

外食市場調査（2023年3月度）

2023年3月の外食市場規模は2715億円（前年同月比 +569億円・東名阪3圏域計）

外食市場規模はコロナ禍前比（2019年3月比）74.0%。2カ月連続で悪化

単価は17カ月連続前年超えも、回数はコロナ禍前比で2カ月連続の悪化

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3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16カ月連続で前年比プラス。2019年同月比は74.0%で前月（同79.5%）を下回る
2. 単価は17カ月連続で前年超えも、延べ外食回数の2019年同月比（69.8%）は2カ月連続で悪化

2023年3月の外食市場規模は、3圏域合計で2715億円。前年同月比（以下、前年比）は126.5%（+569億円）と16カ月連続の前年実績超えであった。市場規模の19年比は74.0%で前月の同79.5%から後退した。19年比が後退するのは2カ月連続となる。外食単価は17カ月連続で前年を上回り、19年比でも106.1%と高い伸び率であったが、外食実施率・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年比が前月を下回った。コロナ禍からの回復や値上げの影響よりも、物価高騰による節約志向・外食回数減少が市場へのマイナス影響として強く出ているのではないかと考えられる。市場規模の食事主体業態・計は前年比122.3%（19年比82.8%）、飲酒主体業態・計は同141.4%（同61.4%）、軽食主体業態・計は同113.9%（同69.2%）。19年比では飲酒主体業態・計が前月（61.2%）を上回った。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」（93.2%）、「中華料理店」（90.0%）がコロナ禍前の市場規模の9割以上を確保した。

【3圏域計（首都圏・関西圏・東海圏）】 [P3]

- 2023年3月の外食（※1）実施率は65.3%（前月比増減 +0.8pt、前年比増減 +4.5pt）
- 2023年3月の外食頻度（※2）は3.73回/月（前月比増減 +0.15回、前年比増減 +0.21回）
- 2023年3月の外食単価は2,801円（前月比増減 +72円、前年比増減 +321円）
- 2023年3月の外食市場規模（※3）は2715億円（前月比増減 +209億円、前年比増減 +569億円）

※1 ※2 ※3 P10参照

【圏域別】 [P3]

- 外食実施率は、首都圏：64.3%（前年比増減 +4.1pt）、関西圏：66.7%（同 +5.1pt）、東海圏：66.9%（同 +5.5pt）
- 外食頻度は、首都圏：3.86回/月（前年比増減 +0.20回）、関西圏：3.69回/月（同 +0.18回）、東海圏：3.33回/月（同 +0.34回）
- 外食単価は、首都圏：2,905円（前年比増減 +346円）、関西圏：2,784円（同 +329円）、東海圏：2,390円（同 +211円）
- 外食市場規模は、首都圏：1658億円（前年比増減 +343億円）、関西圏：737億円（同 +153億円）、東海圏：320億円（同 +73億円）

【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 +185億円）、「和食料理店」（同 +91億円）、「フレンチ・イタリアン料理店」（同 +60億円）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 +402万回、単価 +281円）、「和食料理店」（延べ回数 +103万回、単価 +500円）、「フレンチ・イタリアン料理店」（延べ回数 +78万回、単価 +577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3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

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
2023年2月15日（水）～ 2023年2月28日（火）	480,074件	31,607件	6.6%	14,159件	2023年3月31日（金）～ 2023年4月10日（月）	12,844件	10,114件	78.7%	10,103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		
10,103	5,843	2,732	1,528	880	971	1,245	1,112	872	863	943	1,220	1,088	908		
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
24,603	14,480	6,723	3,401
100.0	58.9	27.3	13.8

※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

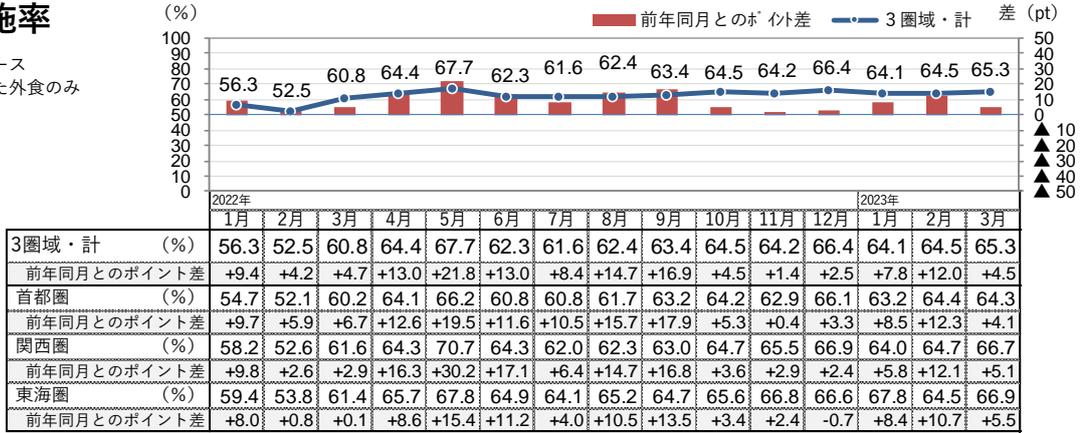
・ 外食1回につき次の26分類から当てはまるものを1つ聴取、本リリースではうち16業態を掲出。

