

外食市場調査（2023年11月度）

2023年11月の外食市場規模は2756億円（前年同月比 +277億円・東名阪3圏域計）

2019年比（コロナ禍前比）81.2%で前月の同88.1%から後退

外食頻度の2019年比が前月から後退し（94.9%→87.8%）、延べ外食回数も減少

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11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. 外食市場規模の2019年同月比（コロナ禍前比）は81.2%で前月（同88.1%）から後退
2. 「カラオケボックス」「お好み焼き、鉄板焼き等」「アジア料理店」では市場規模がコロナ禍前超え

2023年11月の外食市場規模は、3圏域合計で2756億円。前年同月比（以下、前年比）は+277億円と24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81.2%で、前月の同88.1%から後退した。外食頻度の19年比が87.8%と、前月の同94.9%を大きく下回ったことで延べ外食回数の19年比が75.9%（前月同82.4%）と悪影響を及ぼした。外食単価の19年比（107.0%）は前月（同106.9%）並み（P10参照）。市場規模の食事主体業態・計は19年比89.8%（前月同94.4%）、飲酒主体業態・計は同66.4%（同75.9%）、軽食主体業態・計は同83.0%（同77.6%）で、軽食主体業態・計のみがコロナ禍前に比べ改善傾向となっている。主要16業態中では14業態で市場規模が前年を上回り、19年比では「カラオケボックス」（117.2%）、「お好み焼き、鉄板焼き等の専門店」（101.6%）、「アジア料理店」（101.1%）がコロナ禍前の市場規模を上回った。

【3圏域計（首都圏・関西圏・東海圏）】 [P3]

- 2023年11月の外食（※1）実施率は68.5%（前月比増減 +1.4pt、前年比増減 +4.3pt）
- 2023年11月の外食頻度（※2）は3.71回/月（前月比増減 -0.14回、前年比増減 +0.05回）
- 2023年11月の外食単価は2,743円（前月比増減 +39円、前年比増減 +92円）
- 2023年11月の外食市場規模（※3）は2756億円（前月比増減 -12億円、前年比増減 +277億円）

※1 ※2 ※3 P10参照

【圏域別】 [P3]

- 外食実施率は、首都圏：68.1%（前年比増減 +5.2pt）、関西圏：69.1%（同 +3.6pt）、東海圏：69.3%（同 +2.5pt）
- 外食頻度は、首都圏：3.91回/月（前年比増減 +0.12回）、関西圏：3.51回/月（同 -0.12回）、東海圏：3.30回/月（同 +0.07回）
- 外食単価は、首都圏：2,842円（前年比増減 +144円）、関西圏：2,736円（同 +24円）、東海圏：2,316円（同 -15円）
- 外食市場規模は、首都圏：1733億円（前年比増減 +251億円）、関西圏：708億円（同 +13億円）、東海圏：316億円（同 +14億円）

【業態別】（3圏域計） [P6-8]

- 業態別の市場規模は、「和食料理店」（前年比増減 +60億円）、「居酒屋」（同 +38億円）、「中華料理店」「ファミリーレストラン、回転すし等」（同 +34億円）等16業態中14業態で前年を上回った。
- 「和食料理店」（延べ回数 +55万回、単価 +378円）、「居酒屋」（延べ回数 +84万回、単価 +52円）、「中華料理店」（延べ回数 +63万回、単価 +258円）、「ファミリーレストラン、回転すし等」（延べ回数+175万回、単価+43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11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10月16日（月）～ 2023年11月2日（木）	514,855件	32,473件	6.3%	13,522件	2023年12月1日（金）～ 2023年12月11日（月）	12,735件	9,934件	78.0%	9,835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		
9,835	5,698	2,653	1,484	862	935	1,187	1,125	838	847	907	1,162	1,102	868		
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
24,979	15,159	6,431	3,390
100.0	60.7	25.7	13.6

※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

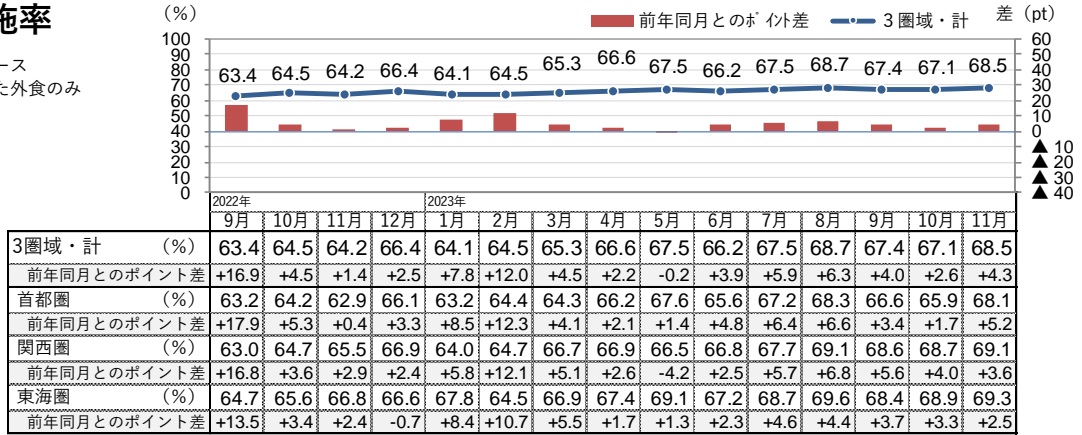
・ 外食1回につき次の26分類から当てはまるものを1つ聴取、本リリースではうち16業態を掲出。

