

外食市場調査（2023年12月度）

2023年12月の外食市場規模は3624億円（前年同月比 +609億円・東名阪3圏域計）

2019年比（コロナ禍前比）89.7%でコロナ禍以降では最も回復

食事主体業態の2019年比は99.4%、飲酒主体業態も同78.0%まで回復

【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89.7%で、コロナ禍以降では最も回復
2. 食事主体業態の2019年同月比（コロナ禍前比）は99.4%、繁忙期の飲酒主体業態は78.0%まで回復

2023年12月の外食市場規模は、3圏域合計で3624億円。前年同月比（以下、前年比）は+609億円と25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89.7%で、コロナ禍以降では最も高水準となっている。外食単価の19年比が112.5%と、2023年最大の伸び（9月とともに1位タイ）だったことで市場規模の回復に寄与した（P10参照）。市場規模の食事主体業態・計は19年比99.4%（前月同89.8%）とほぼコロナ禍前水準に戻り、飲酒主体業態・計も同78.0%（同66.4%）と改善したが、軽食主体業態・計は同82.7%（同83.0%）は足踏みとなっている。主要16業態はすべての業態で市場規模が前年を上回り、うち14業態は単価・延べ外食回数ともに前年比プラスを記録した。19年比では「アジア料理店」（119.6%）、「レストラン、食堂、ダイニング、洋食店」（109.9%）、「フレンチ・イタリアン料理店」（108.3%）では、コロナ禍前を10~20ポイント程度上回る市場規模となった。

【3圏域計（首都圏・関西圏・東海圏）】 [P3]

- 2023年12月の外食（※1）実施率は69.4%（前月比増減 +0.9pt、前年比増減 +3.0pt）
- 2023年12月の外食頻度（※2）は3.95回/月（前月比増減 +0.24回、前年比増減 +0.23回）
- 2023年12月の外食単価は3,344円（前月比増減 +601円、前年比増減 +281円）
- 2023年12月の外食市場規模（※3）は3624億円（前月比増減 +868億円、前年比増減 +609億円）

※1 ※2 ※3 P10参照

【圏域別】 [P3]

- 外食実施率は、首都圏：69.1%（前年比増減 +3.0pt）、関西圏：69.4%（同 +2.5pt）、東海圏：70.7%（同 +4.1pt）
- 外食頻度は、首都圏：4.19回/月（前年比増減 +0.38回）、関西圏：3.76回/月（同 -0.11回）、東海圏：3.35回/月（同 +0.22回）
- 外食単価は、首都圏：3,431円（前年比増減 +295円）、関西圏：3,390円（同 +244円）、東海圏：2,848円（同 +309円）
- 外食市場規模は、首都圏：2276億円（前年比増減 +457億円）、関西圏：946億円（同 +69億円）、東海圏：403億円（同 +84億円）

【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 +127億円）、「和食料理店」（同 +97億円）、「フレンチ・イタリアン料理店」（同 +80億円）等主要16業態すべてで前年を上回った。
- 「居酒屋」（延べ回数 +241万回、単価 +181円）、「和食料理店」（延べ回数 +67万回、単価 +601円）、「フレンチ・イタリアン料理店」（延べ回数 +69万回、単価 +684円）等14業態が延べ回数・単価ともに前年比で増加した。

調査報告書について

株式会社リクルート ホットペッパーグルメ外食総研

<https://www.hotpepper.jp/ggs/>

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12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（関東・東部の一部除外） ・埼玉県（関西の一部除外） ・茨城県の一部	・大阪府全域 ・兵庫県（東北の一部除外） ・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**

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11月16日（木）～ 2023年12月4日（月）	517,183件	33,663件	6.5%	13,486件	2024年1月4日（木）～ 2024年1月15日（月）	12,738件	9,709件	76.2%	9,636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		
9,636	5,582	2,599	1,454	845	916	1,163	1,102	822	830	888	1,138	1,080	851		
100.0	57.9	27.0	15.1	8.8	9.5	12.1	11.4	8.5	8.6	9.2	11.8	11.2	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
26,400	16,158	6,795	3,447
100.0	61.2	25.7	13.1

※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

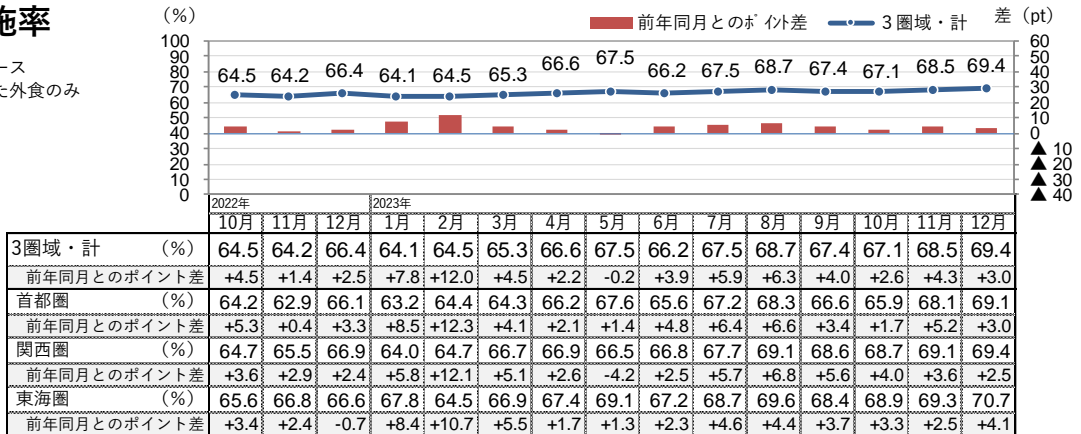
- **外食した店の業態** ・外食1回につき次の26分類から当てはまるものを1つ聴取、本報告書ではうち16業態を掲出。

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）		軽 食 主 体
	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		
	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）		そ の 他
	25 旅行・出張先のホテルや旅館				
	26 その他				

