

2019年度外食&中食動向（2019年4月～2020年3月：東名阪夕食）

外食市場は3兆9208億円（前年度比 -5.2%）、中食市場は1兆2285億円（同+0.8%）

外食市場は消費税増税と新型コロナウイルスで2段階の失速

飲食店のインターネット予約率は2年前に比べ2.8pt増え10.1%に

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/>)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、2019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圏域計における19年4月～20年3月の年間の外食市場規模は前年度比 -5.2%（3兆9208億円）と推計された。
- 外食単価は前年並みであったが、外食実施率・外食頻度ともに減少した結果、市場規模は縮小した。
※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]

- 3圏域計において、性年代別には「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が最も減った性年代は「女性/60歳代」（-10.1%）、外食市場規模が減った性年代は「女性/60歳代」（-8.4%）、「男性/60歳代」（-7.6%）等。

3. 業態別の外食実態 [P5]

- 業態別の延べ外食回数シェアは「居酒屋」が16.1%で最大、外食市場規模では22.1%を占める。
- その他の業態を除くと「立食麺類」や「カラオケボックス」の市場規模の減少率が大きい。

4. 経年分析 インターネット予約率 [P6]

- 外食する店を事前に予約する割合は27.1%、そのうちインターネット予約率は10.1%で年々増加。
- 業態別では「フレンチ・イタリアン料理店」でインターネット予約率が21.5%と高く、圏域別では「関西圏」においてインターネット予約率が10.9%と3圏域中では最も高い。

【中食】

5. 中食の回数・市場規模 [P7]

- 3圏域計における19年4月～20年3月の年間の中食市場規模は前年度比 +0.8%（1兆2285億円）と推計された。
- 中食実施率は微減、中食購入頻度と中食単価は微増の結果、延べ中食購入回数および市場規模は前年並み。
※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減った性年代は「男性/30歳代」（-5.5%）。

【本件に関するお問い合わせ先】

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

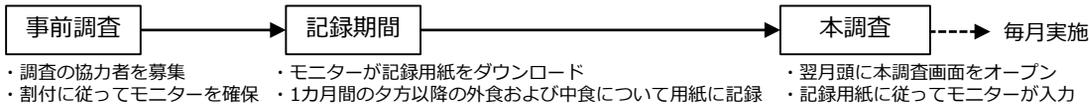
調査概要

- **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、性年代別の外食・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） ・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区分で割付を行って回収した。

- **集計方法** 本調査結果は、H29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。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H28人口推計→H29人口推計の増減率をあてて計算。

※2018年度の基準人口：H28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：-1.3%、東海圏：-0.9%

● サンプル数

		2019年	2019年	2019年	2019年	2019年	2019年	2019年	2019年	2019年	2020年	2020年	2020年								
		4月度	5月度	6月度	7月度	8月度	9月度	10月度	11月度	12月度	1月度	2月度	3月度	2019年	2018年	2017年	2016年	2015年	2014年	2013年	
本調査	実施期間	19/5/7 ～5/14	19/5/31 ～6/7	19/7/1 ～7/9	19/8/1 ～8/8	19/9/2 ～9/10	19/10/1 ～10/8	19/11/1 ～11/8	19/12/2 ～12/10	20/1/6 ～1/15	20/1/31 ～2/10	20/3/2 ～3/10	20/4/1 ～4/7								
	配信数(件)	13,094	17,090	13,136	12,105	12,939	12,791	13,022	13,120	13,026	12,320	12,904	12,797								
	回収数(件)	9,551	9,549	10,176	9,030	10,455	10,097	10,071	10,346	10,502	10,085	10,653	10,334								
	回収率	72.9%	55.9%	77.5%	74.6%	80.8%	78.9%	77.3%	78.9%	80.6%	81.9%	82.6%	80.8%								
集計数	有効回答数(件)	9,487	9,483	10,118	8,964	10,378	10,029	9,995	10,254	10,422	10,019	10,553	10,210	9,993	10,072	10,087	10,215	10,140	9,884	9,574	
	個人単位	3圏域計(件)	9,487	9,483	10,118	8,964	10,378	10,029	9,995	10,254	10,422	10,019	10,553	10,210	9,993	10,072	10,087	10,215	10,140	9,884	9,574
	居住圏	首都圏(件)	5,430	5,427	5,791	5,130	5,940	5,740	5,720	5,869	5,965	5,734	6,040	5,843	5,719	5,749	5,743	5,804	5,750	5,598	5,408
	単域	関西圏(件)	2,608	2,607	2,781	2,464	2,853	2,757	2,748	2,819	2,865	2,754	2,901	2,807	2,747	2,782	2,800	2,847	2,839	2,776	2,701
	消費圏	東海圏(件)	1,450	1,449	1,546	1,370	1,586	1,532	1,527	1,567	1,592	1,531	1,612	1,560	1,527	1,541	1,545	1,563	1,551	1,510	1,465
	外食単位	3圏域計(件)	30,376	30,571	32,032	28,826	34,920	31,606	30,195	33,041	34,456	29,713	30,197	22,495	368,429	388,371	384,715	381,121	387,012	380,650	374,326
	消費圏	首都圏(件)	18,179	18,420	19,404	17,466	20,871	18,796	18,270	20,176	20,660	17,514	18,129	13,326	221,211	232,913	230,604	228,273	232,225	230,343	223,920
	単域	関西圏(件)	8,178	7,913	8,318	7,573	9,229	8,347	7,880	8,394	9,159	8,182	7,779	6,085	97,038	102,948	102,066	101,431	103,381	99,624	100,434
	消費圏	東海圏(件)	4,019	4,238	4,311	3,786	4,820	4,463	4,045	4,471	4,637	4,017	4,289	3,084	50,180	52,510	52,044	51,417	51,406	50,684	49,970
	中食単位	3圏域計(件)	29,615	29,589	30,947	28,077	33,163	31,474	31,420	30,638	33,888	31,182	31,138	33,871	375,002	376,341	360,913	352,926	352,897	342,204	330,231
	消費圏	首都圏(件)	18,215	17,921	18,586	17,317	20,732	19,379	19,212	18,939	20,208	18,758	19,000	21,090	229,358	229,145	218,842	212,410	213,219	208,007	199,094
	単域	関西圏(件)	7,760	7,750	8,314	7,006	8,271	7,996	8,043	7,463	9,257	8,304	7,758	8,279	96,201	98,650	94,876	93,334	92,924	90,003	88,458
	消費圏	東海圏(件)	3,640	3,918	4,048	3,754	4,160	4,099	4,165	4,236	4,423	4,119	4,379	4,501	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

