

外食市場調査2013年度(2013年4月～2014年3月:東名阪)

外食市場は3兆9,574億円、中食市場は1兆1,056億円

外食規模最大の街は、首都圏「新宿・代々木」、
 関西圏は「梅田・大阪・北新地」、東海圏は「名古屋駅周辺」

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：北村吉弘)に設置された「食」に関する調査・研究機関「ホットペッパーグルメリサーチセンター」(<http://grc.hotpepper.jp/>)では、東名阪の男女約9,000人を対象に毎月実施している「外食市場調査」について、2013年度の年間結果をとりまとめましたのでご報告いたします。

1. 外食 (夕方以降の外食=以下、外食と略記) 回数・市場規模 [P3]

- 3圏域計における13年4月～14年3月の年間の外食市場規模は3兆9,574億円と推計された。
- 圏域別の外食市場規模は、首都圏2兆3,980億円、関西圏1兆836億円、東海圏4,759億円と推計され、人口比が3.7：1.8：1に対し、外食市場規模は5：2.3：1という比率であった。
- ※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. 性年代別の外食実態 [P4]

- 性年代別には「30代・男性」が延べ回数シェアで13.9%、市場規模シェアで12.9%と最も高い。
- 業態別の性年代構成をみると「牛丼、カレー等、一品もの専売業態」は20～40代男性の割合が高く、「喫茶店・カフェでの軽食」は20～30代女性の割合が高い。「すし、割烹、料亭」は60代男女の割合が高い。

3. 外食タウンのポジショニング [P5-7]

首都圏	外食市場規模	関西圏	外食市場規模	東海圏	外食市場規模
1位 新宿・代々木	1,502億円	1位 梅田・大阪・北新地	1,660億円	1位 名古屋(JR・近鉄・名鉄名古屋)	544億円
2位 銀座・有楽町・日比谷	1,020億円	2位 四条(烏丸)・河原町(祇園四条)	635億円	2位 栄・久屋大通	489億円
3位 東京・大手町・日本橋	987億円	3位 本町・心斎橋・淀屋橋	598億円	3位 岐阜駅周辺	191億円

4. 中食 (夕方以降の中食=以下、中食と略記) 購入回数・市場規模 [P8]

- 3圏域計における13年4月～14年3月の年間の中食市場規模は1兆1,056億円と推計された。
- 圏域別の中食市場規模は、首都圏6,694億円、関西圏2,969億円、東海圏1,393億円と推計され、人口比が3.7：1.8：1に対し、中食市場規模は4.8：2.1：1という比率であった。
- ※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。

5. 性年代別の中食実態 [P9]

- 3圏域計において、性年代別の中食市場規模をみると、延べ回数シェアでは「30代・男性」が13.5%と最も高く、市場規模シェアでも13.3%と最も高い。「30代・男性」が外食・中食ともに牽引。

6. 中食購入タウンのポジショニング [P9-10]

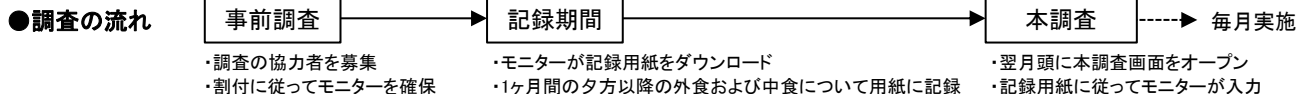
首都圏	中食市場規模	関西圏	中食市場規模	東海圏	中食市場規模
1位 池袋	199億円	1位 梅田・大阪・北新地	213億円	1位 名古屋(JR・近鉄・名鉄名古屋)	87億円
2位 新宿・代々木	177億円	2位 四条(烏丸)・河原町(祇園四条)	101億円	2位 栄・久屋大通	56億円
3位 東京・大手町・日本橋	133億円	3位 天王寺・大阪阿倍野橋・新今宮	87億円	3位 岐阜駅周辺	43億円

【本件に関するお問い合わせ先】
<https://www.recruit-lifestyle.co.jp/support/press/>

- **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、主要タウン別の市場規模や、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(県北の一部除外) ・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区分で割付をおこなって回収した。

- **集計方法** 本調査結果は、H22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、中食単位集計の場合、毎月の外食単位、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おこなっている。

● **サンプル数**

	2013年 4月度	2013年 5月度	2013年 6月度	2013年 7月度	2013年 8月度	2013年 9月度	2013年 10月度	2013年 11月度	2013年 12月度	2014年 1月度	2014年 2月度	2014年 3月度	
実施期間	13/5/1 ～5/8	13/5/31 ～6/10	13/7/1 ～7/9	13/8/1 ～8/8	13/9/2 ～9/9	13/10/1 ～10/7	13/11/1 ～11/7	13/12/2 ～12/8	14/1/6 ～1/13	14/1/31 ～2/6	14/2/28 ～3/6	14/4/1 ～4/7	
配信数(件)	12,286	13,333	13,348	13,391	12,158	12,394	12,411	12,503	12,438	12,819	13,352	13,322	
回収数(件)	9,627	10,110	10,157	9,941	9,276	9,383	9,350	9,336	9,114	9,648	10,294	9,871	
回収率	78.4%	75.8%	76.1%	74.2%	76.3%	75.7%	75.3%	74.7%	73.3%	75.3%	77.1%	74.1%	
有効回答数(件)	9,527	10,012	10,035	9,837	9,185	9,279	9,248	9,229	9,051	9,556	10,162	9,765	年間集計
個人単位集計数													
3圏域計(件)	9,527	10,012	10,035	9,837	9,185	9,279	9,248	9,229	9,051	9,556	10,162	9,765	9,574
首都圏(件)	5,382	5,656	5,669	5,557	5,188	5,242	5,224	5,213	5,113	5,398	5,740	5,516	5,408
関西圏(件)	2,688	2,825	2,831	2,775	2,591	2,618	2,609	2,604	2,554	2,696	2,867	2,755	2,701
東海圏(件)	1,457	1,532	1,535	1,505	1,405	1,419	1,415	1,412	1,385	1,462	1,555	1,494	1,465

※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「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、複数回外食した場合、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

- ・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おこなった夕食や中食(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)でおこな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 ・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

●タウンの設定

- ・各圏域毎に乗降者数の多いコア駅(概ね首都圏：15万人以上、関西圏10万人以上、東海圏：7万人以上※)を設定し、コア駅を中心として、東京都山手線内は半径1km、その他の都心部(東京都区部、横浜市・川崎市、大阪市、神戸市、京都市、名古屋市)は半径2km、周辺部は半径4kmの範囲に含まれる駅を合わせて、1つのタウンとして設定した。※首都圏・関西圏は「駅別乗降者数総覧」11より2008年度のデータ。東海圏は2012年1月調べ。
- ・複数の円が重なる位置にある駅や、円のごく周辺にある駅は、より関係性が強いコア駅のタウンに振り分けており、各タウンの範囲は重複しない。
- ・首都圏：70タウン、関西圏：25タウン、東海圏：11タウンが設定された。

