店・計*	外食店の出前	仕出し弁当、ケータリング	その他	
(件数：人※補正後)												
時系列	3圏域計・2021年	7,062	59.9	33.2	24.6	18.0	15.4	9.3	9.1	7.4	1.5	
	3圏域計・2020年	6,981	58.3	39.4	23.5	18.0	10.6	7.7	6.2	9.2	2.3	
	3圏域計・2019年	6,125	64.2	18.7	29.9	17.1	19.8	9.4	3.7	5.0	2.5	
	性別	男性/20歳代	536	53.8	33.8	42.7	19.6	14.0	4.3	9.1	12.2	1.7
		男性/30歳代	673	56.1	36.1	31.0	20.5	11.4	5.0	8.7	9.0	2.0
		男性/40歳代	845	61.0	30.3	27.9	18.3	12.5	7.5	9.0	6.5	1.1
		男性/50歳代	737	63.5	34.5	24.3	17.4	11.6	7.3	6.3	4.8	1.5
		男性/60歳代	606	65.0	27.9	17.7	20.2	16.5	11.6	5.7	5.4	2.3
		女性/20歳代	615	54.4	33.5	36.7	13.4	14.3	8.5	13.6	12.7	1.1
		女性/30歳代	699	56.9	39.7	25.1	17.5	15.1	9.8	11.6	8.1	1.1
		女性/40歳代	885	58.2	37.6	18.0	17.1	15.9	8.7	10.8	5.3	1.1
		女性/50歳代	742	62.9	29.7	15.9	21.3	20.5	13.0	8.5	6.0	1.3
女性/60歳代		724	65.0	27.9	13.3	15.2	21.8	16.2	7.5	6.5	2.2	

赤字 前年差が+5ptより大きい 前年差が-5ptより小さい 単位 (%)

*2021年は「飲食スペースを持たない宅配専門店(ピザなど)からのデリバリー」「飲食スペースを持たない宅配専門店(ピザなど)からの持ち帰り」として分けて聴取したものを合算。2018年までは「宅配専門店」として聴取

■ 中食購入品目<多い順>(1カ月間に中食を購入した人ベース/複数回答)

		惣菜・おかず・揚げ物類	弁当	寿司・和食	パン・サンドイッチ・ハンバーガー、おにぎり類	ピザ、パスタ	カレー・丼もの	つまみ類(枝豆、刺身など)	デザート・スイーツ類	中華・ラーメン	洋食	うどん・そば	その他
(件数：人※補正後)													
時系列	3圏域計・2021年	7,062	51.0	40.5	40.4	26.0	18.8	18.1	14.3	12.6	11.4	10.4	7.5
	3圏域計・2020年	6,981	49.1	40.2	40.2	24.9	22.8	19.6	13.7	13.0	12.4	11.2	6.4
	3圏域計・2019年	6,125	54.1	43.2	36.5	27.2	14.5	13.4	15.1	14.5	9.3	7.1	7.7
	性別	男性/20歳代	536	36.7	47.3	34.4	28.7	26.1	26.5	7.5	10.5	17.0	13.7
男性/30歳代		673	44.6	45.0	32.9	30.9	19.1	24.5	13.1	8.6	14.7	10.9	9.4
男性/40歳代		845	50.2	46.3	35.5	29.2	18.9	21.0	13.6	10.3	12.2	9.6	8.6
男性/50歳代		737	54.8	49.6	42.7	24.1	16.8	17.7	17.5	10.5	11.5	10.7	7.3
男性/60歳代		606	49.8	48.9	47.3	18.5	15.2	17.3	21.9	8.2	10.8	10.8	7.6
女性/20歳代		615	46.2	32.7	27.8	27.7	25.3	21.8	11.7	16.3	10.1	11.8	9.6
女性/30歳代		699	53.7	33.0	34.9	30.0	20.8	17.9	12.9	16.8	11.5	8.1	6.8
女性/40歳代		885	54.0	32.6	39.8	26.3	19.8	13.4	13.0	13.6	8.5	9.8	5.8
女性/50歳代		742	59.2	36.2	46.3	25.9	14.6	13.0	15.1	15.5	11.1	10.4	4.1
女性/60歳代		724	55.0	36.6	60.1	17.9	14.4	11.2	16.1	14.5	8.1	9.4	4.4