※外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「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。
- ・2019年4月度より「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」に加えた。

● 本調査での「中食」は、夕方以降の食事について、外で買って来たものを食べた、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外食や中食（ただし購入した場所）を対象としており、圏域外（圏域外の都府県や海外）で行った外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

1. 外食の回数・市場規模

- 3圏域計における19年4月～20年3月の年間の延べ外食回数は前年度比 - 5.1% (15億1649万回)、外食市場規模は前年度比 - 5.2% (3兆9208億円) と推計された。
- 外食単価は前年度並みであったが、外食実施率・外食頻度ともに減少した結果、延べ回数が減少、市場規模は縮小した。
- 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 - 5.6%)。
- 外食市場規模の月別累計を見ると、消費税増税の10月以降、2月まで前年度比-2%程度で推移、3月に新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、一気に前年度比-5.2%まで落ち込んだ。

■年間の延べ外食回数、外食市場規模<推計値>

	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)	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)	外食単価(円/回)					前年度比
<A>		<C>	<D>	A*B*C*12=<E>		D*E=<F>				
3圏域計	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	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	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	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	100.4%	101.0%	99.7%	100.0%	99.8%	99.5%	98.8%	98.8%	98.2%	98.4%	98.3%	94.8%

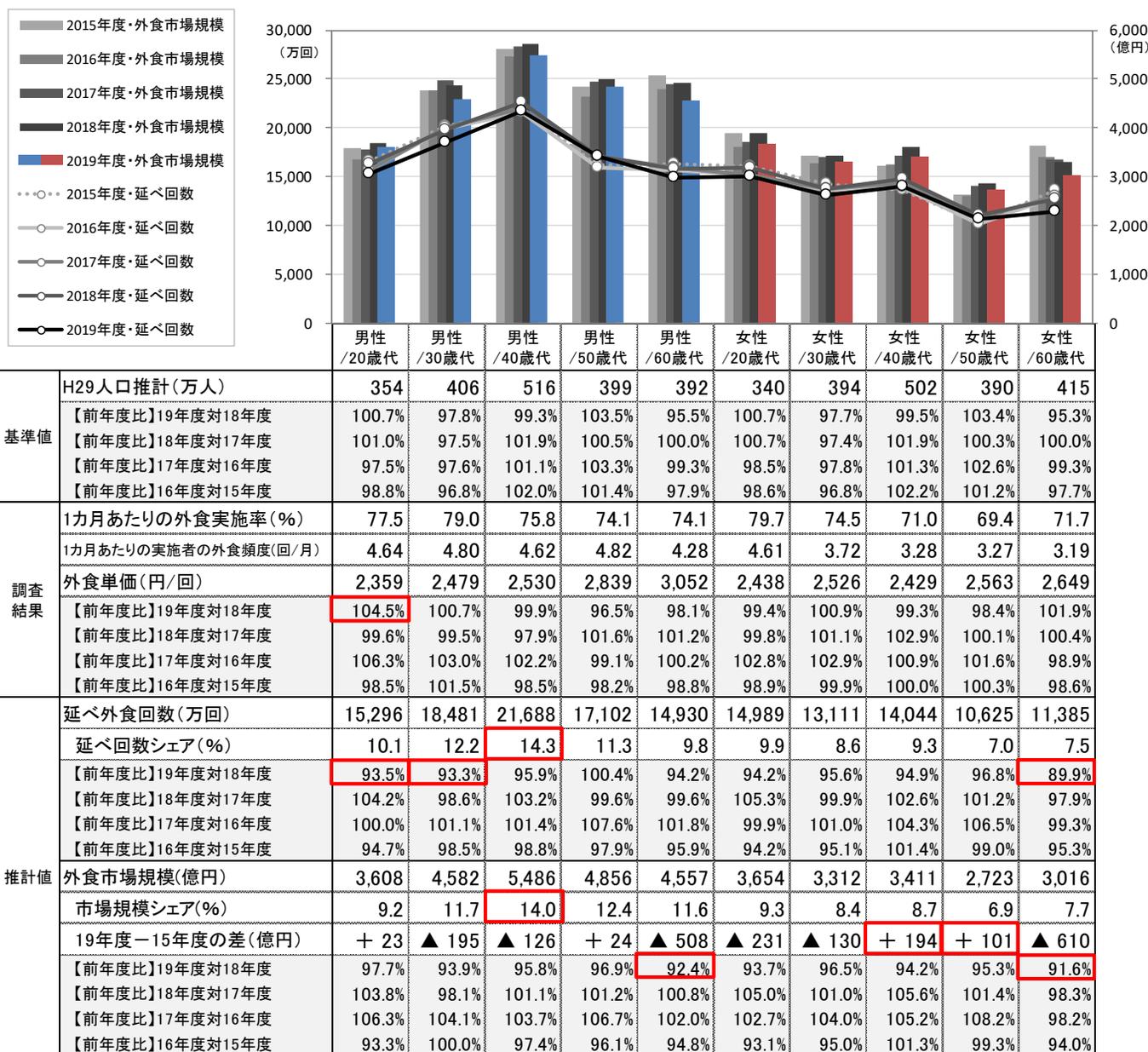
※有効桁数の関係で、月別の累積と年間の推計値が完全には合致しないため、その差を月別に按分して前年度比を算出している

- 【基準人口について】
- ・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
 - ・2019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：-1.3%、東海圏：-0.9%