【首都圏】

●半径1kmのタウン	●半径2kmのタウン(続き)	●半径4kmのタウン	●半径4kmのタウン(続き)	●半径4kmのタウン
1 新宿・代々木 2 渋谷・原宿・表参道 3 恵比寿・中目黒・目黒 4 品川・田町・三田・泉岳寺 5 大崎・五反田 6 新橋・浜松町・大門 7 銀座・有楽町・日比谷 8 東京・大手町・日本橋 9 神田・秋葉原・神保町 10 上野・御徒町 11 日暮里・西日暮里 12 巣鴨(駒込) 13 池袋 14 高田馬場 15 飯田橋・水道橋・九段下 16 四ツ谷・市ヶ谷 17 六本木・青山一丁目	23 綾瀬(亀有) 24 京成高砂 25 王子・赤羽 26 小竹向原 27 練馬 28 中野(高円寺・東中野) 29 荻窪(阿佐ヶ谷・西荻窪) 37 下北沢・代々木上原 38 大井町・大森 39 蒲田 40 横浜駅周辺 41 関内(桜木町・みなとみらい) 42 川崎駅周辺 43 鶴見 44 新横浜・菊名 45 日吉 46 武蔵小杉 47 溝の口(二子玉川) 48 あざみ野 49 上大岡 50 戸塚 51 登戸 52 長津田	30 吉祥寺・三鷹・武蔵境(東小金井) 31 国分寺(武蔵小金井・西国分寺) 32 分府河原(府中・聖蹟桜ヶ丘) 33 多摩センター 34 立川駅周辺 35 八王子駅周辺 36 町田駅周辺 51 湘南台 53 中央林間・大和 55 橋本 56 藤沢(江の島) 57 海老名駅周辺 58 大船 59 市川・本八幡 60 船橋・西船橋 61 津田沼・新津田沼 62 千葉・京成千葉 63 松戸(金町) 64 柏駅周辺 65 大宮 66 浦和 67 川口駅周辺 68 北朝霞・朝霞台	69 南越谷・新越谷 70 川越駅周辺 【関西圏】 ●半径2kmのタウン 1 梅田・大阪・北新地 2 なんば・大阪難波・日本橋 3 天王寺・大阪阿倍野橋・新今宮 4 京橋・天満橋 5 鶴橋・大阪上本町・谷町九丁目 6 本町・心斎橋・淀屋橋 7 新大阪 8 なかもず・中百舌鳥 9 天下茶屋 13 弁天町 17 三ノ宮(三宮)・元町 18 神戸(ハーバーランド) 19 新長田 22 京都駅周辺 23 四条(烏丸)・河原町(祇園四条) 24 山科 25 丹波橋	10 高槻駅周辺 11 茨木駅周辺 12 千里中央 14 川西能勢口 15 宝塚駅周辺 20 明石(西明石) 21 姫路駅周辺 【東海圏】 ●半径2kmのタウン 1 名古屋(JR・近鉄・名鉄名古屋) 2 金山 3 神宮前 4 栄・久屋大通 5 千種・今池 6 上前津・鶴舞・御器所 7 大曽根 8 東枇杷島・小上田井・須ヶ口 9 本山 ●半径4kmのタウン 10 岐阜駅周辺 11 四日市駅周辺

1. 外食回数・市場規模

- 3圏域計における13年4月～14年3月の年間の延べ外食回数は16億7,028万回、外食市場規模は3兆9,574億円と推計された。
- 圏域別の延べ外食回数は、首都圏9億9,922万回、関西圏4億4,815万回、東海圏2億2,291万回と推計され、人口比が3.7 : 1.8 : 1に対し、延べ外食回数は4.5 : 2 : 1という比率であった。
- 圏域別の外食市場規模は、首都圏2兆3,980億円、関西圏1兆836億円、東海圏4,759億円と推計され、人口比が3.7 : 1.8 : 1に対し、外食市場規模は5 : 2.3 : 1という比率であった。

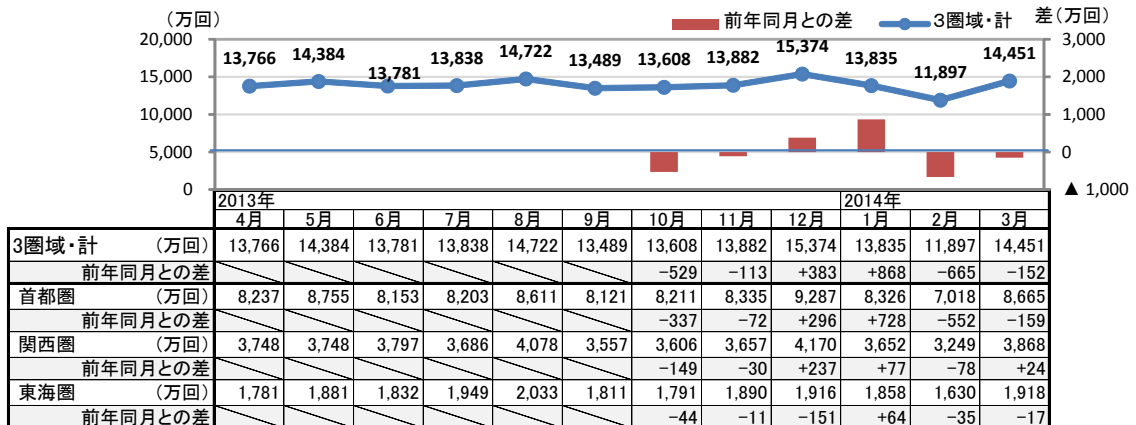
■年間の延べ外食回数、外食市場規模＜推計値＞

	H22国勢調査	調査結果			推計結果	
		個人単位集計		外食単位集計		
		人口 (万人) <A>	1ヶ月あたりの 外食実施率 (%) 	1ヶ月あたりの 実施者の外食頻度 (回/月) <C>	外食単価 (円/回) <D>	延べ外食回数 (万回) A*B*C*12=<E>
3圏域計 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 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 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 年間	653 万人	76.7 %	3.71 回/月	2,135 円	22,291 万回	4,759 億円

※年間の外食市場規模の推計結果は、有効桁数の関係で、月別の積み上げと完全には一致しない

■延べ外食回数の月推移＜推計値＞

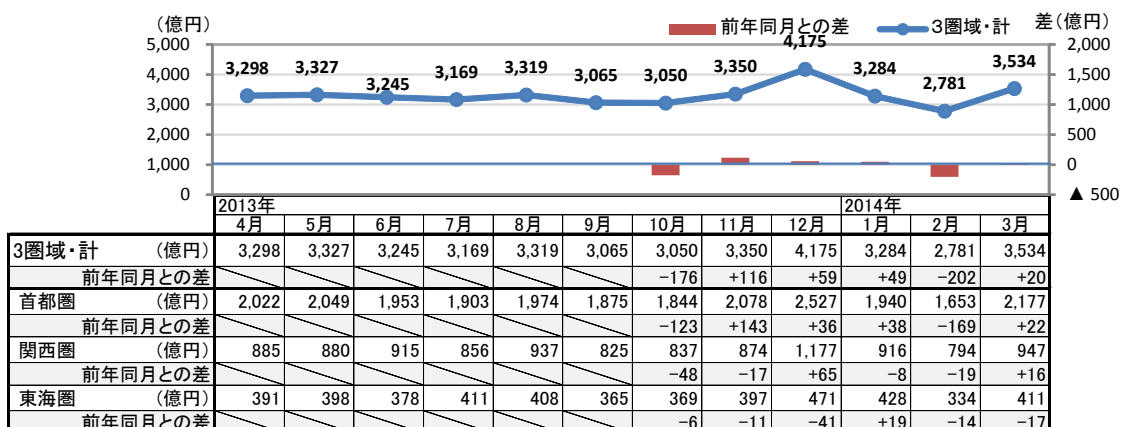
※延べ外食回数は、人口×外食実施率×外食実施者の平均外食頻度で算出
※人口は各圏域に含まれる市区町村の対象年代の平成22年国勢調査人口を使用