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

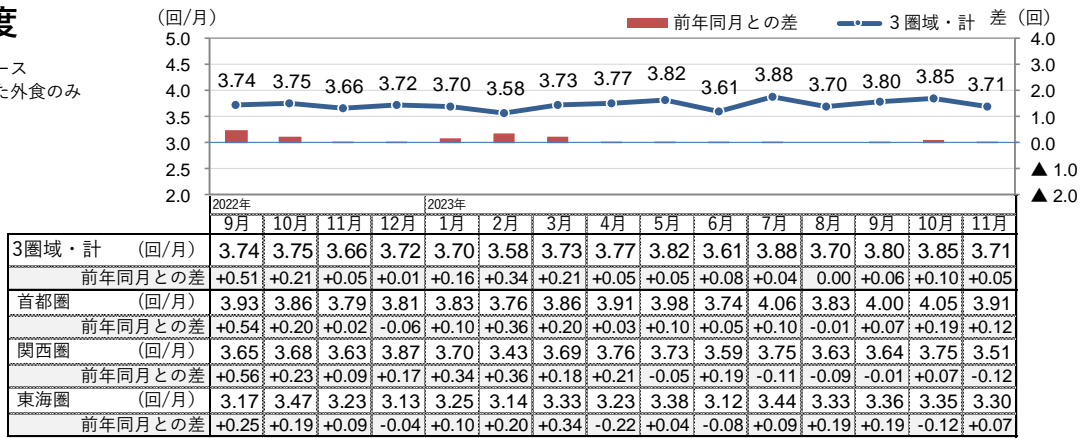
1. 外食実施率

※個人単位集計ベース
※圏域内で行われた外食のみ



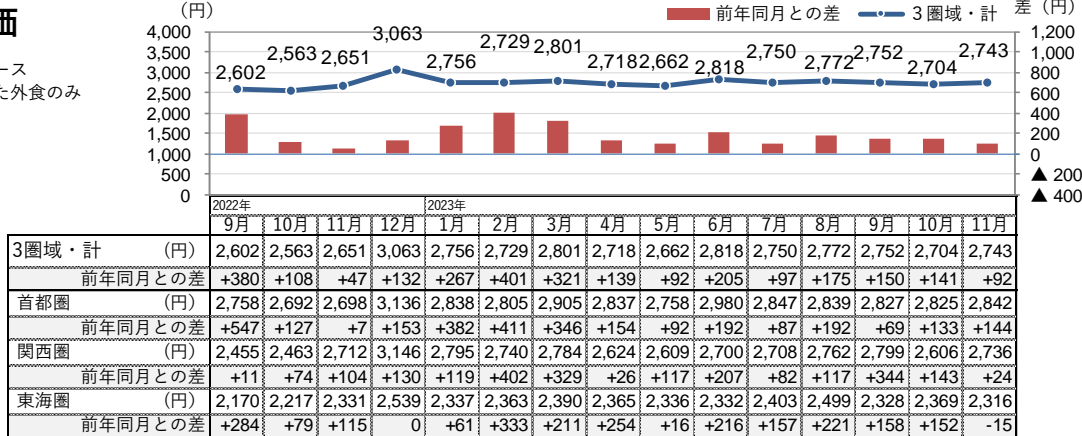
2. 外食頻度

※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

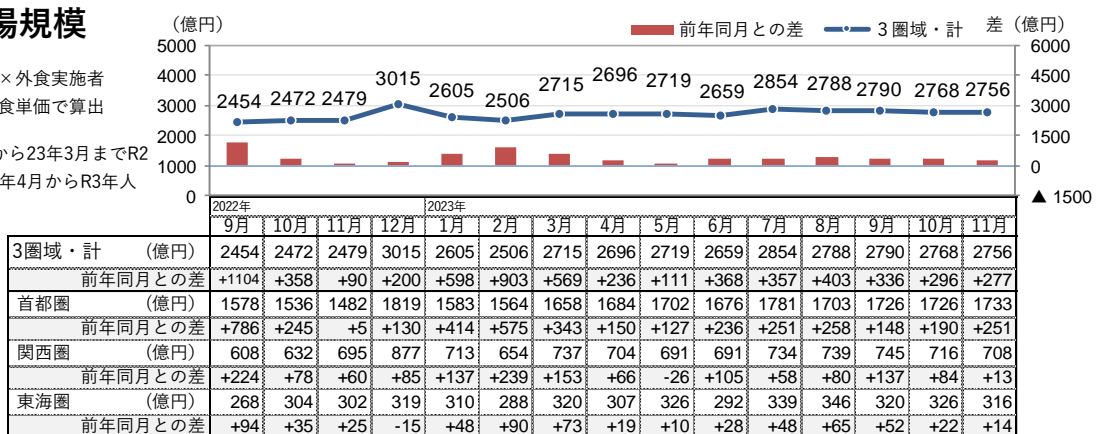
※外食単位集計ベース
※圏域内で行われた外食のみ
※外食実施者のみ



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、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