2. 性年代別の外食実態

- 3圏域計において、性年代別の外食市場は、「**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。
- 対前年度比で外食単価が最も伸びた性年代は「**男性/20歳代**」で、前年の2,258円が2,359円となり、前年度比+4.5%であった。
- 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**」(同 - 10.1%)で、次いで「**男性/30歳代**」(同 - 6.7%)や「**男性/20歳代**」(同 - 6.5%)でも減った。
- 外食市場規模は「**女性/60歳代**」(同 - 8.4%)や「**男性/60歳代**」(同 - 7.6%)において、縮小率が大きかった。女性/60歳代・男性/60歳代とも、2月までの累計では前年度比-5%以内であったが、3月にさらに落ち込んで-8%前後に拡大した。
- 4年前との比較では「**女性/40歳代**」「**女性/50歳代**」等で外食市場規模が増加している。

■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>



基準値	H29人口推計(万人)	354	406	516	399	392	340	394	502	390	415
	【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%
	【前年度比】16年度対15年度	98.8%	96.8%	102.0%	101.4%	97.9%	98.6%	96.8%	102.2%	101.2%	97.7%
調査結果	1カ月あたりの外食実施率(%)	77.5	79.0	75.8	74.1	74.1	79.7	74.5	71.0	69.4	71.7
	1カ月あたりの実施者の外食頻度(回/月)	4.64	4.80	4.62	4.82	4.28	4.61	3.72	3.28	3.27	3.19
	外食単価(円/回)	2,359	2,479	2,530	2,839	3,052	2,438	2,526	2,429	2,563	2,649
	【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%
	【前年度比】18年度対17年度	99.6%	99.5%	97.9%	101.6%	101.2%	99.8%	101.1%	102.9%	100.1%	100.4%
推計値	延べ外食回数(万回)	15,296	18,481	21,688	17,102	14,930	14,989	13,111	14,044	10,625	11,385
	延べ回数シェア(%)	10.1	12.2	14.3	11.3	9.8	9.9	8.6	9.3	7.0	7.5
	【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%
	【前年度比】16年度対15年度	94.7%	98.5%	98.8%	97.9%	95.9%	94.2%	95.1%	101.4%	99.0%	95.3%
	外食市場規模(億円)	3,608	4,582	5,486	4,856	4,557	3,654	3,312	3,411	2,723	3,016
	市場規模シェア(%)	9.2	11.7	14.0	12.4	11.6	9.3	8.4	8.7	6.9	7.7
	19年度-15年度の差(億円)	+ 23	▲ 195	▲ 126	+ 24	▲ 508	▲ 231	▲ 130	+ 194	+ 101	▲ 610
	【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%	
【前年度比】16年度対15年度	93.3%	100.0%	97.4%	96.1%	94.8%	93.1%	95.0%	101.3%	99.3%	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

3. 業態別の外食実態

- 業態別の延べ外食回数シェアは「居酒屋」が16.1%で最大、外食市場規模シェアも22.1%で最大。
- 「その他」の業態を除くと「立食麺類」や「カラオケボックス」の市場規模の減少率が大きい。
- <飲酒あり>の外食は減少傾向で、前年度より1.4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(%)	前年度比(pt)	予約あり(%)	前年度比(pt)	
3圏域計 2019年度・年間	2,585	99.9	151,649	100.0	94.9	39,208	100.0	94.8	44.3	-1.4	27.1	0.0	
食 事 主 体	和食料理店 ※1	3,925	99.7	14,631	9.6	94.4	5,743	14.6	94.1	54.1	-1.9	44.1	0.4
	中華料理店(ラーメン専業店は除く)	2,269	100.6	10,378	6.8	96.4	2,355	6.0	97.0	43.6	-0.4	22.4	0.3
	レストラン、食堂、ダイニング、洋食店 ※2	2,202	100.7	9,301	6.1	95.4	2,048	5.2	96.1	27.2	-0.9	22.0	-0.5
	フレンチ・イタリアン料理店 ※3	4,275	101.5	6,915	4.6	92.2	2,956	7.5	93.5	61.1	0.1	55.3	0.2
	アジア料理店	2,718	96.6	2,559	1.7	95.9	696	1.8	92.7	49.0	-4.0	35.5	-1.0
	その他の各国料理店	3,067	98.5	1,264	0.8	97.4	388	1.0	96.0	51.4	-1.0	38.8	-0.6
	焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専業店	3,488	101.3	11,773	7.8	97.4	4,107	10.5	98.7	49.2	-1.2	37.5	1.8
	お好み焼き、鉄板焼き等の専業店	2,647	102.5	2,511	1.7	92.0	665	1.7	94.3	57.3	0.9	29.8	1.3
	すき焼き、しゃぶしゃぶ等の専業店 ※4	3,625	98.4	2,371	1.6	96.3	859	2.2	94.8	50.4	-2.6	46.0	-1.1
	ファミリーレストラン、回転すし等	1,454	102.0	19,235	12.7	95.0	2,796	7.1	96.9	17.8	0.7	15.9	1.3
	ラーメン、そば、うどん等の専業店 ※5	1,060	100.8	16,784	11.1	96.8	1,779	4.5	97.6	10.2	-0.8	2.2	0.2
	その他の食事を主体とする業態の店	1,578	101.4	4,016	2.6	92.0	634	1.6	93.4	19.2	-0.6	12.1	0.5
飲 酒 主 体	居酒屋 ※6	3,559	101.4	24,391	16.1	90.8	8,680	22.1	92.1	96.4	0.1	40.6	0.2
	バー、パブ、ワインバー、ビアホール、パブ	3,831	100.5	3,522	2.3	91.1	1,349	3.4	91.6	96.6	0.3	36.8	-1.3
	カラオケボックス	2,841	101.9	559	0.4	84.9	159	0.4	86.5	73.0	1.7	44.2	3.6
	スナック、ナイトクラブ、キャバレー	9,634	111.3	715	0.5	95.1	689	1.8	105.8	96.9	1.2	37.6	1.8
	その他の飲酒を主体とする業態の店	3,621	115.3	477	0.3	78.6	173	0.4	90.7	84.9	5.2	40.9	-0.3
軽 食 主 体	ファストフード(ハンバーガー、サンドイッチ等)	771	99.3	3,592	2.4	95.1	277	0.7	94.4	2.7	-0.9	1.3	-0.2
	牛丼、カレー等、一品もの専業業態	722	100.9	6,308	4.2	96.6	456	1.2	97.5	3.2	-0.9	0.6	-0.2
	立食のラーメン、うどん・そば業態	695	102.2	902	0.6	83.8	63	0.2	85.6	3.8	-0.6	1.6	-0.7
	喫茶店・カフェ	1,146	97.9	2,666	1.8	97.1	306	0.8	95.0	5.0	-1.1	4.9	-0.8
	コンビニやスーパー等のイートインスペース ※7	656	-	1,224	0.8	-	80	0.2	-	8.1	-	0.7	-
	その他の軽食を主体とする業態の店	1,049	105.4	708	0.5	76.4	74	0.2	80.5	17.8	2.4	6.7	1.1
そ の 他	ホテルや各種会場(披露宴・セミナー等)	6,497	104.2	1,878	1.2	88.9	1,220	3.1	92.7	79.7	-1.5	84.0	-1.4
	旅行・出張先のホテルや旅館	5,438	92.4	726	0.5	97.5	395	1.0	90.1	58.4	-5.7	77.4	-4.3
	その他	1,384	97.0	2,242	1.5	94.5	310	0.8	91.6	31.5	-0.1	22.1	1.7
大 分 類	食事主体・小計	2,460	100.4	101,741	67.1	95.3	25,025	63.7	95.8	34.8	-0.8	25.8	0.5
	飲酒主体・小計	3,725	102.3	29,663	19.6	90.6	11,050	28.1	92.7	95.8	0.3	40.2	0.2
	軽食主体・小計	815	98.4	15,400	10.2	102.3	1,255	3.2	100.6	4.5	-0.6	1.8	-0.5
	その他・小計	3,973	99.2	4,846	3.2	92.7	1,925	4.9	92.0	54.2	-2.0	54.4	-1.0