調査結果

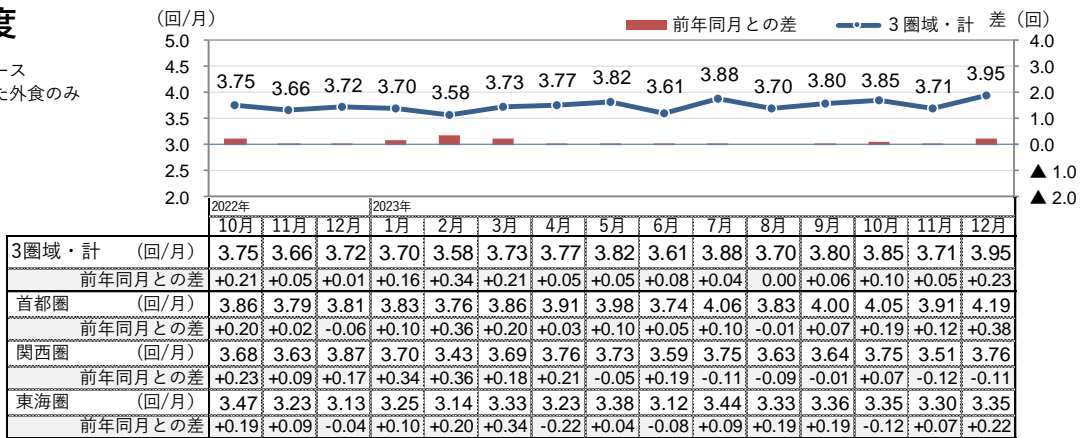
1. 外食実施率

※個人単位集計ベース
※圏域内で行われた外食のみ



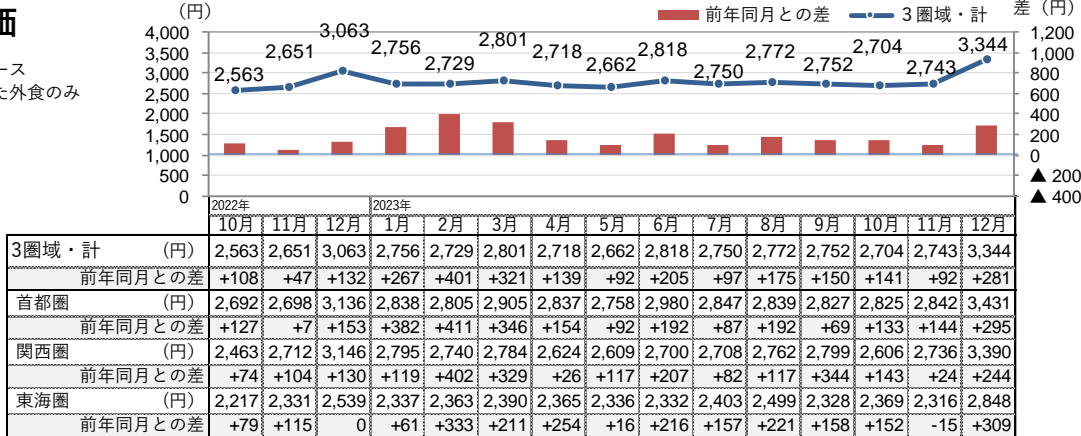
2. 外食頻度

※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

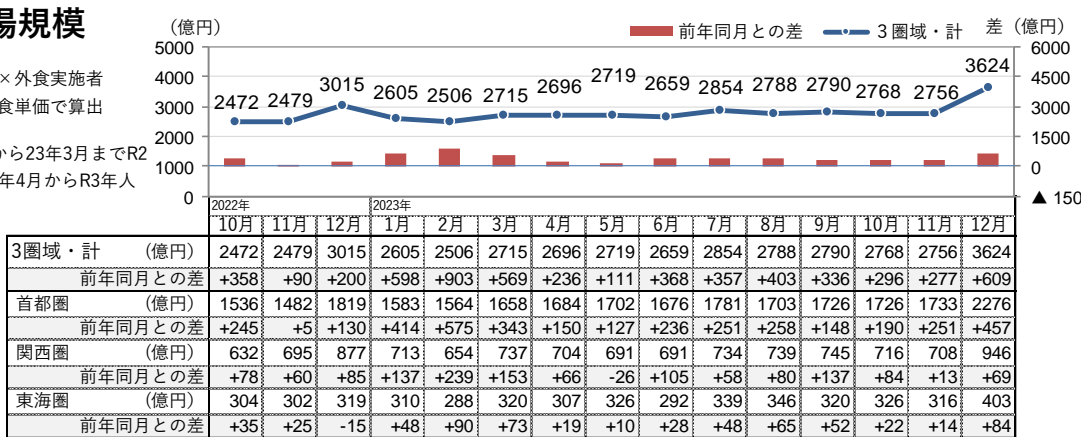
※外食単位集計ベース
※圏域内で行われた外食のみ
※外食実施者のみ



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



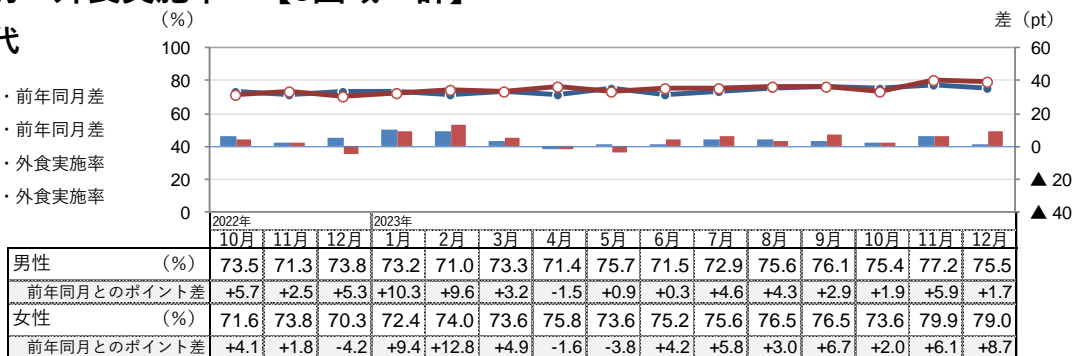
<参考>22年度→23年度の基準人口の増減率
3圏域・計：-0.6%
首都圏：-0.5%
関西圏：-0.9%
東海圏：-0.8%