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

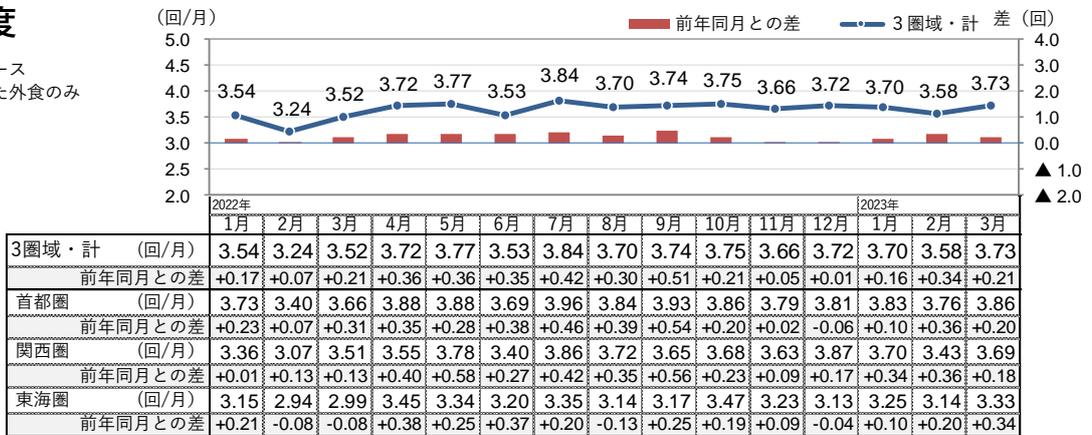
1. 外食実施率

※個人単位集計ベース
※圏域内で行われた外食のみ



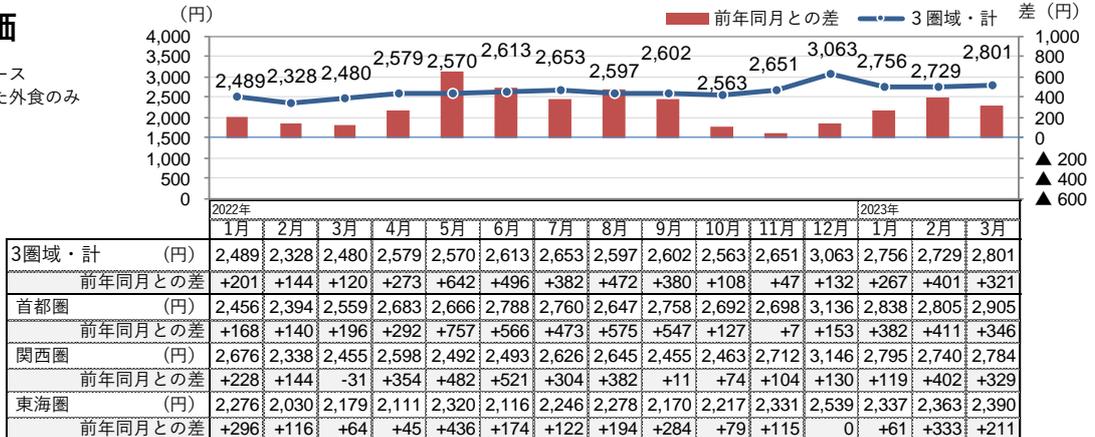
2. 外食頻度

※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

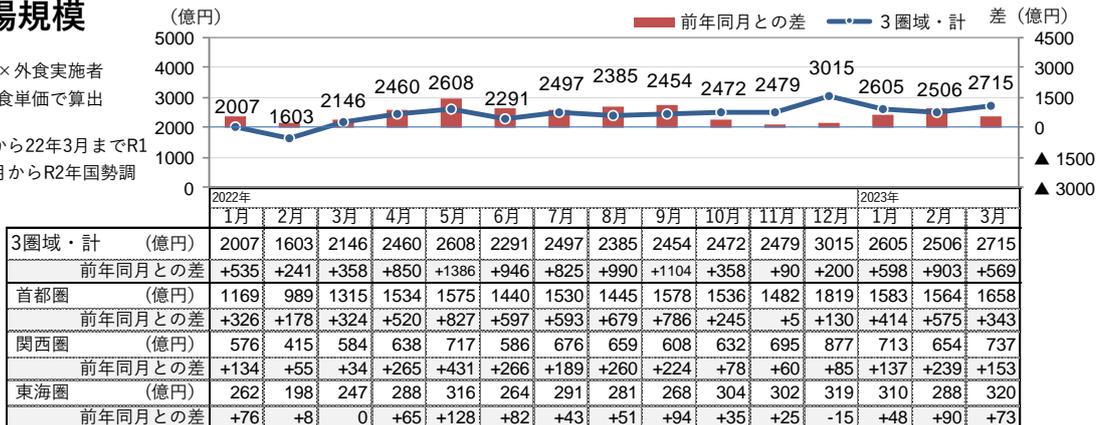
※外食単位集計ベース
※圏域内で行われた外食のみ
※外食実施者のみ