※年間の延べ外食回数の推計値に、外食単価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

※「コンビニやスーパー等のイートインスペース」は2019年度より追加したため、前年度は「-」で表示

※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、おでん等の専業店」

※5 調査票では「ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専業店」 ※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 インターネット予約率

- 外食する店を事前に予約する割合は27.1%、そのうちインターネット予約率は10.1%で年々増加傾向にある。
- 性年代別では「男性/20歳代」「女性/30歳代」でインターネット予約率が他の性年代より高い。
- 業態別では「フレンチ・イタリアン料理店」でインターネット予約率が21.5%と高く、2年前より6.3pt上昇。
- 圏域別では「関西圏」において事前予約率やインターネット予約率が他の圏域より高い。

■インターネット予約率、事前予約率の推移【性年代別・3圏域計】（外食回数ベース）

	インターネット予約率(%)			19年度 -17年度 (pt)	事前予約率(%)			19年度 -17年度 (pt)
	17年度	18年度	19年度		17年度	18年度	19年度	
3圏域計・年間計	7.3	8.8	10.1	2.8	26.2	27.1	27.1	0.9
男性/20歳代	8.8	10.6	12.6	3.8	26.9	27.6	29.2	2.3
男性/30歳代	8.0	10.0	11.2	3.2	24.1	26.0	25.9	1.8
男性/40歳代	6.4	8.1	9.1	2.7	23.7	24.6	24.1	0.4
男性/50歳代	5.4	6.6	7.7	2.3	26.0	27.3	26.2	0.2
男性/60歳代	4.8	5.4	6.5	1.7	29.3	30.1	28.9	-0.4
女性/20歳代	9.0	10.2	11.7	2.7	28.4	28.2	28.4	0.0
女性/30歳代	9.8	11.1	12.4	2.6	27.5	28.3	28.7	1.2
女性/40歳代	8.3	10.0	11.6	3.3	25.6	26.5	26.6	1.0
女性/50歳代	7.3	8.9	10.0	2.7	26.2	27.0	27.1	0.9
女性/60歳代	5.3	6.6	8.2	2.9	26.5	27.2	27.9	1.4

※最新年度、経年差について、上位3区分に網掛け

■インターネット予約率、事前予約率の推移【業態別（食事主体・飲酒主体のみ）・3圏域計】（外食回数ベース）

	インターネット予約率(%)			19年度 -17年度 (pt)	事前予約率(%)			19年度 -17年度 (pt)	
	17年度	18年度	19年度		17年度	18年度	19年度		
3圏域計・年間計	7.3	8.8	10.1	2.8	26.2	27.1	27.1	0.9	
食事主体	和食料理店 ※1	8.4	10.4	12.4	4.0	42.7	43.7	44.1	1.4
	中華料理店(ラーメン専門店を除く)	4.3	5.4	6.7	2.4	21.7	22.1	22.4	0.7
	レストラン、食堂、ダイニング、洋食店 ※2	6.5	8.2	9.1	2.6	20.6	22.5	22.0	1.4
	フレンチ・イタリアン料理店 ※3	15.2	18.6	21.5	6.3	53.7	55.1	55.3	1.6
	アジア料理店	11.5	14.9	15.5	4.0	33.9	36.5	35.5	1.6
	その他の各国料理店	12.0	12.2	14.9	2.9	38.5	39.4	38.8	0.3
	焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店	8.5	11.0	13.8	5.3	34.6	35.7	37.5	2.9
	お好み焼き、鉄板焼き等の専門店	6.4	9.1	10.7	4.3	25.9	28.5	29.8	3.9
	すき焼き、しゃぶしゃぶ等の専門店 ※4	12.0	14.9	17.5	5.5	46.8	47.1	46.0	-0.8
	ファミリーレストラン、回転すし等	10.3	12.2	13.7	3.4	12.4	14.6	15.9	3.5
飲酒主体	ラーメン、そば、うどん等の専門店 ※5	0.5	0.5	0.7	0.2	2.1	2.0	2.2	0.1
	その他の食事を主体とする業態の店	2.3	2.7	3.3	1.0	11.3	11.6	12.1	0.8
	居酒屋 ※6	9.3	11.1	13.2	3.9	39.4	40.4	40.6	1.2
	バー、バル、ワインバー、ビアホール、パブ	10.1	11.8	12.5	2.4	36.7	38.1	36.8	0.1
	カラオケボックス	10.8	12.7	16.1	5.3	41.7	40.6	44.2	2.5
	スナック、ナイトクラブ、キャバレー	3.0	4.2	4.1	1.1	32.2	35.8	37.6	5.4
その他の飲酒を主体とする業態の店	8.7	10.5	9.8	1.1	41.3	41.2	40.9	-0.4	