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

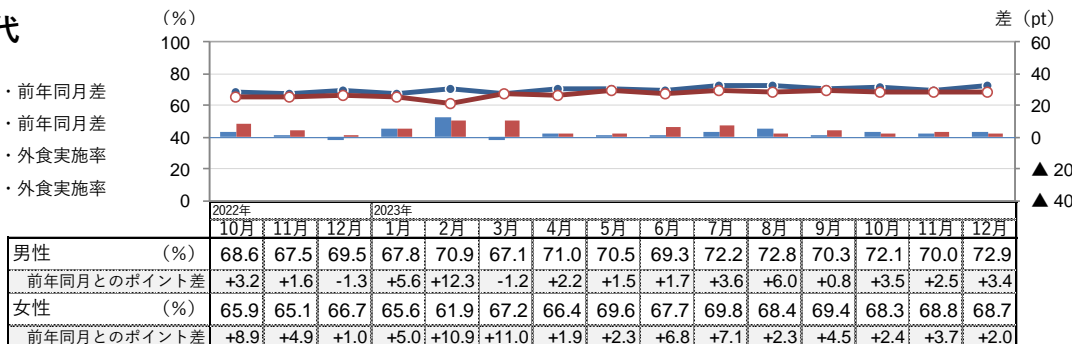
◆20歳代

■ 男性・前年同月差
■ 女性・前年同月差
● 男性・外食実施率
● 女性・外食実施率



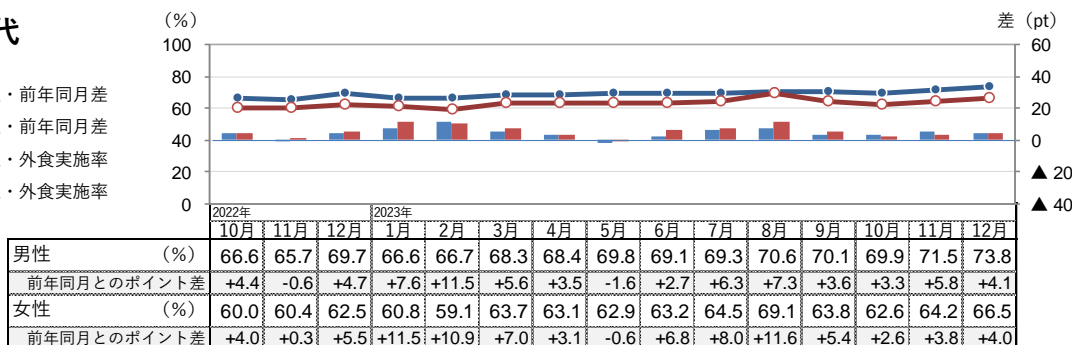
◆30歳代

■ 男性・前年同月差
■ 女性・前年同月差
● 男性・外食実施率
● 女性・外食実施率



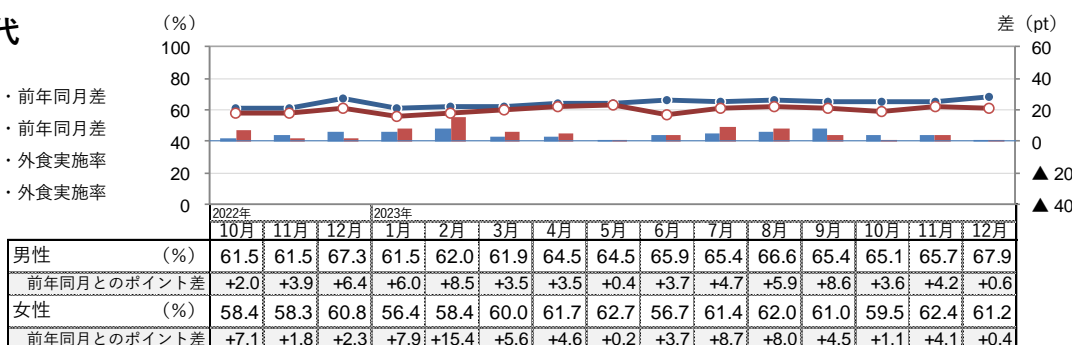
◆40歳代

■ 男性・前年同月差
■ 女性・前年同月差
● 男性・外食実施率
● 女性・外食実施率



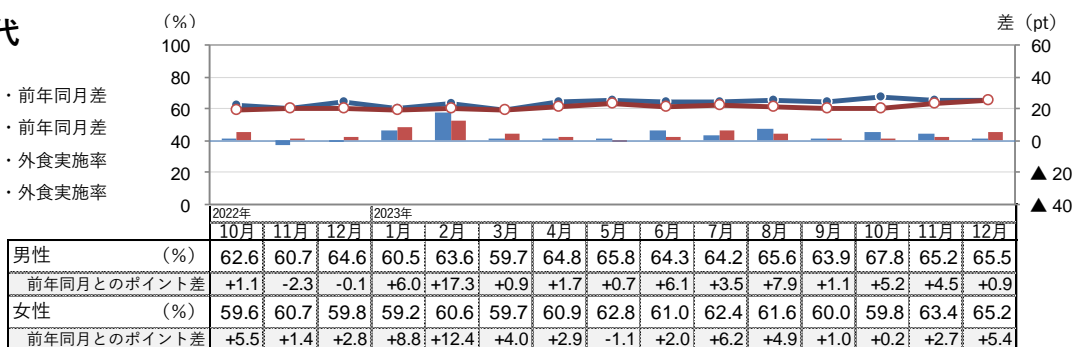
◆50歳代

■ 男性・前年同月差
■ 女性・前年同月差
● 男性・外食実施率
● 女性・外食実施率



◆60歳代

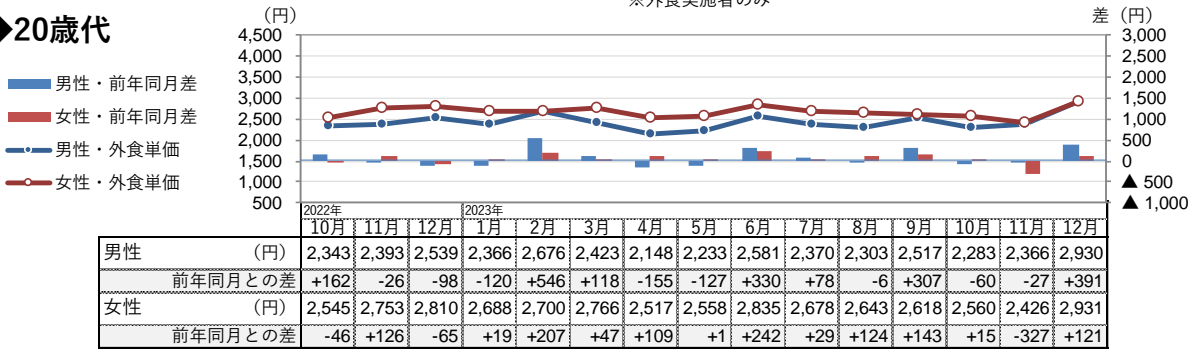
■ 男性・前年同月差
■ 女性・前年同月差
● 男性・外食実施率
● 女性・外食実施率