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

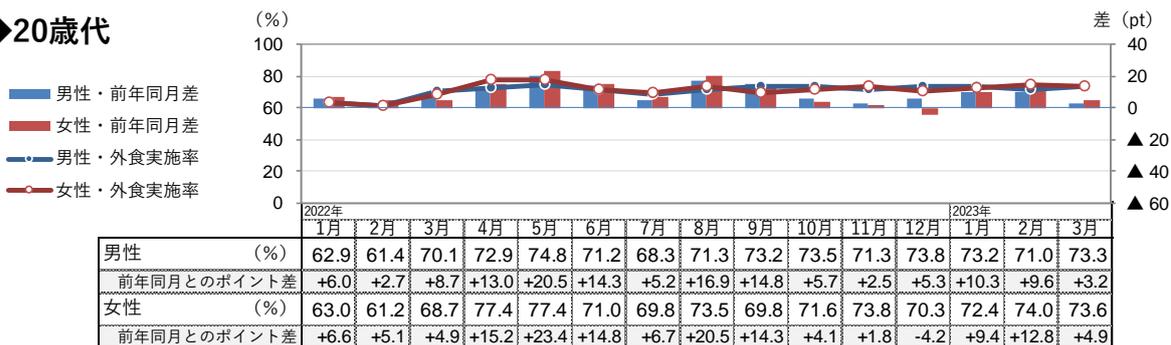


<参考>21年度
→22年度の基準人口の増減率
3圏域・計：-1.7%
首都圏：-1.3%
関西圏：-2.1%
東海圏：-2.4%

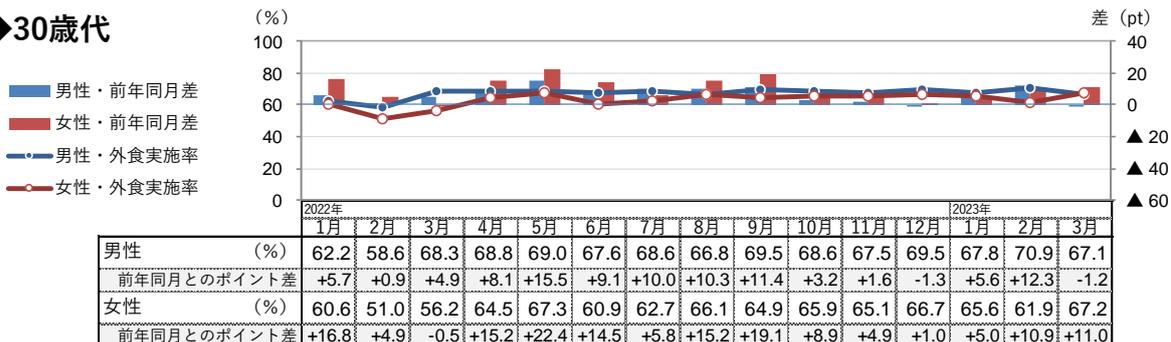
5.性年代別 外食実施率 【3圏域・計】

※個人単位集計ベース
※圏域内で行われた外食のみ

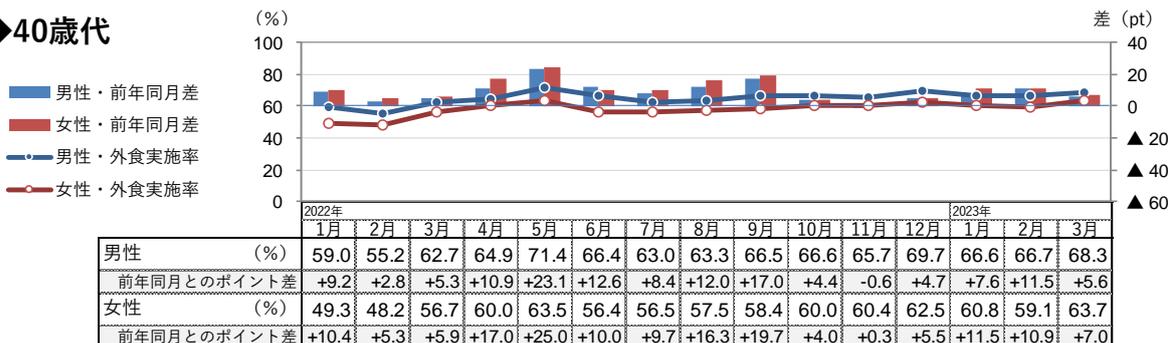
◆20歳代



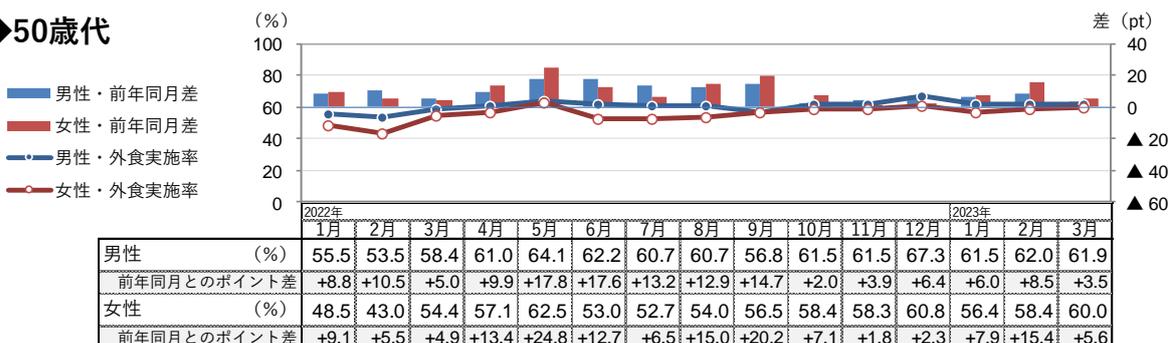
◆30歳代



