



2017年9月6日

株式会社 リクルート ライフスタイル

2016年度外食&中食動向（2016年4月～2017年3月：東名阪夕食）

外食市場は3兆9,194億円（前年度比-3.6%）、中食市場は1兆963億円（同-2.5%）
首都圏で市場規模最大の街は、4年連続で外食は「新宿」、中食は「池袋」
前年度比で外食市場規模の増加率トップは「自由が丘」

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)に設置された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://hotpepper.jp/ggs/)では、東名阪の男女約10,000人を対象に毎月実施している「外食市場調査」について、2016年度の年間結果（外食&中食動向、タウン別集計）をとりまとめましたのでご報告いたします。

【2016年度調査結果概要】

外食・中食ともに延べ回数は減少（外食-2.9%、中食-1.4%）、単価も微減（外食-0.7%、中食-1.1%）したことにより、市場規模は縮小（外食-3.6%、中食-2.5%）。「居酒屋」「バー、ビアホール」など飲酒業態で、<予約あり>の飲食の比率が増加。タウン別の市場規模では首都圏は外食は新宿、中食は池袋が最大（4年連続）、伸び率では自由が丘が最大。東海圏は名古屋、関西圏は梅田・大阪・北新地が外食・中食とも最大（4年連続）。

1. 外食・中食の回数・市場規模 [P3]

- 3圏域計における16年4月～17年3月の年間の外食市場規模は3兆9,194億円（前年度比-3.6%）と推計された。
- 3圏域計における16年4月～17年3月の年間の中食市場規模は1兆963億円（前年度比-2.5%）と推計された。
- 外食・中食ともに延べ回数は減少、単価も微減したことにより、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。

※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。

2. 性年代別の外食・中食実態、業態別の外食実態 [P4-5]

- 3圏域計において、性年代別には外食・中食とも「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。外食の延べ回数と単価の両方が前年度以上であった性年代は「女性/40歳代」。中食の延べ購入回数と単価の両方が前年度以上であった性年代は「女性/50歳代」。
- 「スナック、ナイトクラブ」「バー、ビアホール」「居酒屋」など、飲酒業態で<予約あり>の回数シェア増。

3. タウン別ランキング [P6-8]

- タウン別の市場規模では、首都圏：外食「新宿（代々木）」・中食「池袋・大塚」がそれぞれ4年連続1位。関西圏と東海圏では外食・中食とも関西圏：「梅田・大阪・北新地」、東海圏：「名古屋」が4年連続の1位。

首都圏	外食 市場規模	前年度比 増減	関西圏	外食 市場規模	前年度比 増減	東海圏	外食 市場規模	前年度比 増減
1位 新宿(代々木)	1,429億円	-6.4%	1位 梅田・大阪・北新地	1,720億円	-2.2%	1位 名古屋	569億円	+2.7%
2位 銀座・有楽町	1,034億円	-3.1%	2位 四条・河原町	598億円	-2.0%	2位 栄・伏見	489億円	-5.9%
3位 東京・日本橋・ 大手町・人形町	1,025億円	-3.9%	3位 三ノ宮・元町	563億円	-0.4%	3位 岐阜・名鉄岐阜・ 西岐阜	198億円	-3.8%

首都圏	中食 市場規模	前年度比 増減	関西圏	中食 市場規模	前年度比 増減	東海圏	中食 市場規模	前年度比 増減
1位 池袋・大塚	205億円	-6.4%	1位 梅田・大阪・北新地	186億円	+0.2%	1位 名古屋	82億円	+1.0%
2位 新宿(代々木)	179億円	+5.8%	2位 西宮北口・甲子園	99億円	-3.2%	2位 栄・伏見	52億円	-2.8%
3位 東京・日本橋・ 大手町・人形町	130億円	-10.6%	3位 四条・河原町	92億円	-19.3%	3位 春日井・勝川・ 高蔵寺	46億円	-3.1%

※タウン名は一部略記

【本件に関するお問い合わせ先】

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

1. 外食・中食の回数・市場規模

- 3圏域計における16年4月~17年3月の年間の延べ外食回数は前年度比-2.9%（15億4,479万回）、外食市場規模は前年度比-3.6%（3兆9,194億円）と推計された。
- また、3圏域計の年間の延べ中食購入回数は前年度比-1.4%（14億3,075万回）、中食市場規模は前年度比-2.5%（1兆963億円）と推計された。
- 基準人口の減少率（-0.6%）に比べると、外食・中食ともに延べ回数は水準以上に減少、単価も微減したことにより、市場規模は縮小した。