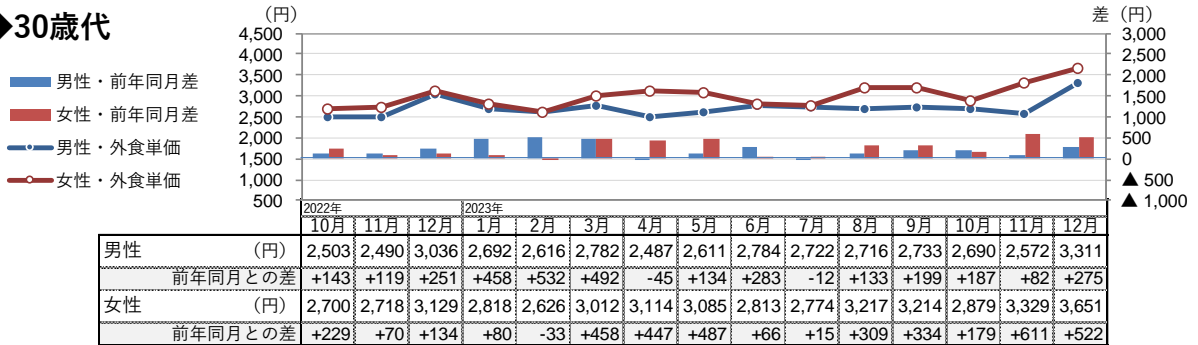
6.性年代別 外食単価 【3圏域・計】

※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

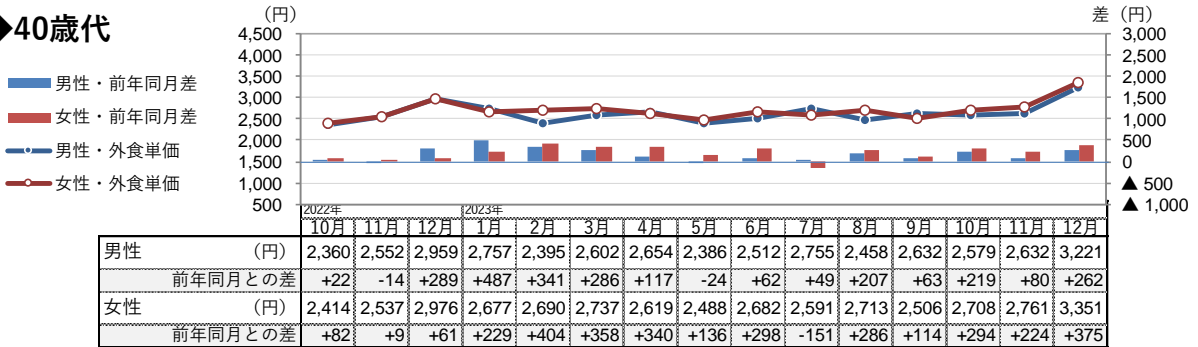
◆20歳代



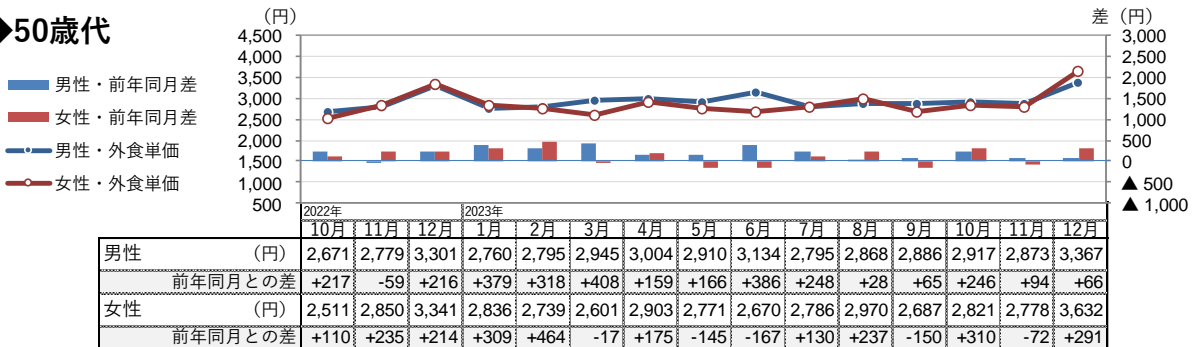
◆30歳代



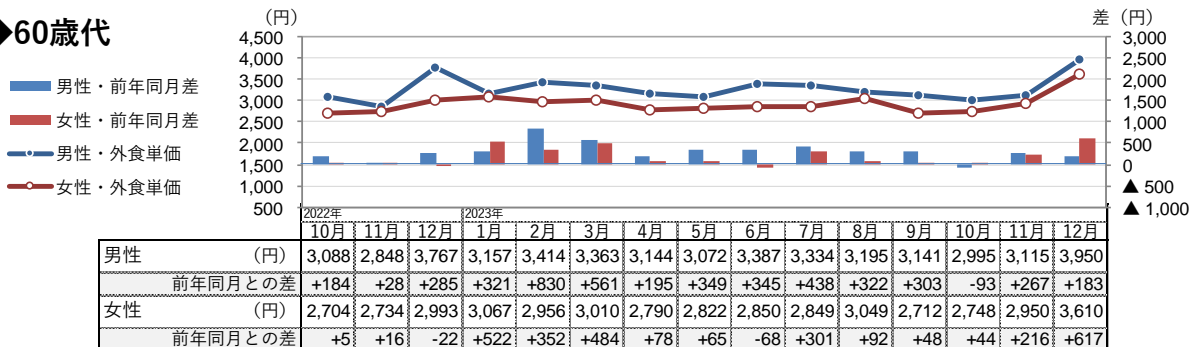
◆40歳代



◆50歳代



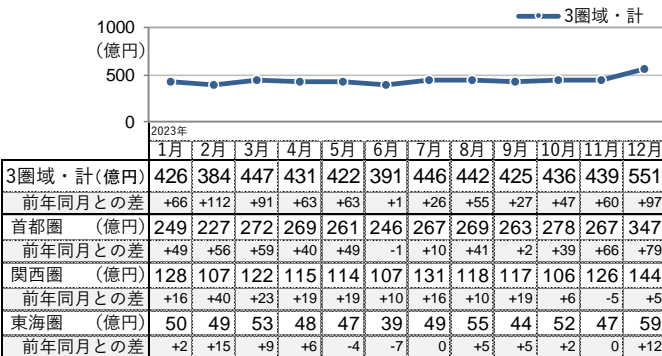
◆60歳代



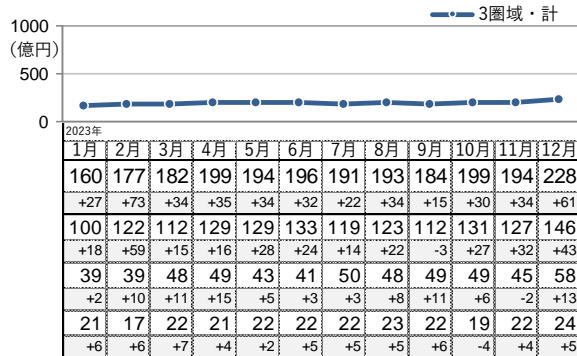
7.業態別 外食市場規模

※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