※1～※6については、前ページ参照

※最新年度、経年差について、上位5業態に網掛け

■インターネット予約率、事前予約率の推移【圏域別】（外食回数ベース）

	インターネット予約率(%)			19年度 -17年度 (pt)	事前予約率(%)			19年度 -17年度 (pt)
	17年度	18年度	19年度		17年度	18年度	19年度	
3圏域計・年間計	7.3	8.8	10.1	2.8	26.2	27.1	27.1	0.9
首都圏	7.0	8.7	9.9	2.9	25.1	26.3	25.8	0.7
関西圏	8.1	9.3	10.9	2.8	28.8	29.2	30.3	1.5
東海圏	6.7	8.1	9.2	2.5	26.2	26.7	26.4	0.2

5. 中食の回数・市場規模

- 3圏域計における19年4月～20年3月の年間の延べ中食購入回数は前年度比 - 0.4% (15億4224万回)、中食市場規模は前年度比 +0.8% (1兆2285億円) と推計された。
- 中食実施率は微減、中食購入頻度と中食単価は微増の結果、延べ中食購入回数および市場規模は前年度並みであった。
- 中食市場規模の月別累計では、1月時点で前年度比±0%程度であったが、2月・3月に少しずつ前年度を上回った。

■ 年間の延べ中食購入回数、中食市場規模 <推計値>

	人口推計	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)	前年度比	中食市場規模 (億円)	前年度比	
		人口 (万人)	1カ月あたりの 中食実施 率(%)	1カ月あたりの実 施者の中食購 入頻度(回/月)	中食単価 (円/回)					前年度比
<A>		<C>	<D>							
3圏域計	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	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	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	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	102.5%	102.6%	101.4%	100.6%	100.6%	100.7%	100.6%	100.6%	100.0%	100.1%	100.4%	100.8%

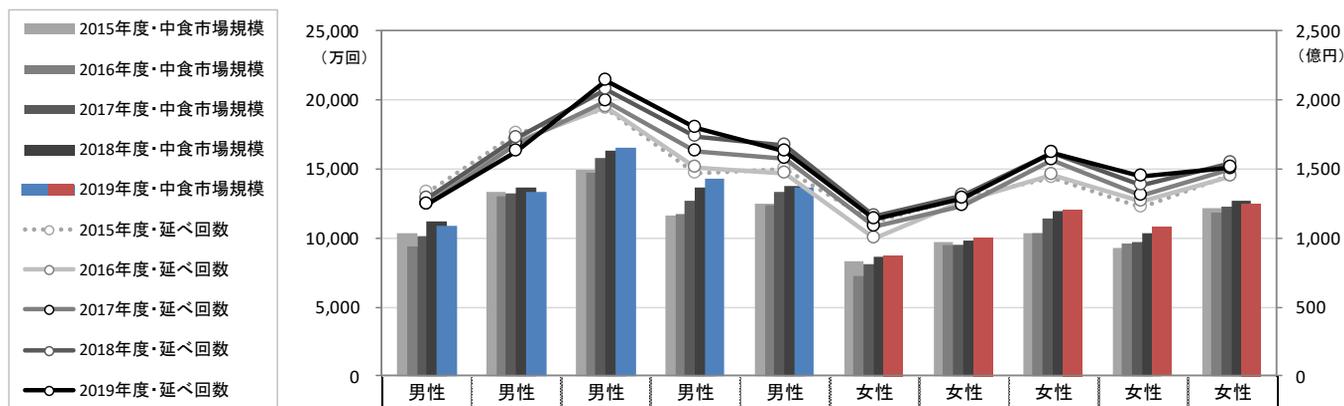
※有効桁数の関係で、月別の累積と年間の推計値が完全には合致しないため、その差を月別に按分して前年度比を算出している

- 【基準人口について】
- ・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
 - ・2019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：-1.3%、東海圏：-0.9%

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、「**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。
- 対前年度比で中食単価が最も伸びた性年代は「男性/30歳代」「女性/20歳代」「女性/30歳代」で、前年度比3%超の増加であった。
- 「男性/30歳代」は延べ外食回数も減っていたが、延べ中食購入回数も - 5.5%と減った。
- 2月・3月の中食市場規模増加幅が大きかった性年代は「男性/50歳代」(2月の前年同月比+13.5%、3月の前年同月比+7.7%)であった。
- 4年前に比べて中食市場規模が増加した性年代は、男女ともに「40歳代」「50歳代」であった。