■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			
		人口 (万人)	1か月あたりの外食実施率(%)	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
				1か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*B*C*12=<E>				
<A>		<C>	<D>								
3圏域計	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	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	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	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

■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			
		人口 (万人)	1か月あたりの中食実施率(%)	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
				1か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*B*C*12=<E>				
<A>		<C>	<D>								
3圏域計	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	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	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	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

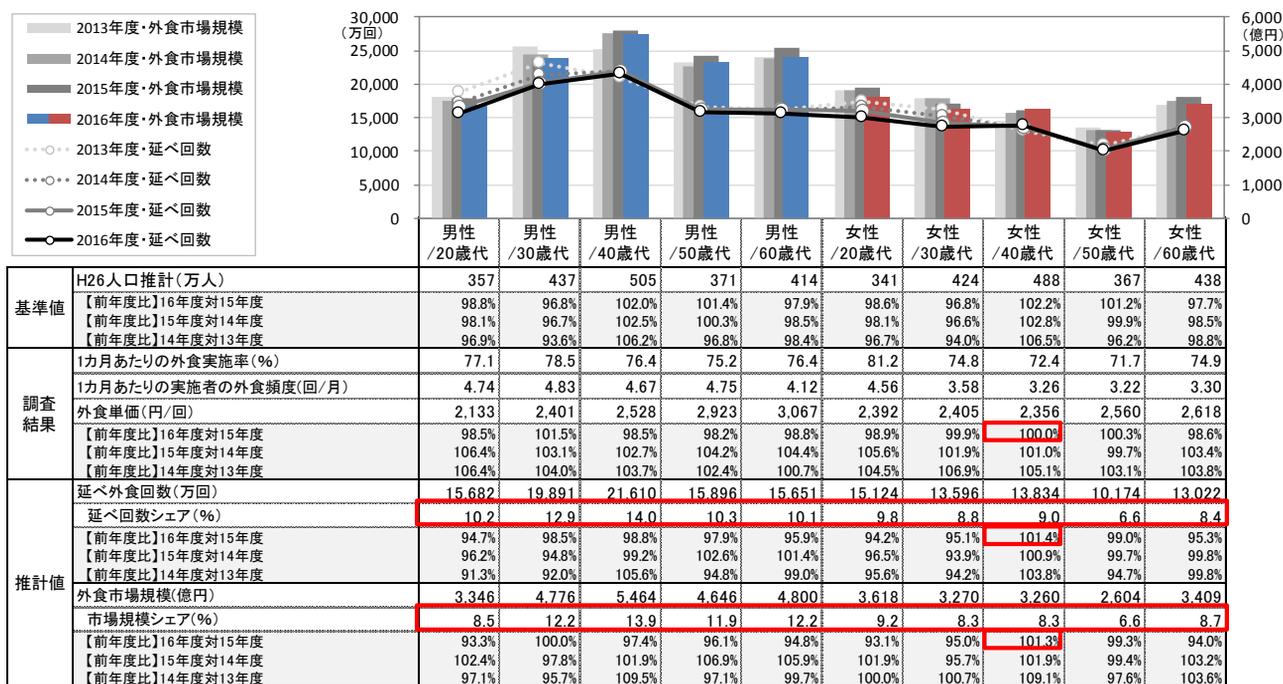
*中食市場規模は、(人口×中食実施率×中食実施者の平均中食購入頻度×中食単価)×12

- 【基準人口について】
- ・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×世代別のH22国調→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
 - ・2016年度の基準人口の前年度比 3圏域計：-0.6%、首都圏：-0.5%、関西圏：-1.1%、東海圏：-0.6%