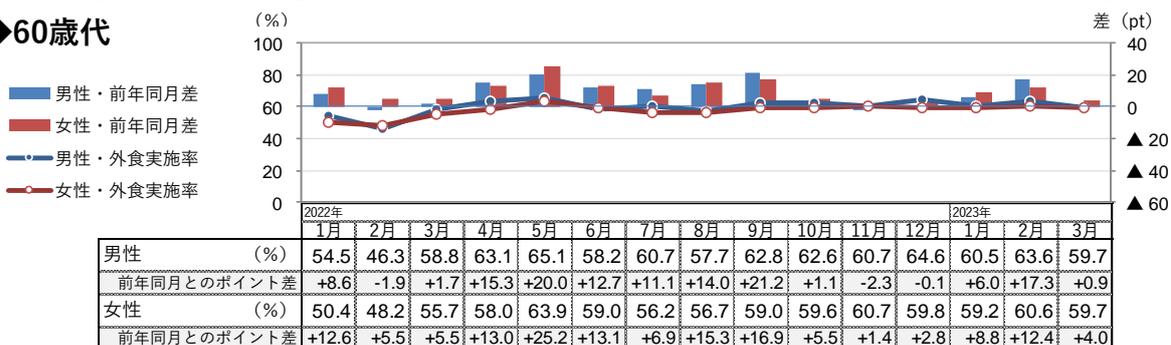
◆40歳代



◆50歳代



◆60歳代

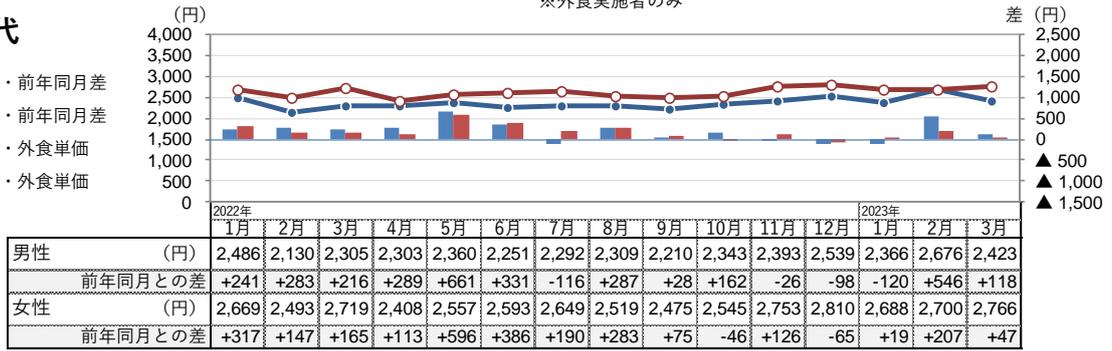


6. 性年代別 外食単価 【3圏域・計】

※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

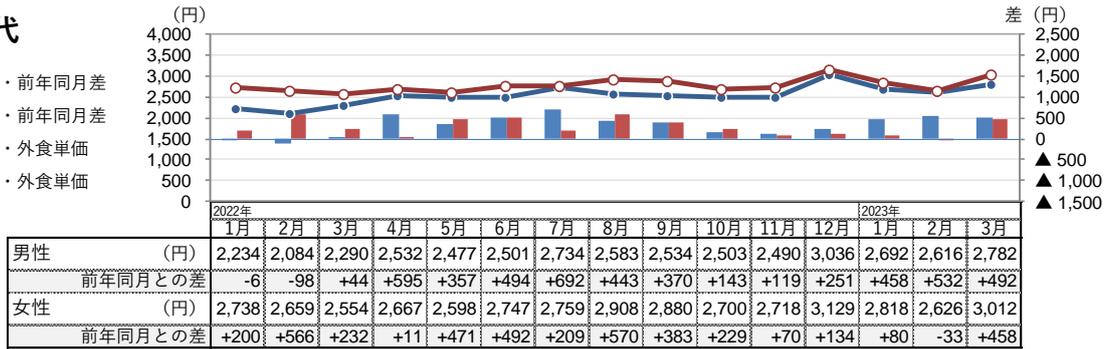
◆20歳代

■ 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



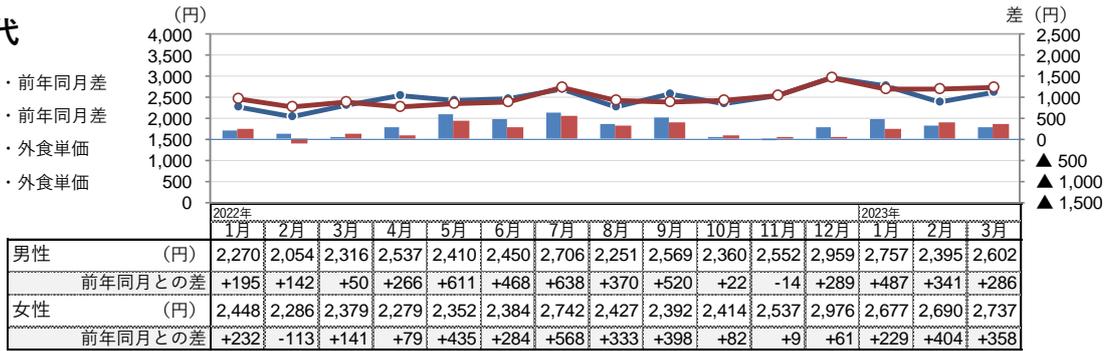
◆30歳代