※前年同月のデータがあるのは2012年10月以降

■外食市場規模の月推移＜推計値＞

※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×外食単価で算出
※人口は各圏域に含まれる市区町村の対象年代の平成22年国勢調査人口を使用

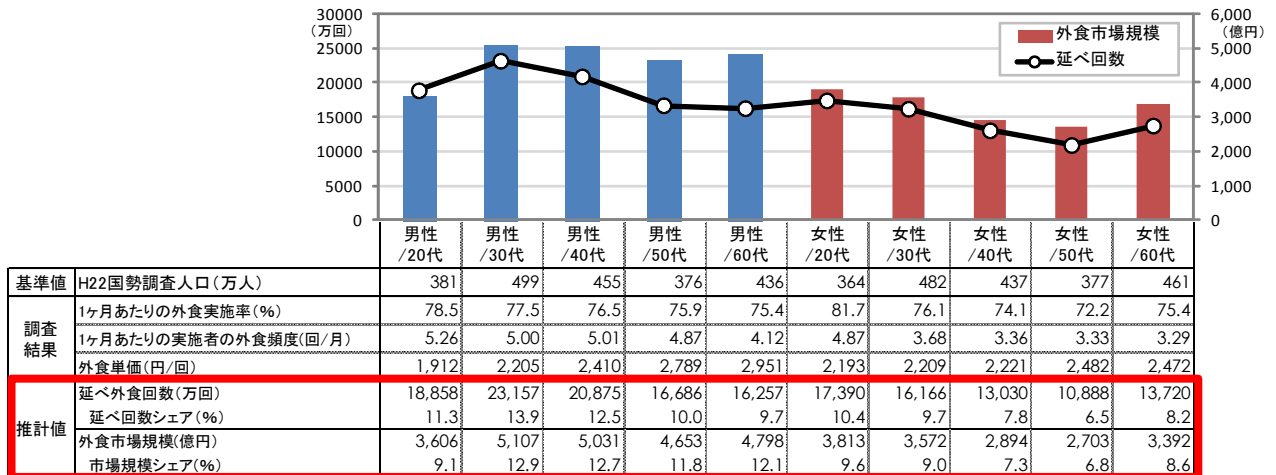


※前年同月のデータがあるのは2012年10月以降

2. 性年代別の外食実態

- 3圏域計において、性年代別には「30代・男性」が延べ回数シェアで13.9%と最も高く、市場規模シェアでも12.9%と最も高い。
- 「牛丼、カレー等、一品もの専売業態」は20～40代男性の割合が高く、「喫茶店・カフェでの軽食」は20～30代女性の割合が高い。「すし、割烹、料亭」は60代男女の割合が高い。
- 3圏域計において、業態別には「居酒屋」が延べ回数シェアで18.8%、市場規模シェアで26.6%を占める。

■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＞



※各性年代の人口に、1ヶ月あたりの外食実施率と1ヶ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。

■外食者の業態別性年代構成【3圏域計】(外食単位ベース/単一回答)

		(件数・回※補正後)	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
3圏域計(年間計)		374,326	11.3	13.9	12.5	10.0	9.7	10.4	9.7	7.8	6.5	8.2
外食した店の業態別(年間計)	レストラン(ファミリーレストラン以外)・食堂	31,612	15.1	15.1	11.0	8.2	8.0	11.7	8.9	6.9	6.0	9.1
	ビストロ、ダイニング、創作料理	11,440	10.1	12.5	8.5	7.2	7.5	14.2	13.0	8.8	8.6	9.7
	各国料理(和食・中華・洋食、イタリアン・フレンチ、韓国、アジア他)	47,472	7.8	10.1	10.1	9.2	10.6	10.8	10.8	9.2	9.5	11.9
	焼肉、お好み焼き、鉄板焼き、すき焼き・しゃぶしゃぶ、鍋等の専門店	29,612	10.4	13.0	11.2	9.1	8.8	11.3	11.4	9.4	7.2	8.3
	すし、割烹、料亭	18,720	7.3	10.2	10.1	10.7	15.0	7.6	8.9	7.4	8.8	14.1
	ファミリーレストラン、回転すし、ステーキハウス等	50,801	7.8	11.4	10.8	8.0	9.6	8.8	12.6	11.3	7.9	11.7
	ラーメン、そば、うどん店など	38,314	14.7	18.1	14.7	9.2	7.1	8.2	9.2	7.1	5.3	6.4
	その他の食事を主体とする業態の店	9,635	10.6	13.9	12.8	11.6	12.9	8.4	7.0	6.7	6.0	10.1
	居酒屋、バー、ワインバー、ビアホール、パブ	70,230	11.9	14.8	14.2	12.8	11.6	11.9	7.7	6.0	4.9	4.1
	スナック、カラオケ、クラブ、キャバレー	4,147	8.5	12.4	16.3	16.6	20.4	7.5	4.8	4.9	3.8	4.8
	その他の飲酒を主体とする業態の店	2,402	8.2	9.9	12.5	15.9	19.7	6.7	8.2	6.8	4.7	7.6
	ファストフード(ハンバーガー、サンドイッチ等)	10,886	16.5	17.6	11.8	6.0	2.7	14.9	12.7	8.1	5.0	4.7
	牛丼、カレー等、一品もの専売業態	19,257	20.6	24.0	21.1	11.8	5.3	4.6	4.8	3.7	2.0	2.1
	立食のラーメン、うどん・そば業態	3,132	16.8	20.1	21.9	16.0	6.2	4.8	5.0	4.2	2.6	2.4
	喫茶店・カフェでの軽食	7,190	9.3	8.0	6.3	3.3	4.1	24.9	16.5	10.7	8.2	8.7
	その他の軽食を主体とする業態の店	3,290	11.6	13.1	9.3	6.5	5.7	14.3	13.5	9.8	9.0	7.1
その他	ホテルや各種会場(披露宴・セレモニー等)	6,487	6.6	10.6	11.4	14.0	16.9	9.5	6.7	5.7	6.9	11.5
	旅行・出張先のホテルや旅館	2,441	7.3	9.8	9.5	8.4	14.2	9.4	10.1	7.1	10.6	13.6
	その他	7,260	9.8	12.0	16.9	15.5	11.9	9.3	7.6	6.2	4.7	6.2

※3圏域計より5ポイント以上高い項目

※3圏域計より5ポイント以上低い項目

《参考》■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＞

	食事主体							飲酒主体			軽食主体					その他				
	レストラン・食堂	ビストロ、創作料理	各国料理	店焼肉、鍋等の専門	すし、割烹、料亭	ファミリレストラン、回転すし等	うどん・そば、うどん店など	その他の食事主体	居酒屋、バー、ビアホール、パブ	ケスナック、カラオケ、クラブ	その他の飲酒主体	ファストフード	専売業態	牛丼等、一品もの	立食ラーメン、うどん・そば業態	の喫茶店・カフェでの軽食	その他の軽食主体	ホテルや各種会場	旅行・出張先のホテルや旅館	その他
外食単価(円/回)	1,895	3,648	2,829	3,330	3,893	1,389	975	1,630	3,361	5,163	3,311	704	600	681	969	945	5,913	5,069	1,302	
延べ回数シェア(%)	8.4	3.1	12.7	7.9	5.0	13.6	10.2	2.6	18.8	1.1	0.6	2.9	5.1	0.8	1.9	0.9	1.7	0.7	1.9	
市場規模シェア(%)	6.7	4.7	15.1	11.1	8.2	7.9	4.2	1.8	26.6	2.4	0.9	0.9	1.3	0.2	0.8	0.4	4.3	1.4	1.1	