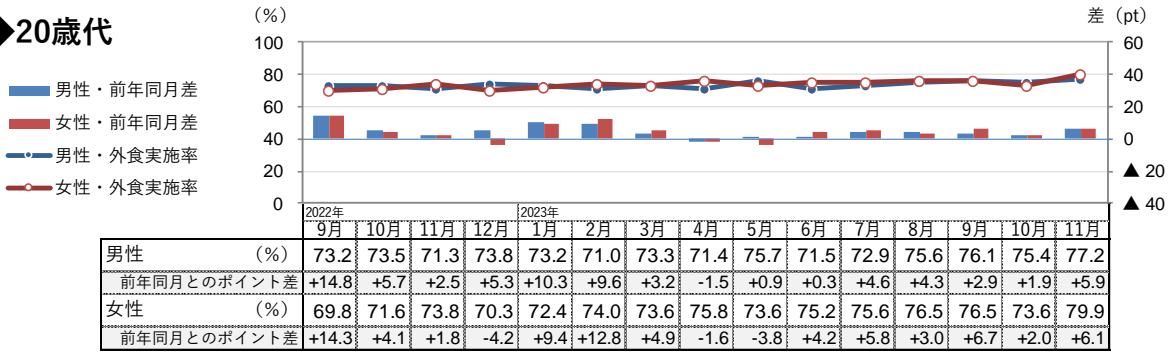


<参考>22年度
→23年度の基準人口の増減率
3圏域・計：-0.6%
首都圏：-0.5%
関西圏：-0.9%
東海圏：-0.8%

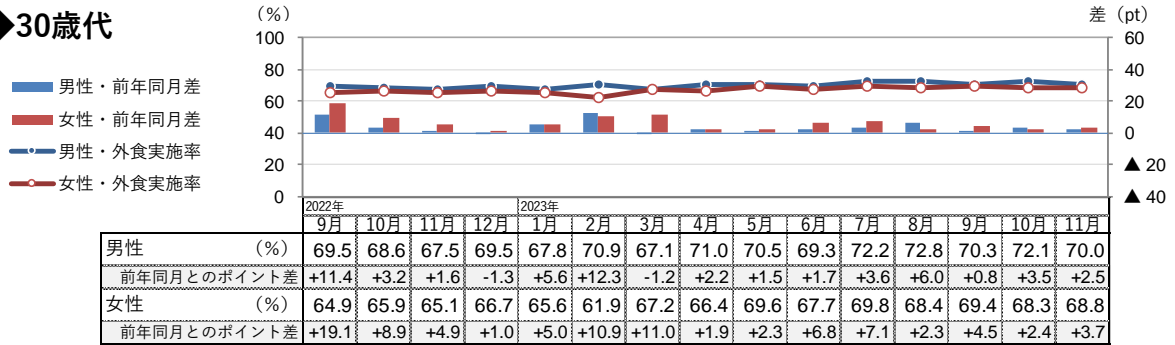
5.性年代別 外食実施率 【3圏域・計】

※個人単位集計ベース
※圏域内で行われた外食のみ

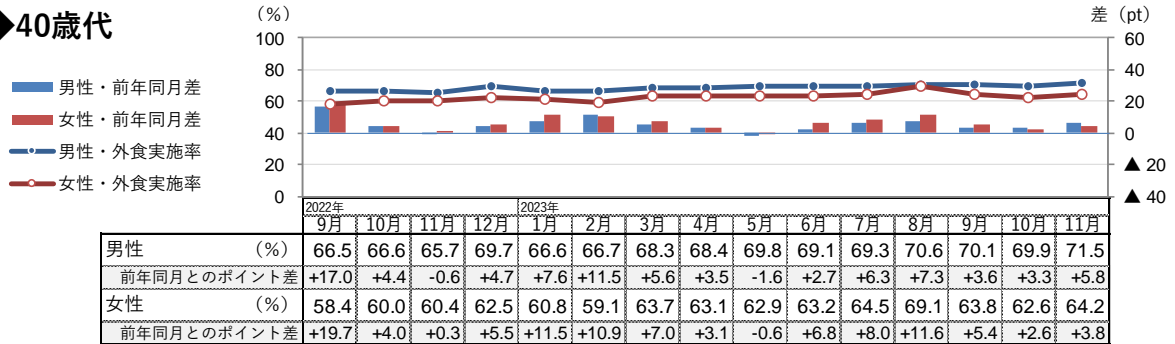
◆20歳代



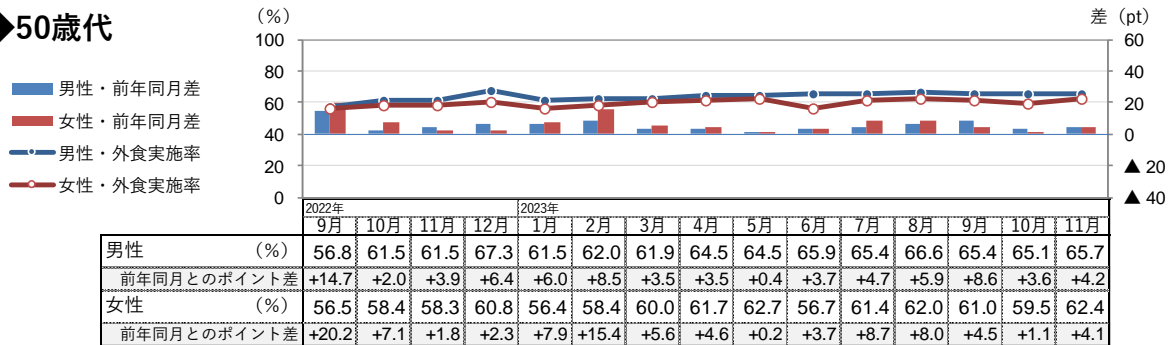
◆30歳代



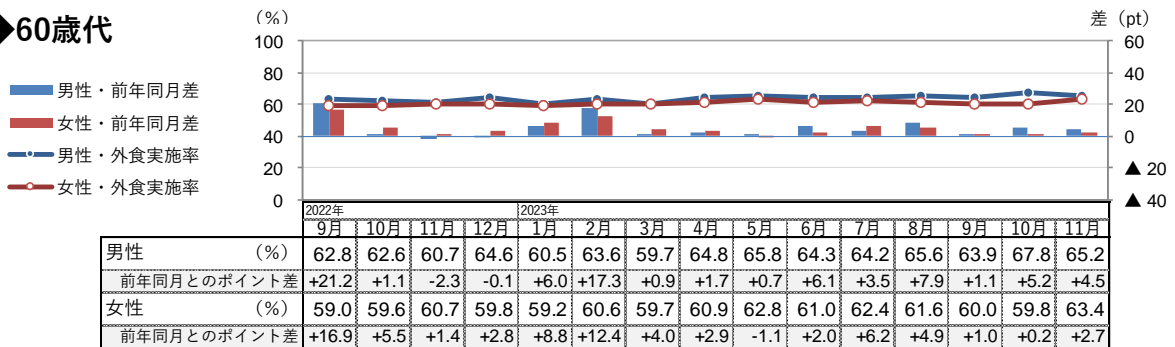
◆40歳代



◆50歳代



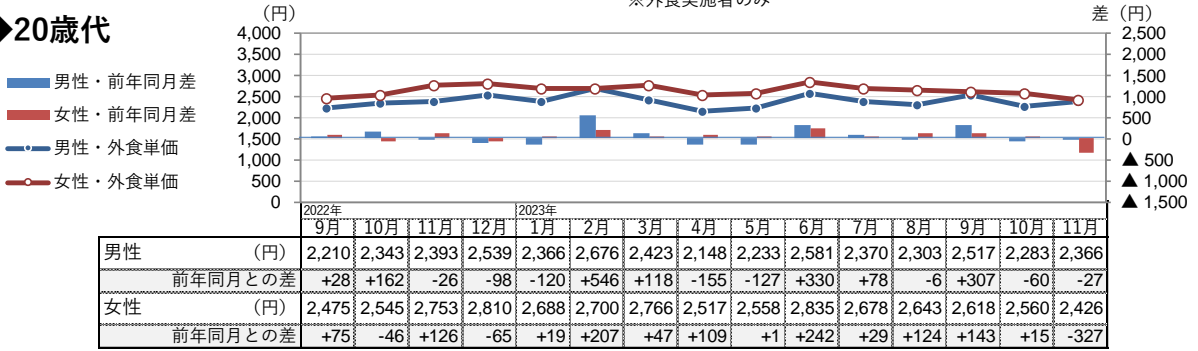
◆60歳代