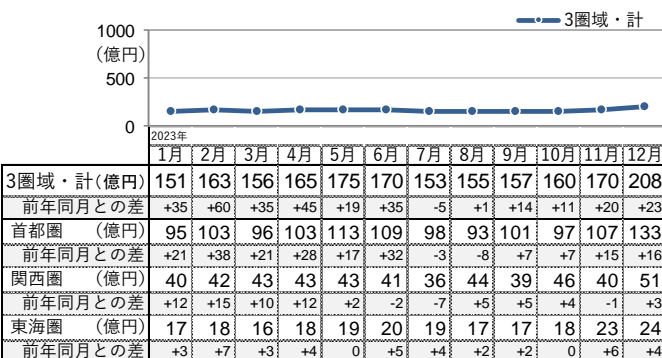
◆和食料理店（すし、割烹、料亭、郷土料理専門店等）



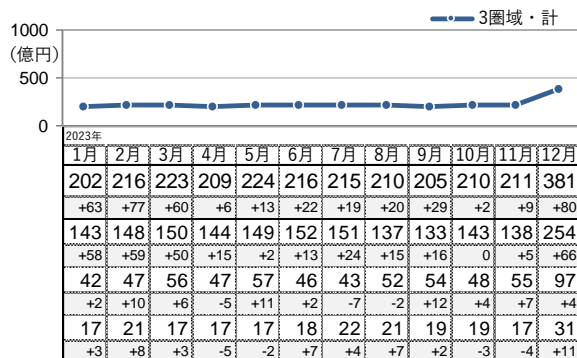
◆中華料理店（ラーメン専門店を除く）



◆レストラン、食堂、ダイニング、洋食店



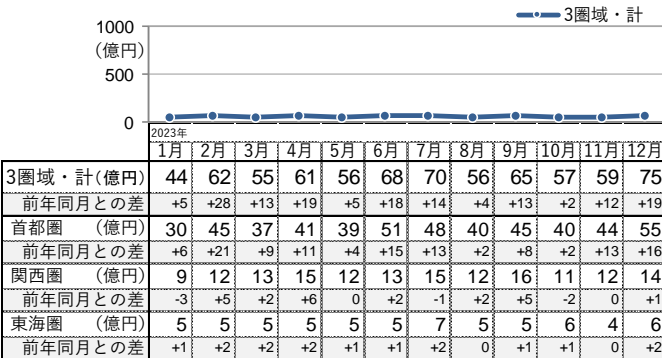
◆フレンチ・イタリアン料理店



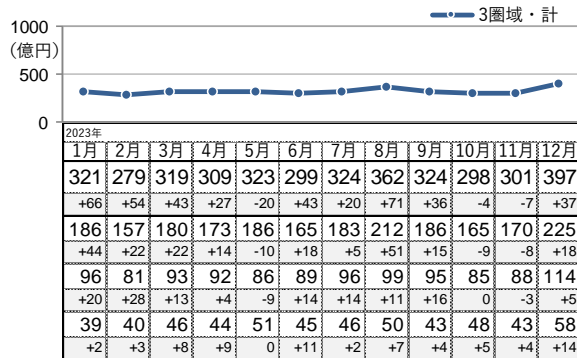
※ファミリーレストラン以外、フレンチ・イタリアン以外

※ファミリーレストラン以外

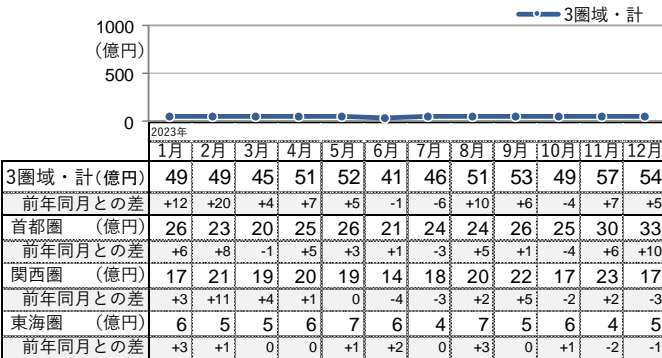
◆アジア料理店



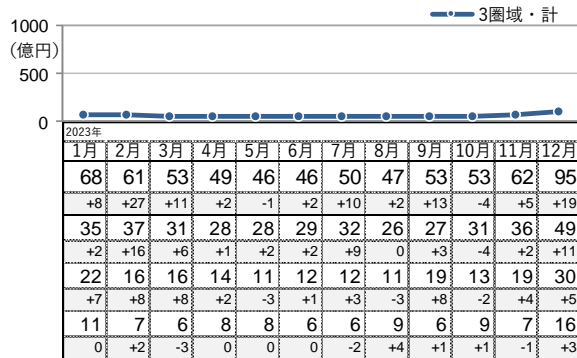
◆焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店



◆お好み焼き、鉄板焼き等の専門店