※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。

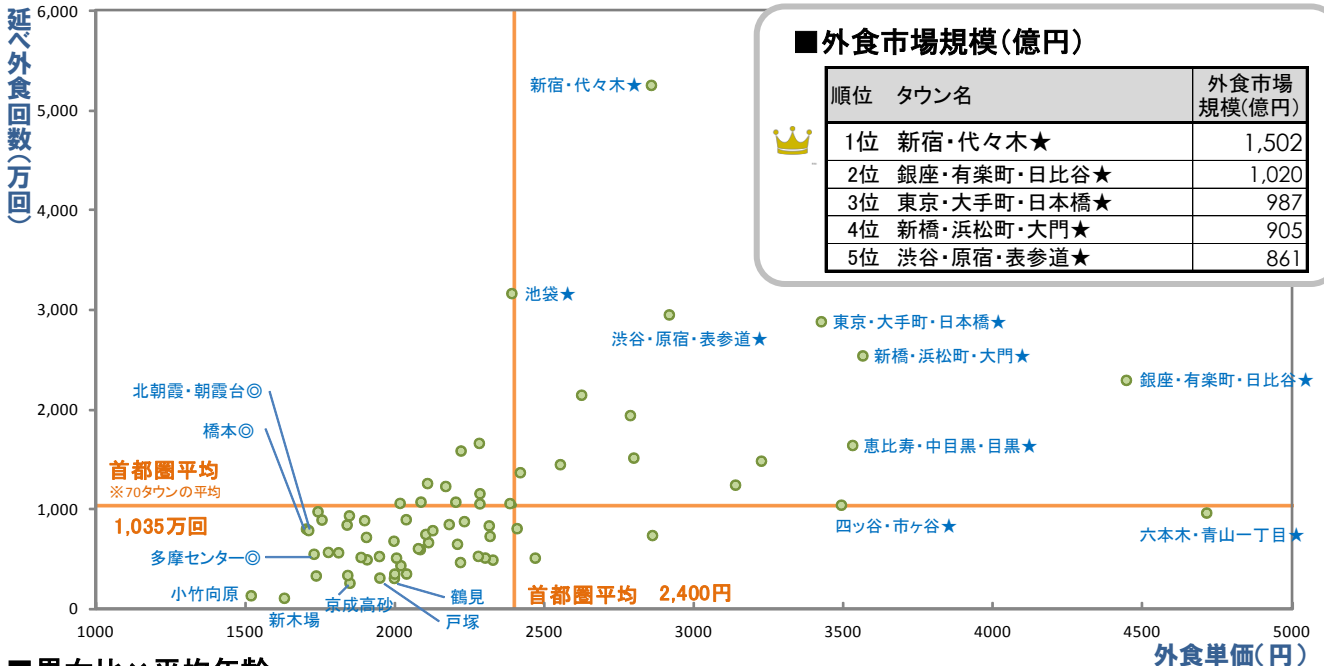
3-1. 外食タウンのポジショニング【首都圏】

- 首都圏における外食市場規模の大きいタウン上位は、**1位「新宿」、2位「銀座」、3位「東京」、4位「新橋」、5位「渋谷」**であった。

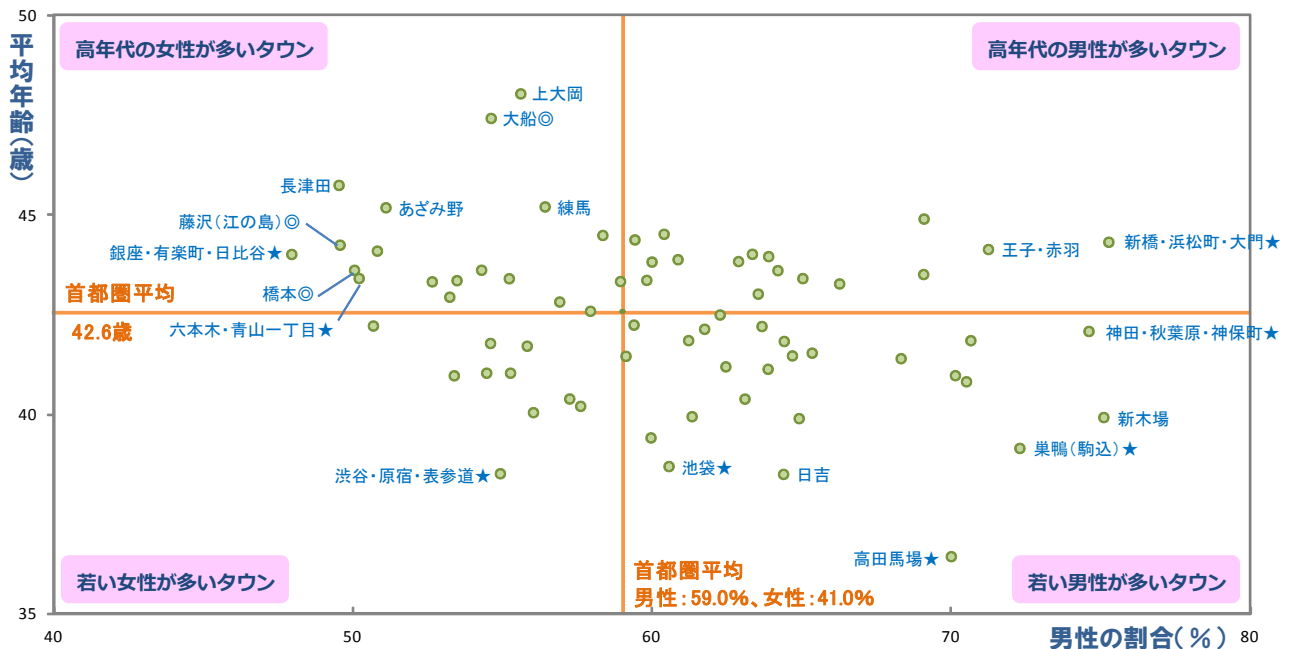
※コメント中のタウン名は略記

■外食単価×延べ外食回数

※首都圏:70タウンを対象にしている ※タウンの設定はP2参照
※★:半径1kmのタウン、無印:半径2kmのタウン、◎:半径4kmのタウン



■男女比×平均年齢



■外食の相手

(各タウンの外食回数ベース)