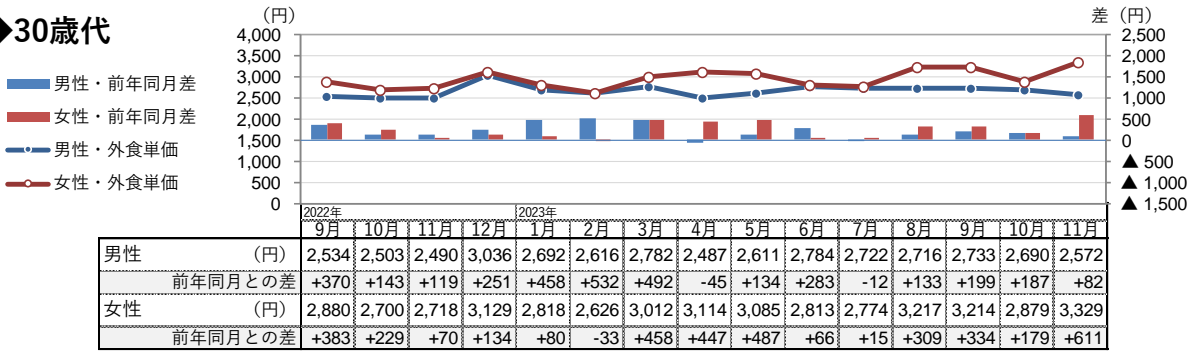
6. 性年代別 外食単価 【3圏域・計】

※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

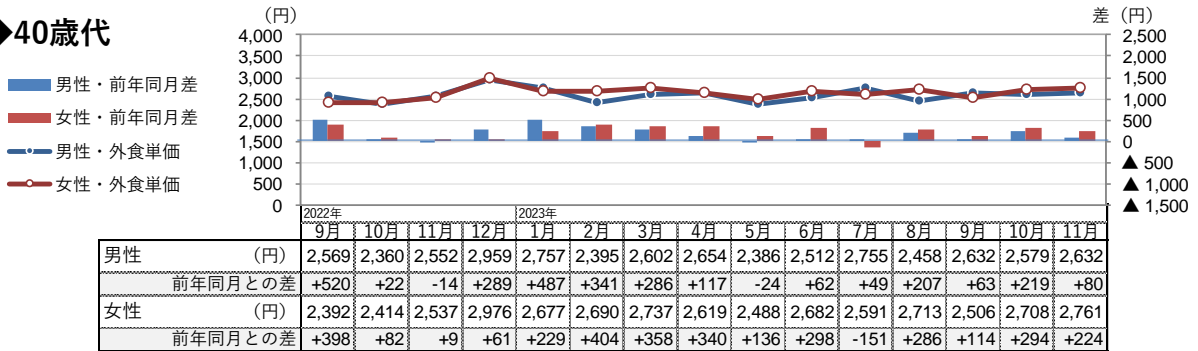
◆20歳代



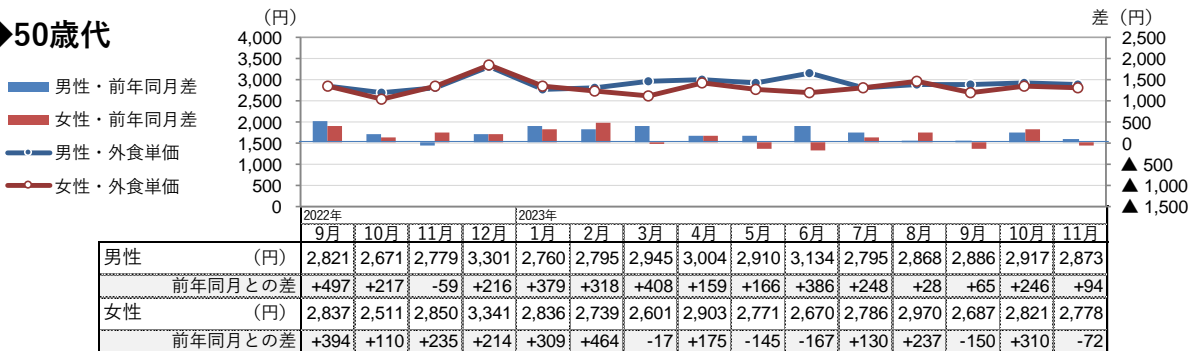
◆30歳代



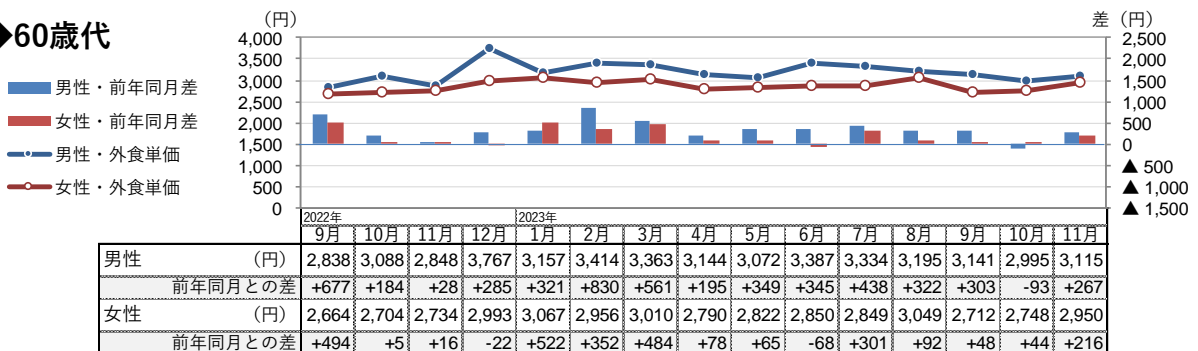
◆40歳代



◆50歳代



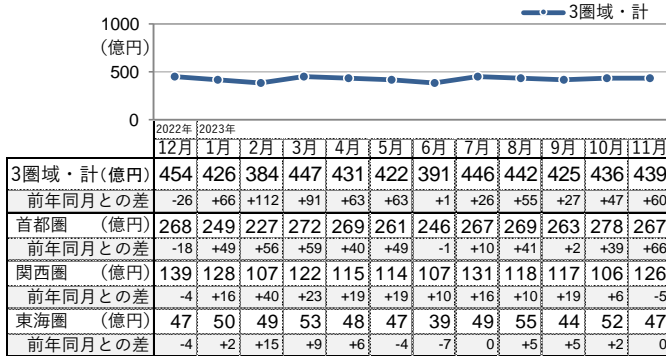
◆60歳代



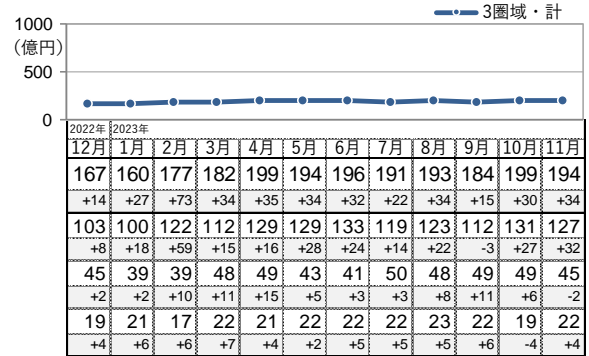
7.業態別 外食市場規模

※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