■ 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



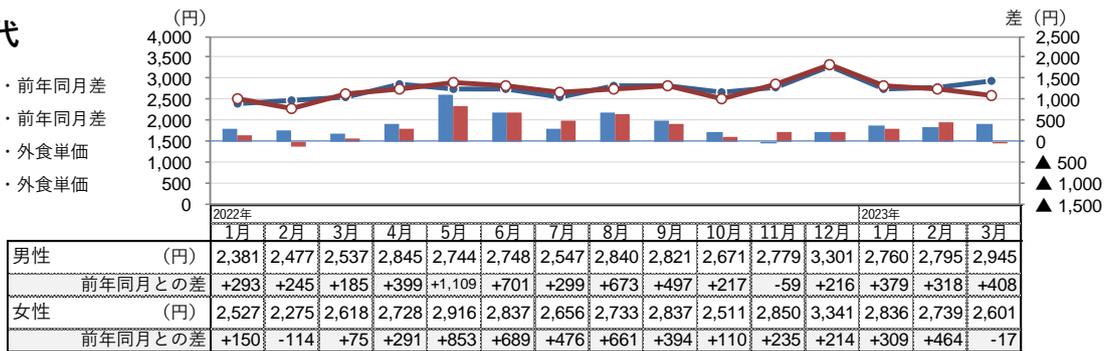
◆40歳代

■ 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



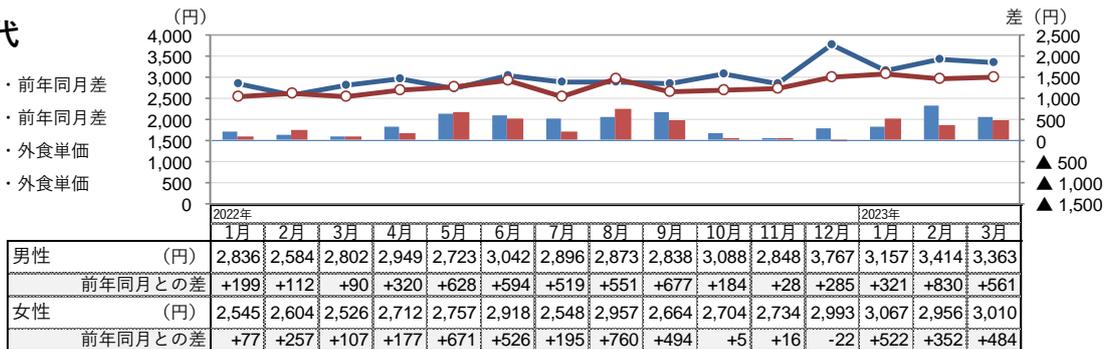
◆50歳代

■ 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

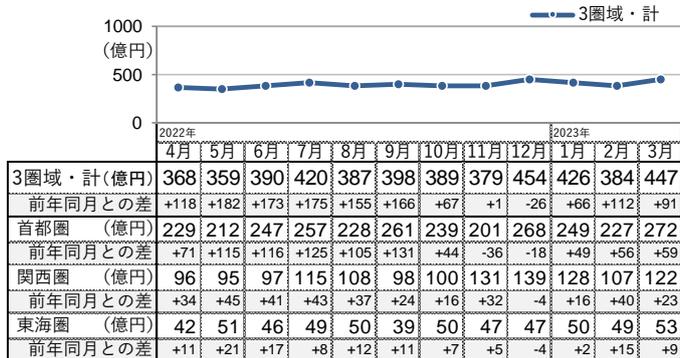
■ 男性・前年同月差
 ■ 女性・前年同月差
 ● 男性・外食単価
 ● 女性・外食単価