2. 性年代別の外食・中食実態

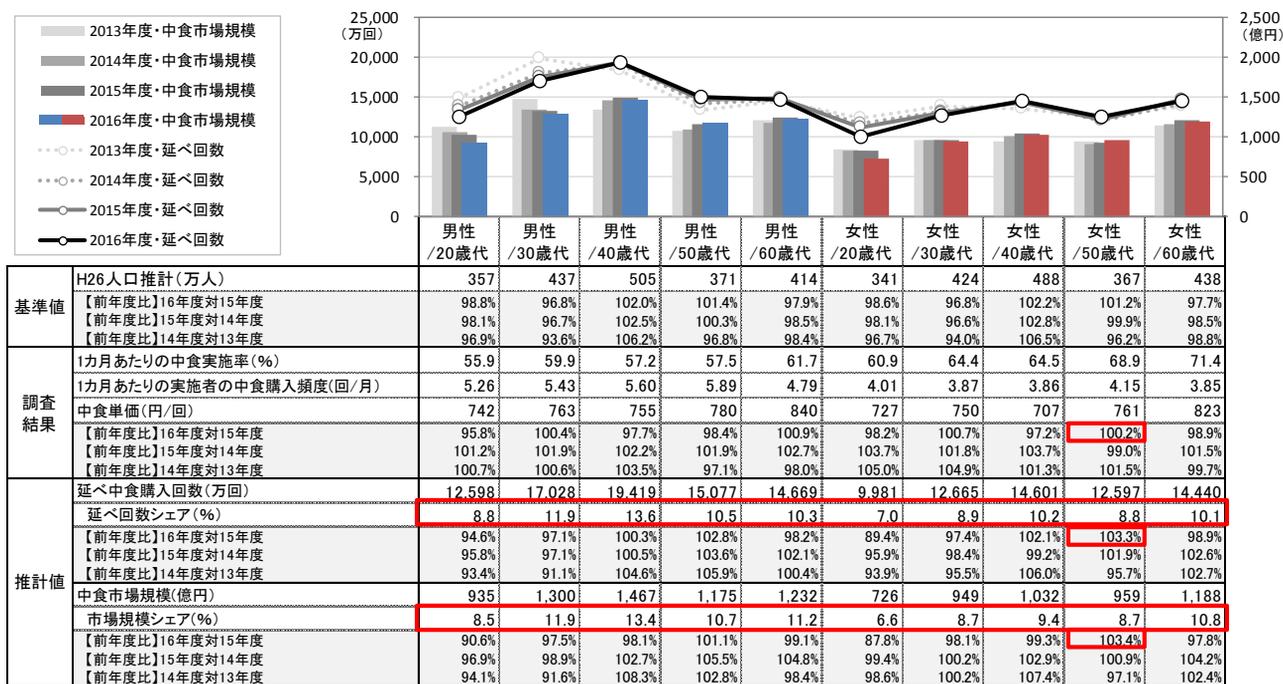
- 3圏域計において、性年代別には外食・中食とも「男性/40歳代」が延べ回数シェアで最も高く、市場規模シェアも最も高い。
- 外食単価と延べ外食回数の両方が前年度以上であった性年代は「女性/40歳代」で、市場規模は前年度比+1.3%であった。
- 中食単価と延べ中食購入回数の両方が前年度以上であった性年代は「女性/50歳代」で、市場規模は前年度比+3.4%であった。

■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ヵ月あたりの外食実施率と1ヵ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