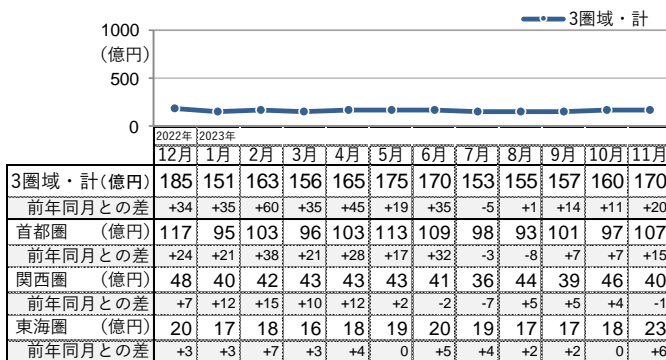
◆和食料理店（すし、割烹、料亭、郷土料理専門店等）



◆中華料理店（ラーメン専門店を除く）

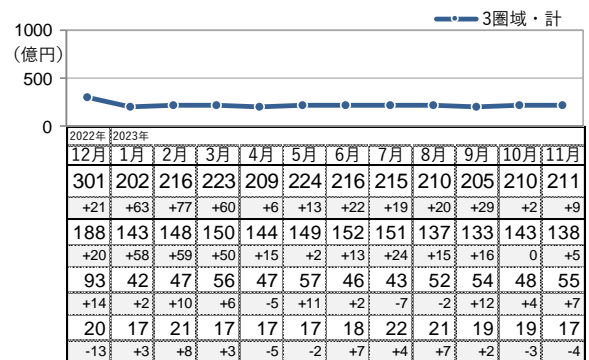


◆レストラン、食堂、ダイニング、洋食店



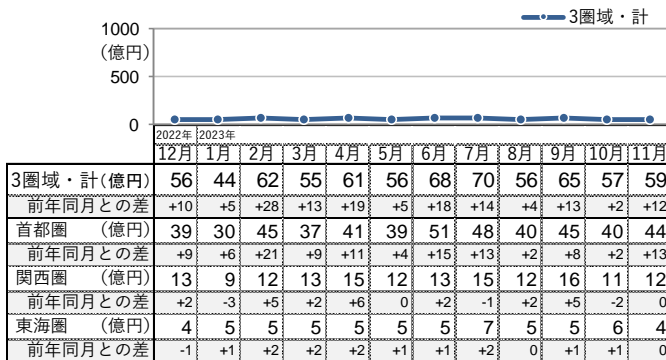
※ファミリーレストラン以外、フレンチ・イタリアン以外

◆フレンチ・イタリアン料理店

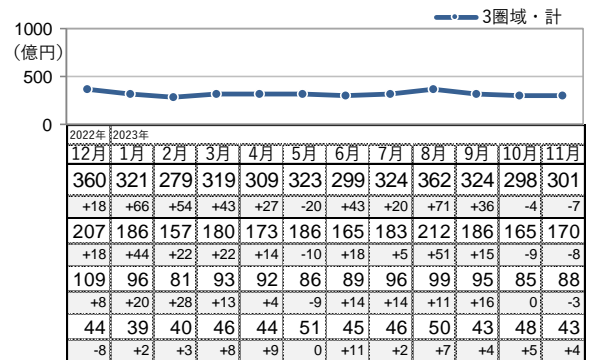


※ファミリーレストラン以外

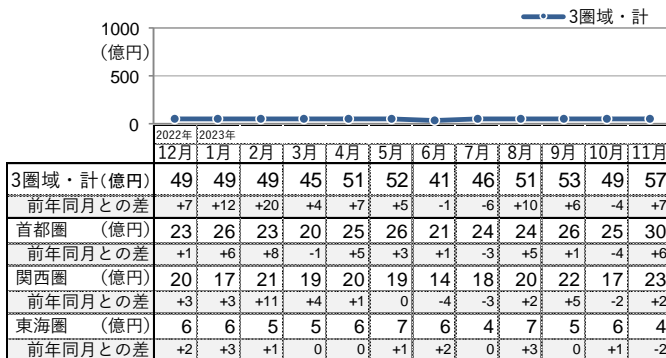
◆アジア料理店



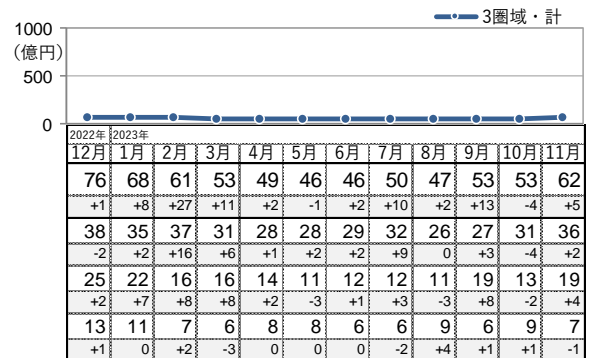