赤字 前年差が+5ptより大きい 前年差が-5ptより小さい 単位 (%)

■ 夕食に「中食」を利用する理由<多い順>(各年4月調査・全体ベース/複数回答)

		簡単に済ませたい	料理するのが面倒ときがある	料理する時間がない	外食より落ち着いて食べられる	人が多く集まる空間を避けられる	外食より安い	作るより安い	1人分が気軽に買えるようになった	料理が苦手、嫌い	外食よりいろいろな選べる	1人だと外食店に入りづらい	栄養バランスを考えて食べられる	料理する材料がある、無駄が出ない	宅配メニューの種類が豊富になった	軽減税率が適用される	24時間買えるようになった	その他	夕食に中食を利用するとはほとんどない	
(件数：人※補正後)																				
時系列	3圏域計・2021年	10,125	59.4	41.7	28.7	18.6	17.6	17.2	11.9	8.9	5.8	4.9	4.8	4.4	4.2	4.1	2.5	2.4	4.8	
	3圏域計・2020年	10,108	58.6	41.6	23.0	15.2	21.0	18.0	11.5	9.6	5.5	4.3	4.6	4.9	4.5	4.9	4.3	2.5	8.8	
	3圏域計・2019年	9,487	61.3	41.2	35.0	19.1	*	20.4	11.7	11.9	6.0	5.1	6.2	5.7	5.1	2.6	*	4.0	4.0	
	性別	男性/20歳代	910	53.5	30.7	30.5	11.4	8.7	14.8	9.9	6.0	5.8	4.4	6.2	5.2	4.4	3.9	3.2	3.3	3.5
		男性/30歳代	977	64.6	35.2	29.2	14.9	12.5	15.3	11.7	8.0	5.7	5.1	4.2	4.2	4.2	4.6	3.2	3.4	2.9
		男性/40歳代	1,257	61.1	31.1	28.2	17.0	12.9	17.1	12.4	8.5	7.1	4.1	4.4	3.6	4.0	3.3	3.1	3.3	4.3
		男性/50歳代	1,062	58.0	34.8	27.8	16.8	16.6	19.0	13.5	10.9	6.8	5.7	4.8	4.3	5.6	3.4	2.8	3.0	5.0
		男性/60歳代	896	49.9	35.0	20.0	20.4	20.6	19.1	12.6	12.0	3.7	7.3	3.8	6.4	4.5	4.3	1.1	1.9	4.8
		女性/20歳代	871	67.7	48.6	30.1	17.4	14.4	15.2	10.2	7.7	6.3	5.3	7.2	3.3	4.1	5.6	2.4	3.1	4.0
		女性/30歳代	947	68.5	55.1	33.5	24.2	20.4	19.0	13.0	8.1	7.0	4.9	4.8	3.5	3.6	4.8	3.0	2.0	5.1
		女性/40歳代	1,228	62.1	52.3	31.7	20.2	20.7	17.7	11.2	7.8	6.8	3.4	3.9	2.8	3.4	4.5	1.6	1.5	5.1
		女性/50歳代	1,037	56.5	51.8	28.8	20.4	21.7	17.8	11.6	8.0	5.1	4.5	3.8	5.2	4.0	3.4	2.1	1.3	6.1
女性/60歳代		939	51.2	42.7	26.0	23.6	28.0	16.6	12.2	12.9	3.0	5.4	5.2	6.1	3.8	3.9	2.1	1.4	7.2	

赤字 前年差が+3ptより大きい 前年差が-3ptより小さい ※2020年調査からの追加項目 単位 (%)