●職場・学校仲間関係比率の高いタウン

順位	タウン名	割合(%)
1位	四ッ谷・市ヶ谷★	34.6
2位	新橋・浜松町・大門★	34.2
3位	品川・田町・三田・泉岳寺★	33.5

●おひとりさま比率の高いタウン

順位	タウン名	割合(%)
1位	巣鴨(駒込)★	42.1
2位	荻窪(阿佐ヶ谷・西荻窪)	37.6
3位	武蔵小杉	36.8

●家族関係比率の高いタウン

順位	タウン名	割合(%)
1位	長津田	60.9
2位	あざみ野	59.7
3位	南越谷・新越谷◎	53.7

●カップル比率の高いタウン

順位	タウン名	割合(%)
1位	池袋★	13.2
2位	恵比寿・中目黒・目黒★	12.5
3位	関内(桜木町・みなとみらい)	12.4

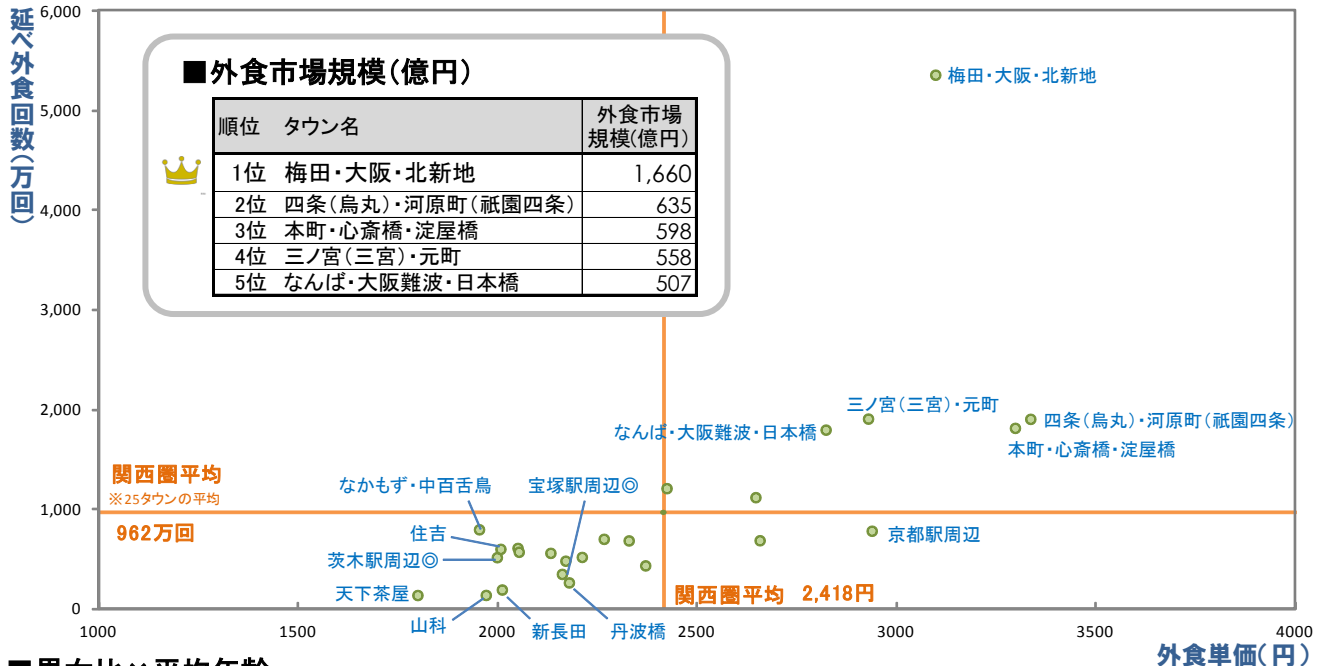
3-2. 外食タウンのポジショニング【関西圏】

- 関西圏における外食市場規模の大きいタウン上位は、**1位「梅田・大阪」**、**2位「四条・河原町(京都府)」**、**3位「本町」**、**4位「三ノ宮(兵庫県)」**、**5位「なんば」**であった。

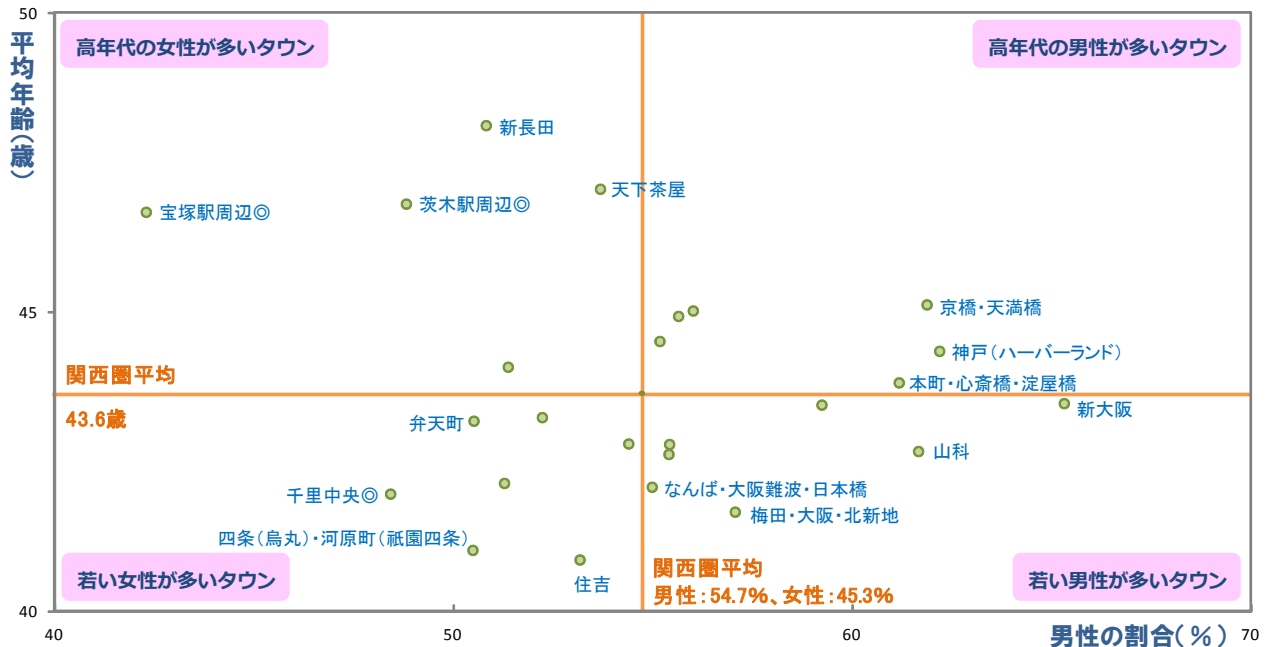
※コメント中のタウン名は略記、県名のないタウンは大阪府

■外食単価×延べ外食回数

※関西圏:25タウンを対象にしている ※タウンの設定はP2参照
※無印:半径2kmのタウン、◎:半径4kmのタウン



■男女比×平均年齢



■外食の相手

(各タウンの外食回数ベース)