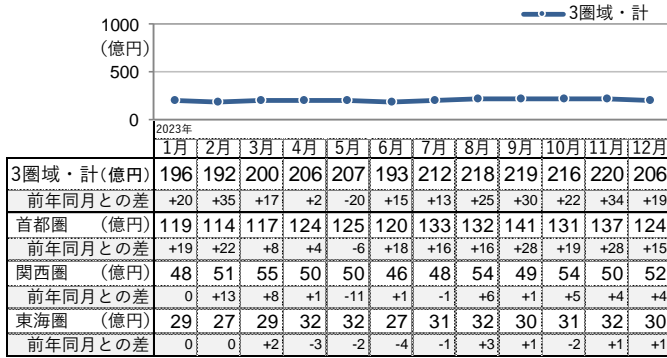


◆すき焼き、しゃぶしゃぶ、鍋、おでん等の専門店

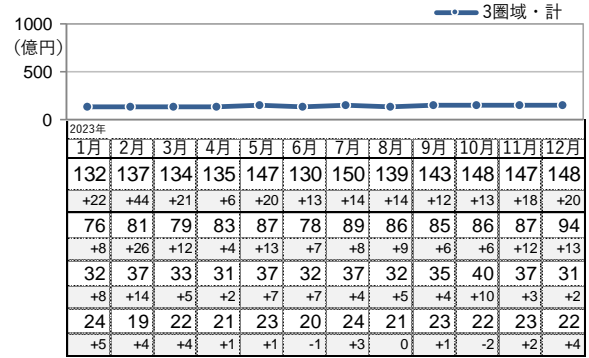


※外食市場規模は、各圏域の延べ外出食回数×各圏域における業態シェア×各業態の単価で算出
 ※業態は、26分類のうち16業態を掲出
 ※外食市場規模「0」は、小数点第一位で四捨五入され0になったもの

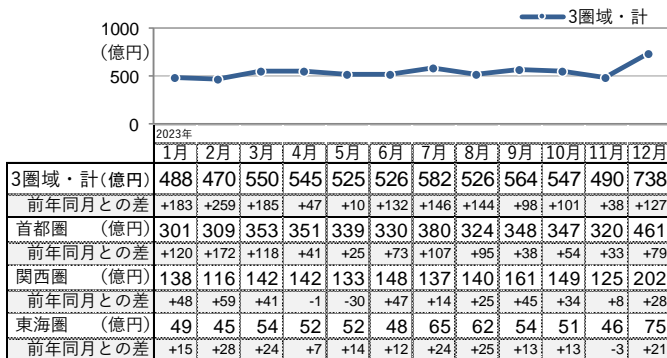
◆ファミリーレストラン、回転すし等



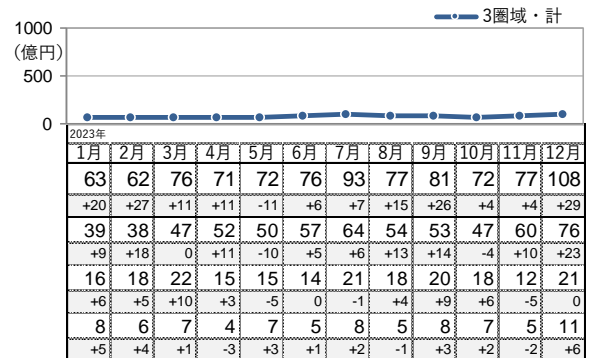
◆ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店



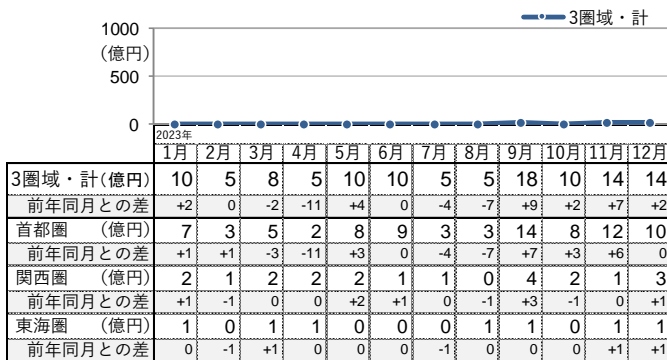
◆居酒屋 (焼鳥、串焼き、串揚げ等、飲酒メインの業態を含む)