■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>



		性年代別									
		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	H29人口推計(万人)	354	406	516	399	392	340	394	502	390	415
	【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%
	【前年度比】16年度対15年度	98.8%	96.8%	102.0%	101.4%	97.9%	98.6%	96.8%	102.2%	101.2%	97.7%
調査結果	1カ月あたりの中食実施率(%)	54.6	62.5	58.7	60.1	64.5	63.6	67.3	67.2	70.3	74.5
	1カ月あたりの実施者の中食購入頻度(回/月)	5.36	5.35	5.87	6.23	5.35	4.37	4.05	4.00	4.39	4.07
	中食単価(円/回)	876	820	773	798	839	772	781	747	749	823
	【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%
	【前年度比】18年度対17年度	106.8%	100.2%	99.1%	100.8%	98.0%	99.6%	98.5%	100.4%	100.7%	100.2%
推計値	延べ中食購入回数(万回)	12,449	16,265	21,349	17,917	16,250	11,334	12,887	16,198	14,440	15,135
	延べ回数シェア(%)	8.1	10.5	13.8	11.6	10.5	7.3	8.4	10.5	9.4	9.8
	【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%
	【前年度比】16年度対15年度	94.6%	97.1%	100.3%	102.8%	98.2%	89.4%	97.4%	102.1%	103.3%	98.9%
	中食市場規模(億円)	1,091	1,334	1,650	1,430	1,363	875	1,006	1,210	1,081	1,245
	市場規模シェア(%)	8.9	10.9	13.4	11.6	11.1	7.1	8.2	9.8	8.8	10.1
	19年度-15年度の差(億円)	+ 59	+ 1	+ 154	+ 268	+ 120	+ 48	+ 39	+ 170	+ 155	+ 31
	【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%	
【前年度比】16年度対15年度	90.6%	97.5%	98.1%	101.1%	99.1%	87.8%	98.1%	99.3%	103.4%	97.8%	

※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

【参考】 中食購入の実態 (2020年4月追加調査)

- 2020年4月は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大影響による緊急事態宣言が出され、外食が控えられた反面、「外食店のテイクアウト」が昨年18.7%→今年39.4%と大きく伸び、「外食店の出前」も昨年5.0%→今年9.2%と伸びた。一方、「百貨店」は落ち込んだ。
- 品目では「ピザ、パスタ」や「カレー・丼もの」が伸びた。
- 夕食に「中食」を利用する理由は、「料理をする時間がない」が10pt以上減少、今回から追加した「人が多く集まる空間を避けられる」は2割超を占め、比較的上位にあげられた。

【出典】 2020年4月度, 2019年4月度, 2018年4月度, 2017年4月度, 2016年5月度, 2015年5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)

		ケッ トパー マー	外 食店 のテ ィ	ス コ ン ビ ニ エ ン	ど り 持 ち 帰 り 専 門 店 (弁 当 な ら ず)	地 下 街 道 等 (デ パ ー ト 等)	百 貨 店 (デ パ ー ト 等)	外 食 店 の 出 前	そ の 他 小 売 店	配 送 を 受 け る 専 門 店 *	飲 食 ス ペ ー ス を 持 た ない 宅	仕 出 し 弁 当 、 ケ ー タ リ ン グ	そ の 他
時 系 列	3圏域計・2020年	6,981	58.3	↑39.4	23.5	18.0	↑10.6	9.2	7.7	6.2	2.3	1.6	
	3圏域計・2019年	6,125	64.2	↑18.7	29.9	17.1	↑19.8	5.0	9.4	3.7	2.5	2.3	
	3圏域計・2018年	6,639	62.3	16.0	28.7	19.3	21.7	3.6	9.2	5.7	1.8	2.6	
	3圏域計・2017年	6,658	62.2	15.5	27.7	19.7	20.6	2.9	8.4	6.1	1.8	2.7	
	3圏域計・2016年	6,467	61.9	15.3	27.6	19.5	21.0	4.0	9.8	7.1	2.8	3.5	
	3圏域計・2015年	6,388	61.2	15.1	27.6	19.8	19.4	3.5	8.4	7.6	2.5	3.4	
性 年 代 別	男性/20歳代	572	55.6	38.4	35.9	17.4	9.5	12.4	4.8	5.3	1.5	1.5	
	男性/30歳代	723	56.4	38.8	30.4	18.2	6.0	12.4	4.9	6.3	2.0	1.2	
	男性/40歳代	844	56.7	41.3	26.1	17.0	9.1	7.9	7.4	4.7	1.9	1.6	
	男性/50歳代	685	60.9	38.4	25.6	19.1	11.2	6.6	8.6	5.3	2.5	0.7	
	男性/60歳代	623	63.5	32.5	17.5	21.1	12.4	5.0	8.4	5.0	3.6	2.3	
	女性/20歳代	583	49.9	39.7	32.8	16.4	8.7	16.2	7.3	6.0	1.9	1.5	
	女性/30歳代	684	51.6	48.7	23.4	17.7	9.2	11.1	6.5	8.0	1.6	1.1	
	女性/40歳代	851	54.3	44.4	17.4	16.9	11.6	6.8	8.4	7.9	1.8	2.5	
	女性/50歳代	694	66.4	35.8	16.8	17.1	12.6	8.0	10.5	7.3	3.0	1.6	
	女性/60歳代	723	67.1	34.3	13.1	19.4	15.4	7.4	9.7	6.1	2.9	2.1	

※2018年までは「宅配専門店」として聴取
*本字 前年差が+5ptより大きい 前年差が-5ptより小さい 単位(%)