●職場・学校仲間関係比率の高いタウン

順位	タウン名	割合(%)
1位	本町・心斎橋・淀屋橋	28.6
2位	新大阪	23.6
3位	京橋・天満橋	19.2

●おひとりさま比率の高いタウン

順位	タウン名	割合(%)
1位	天下茶屋	33.9
2位	茨木駅周辺◎	26.9
3位	山科	24.7

●家族関係比率の高いタウン

順位	タウン名	割合(%)
1位	宝塚駅周辺◎	60.2
2位	高槻駅周辺◎	50.5
3位	なかもず・中百舌鳥	50.3

●カップル比率の高いタウン

順位	タウン名	割合(%)
1位	なんば・大阪難波・日本橋	12.2
2位	梅田・大阪・北新地	11.9
3位	京都駅周辺	11.6

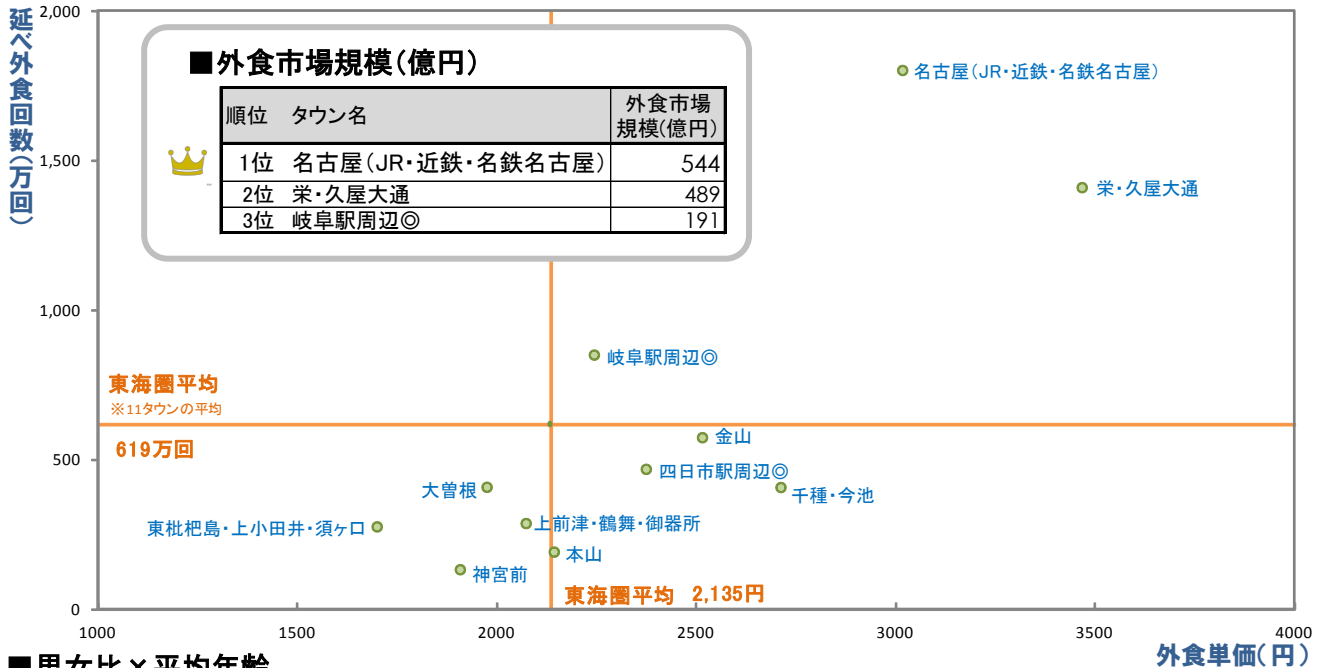
3-3. 外食タウンのポジショニング【東海圏】

- 東海圏における外食市場規模の大きいタウン上位は、**1位「名古屋」、2位「栄」、3位「岐阜駅周辺（岐阜県）」**であった。

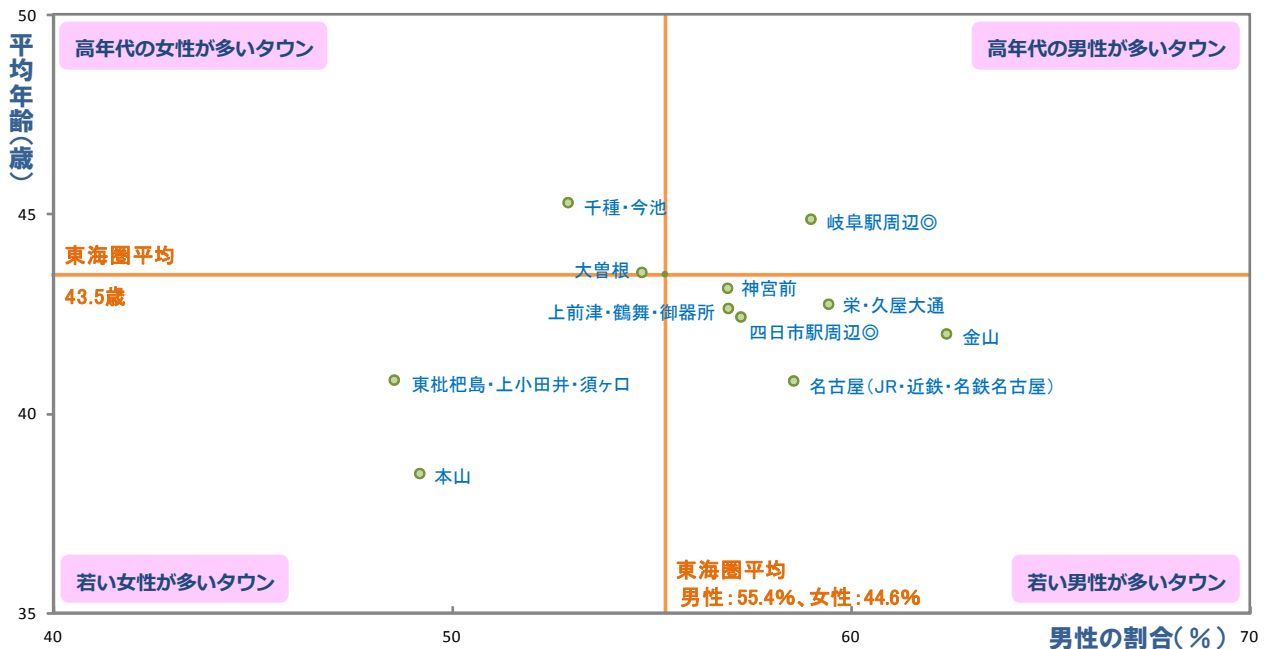
※コメント中のタウン名は略記、県名のないタウンは愛知県

■外食単価×延べ外食回数

※東海圏: 11タウンを対象にしている ※タウンの設定はP2参照
※無印: 半径2kmのタウン、◎: 半径4kmのタウン



■男女比×平均年齢



■外食の相手

(各タウンの外食回数ベース)