◆焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店



◆お好み焼き、鉄板焼き等の専門店

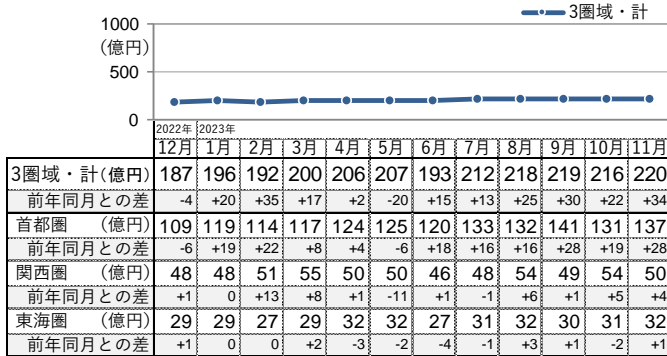


◆すき焼き、しゃぶしゃぶ、鍋、おでん等の専門店

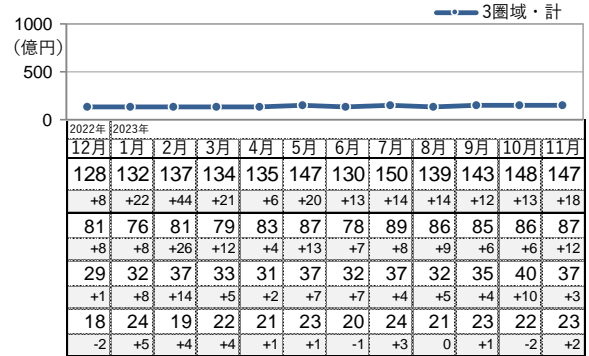


※外食市場規模は、各圏域の延べ外食回数×各圏域における業態シェア×各業態の単価で算出
 ※業態は、26分類のうち16業態を掲出
 ※外食市場規模「0」は、小数点第一位で四捨五入され0になったもの

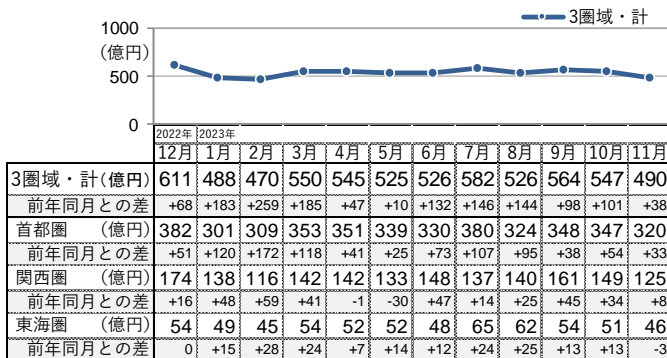
◆ファミリーレストラン、回転すし等



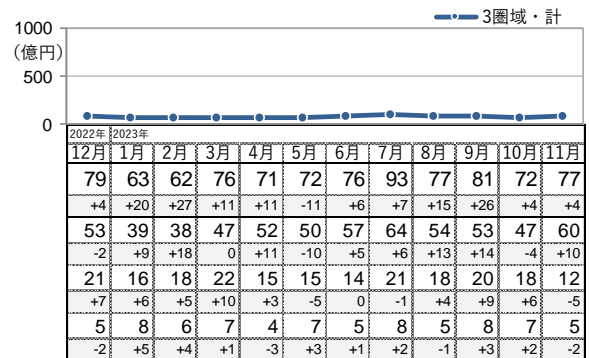
◆ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店