■ 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・ 類	弁 当	寿 司・ 和 食	ガ ー 、 ハ ン ド イ ッ 、 お に ぎ り 類	パ ン 、 サ ン ド イ ッ	ピ ザ 、 パ ス タ	カ レ ー ・ 丼 の 物	豆 、 刺 身 な ど	つ ま み 類 (枝 等)	イ ー ザ ー ト ・ ス	中 華 ・ ラ ー メ ン	洋 食	う ど ん ・ そば	そ の 他
時 系 列	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	3.4	
	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	3.3	
	3圏域計・2018年	6,639	54.1	42.2	36.8	25.7	13.7	12.7	15.3	13.6	8.7	7.0	7.9	3.3	
	3圏域計・2017年	6,658	51.9	42.8	36.0	25.4	13.4	12.7	13.6	13.3	7.3	5.7	6.4	3.6	
	3圏域計・2016年	6,467	51.8	41.0	39.6	24.6	13.8	11.8	13.9	12.8	8.4	6.3	7.0	3.9	
	3圏域計・2015年	6,388	50.6	42.0	39.2	24.3	14.7	11.9	13.7	12.7	8.5	5.6	8.0	3.9	
性 年 代 別	男性/20歳代	572	37.0	41.1	32.2	26.5	23.1	25.1	11.5	11.4	18.8	12.7	12.3	1.7	
	男性/30歳代	723	43.0	41.9	32.5	26.9	25.5	26.1	10.3	11.1	16.6	12.6	8.4	1.9	
	男性/40歳代	844	47.5	45.5	35.3	29.3	22.2	22.5	14.1	12.9	14.5	12.3	7.2	3.6	
	男性/50歳代	685	50.1	48.1	42.3	29.5	20.4	18.8	16.0	9.9	13.4	12.8	7.4	3.7	
	男性/60歳代	623	49.8	47.9	50.4	16.0	18.3	18.9	19.5	10.0	9.6	9.4	7.1	2.9	
	女性/20歳代	583	43.7	30.0	31.2	23.7	29.9	21.0	9.6	17.9	12.8	10.7	7.4	4.1	
	女性/30歳代	684	47.8	32.9	33.6	25.7	28.1	19.0	12.2	13.6	11.8	10.3	4.8	4.6	
	女性/40歳代	851	53.9	31.7	37.0	26.0	23.8	16.3	12.9	14.9	9.7	11.0	4.0	3.4	
	女性/50歳代	694	60.3	40.0	46.7	25.2	21.2	16.1	16.4	15.8	10.1	10.3	3.9	4.0	
	女性/60歳代	723	54.0	43.0	60.0	18.9	16.7	13.5	13.8	12.4	7.7	9.8	3.1	4.4	

*本字 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月または5月調査・全体ベース/複数回答)

		た 簡 単 に 済 ま せ	あ る 面 倒 な と き が が	料 理 を す る 時 間 が な い	ら る 人 が 多 く 集 ま る 空 間 を 避 け ら れ る	外 食 よ り 安 い	着 る 食 べ る に 便 が あ る	作 る に 便 が あ る	に 1 人 で 食 べ る に 便 が あ る	嫌 い な 理 由 が あ る	ら を 栄 養 考 え て 食 べ る	に 多 種 多 様 な 選 び が あ る	店 に 入 り つ ら い	1 人 だ と 外 食 し る の 便 が あ る	料 理 が あ る 材 料 が あ る	軽 減 税 率 が 適 用 さ れ る	外 食 よ り 便 が あ る	24 時 間 に 買 え る	そ の 他	は を 夕 食 に 利 用 し る に 便 が あ る	
時 系 列	3圏域計・2020年	10,108	58.6	41.6	↑23.0	21.0	18.0	15.2	11.5	9.6	5.5	4.9	4.9	4.6	4.5	4.3	4.3	2.5	8.8	13.3	
	3圏域計・2019年	9,487	61.3	41.2	↓35.0	*	20.4	19.1	11.7	11.9	6.0	5.7	2.6	6.2	5.1	*	5.1	4.0	4.0	13.0	
	3圏域計・2018年	10,268	59.0	39.9	35.6	*	20.2	17.9	11.9	11.0	5.7	5.6	2.4	6.3	4.4	*	5.7	3.9	4.1	14.1	
	3圏域計・2017年	10,548	58.4	38.3	34.4	*	19.6	17.6	11.7	11.1	5.0	5.3	2.1	5.9	4.2	*	5.3	3.7	4.4	14.7	
	3圏域計・2016年	10,327	57.6	40.3	35.9	*	19.8	18.4	11.3	11.1	4.8	5.9	2.5	6.4	4.0	*	5.2	4.2	3.3	15.2	
	3圏域計・2015年	10,042	57.4	41.5	37.2	*	20.7	18.9	10.8	11.3	4.6	5.9	3.0	6.6	4.8	*	5.1	5.2	3.5	14.9	
性 年 代 別	男性/20歳代	888	55.8	31.4	26.0	12.8	14.8	12.2	12.1	6.8	4.8	5.0	4.0	4.5	4.5	4.8	5.4	4.7	5.6	14.6	
	男性/30歳代	985	60.1	37.7	22.0	17.1	18.9	13.5	10.4	8.7	5.4	4.5	6.4	4.2	3.9	6.7	4.4	3.9	7.2	11.2	
	男性/40歳代	1,266	59.0	32.3	23.5	18.4	18.9	13.5	11.7	8.6	7.0	4.7	3.9	5.1	5.1	4.7	4.2	2.5	7.5	14.1	
	男性/50歳代	1,022	54.5	33.4	20.5	19.1	19.7	15.8	16.0	10.3	5.6	4.9	3.5	6.2	5.3	4.1	4.6	2.9	10.0	14.6	
	男性/60歳代	929	47.2	31.6	17.4	23.4	19.1	17.4	13.8	12.5	2.9	6.1	5.3	3.7	7.2	3.5	5.1	1.9	9.3	19.4	
	女性/20歳代	852	66.7	51.2	24.4	18.8	17.2	14.1	7.7	10.2	6.9	4.4	6.1	5.1	4.4	4.1	4.2	2.3	9.1	9.5	
	女性/30歳代	956	67.3	54.6	26.9	25.3	17.0	17.7	10.5	7.7	7.0	3.6	6.0	5.3	4.3	5.0	3.2	2.6	9.7	9.6	
	女性/40歳代	1,236	63.2	52.0	27.0	21.5	17.0	15.3	10.8	7.0	6.2	4.0	4.4	3.3	2.6	4.2	3.5	1.6	8.9	11.6	
	女性/50歳代	998	58.3	47.1	22.5	23.8	18.0	15.1	12.2	11.3	5.2	5.6	4.7	4.5	3.1	4.5	1.6	10.0	14.4		
	女性/60歳代	978	53.6	45.1	18.8	30.0	18.9	17.9	9.9	13.9	3.0	6.7	4.6	4.5	2.6	3.7	1.4	10.1	13.6		

*本字 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(%)