●2021年4月～6月の外食市場規模は、4月に前年同月比で108.5%増、5月は同48.2%増と回復傾向にあったが、6月は同28.2%減となり、4～6月四半期計では前年同期比20.4%増、前々年同期比で58.2%減であった。一方、中食市場規模は、前年同期比でほぼ横ばい、前々年同期比で25.1%増であった。

●女性において、前年同期に比べ、延べ外食回数の増加幅が大きい。

■外食市場規模 3圏域計

		21年4月			21年5月			21年6月			4-6月計		
		前年同月比	前々年同月比		前年同月比	前々年同月比		前年同月比	前々年同月比		前年同月比	前々年同月比	
3圏域計	基準人口 万人	4,048	-0.7%	-1.5%	4,048	-0.7%	-1.5%	4,048	-0.7%	-1.5%	4,048	-0.7%	-1.5%
	外食実施率 %	51.4	+22.6pt	-25.1pt	45.9	+14.5pt	-30.6pt	49.3	-4.5pt	-26.5pt	48.9	+10.9pt	-27.4pt
	外食頻度 回	3.36	+0.18回	-0.82回	3.41	+0.33回	-0.80回	3.18	-0.14回	-1.00回	9.95	+0.29回	-2.62回
	外食単価 円	2,306	+236円	-298円	1,928	-160円	-516円	2,117	-457円	-450円	2,123	-197円	-415円
	延べ外食回数 万回	6,980	+87.2%	-47.0%	6,341	+60.5%	-52.1%	6,355	-12.7%	-51.2%	19,675	+31.5%	-50.1%
	外食市場規模 億円	1,610	+108.5%	-53.0%	1,222	+48.2%	-62.3%	1,345	-28.2%	-59.7%	4,177	+20.4%	-58.2%

■性年代別 延べ外食回数 3圏域計

		21年4月			21年5月			21年6月			4-6月計		
		前年同月比	前々年同月比		前年同月比	前々年同月比		前年同月比	前々年同月比		前年同月比	前々年同月比	
3圏域計	男性/20代 (万回)	808	+64.4%	-38.0%	718	+40.3%	-46.6%	809	-2.7%	-39.8%	2,334	+27.2%	-42.6%
	男性/30代 (万回)	965	+61.2%	-40.4%	900	+58.9%	-43.5%	804	-14.1%	-49.6%	2,669	+27.1%	-45.2%
	男性/40代 (万回)	1,024	+78.5%	-44.4%	861	+28.1%	-53.5%	1,010	-2.5%	-45.4%	2,895	+26.9%	-48.2%
	男性/50代 (万回)	817	+54.8%	-45.9%	798	+70.5%	-45.3%	677	-23.1%	-53.6%	2,292	+22.2%	-46.7%
	男性/60代 (万回)	666	+59.6%	-43.9%	599	+48.2%	-53.1%	581	-16.5%	-54.5%	1,846	+21.6%	-50.4%
	女性/20代 (万回)	690	+147.7%	-46.9%	601	+109.0%	-55.2%	611	-15.5%	-54.4%	1,902	+47.5%	-51.2%
	女性/30代 (万回)	565	+158.6%	-50.1%	451	+88.4%	-61.8%	468	-22.3%	-60.3%	1,485	+40.0%	-56.2%
	女性/40代 (万回)	528	+166.2%	-57.8%	515	+73.4%	-58.7%	559	-10.1%	-55.2%	1,602	+43.4%	-56.8%
	女性/50代 (万回)	475	+144.9%	-50.4%	450	+100.3%	-53.3%	412	-16.2%	-57.2%	1,337	+46.9%	-53.0%
	女性/60代 (万回)	442	+90.8%	-58.2%	448	+60.0%	-54.9%	423	-7.6%	-57.4%	1,313	+35.5%	-56.6%