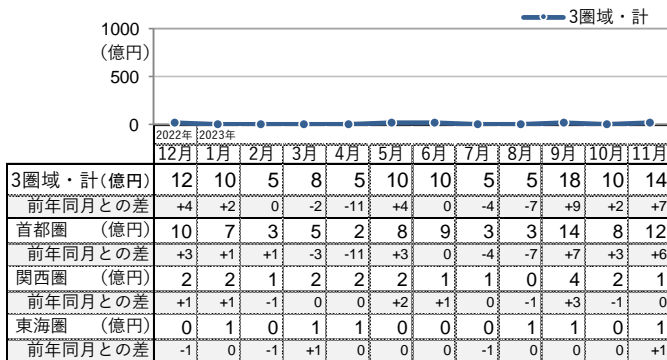
◆居酒屋 (焼鳥、串焼き、串揚げ等、飲酒メインの業態を含む)



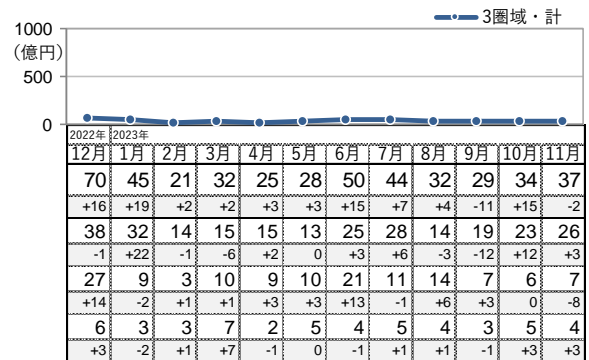
◆バー、バル、ワインバー、ビアホール、パブ



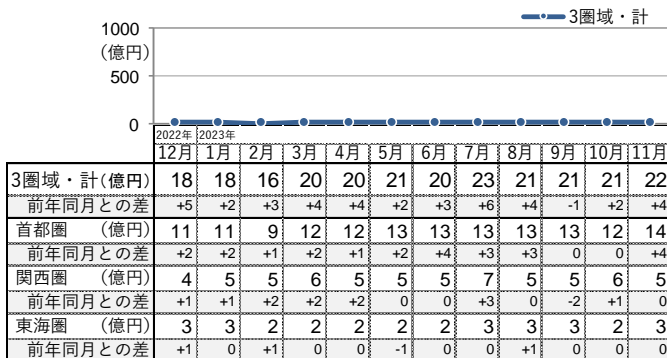
◆カラオケボックス



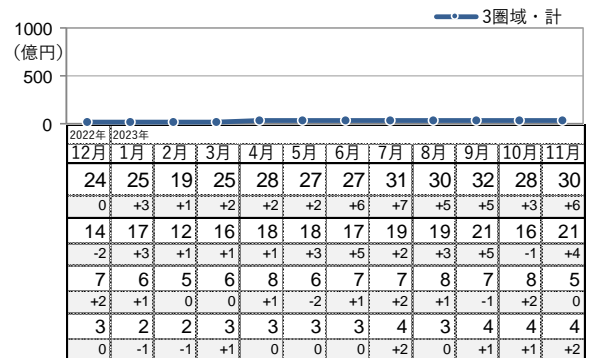
◆スナック、ナイトクラブ、キャバレー



◆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

【3圏域・計】

	2023年11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	ファミリーストラ	ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店	居酒屋(焼鳥、串揚げ等、飲酒メインの業態含む)	バー、パル、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(ﾊﾞｰｶﾞｰ、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)	439	194	170	211	59	301	57	62	220	147	490	77	14	37	22	30
前年同月との差	+60	+34	+20	+9	+12	-7	+7	+5	+34	+18	+38	+4	+7	-2	+4	+6
外食単価 (円)	4,334	2,442	2,488	4,643	2,841	3,803	3,087	3,952	1,624	1,184	3,719	4,626	4,601	9,250	918	830
前年同月との差	+378	+258	+188	+93	+286	-49	+481	+423	+43	+63	+52	+934	+695	-1,871	+61	+38
延べ外食回数 (万回)	1013	794	685	454	209	791	185	157	1352	1238	1317	167	30	40	240	365
前年同月との差	+55	+63	+31	+11	+27	-10	-8	-4	+175	+84	+84	-32	+12	+5	+28	+64

↑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11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	ファミリーストラ	ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店	居酒屋(焼鳥、串揚げ等、飲酒メインの業態含む)	バー、パル、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(ﾊﾞｰｶﾞｰ、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)	267	127	107	138	44	170	30	36	137	87	320	60	12	26	14	21
前年同月との差	+66	+32	+15	+5	+13	-8	+6	+2	+28	+12	+33	+10	+6	+3	+4	+4
外食単価 (円)	4,582	2,660	2,598	4,691	2,938	3,912	3,513	3,802	1,677	1,182	3,777	4,828	5,127	10,628	929	814
前年同月との差	+620	+459	+180	+37	+358	-33	+477	+97	+62	+97	+54	+1,076	+823	-1,275	+33	+11
延べ外食回数 (万回)	582	476	412	295	149	434	85	94	815	739	847	125	24	24	150	256
前年同月との差	+75	+42	+31	+9	+29	-18	+6	+3	+141	+50	+77	-7	+11	+5	+37	+48

↑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11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	ファミリーストラ	ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店	居酒屋(焼鳥、串揚げ等、飲酒メインの業態含む)	バー、パル、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(ﾊﾞｰｶﾞｰ、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)	126	45	40	55	12	88	23	19	50	37	125	12	1	7	5	5
前年同月との差	-5	-2	-1	+7	0	-3	+2	+4	+4	+3	+8	-5	0	-8	0	0
外食単価 (円)	4,413	2,167	2,286	4,682	2,681	3,984	2,815	4,591	1,587	1,231	3,591	3,907	1,699	6,802	865	824
前年同月との差	+57	-93	+48	+257	+87	-21	+532	+1,259	-38	+21	+178	+505	-1,182	-3,411	+64	+86
延べ外食回数 (万回)	285	208	174	117	44	220	82	41	318	298	347	30	4	11	59	65
前年同月との差	-16	+1	-10	+10	-1	-6	-9	-4	+33	+18	+5	-20	+1	-4	-6	-5