【参考】2020年4月~6月市場への新型コロナウイルス影響

- 2020年4月~6月の外食市場規模は、4月に前年同月比で77.5%減、5月に74.5%減と大きく落ち込み、6月には43.9%減まで30ポイント以上回復した。一方で中食市場規模は、4月に16.7%増、5月に41.5%増と拡大、6月には17.5%増と4月と同水準に戻った。
- 6月の時点で、延べ外食回数は女性の40代~60代において減少幅が大きく、延べ中食回数は男性20代・30代や女性20代で増加幅が大きい。
- 業態別では飲酒主体の業態や、「ホテルや各種会場」「旅行・出張先のホテルや旅館」を含む「その他」の業態において、4月~6月期の前年同期比が70%以上の減少であった。

■外食市場規模 3圏域計

		20年4月		20年5月		20年6月		4-6月計		
			前年同月比		前年同月比		前年同月比		前年同期比	
3圏域計	基準人口	万人	4,076	-0.8%	4,076	-0.8%	4,076	-0.8%	4,076	-0.8%
	外食実施率	%	28.8	-47.7pt	31.4	-45.1pt	53.8	-22.0pt	38.0	-38.3pt
	外食頻度	回	3.18	-1.00回	3.08	-1.13回	3.32	-0.86回	9.66	-2.91回
	外食単価	円	2,070	-534円	2,088	-356円	2,574	7円	2,320	-218円
	延べ外食回数	万回	3,730	-71.7%	3,951	-70.2%	7,278	-44.1%	14,958	-62.0%
	外食市場規模	億円	772	-77.5%	825	-74.5%	1,873	-43.9%	3,470	-65.3%

■中食市場規模 3圏域計

		20年4月		20年5月		20年6月		4-6月計		
			前年同月比		前年同月比		前年同月比		前年同期比	
3圏域計	基準人口	万人	4,076	-0.8%	4,076	-0.8%	4,076	-0.8%	4,076	-0.8%
	中食実施率	%	68.4	5.1pt	73.2	9.2pt	67.8	4.9pt	69.8	6.4pt
	中食頻度	回	5.15	0.22回	5.45	0.58回	4.97	0.10回	15.59	0.92回
	中食単価	円	805	34円	871	89円	819	58円	833	62円
	延べ中食回数	万回	14,339	11.8%	16,283	27.0%	13,739	9.3%	44,360	16.1%
	中食市場規模	億円	1,155	16.7%	1,418	41.5%	1,125	17.5%	3,697	25.4%

■性年代別 延べ外食回数 3圏域計

		20年4月		20年5月		20年6月		4-6月計		
			前年同月比		前年同月比		前年同月比		前年同期比	
3圏域計	男性/20代	(万回)	491	-62.3%	512	-61.9%	832	-41.5%	1,835	-54.9%
	男性/30代	(万回)	599	-63.0%	567	-64.5%	936	-43.6%	2,101	-56.9%
	男性/40代	(万回)	574	-68.8%	672	-63.7%	1,036	-45.4%	2,282	-59.2%
	男性/50代	(万回)	527	-65.0%	468	-67.9%	880	-33.9%	1,876	-56.4%
	男性/60代	(万回)	417	-64.9%	405	-68.3%	696	-44.5%	1,518	-59.2%
	女性/20代	(万回)	279	-78.6%	287	-78.5%	723	-42.4%	1,289	-66.9%
	女性/30代	(万回)	219	-80.7%	239	-79.7%	603	-44.0%	1,061	-68.7%
	女性/40代	(万回)	198	-84.1%	297	-76.2%	622	-48.5%	1,118	-69.9%
	女性/50代	(万回)	194	-79.8%	224	-76.7%	491	-46.8%	910	-68.0%
	女性/60代	(万回)	232	-78.1%	280	-71.8%	458	-53.1%	969	-68.0%

※前年同月比について下位3区分に網掛け

■性年代別 延べ中食回数 3圏域計

		20年4月		20年5月		20年6月		4-6月計		
			前年同月比		前年同月比		前年同月比		前年同期比	
3圏域計	男性/20代	(万回)	1,329	21.2%	1,389	38.0%	1,286	26.3%	4,004	28.3%
	男性/30代	(万回)	1,610	27.0%	1,781	25.8%	1,470	17.9%	4,861	23.7%
	男性/40代	(万回)	2,012	4.4%	2,308	25.9%	1,911	13.1%	6,230	14.3%
	男性/50代	(万回)	1,797	19.4%	1,861	25.5%	1,602	2.7%	5,260	15.7%
	男性/60代	(万回)	1,493	11.1%	1,769	43.3%	1,405	5.1%	4,667	19.2%
	女性/20代	(万回)	999	11.5%	1,139	19.2%	1,056	17.3%	3,194	16.1%
	女性/30代	(万回)	1,109	5.3%	1,350	28.0%	1,169	14.4%	3,628	15.9%
	女性/40代	(万回)	1,405	1.4%	1,600	25.4%	1,422	9.6%	4,428	11.8%
	女性/50代	(万回)	1,341	20.1%	1,532	17.1%	1,156	-2.9%	4,029	11.4%
	女性/60代	(万回)	1,243	0.5%	1,555	23.8%	1,261	-3.5%	4,059	6.8%

※前年同月比について上位3区分に網掛け

■業態別延べ外食回数 3圏域計

		20年4月		20年5月		20年6月		4-6月計		
			前年同月比		前年同月比		前年同月比		前年同期比	
3圏域計	食事主体	(万回)	2,707	-69.5%	2,930	-67.2%	5,144	-41.0%	10,781	-59.4%
	飲酒主体	(万回)	419	-83.8%	492	-80.7%	1,306	-50.3%	2,217	-71.4%
	軽食主体	(万回)	527	-58.9%	445	-67.0%	717	-44.0%	1,689	-56.8%
	その他	(万回)	77	-81.6%	84	-79.8%	110	-70.5%	271	-77.6%

※各分類に含まれる業態はP5参照