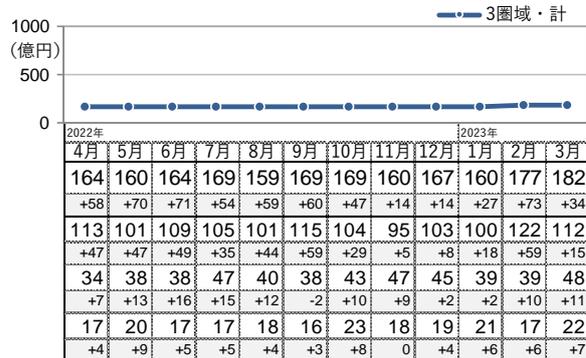
7.業態別 外食市場規模

※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

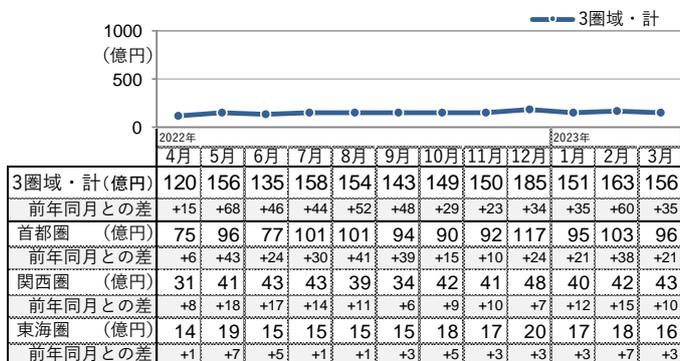
◆和食料理店（すし、割烹、料亭、郷土料理専門店等）



◆中華料理店（ラーメン専門店を除く）

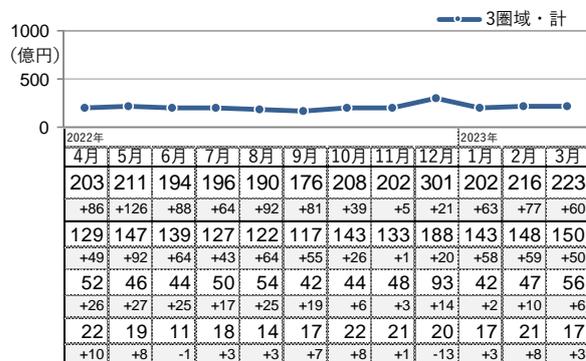


◆レストラン、食堂、ダイニング、洋食店



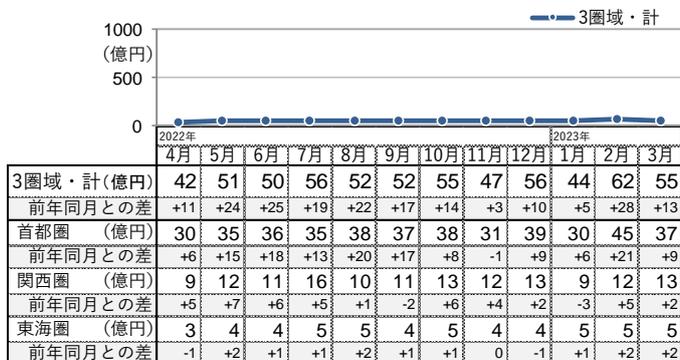
※ファミリーレストラン以外、フレンチ・イタリアン以外

◆フレンチ・イタリアン料理店

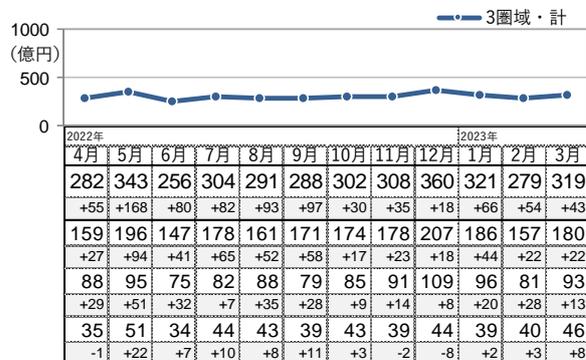


※ファミリーレストラン以外

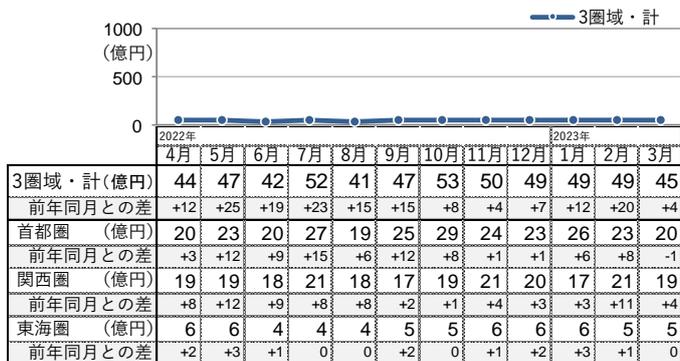
◆アジア料理店



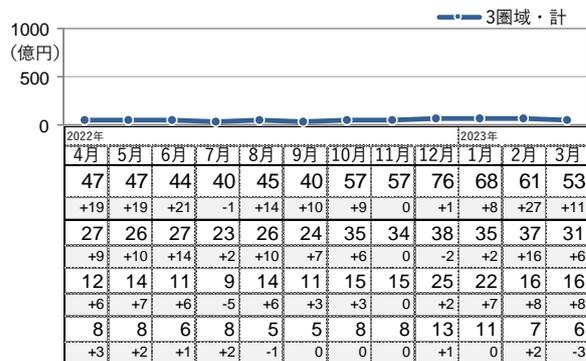
◆焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店



◆お好み焼き、鉄板焼き等の専門店

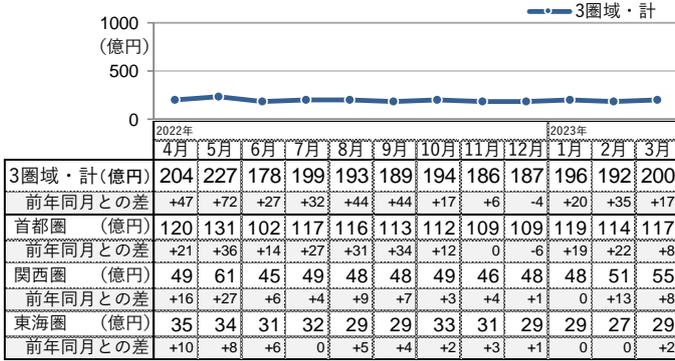


◆すき焼き、しゃぶしゃぶ、鍋、おでん等の専門店

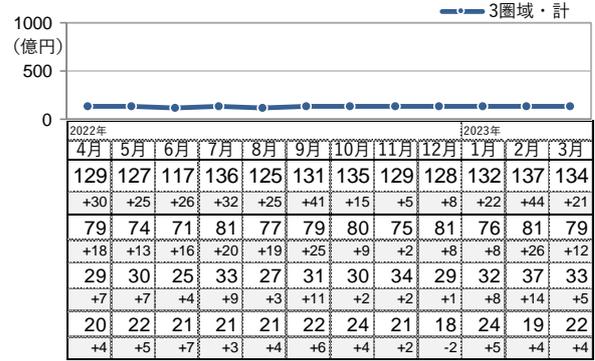


※外食市場規模は、各圏域の延べ外食回数×各圏域における業態シェア×各業態の単価で算出
 ※業態は、26分類のうち16業態を掲出
 ※外食市場規模「0」は、小数点第一位で四捨五入され0になったもの