■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>

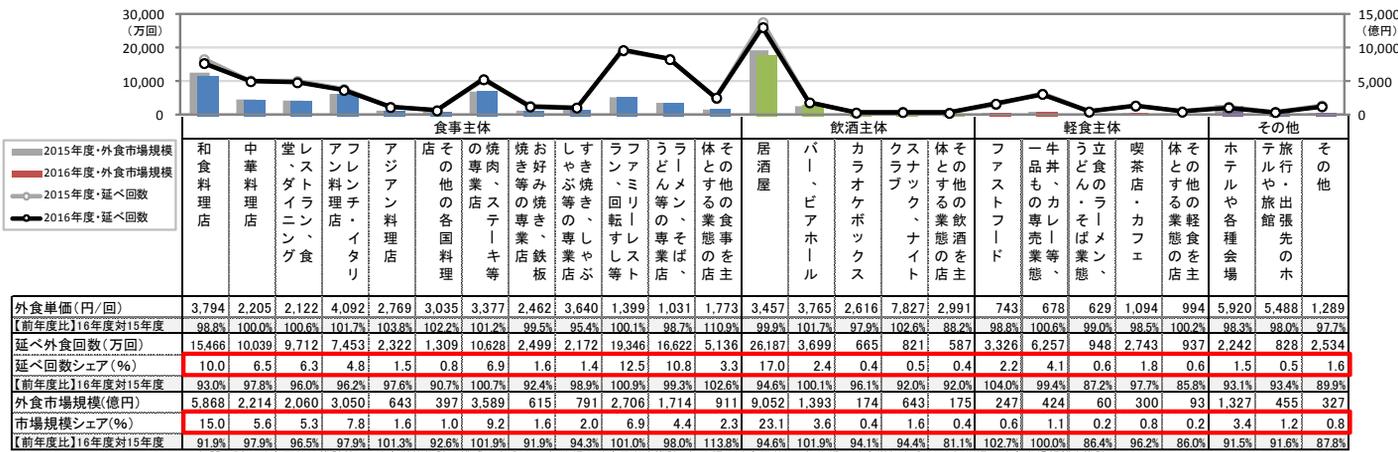


※各性年代の人口に、1ヵ月あたりの中食実施率と1ヵ月あたりの実施者の中食購入頻度を乗じて、各性年代の延べ中食購入回数を推計
 各性年代の延べ中食購入回数に、各性年代の中食単価を乗じて、各性年代の中食市場規模を推計
 各性年代の中食市場規模の合計は、有効桁数の関係で、年間の中食市場規模と完全には合致しない

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17.0%で最大、外食市場規模では23.1%を占める。
- 業態別に飲酒有無×予約有無別の比率（延べ回数ベース）をみると、「カラオケボックス」や「その他の各国料理店」「アジア料理店」において<飲酒あり>の比率が増加。
- 予約有無をみると、「スナック、ナイトクラブ」や「焼肉、ステーキ等の専門店」「ファミリーレストラン、回転すし等」「バー、ビアホール」「居酒屋」「フレンチ・イタリアン料理店」「和食料理店」「中華料理店」「その他の各国料理店」で<予約あり>の回数シェアが増加。

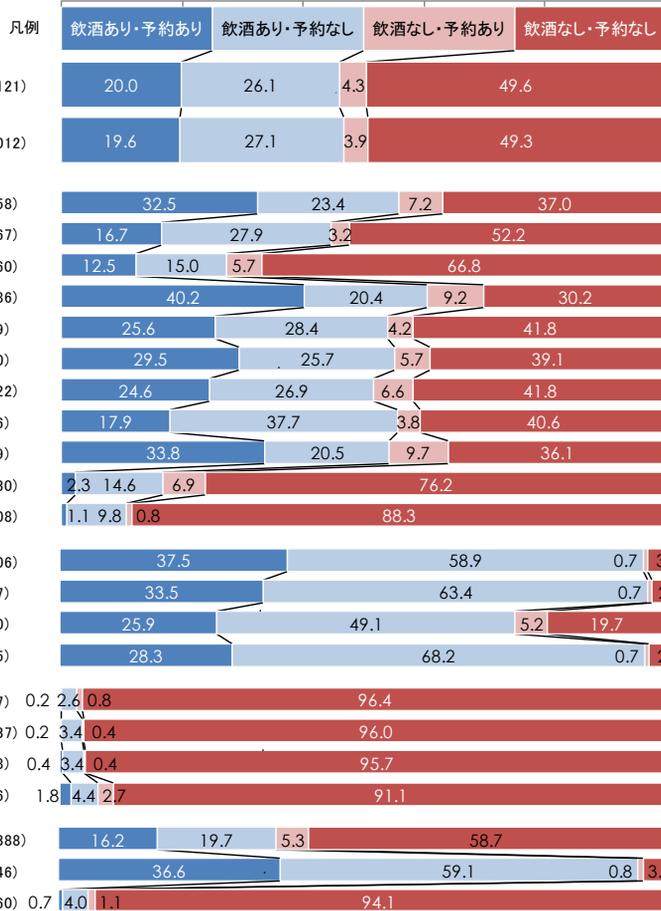
■ 年間の延べ外食回数、外食市場規模【業態別・3圏域計】 <推計値>



■ 飲酒有無×予約有無別の延べ回数シェア【業態別・3圏域計】 (外食単位ベース/単一回答)