●職場・学校仲間関係比率の高いタウン

順位	タウン名	割合(%)
1位	栄・久屋大通	25.7
2位	名古屋(JR・近鉄・名鉄名古屋)	21.0
3位	金山	19.5

●おひとりさま比率の高いタウン

順位	タウン名	割合(%)
1位	本山	18.9
2位	上前津・鶴舞・御器所	18.5
3位	金山	16.6

●家族関係比率の高いタウン

順位	タウン名	割合(%)
1位	東枇杷島・上小田井・須ヶ口	54.9
2位	大曽根	47.7
3位	四日市駅周辺◎	43.6

●カップル比率の高いタウン

順位	タウン名	割合(%)
1位	東枇杷島・上小田井・須ヶ口	12.9
2位	神宮前	12.1
3位	千種・今池	11.5

4. 中食購入回数・市場規模

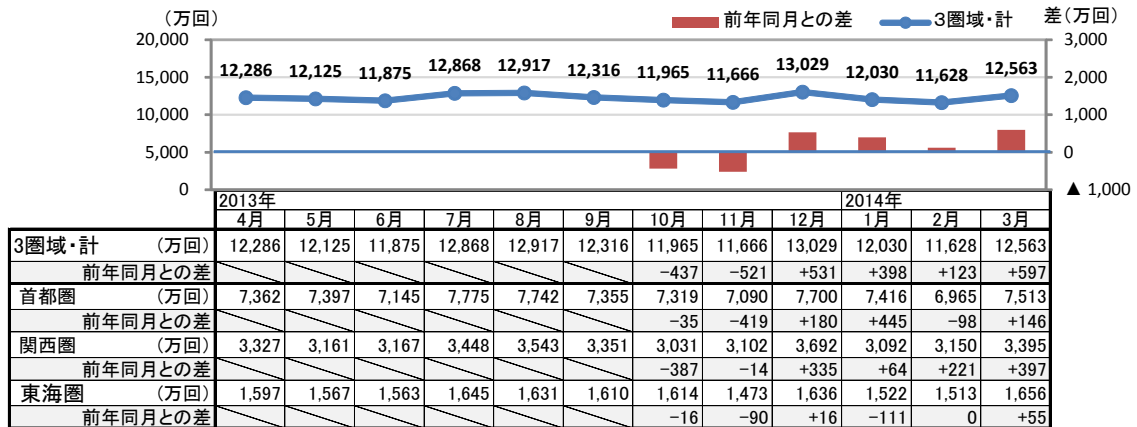
- 3圏域計における13年4月～14年3月の年間の延べ中食購入回数は14億7,266万回、中食市場規模は1兆1,056億円と推計された。
- 圏域別の延べ中食購入回数は、首都圏8億8,780万回、関西圏3億9,460万回、東海圏1億9,027万回と推計され、人口比が3.7 : 1.8 : 1に対し、延べ中食購入回数は4.7 : 2.1 : 1という比率であった。
- 圏域別の中食市場規模は、首都圏6,694億円、関西圏2,969億円、東海圏1,393億円と推計され、人口比が3.7 : 1.8 : 1に対し、中食市場規模は4.8 : 2.1 : 1という比率であった。

■年間の延べ中食購入回数、中食市場規模＜推計値＞

	H22国勢調査	調査結果			推計結果	
		個人単位集計		中食単位集計		
		人口 (万人)	1ヶ月あたりの 中食実施率 (%)	1ヶ月あたりの 実施者の中食購入 頻度(回/月)	中食単価 (円/回)	延べ中食購入回数 (万回)
	<A>		<C>	<D>	$A*B*C*12=<E>$	$D*E=<F>$
3圏域計 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 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 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 年間	653 万人	59.8 %	4.06 回/月	732 円	19,027 万回	1,393 億円

■延べ中食購入回数の月推移＜推計値＞

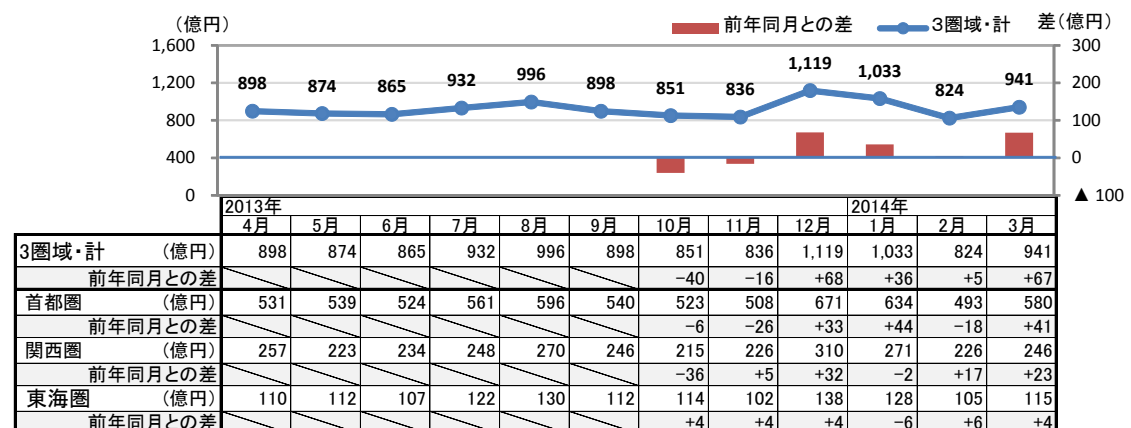
※人口×中食実施率×中食実施者の平均中食購入頻度で算出
※人口は各圏域に含まれる市区町村の対象年代の平成22年国勢調査人口を使用



※前年同月のデータがあるのは2012年10月以降

■中食市場規模の月推移＜推計値＞

※人口×中食実施率×中食実施者の平均中食購入頻度×中食単価で算出
※人口は各圏域に含まれる市区町村の対象年代の平成22年国勢調査人口を使用

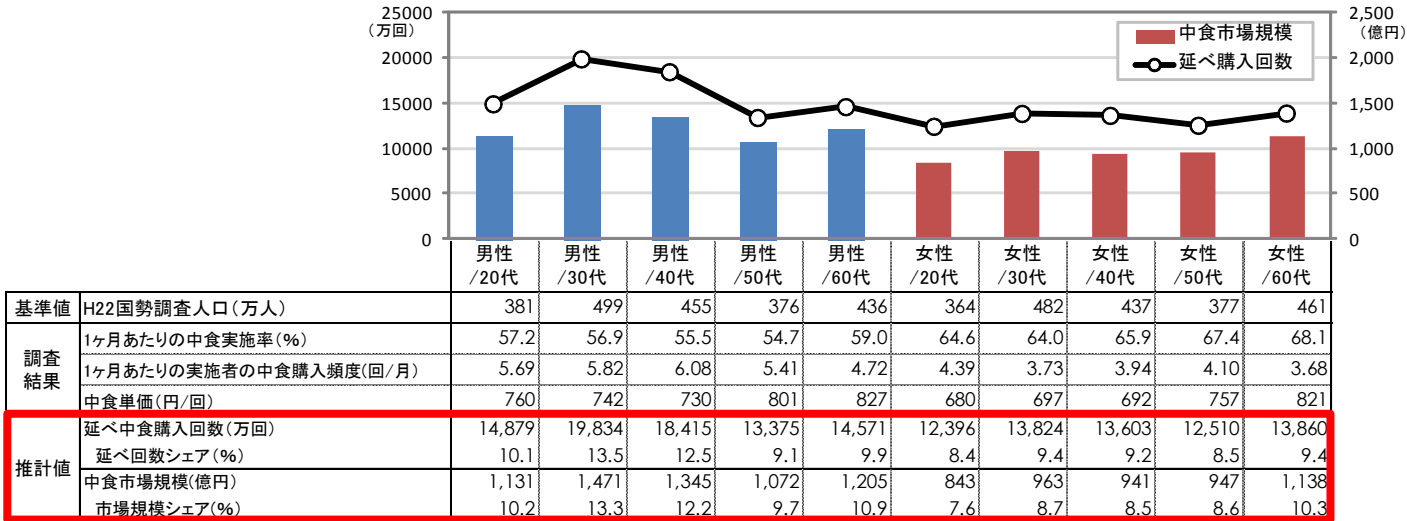


※前年同月のデータがあるのは2012年10月以降

5. 性年代別の中食実態

- 3圏域計において、性年代別に中食市場規模をみると、延べ回数シェアでは「**30代・男性**」が**13.5%**と最も高く、**市場規模シェアでも13.3%**と最も高い。「30代・男性」が外食・中食ともに市場を牽引。

■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＞



※各性年代の人口に、1ヶ月あたりの中食実施率と1ヶ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購入回数を推計。
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。