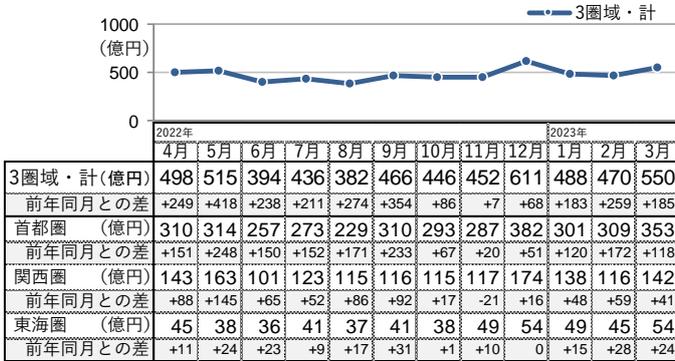
◆ファミリーレストラン、回転すし等



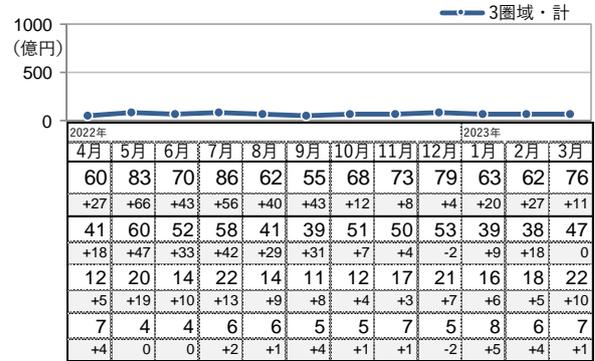
◆ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店



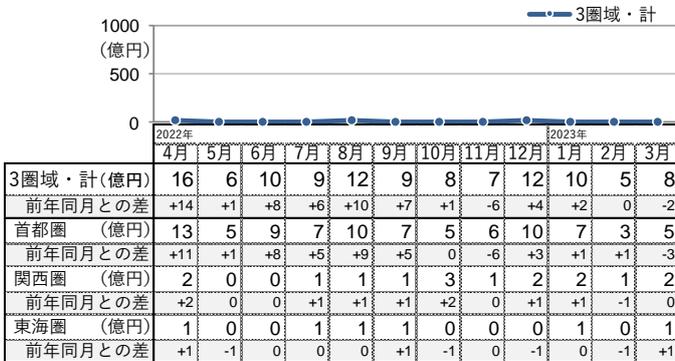
◆居酒屋 (焼鳥、串焼き、串揚げ等、飲酒メインの業態を含む)



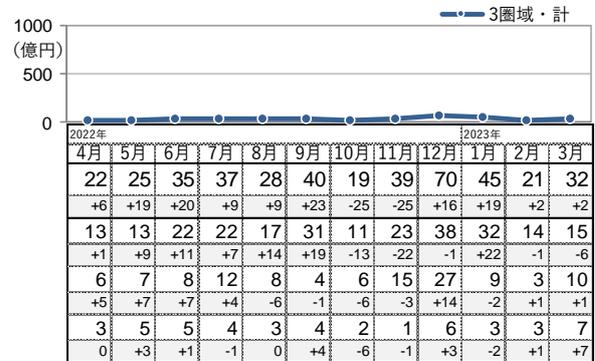
◆バー、バル、ワインバー、ビアホール、パブ



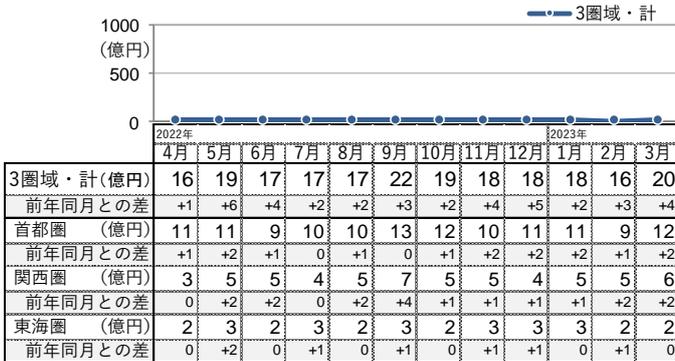
◆カラオケボックス



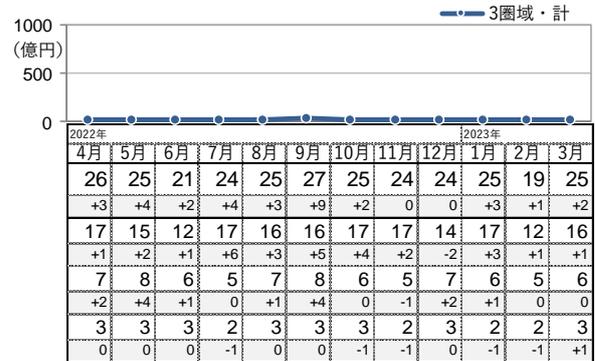
◆スナック、ナイトクラブ、キャバレー



◆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3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 (ラーメン専門店は除く)	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	ファミリールーメン、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)	447	182	156	223	55	319	45	53	200	134	550	76	8	32	20	25
前年同月との差	+91	+34	+35	+60	+13	+43	+4	+11	+17	+21	+185	+11	-2	+2	+4	+2
外食単価 (円)	4,381	2,393	2,463	4,873	2,695	3,766	2,533	3,672	1,611	1,146	3,871	4,113	2,898	7,672	907	798
前年同月との差	+500	+193	+413	+577	+31	+263	-135	+363	+123	+84	+281	-122	-449	+1,276	+73	+65
延べ外食回数 (万回)	1020	761	633	458	204	847	176	144	1244	1168	1420	185	26	42	222	309
前年同月との差	+103	+88	+41	+78	+47	+59	+22	+18	+15	+108	+402	+32	-4	-6	+34	-5