※業態名は一部略記

0% 20% 40% 60% 80% 100% 構成比



延べ回数シェア	
飲酒あり (前年度差pt)	予約あり (前年度差pt)
46.1 (-0.6)	24.3 (+0.7)
46.7	23.6
55.8 (-0.7)	39.7 (+1.3)
44.6 (+0.4)	19.9 (+1.3)
27.5 (+0.1)	18.2 (+0.9)
60.6 (-0.2)	49.4 (+1.6)
53.9 (+1.2)	29.8 (+0.4)
55.2 (+1.7)	35.3 (+1.0)
51.6 (-0.4)	31.3 (+2.5)
55.6 (-2.2)	21.7 (+0.3)
54.3 (-2.8)	43.4 (+0.1)
16.9 (-0.2)	9.2 (+1.8)
10.9 (-0.8)	1.9 (-0.1)
96.3 (+0.1)	38.1 (+1.7)
97.0 (-0.0)	34.2 (+1.8)
75.0 (+1.7)	31.1 (+0.4)
96.5 (-0.3)	29.0 (+2.7)
2.8 (-0.3)	1.0 (-0.3)
3.6 (+0.6)	0.6 (-0.0)
3.8 (+0.1)	0.9 (-0.1)
6.2 (-1.0)	4.5 (-0.2)
35.9 (-0.4)	21.6 (+0.8)
95.7 (+0.1)	37.4 (+1.8)
4.7 (-0.1)	1.8 (-0.2)

4-1. 首都圏タウンランキング (外食・中食)

- 首都圏における外食市場規模の大きい街の上位は、**1位「新宿」、2位「銀座・有楽町」、3位「東京・日本橋」**でトップ3の顔ぶれは前年度と変わらず。前年度比で増加率の大きいタウンは、1位「自由が丘」であった。
- 「自由が丘」では単価・回数ともに増加(単価:前年度比+15.4%、回数:同+7.8%)。
- 中食市場規模は「**池袋・大塚**」が4年連続1位。

※コメント中のタウン名は一部略記、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
 ※今年度、名称が変わったタウンがあるが、タウンに含まれる駅は変わっていない。タウンの名称は、外食件数が一定より上位の駅名を含める形で名づけている。

●首都圏外食タウンランキング

■外食市場規模

順位	タウン名	外食市場規模(億円)	前年度比	前回順位
1位	新宿(代々木)★	1,429	93.6%	1位
2位	銀座・有楽町★	1,034	96.9%	2位
3位	東京・日本橋・大手町・人形町★	1,025	96.1%	2位
4位	池袋・大塚★	903	98.4%	5位
5位	新橋・浜松町・虎ノ門★	848	92.1%	4位
6位	渋谷・表参道(原宿)★	814	97.7%	6位
7位	神田・秋葉原・御茶ノ水(神保町)★	613	96.8%	7位
8位	恵比寿・中目黒・目黒★	588	98.9%	8位
9位	横浜駅周辺	556	97.0%	9位
10位	上野・御徒町★	495	101.3%	11位

■外食市場規模 前年度比

順位	タウン名	前年度比	外食市場規模(億円)
1位	自由が丘	124.4%	137
2位	新横浜	113.7%	122
3位	藤沢・辻堂◎	113.0%	176
4位	府中駅周辺◎	110.8%	122
5位	志木(朝霞台・和光市)◎	109.3%	137

■外食単価

順位	タウン名	外食単価(円)	前年度比	前回順位
1位	六本木(青山一丁目)★	4,654	93.2%	1位
2位	銀座・有楽町★	4,613	95.8%	2位
3位	恵比寿・中目黒・目黒★	4,031	106.1%	4位
4位	新橋・浜松町・虎ノ門★	3,740	99.0%	5位
5位	東京・日本橋・大手町・人形町★	3,722	102.7%	6位

■外食タウン別客層構成《サラリーマン(男性会社員)》

順位	タウン名	男性会社員シェア	前回順位	前回値
1位	武蔵小杉	63.9%	6位	55.7%
2位	新橋・浜松町・虎ノ門★	62.6%	1位	64.3%
3位	品川・田町★	57.5%	7位	55.5%

※各タウンの「男性会社員」「女性会社員」など職業のうち、男性会社員/女性会社員による外食が多い順にランキング

■外食タウン別客層構成《OL(女性会社員)》

順位	タウン名	女性会社員シェア	前回順位	前回値
1位	渋谷・表参道(原宿)★	25.2%	1位	25.4%
2位	恵比寿・中目黒・目黒★	24.5%	2位	25.2%
3位	銀座・有楽町★	24.4%	3位	25.1%