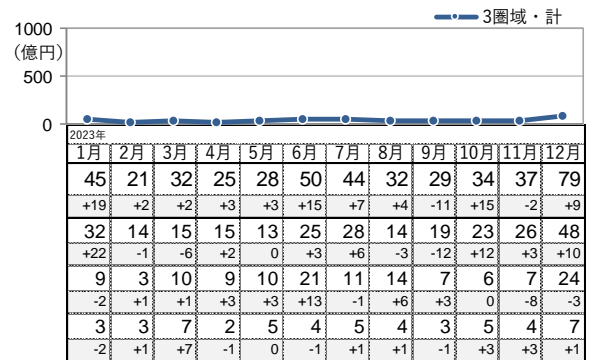
◆バー、バル、ワインバー、ビアホール、パブ



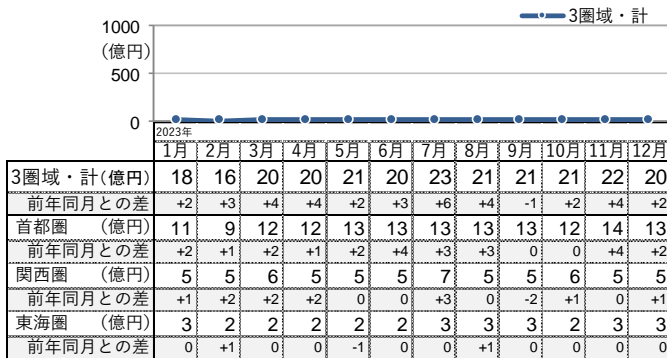
◆カラオケボックス



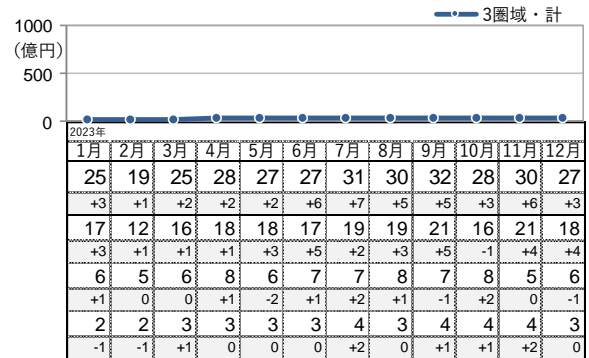
◆スナック、ナイトクラブ、キャバレー



◆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

【3圏域・計】

	2023年12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 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 ン料理 店	焼肉、ス テーキ、 ハン バーグ 等の専 業店	お好み 焼き、鉄 板焼き 等の専 業店	すき焼 き、しゃ ぶしゃ ぶ、鍋、 おでん 等の専 業店	ファミ リレー ン、そ ば、うどん、 回転 すし等 の専 業店	ラーメ ン、そ ば、うどん、 パスタ、ピザ 等の専 業店	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 ール、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 ットイフ 等)	牛丼、カ レー等、 の専売 業態	
外食市場規模 (億円)	551	228	208	381	75	397	54	95	206	148	738	108	14	79	20	27
前年同月との差	+97	+61	+23	+80	+19	+37	+5	+19	+19	+20	+127	+29	+2	+9	+2	+3
外食単価 (円)	4,967	2,841	2,883	6,394	3,383	4,337	3,175	4,948	1,662	1,240	4,125	4,514	3,214	13,251	919	820
前年同月との差	+601	+397	+293	+684	+281	+178	+226	+597	+72	+77	+181	+246	-592	+1,927	+9	+45
延べ外食回数 (万回)	1108	802	722	596	222	915	172	191	1240	1191	1789	239	44	59	213	330
前年同月との差	+67	+119	+9	+69	+41	+49	+6	+17	+64	+88	+241	+55	+12	-3	+13	+25

↑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】

	2023年12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 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 ン料理 店	焼肉、ス テーキ、 ハン バーグ 等の専 業店	お好み 焼き、鉄 板焼き 等の専 業店	すき焼 き、しゃ ぶしゃ ぶ、鍋、 おでん 等の専 業店	ファミ リレー ン、そ ば、うどん、 回転 すし等 の専 業店	ラーメ ン、そ ば、うどん、 パスタ、ピザ 等の専 業店	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 ール、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 ットイフ 等)	牛丼、カ レー等、 の専売 業態	
外食市場規模 (億円)	347	146	133	254	55	225	33	49	124	94	461	76	10	48	13	18
前年同月との差	+79	+43	+16	+66	+16	+18	+10	+11	+15	+13	+79	+23	0	+10	+2	+4
外食単価 (円)	5,293	3,026	2,979	6,444	3,672	4,476	3,883	5,112	1,633	1,262	4,110	4,862	3,365	16,284	922	819
前年同月との差	+609	+407	+93	+673	+534	+203	+179	+1,279	+40	+95	+87	+330	-855	+2,688	-5	+52
延べ外食回数 (万回)	656	482	448	394	150	503	85	95	758	749	1121	157	30	29	136	218
前年同月との差	+83	+89	+43	+68	+26	+19	+23	-3	+71	+51	+172	+39	+6	+1	+17	+34

↑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】

	2023年12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 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 ン料理 店	焼肉、ス テーキ、 ハン バーグ 等の専 業店	お好み 焼き、鉄 板焼き 等の専 業店	すき焼 き、しゃ ぶしゃ ぶ、鍋、 おでん 等の専 業店	ファミ リレー ン、そ ば、うどん、 回転 すし等 の専 業店	ラーメ ン、そ ば、うどん、 パスタ、ピザ 等の専 業店	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 ール、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 ットイフ 等)	牛丼、カ レー等、 の専売 業態	
外食市場規模 (億円)	144	58	51	97	14	114	17	30	52	31	202	21	3	24	5	6
前年同月との差	+5	+13	+3	+4	+1	+5	-3	+5	+4	+2	+28	0	+1	-3	+1	-1
外食単価 (円)	4,844	2,664	2,807	6,452	2,950	4,528	2,497	5,042	1,824	1,219	4,069	3,533	2,968	11,886	904	770
前年同月との差	+464	+369	+636	+591	-230	+257	-3	+12	+156	+41	+302	-176	+288	+2,541	+139	+6
延べ外食回数 (万回)	298	217	182	150	48	251	67	60	285	258	496	58	12	20	51	76
前年同月との差	-19	+22	-37	-9	+6	-4	-14	+10	-3	+15	+33	+2	+6	-8	-3	-15