↑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3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 (ラーメン専門店は除く)	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	ファミリールーメン、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)	272	112	96	150	37	180	20	31	117	79	353	47	5	15	12	16
前年同月との差	+59	+15	+21	+50	+9	+22	-1	+6	+8	+12	+118	0	-3	-6	+2	+1
外食単価 (円)	4,718	2,553	2,581	5,023	2,718	3,866	2,898	3,639	1,621	1,148	3,929	4,012	3,127	7,858	934	791
前年同月との差	+557	+117	+450	+689	-14	+287	-201	+490	+105	+114	+251	-443	-897	+632	+84	+86
延べ外食回数 (万回)	576	437	373	298	138	466	70	84	724	687	899	118	16	20	127	204
前年同月との差	+65	+40	+21	+68	+37	+25	+3	+3	+8	+44	+260	+14	-3	-10	+13	-13

↑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3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 (ラーメン専門店は除く)	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	ファミリールーメン、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)	122	48	43	56	13	93	19	16	55	33	142	22	2	10	6	6
前年同月との差	+23	+11	+10	+6	+2	+13	+4	+8	+8	+5	+41	+10	0	+1	+2	0
外食単価 (円)	4,103	2,271	2,469	4,940	2,591	3,941	2,296	3,778	1,692	1,160	3,753	4,332	2,416	7,162	851	812
前年同月との差	+295	+383	+524	+558	-55	+242	-72	+806	+187	+48	+314	+956	+174	+2,081	+28	+12
延べ外食回数 (万回)	296	213	176	114	49	236	84	42	322	285	379	50	7	14	69	74
前年同月との差	+37	+18	+5	+11	+8	+19	+19	+16	+8	+32	+86	+13	-3	-4	+18	+2

↑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3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 (ラーメン専門店は除く)	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	ファミリールーメン、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)	53	22	16	17	5	46	5	6	29	22	54	7	1	7	2	3
前年同月との差	+9	+7	+3	+3	+2	+8	0	-3	+2	+4	+24	+1	+1	+7	0	+1
外食単価 (円)	3,617	2,000	1,934	3,741	2,803	3,165	2,282	3,572	1,441	1,120	3,818	4,161	2,855	8,031	923	812
前年同月との差	+590	+206	+34	-44	+564	+242	+23	-804	+81	+23	+360	-816	+1,307	+3,330	+143	+34
延べ外食回数 (万回)	147	111	85	46	17	145	22	18	198	195	143	18	3	9	26	31
前年同月との差	+1	+29	+15	+10	+2	+15	0	-2	-1	+32	+58	+6	+2	+9	+3	+6

↑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

		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	2022年 7月度		
事前調査	実施期間	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)	22/6/21 (火) ~6/30 (木)		
	配信数(件)	486,896	487,824	479,850	377,588	318,983	463,675	476,023		
	回収数(件)	32,116	32,812	33,114	46,042	44,211	31,449	29,317		
	回収率	6.6%	6.7%	6.9%	12.2%	13.9%	6.8%	6.2%		
	本調査対象者数(件)	15,195	15,748	15,836	16,817	15,888	15,284	14,747		
本調査	実施期間	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)	22/8/1 (月) ~8/9 (火)		
	配信数(件)	11,941	11,905	11,913	12,690	12,602	12,539	12,428		
	回収数(件)	9,561	9,689	9,656	5,632	6,298	9,762	10,128		
	回収率	80.1%	81.4%	81.1%	44.4%	50.0%	77.9%	81.5%		
	有効回答数(件)	9,466	9,590	9,540	5,565	6,239	9,666	10,027		
集計サンプル数	個人単位	居住圏域	3圏域計(件)	9,466	9,590	9,540	5,565	6,239	9,666	10,027
			首都圏(件)	5,452	5,524	5,495	3,218	3,608	5,590	5,799
			関西圏(件)	2,571	2,604	2,591	1,505	1,687	2,614	2,712
			東海圏(件)	1,443	1,462	1,454	842	944	1,462	1,517
	外食単位	消費圏域	3圏域計(件)	18,856	16,311	20,394	13,334	15,903	21,283	23,710
			首都圏(件)	11,125	9,791	12,114	7,993	9,260	12,544	13,968
			関西圏(件)	5,035	4,209	5,609	3,432	4,506	5,708	6,484
			東海圏(件)	2,696	2,311	2,671	1,908	2,137	3,031	3,258

※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

		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

<参考> コロナ禍前（2019年）との比較

1. 延べ外食回数

	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	2023年 3月
3圏域・計 (万回)	9539	10148	8766	9414	9183	9432	9644	9353	9843	9454	9183	9695
対19年比	72.5%	76.6%	67.4%	71.2%	66.4%	72.8%	77.7%	70.6%	72.5%	76.1%	75.1%	69.8%

2. 外食単価

	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	2023年 3月
3圏域・計 (円)	2,579	2,570	2,613	2,653	2,597	2,602	2,563	2,651	3,063	2,756	2,729	2,801
対19年比	99.1%	105.1%	101.8%	100.8%	103.3%	106.3%	101.4%	103.4%	103.0%	105.6%	105.8%	106.1%

3. 外食市場規模

	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	2023年 3月
3圏域・計 (億円)	2460	2608	2291	2497	2385	2454	2472	2479	3015	2605	2506	2715
対19年比	71.8%	80.5%	68.6%	71.8%	68.6%	77.4%	78.7%	73.1%	74.6%	80.4%	79.5%	74.0%

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/>