↑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11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	ファミリーストラ	ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店	居酒屋(焼鳥、串揚げ等、飲酒メインの業態含む)	バー、パル、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(ﾊﾞｰｶﾞｰ、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)	47	22	23	17	4	43	4	7	32	23	46	5	1	4	3	4
前年同月との差	0	+4	+6	-4	0	+4	-2	-1	+1	+2	-3	-2	+1	+3	0	+2
外食単価 (円)	3,200	2,023	2,381	4,183	2,390	3,170	2,334	3,376	1,481	1,123	3,688	4,313	3,969	8,334	966	939
前年同月との差	+60	+89	+450	-35	+126	-60	-74	+125	+62	-1	-346	+218	+1,525	-2,289	+134	+87
延べ外食回数 (万回)	147	110	98	41	16	137	18	22	219	201	124	12	2	5	32	44
前年同月との差	-3	+20	+8	-8	0	+15	-5	-3	+1	+16	+4	-4	0	+4	-1	+21

↑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 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	2023年 3月度		
事前調査	実施期間	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)	23/2/15 (水) ~2/28 (火)		
	配信数(件)	500,752	507,998	503,149	500,533	505,173	493,042	480,074		
	回収数(件)	34,249	32,570	32,378	36,689	32,776	33,328	31,607		
	回収率	6.8%	6.4%	6.4%	7.3%	6.5%	6.8%	6.6%		
	本調査対象者数(件)	14,197	14,741	14,474	15,080	14,148	14,252	14,159		
本調査	実施期間	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)	23/3/31 (金) ~4/10 (月)		
	配信数(件)	12,448	12,593	12,726	12,596	12,725	12,742	12,844		
	回収数(件)	10,037	9,870	9,816	9,767	9,863	9,508	10,114		
	回収率	80.6%	78.4%	77.1%	77.5%	77.5%	74.6%	78.7%		
	有効回答数(件)	9,939	9,790	9,731	9,680	9,860	9,421	10,103		
集計サンプル数	個人単 位	居住 圏域	3圏域計(件)	9,939	9,790	9,731	9,680	9,860	9,421	10,103
			首都圏(件)	5,748	5,662	5,628	5,598	5,702	5,448	5,843
			関西圏(件)	2,688	2,648	2,632	2,618	2,666	2,548	2,732
			東海圏(件)	1,503	1,481	1,472	1,464	1,491	1,425	1,528
	外食 単 位	消費 圏域	3圏域計(件)	23,548	23,716	22,862	23,934	23,415	21,731	24,603
			首都圏(件)	14,283	14,033	13,427	14,102	13,812	13,198	14,480
			関西圏(件)	6,179	6,308	6,266	6,776	6,318	5,650	6,723
			東海圏(件)	3,086	3,375	3,170	3,055	3,286	2,883	3,401

※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

		2023年 4月度	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		
事前調査	実施期間	23/3/20 (月) ~4/3 (月)	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)		
	配信数(件)	494,669	497,545	495,060	495,890	503,643	508,057	512,397		
	回収数(件)	31,126	30,091	33,578	31,533	31,519	32,714	33,392		
	回収率	6.3%	6.0%	6.8%	6.4%	6.3%	6.4%	6.5%		
	本調査対象者数(件)	13,116	12,896	13,114	13,190	13,177	13,311	13,365		
本調査	実施期間	23/5/1 (月) ~ 5/11 (木)	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)		
	配信数(件)	12,735	12,548	12,559	12,661	12,556	12,711	12,666		
	回収数(件)	9,728	9,778	9,654	9,567	9,813	9,898	9,849		
	回収率	76.4%	77.9%	76.9%	75.6%	78.2%	77.9%	77.8%		
	有効回答数(件)	9,608	9,701	9,561	9,484	9,728	9,808	9,756		
集計サンプル数	個人単 位	居住 圏域	3圏域計(件)	9,608	9,701	9,561	9,484	9,728	9,808	9,756
			首都圏(件)	5,566	5,620	5,539	5,494	5,636	5,682	5,652
			関西圏(件)	2,592	2,617	2,579	2,558	2,624	2,646	2,632
			東海圏(件)	1,450	1,464	1,443	1,431	1,468	1,480	1,472
	外食 単 位	消費 圏域	3圏域計(件)	24,095	25,054	22,808	24,878	24,733	25,139	25,239
			首都圏(件)	14,418	15,136	13,597	14,994	14,748	15,136	15,067
			関西圏(件)	6,521	6,494	6,183	6,502	6,583	6,599	6,777
			東海圏(件)	3,156	3,424	3,028	3,381	3,402	3,404	3,395

※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 12月	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
3圏域・計 (万回)	9843	9454	9183	9695	9920	10216	9437	10377	10058	10139	10234	10047
対19年比	72.5%	76.1%	75.1%	69.8%	75.4%	77.1%	72.5%	78.5%	72.7%	78.3%	82.4%	75.9%

2. 外食単価

	2022年 12月	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
3圏域・計 (円)	3,063	2,756	2,729	2,801	2,718	2,662	2,818	2,750	2,772	2,752	2,704	2,743
対19年比	103.0%	105.6%	105.8%	106.1%	104.4%	108.9%	109.8%	104.5%	110.3%	112.5%	106.9%	107.0%

3. 外食市場規模

	2022年 12月	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
3圏域・計 (億円)	3015	2605	2506	2715	2696	2719	2659	2854	2788	2790	2768	2756
対19年比	74.6%	80.4%	79.5%	74.0%	78.7%	84.0%	79.6%	82.1%	80.2%	88.1%	88.1%	81.2%

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/>