※前年同月比と前々年同期比について上位3区分に網掛け

■中食市場規模 3圏域計

		21年4月			21年5月			21年6月			4-6月計		
		前年同月比	前々年同月比		前年同月比	前々年同月比		前年同月比	前々年同月比		前年同月比	前々年同月比	
3圏域計	基準人口 万人	4,048	-0.7%	-1.5%	4,048	-0.7%	-1.5%	4,048	-0.7%	-1.5%	4,048	-0.7%	-1.5%
	中食実施率 %	69.0	+0.6pt	+5.7pt	72.0	-1.2pt	+8.0pt	71.0	+3.2pt	+8.1pt	70.7	+0.9pt	+7.3pt
	中食頻度 回	5.18	+0.03回	+0.25回	5.19	-0.26回	+0.32回	5.20	+0.23回	+0.33回	15.57	-0.02回	+0.90回
	中食単価 円	830	+25円	+59円	853	-18円	+71円	802	-17円	+41円	828	-5円	+57円
	延べ中食回数 万回	14,470	+0.9%	+12.8%	15,109	-7.2%	+17.8%	14,950	+8.8%	+18.9%	44,528	+0.4%	+16.5%
	中食市場規模 億円	1,201	+4.0%	+21.4%	1,288	-9.1%	+28.5%	1,199	+6.6%	+25.3%	3,688	-0.2%	+25.1%

■性年代別 延べ中食回数 3圏域計

		21年4月			21年5月			21年6月			4-6月計		
		前年同月比	前々年同月比		前年同月比	前々年同月比		前年同月比	前々年同月比		前年同月比	前々年同月比	
3圏域計	男性/20代 (万回)	1,193	-10.3%	+8.7%	1,265	-8.9%	+25.7%	1,318	+2.4%	+31.0%	3,775	-5.7%	+20.9%
	男性/30代 (万回)	1,553	-3.5%	+22.5%	1,722	-3.3%	+21.6%	1,589	+8.1%	+12.2%	4,864	+0.1%	+23.8%
	男性/40代 (万回)	2,040	+1.4%	+5.9%	1,875	-18.7%	+2.3%	2,110	+10.4%	+15.1%	6,026	-3.3%	+10.6%
	男性/50代 (万回)	2,004	+11.5%	+33.2%	1,866	+0.3%	+25.9%	1,902	+18.7%	+28.3%	5,772	+9.7%	+26.9%
	男性/60代 (万回)	1,493	-0.1%	+11.0%	1,527	-13.7%	+23.6%	1,551	+10.4%	+25.6%	4,570	-2.1%	+16.7%
	女性/20代 (万回)	1,058	+5.9%	+18.0%	1,128	-0.9%	+18.1%	1,081	+2.4%	+13.2%	3,267	+2.3%	+18.7%
	女性/30代 (万回)	1,159	+4.5%	+10.0%	1,236	-8.4%	+17.2%	1,131	-3.2%	+7.3%	3,527	-2.8%	+12.7%
	女性/40代 (万回)	1,394	-0.7%	+0.7%	1,601	+0.1%	+25.5%	1,491	+4.8%	+16.8%	4,487	+1.3%	+13.3%
	女性/50代 (万回)	1,283	-4.3%	+14.9%	1,535	+0.2%	+17.3%	1,445	+25.1%	+10.5%	4,264	+5.8%	+17.9%
	女性/60代 (万回)	1,293	+4.1%	+4.6%	1,353	-13.0%	+7.8%	1,331	+5.5%	+6.0%	3,977	-2.0%	+4.7%

※前年同月比と前々年同期比について上位3区分に網掛け

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、一人一人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、メディア&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、4万5,000人以上の従業員とともに、60を超える国・地域で事業を展開しています。2019年度の売上収益は2兆3,994億円、海外売上比率は約45%になります。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、一人一人が輝く豊かな世界の実現に向けて、より多くの『まだ、ここにいる、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.co.jp/> リクルート： <https://www.recruit.co.jp/>