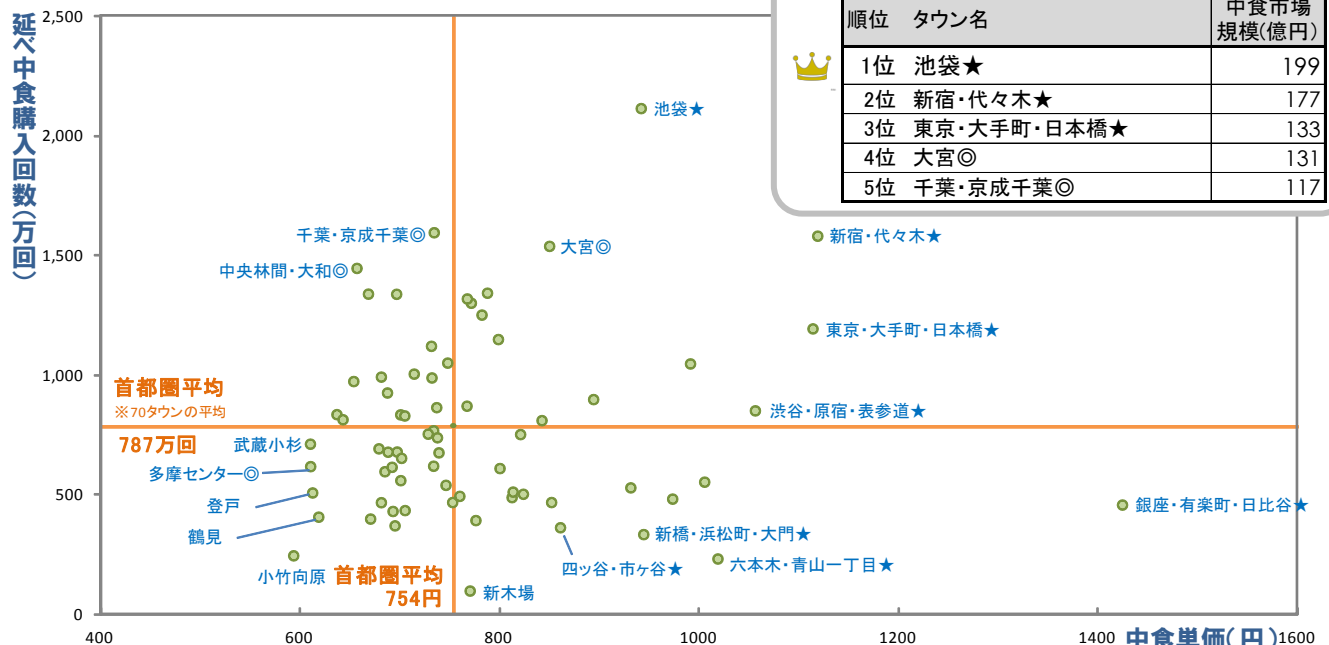
6-1. 中食購入タウンのポジショニング【首都圏】

- 首都圏における中食市場規模の大きいタウン上位は、**1位「池袋」**、**2位「新宿」**、**3位「東京」**、**4位「大宮（埼玉県）」**、**5位「千葉（千葉県）」**であった。

※コメント中のタウン名は略記、県名のないタウンは東京都

※首都圏:70タウンを対象にしている ※タウンの設定はP2参照
※★:半径1kmのタウン、無印:半径2kmのタウン、◎:半径4kmのタウン

■中食単価×延べ中食購入回数



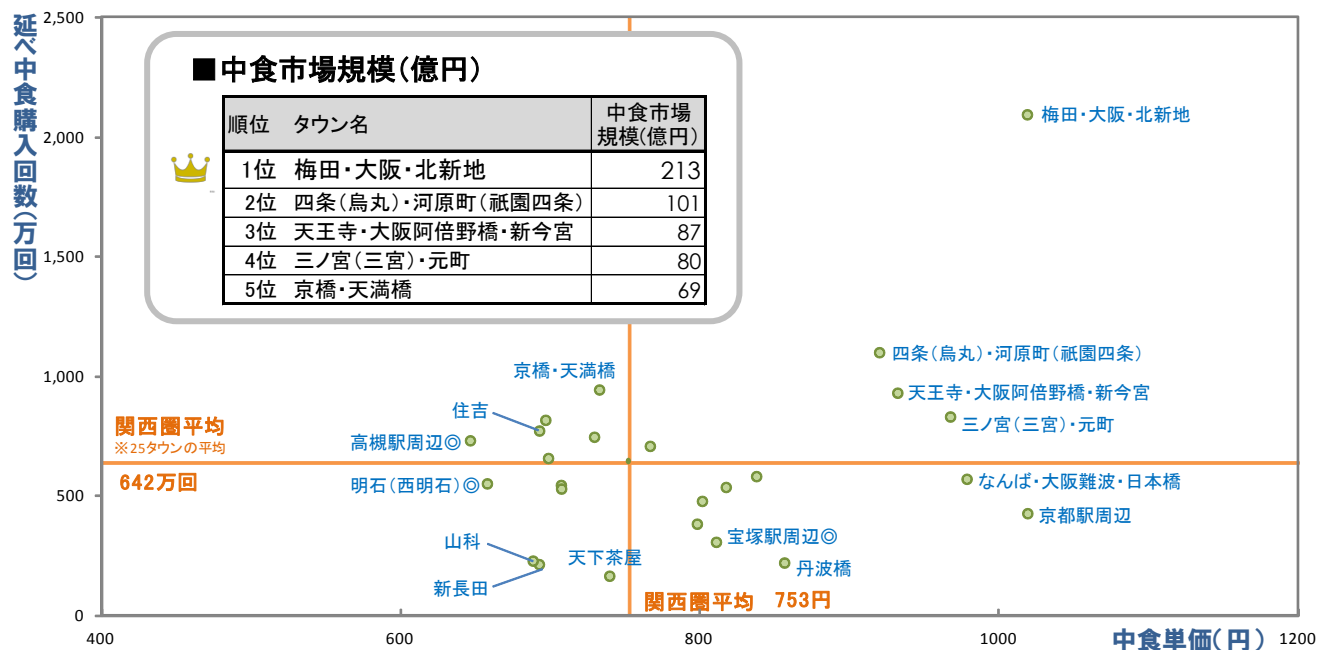
6-2. 中食購入タウンのポジショニング【関西圏】

● 関西圏における中食市場規模の大きいタウン上位は、**1位「梅田・大阪」、2位「四条・河原町（京都府）」、3位「天王寺」、4位「三ノ宮（兵庫県）」、5位「京橋」**であった。

※コメント中のタウン名は略記、県名のないタウンは大阪府

※関西圏: 25タウンを対象にしている ※タウンの設定はP2参照
※無印: 半径2kmのタウン、◎: 半径4kmのタウン

■中食単価×延べ中食購入回数



6-3. 中食購入タウンのポジショニング【東海圏】

● 東海圏における中食市場規模の大きいタウン上位は、**1位「名古屋」、2位「栄」、3位「岐阜駅周辺（岐阜県）」**であった。

※コメント中のタウン名は略記、県名のないタウンは愛知県

※東海圏: 11タウンを対象にしている ※タウンの設定はP2参照
※無印: 半径2kmのタウン、◎: 半径4kmのタウン

■中食単価×延べ中食購入回数