↑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】

	2023年12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 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 ン料理 店	焼肉、ス テーキ、 ハン バーグ 等の専 業店	お好み 焼き、鉄 板焼き 等の専 業店	すき焼 き、しゃ ぶしゃ ぶ、鍋、 おでん 等の専 業店	ファミ リレー ン、そ ば、うどん、 回転 すし等 の専 業店	ラーメ ン、そ ば、うどん、 パスタ、ピザ 等の専 業店	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 ール、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 ットイフ 等)	牛丼、カ レー等、 の専売 業態	
外食市場規模 (億円)	59	24	24	31	6	58	5	16	30	22	75	11	1	7	3	3
前年同月との差	+12	+5	+4	+11	+2	+14	-1	+3	+1	+4	+21	+6	+1	+1	0	0
外食単価 (円)	3,837	2,346	2,572	5,859	2,461	3,612	2,423	4,360	1,539	1,181	4,380	4,636	2,667	6,855	938	934
前年同月との差	+713	+318	+299	+1,174	-85	+112	-80	-613	+72	+57	+383	+385	+488	-3,115	-199	+77
延べ外食回数 (万回)	155	102	93	52	24	162	20	36	197	185	172	24	3	10	27	36
前年同月との差	+4	+6	+5	+10	+10	+35	-3	+9	-3	+23	+36	+13	+1	+4	0	+6

↑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 10月度	2022年 11月度	2022年 12月度	2023年 1月度	2023年 2月度	2023年 3月度	2023年 4月度		
事前調査	実施期間	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)	23/2/15 (水) ~2/28 (火)	23/3/20 (月) ~4/3 (月)		
	配信数(件)	507,998	503,149	500,533	505,173	493,042	480,074	494,669		
	回収数(件)	32,570	32,378	36,689	32,776	33,328	31,607	31,126		
	回収率	6.4%	6.4%	7.3%	6.5%	6.8%	6.6%	6.3%		
	本調査対象者数(件)	14,741	14,474	15,080	14,148	14,252	14,159	13,116		
本調査	実施期間	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)	23/3/31 (金) ~4/10 (月)	23/5/1 (月) ~5/11 (木)		
	配信数(件)	12,593	12,726	12,596	12,725	12,742	12,844	12,735		
	回収数(件)	9,870	9,816	9,767	9,863	9,508	10,114	9,728		
	回収率	78.4%	77.1%	77.5%	77.5%	74.6%	78.7%	76.4%		
	有効回答数(件)	9,790	9,731	9,680	9,860	9,421	10,103	9,608		
集計サンプル数	個人単位数	居住圏域	3圏域計(件)	9,790	9,731	9,680	9,860	9,421	10,103	9,608
		首都圏(件)	5,662	5,628	5,598	5,702	5,448	5,843	5,566	
		関西圏(件)	2,648	2,632	2,618	2,666	2,548	2,732	2,592	
		東海圏(件)	1,481	1,472	1,464	1,491	1,425	1,528	1,450	
	外食単位数	消費圏域	3圏域計(件)	23,716	22,862	23,934	23,415	21,731	24,603	24,095
		首都圏(件)	14,033	13,427	14,102	13,812	13,198	14,480	14,418	
		関西圏(件)	6,308	6,266	6,776	6,318	5,650	6,723	6,521	
		東海圏(件)	3,375	3,170	3,055	3,286	2,883	3,401	3,156	

※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

		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	2023年 10月度	2023年 11月度		
事前調査	実施期間	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)	23/9/14 (木) ~10/2 (月)	23/10/16 (月) ~11/2 (木)		
	配信数(件)	497,545	495,060	495,890	503,643	508,057	512,397	514,855		
	回収数(件)	30,091	33,578	31,533	31,519	32,714	33,392	32,473		
	回収率	6.0%	6.8%	6.4%	6.3%	6.4%	6.5%	6.3%		
	本調査対象者数(件)	12,896	13,114	13,190	13,177	13,311	13,365	13,522		
本調査	実施期間	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)	23/11/1 (水) ~11/13 (月)	23/12/1 (金) ~12/11 (月)		
	配信数(件)	12,548	12,559	12,661	12,556	12,711	12,666	12,735		
	回収数(件)	9,778	9,654	9,567	9,813	9,898	9,849	9,934		
	回収率	77.9%	76.9%	75.6%	78.2%	77.9%	77.8%	78.0%		
	有効回答数(件)	9,701	9,561	9,484	9,728	9,808	9,756	9,835		
集計サンプル数	個人単位数	居住圏域	3圏域計(件)	9,701	9,561	9,484	9,728	9,808	9,756	9,835
		首都圏(件)	5,620	5,539	5,494	5,636	5,682	5,652	5,698	
		関西圏(件)	2,617	2,579	2,558	2,624	2,646	2,632	2,653	
		東海圏(件)	1,464	1,443	1,431	1,468	1,480	1,472	1,484	
	外食単位数	消費圏域	3圏域計(件)	25,054	22,808	24,878	24,733	25,139	25,239	24,979
		首都圏(件)	15,136	13,597	14,994	14,748	15,136	15,067	15,159	
		関西圏(件)	6,494	6,183	6,502	6,583	6,599	6,777	6,431	
		東海圏(件)	3,424	3,028	3,381	3,402	3,404	3,395	3,390	

※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

	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	2023年 11月	2023年 12月
3圏域・計 (万回)	9454	9183	9695	9920	10216	9437	10377	10058	10139	10234	10047	10838
対19年比	76.1%	75.1%	69.8%	75.4%	77.1%	72.5%	78.5%	72.7%	78.3%	82.4%	75.9%	79.8%

2. 外食単価

	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	2023年 11月	2023年 12月
3圏域・計 (円)	2,756	2,729	2,801	2,718	2,662	2,818	2,750	2,772	2,752	2,704	2,743	3,344
対19年比	105.6%	105.8%	106.1%	104.4%	108.9%	109.8%	104.5%	110.3%	112.5%	106.9%	107.0%	112.5%

3. 外食市場規模

	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	2023年 11月	2023年 12月
3圏域・計 (億円)	2605	2506	2715	2696	2719	2659	2854	2788	2790	2768	2756	3624
対19年比	80.4%	79.5%	74.0%	78.7%	84.0%	79.6%	82.1%	80.2%	88.1%	88.1%	81.2%	89.7%

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/>