■外食タウン別同伴形態構成《カップル》

順位	タウン名	カップルシェア	前回順位	前回値
1位	下北沢	14.9%	2位	12.6%
2位	恵比寿・中目黒・目黒★	13.2%	1位	13.3%
3位	浅草(押上)	12.4%	12位	9.4%

※各タウンの同伴形態のうち、恋人や異性2人/家族・親族/夫婦2人による外食が多い順にランキング

■外食タウン別同伴形態構成《家族・親族》

順位	タウン名	家族シェア	前回順位	前回値
1位	たまプラーザ(あざみ野)	41.1%	1位	44.3%
2位	舞浜◎	40.1%	4位	40.1%
3位	大和駅周辺◎	40.0%	6位	38.7%

■外食タウン別同伴形態構成《夫婦2人》

順位	タウン名	夫婦2人シェア	前回順位	前回値
1位	たまプラーザ(あざみ野)	23.0%	2位	20.6%
2位	上尾駅周辺◎	21.2%	1位	22.6%
3位	橋本◎	19.5%	3位	19.8%

■外食タウン別飲酒有無構成《飲酒あり》

順位	タウン名	飲酒あり回数シェア	前回順位	前回値
1位	新橋・浜松町・虎ノ門★	71.8%	1位	70.9%
2位	銀座・有楽町★	68.1%	2位	69.2%
3位	恵比寿・中目黒・目黒★	67.2%	5位	66.7%

※各タウンの飲酒有無で、飲酒ありの外食が多い順にランキング

●首都圏中食タウンランキング

■中食市場規模

順位	タウン名	中食市場規模(億円)	前年度比	前回順位
1位	池袋・大塚★	205	93.6%	1位
2位	新宿(代々木)★	179	105.8%	2位
3位	東京・日本橋・大手町・人形町★	130	89.4%	3位
4位	大宮・さいたま新都心◎	125	98.1%	4位
5位	町田・相模大野◎	119	102.8%	6位
6位	横浜駅周辺	108	94.3%	7位
6位	千葉(稲毛)◎	108	89.3%	5位
8位	吉祥寺・三鷹(武蔵境・東小金井)◎	99	90.1%	9位
9位	錦糸町(亀戸・両国)	97	115.1%	15位
9位	立川駅周辺◎	97	98.3%	10位

■中食市場規模 前年度比

順位	タウン名	前年度比	中食市場規模(億円)
1位	津田沼◎	116.2%	50
2位	錦糸町(亀戸・両国)	115.1%	97
3位	上尾駅周辺◎	115.0%	46

■中食単価

順位	タウン名	中食単価(円)	前年度比	前回順位
1位	銀座・有楽町★	1,344	82.6%	1位
2位	東京・日本橋・大手町・人形町★	1,248	98.4%	2位
3位	渋谷・表参道(原宿)★	1,171	97.7%	3位

4-2. 関西圏タウンランキング (外食・中食)

- 関西圏における外食市場規模の大きい街の上位は、**1位「梅田・大阪・北新地」、2位「四条・河原町(京都府)」、3位「三ノ宮・元町(兵庫県)」**で「三ノ宮・元町(兵庫県)」がランクアップした。前年度比で増加率の大きいタウンは、**1位「加古川駅周辺(兵庫県)」**であった。
- 「加古川駅周辺(兵庫県)」では外食回数の増加(前年度比+13.2%)の影響が大きい。
- 中食市場規模は「梅田・大阪・北新地」が4年連続1位。

※コメント中のタウン名は一部略記、府県名のないタウンは大阪府

※関西圏:32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

※今年度、名称が変わったタウンがあるが、タウンに含まれる駅は変わっていない。タウンの名称は、外食件数が一定より上位の駅名を含める形で名づけている。また、タウンの追加削除があり、今年度追加したタウンの前回順位は集計していない。

● 関西圏外食タウンランキング

■ 外食市場規模

順位	タウン名	外食市場規模(億円)	前年度比	前回順位
1位	梅田・大阪・北新地	1,720	97.8%	1位
2位	四条(烏丸)・河原町(祇園四条)	598	98.0%	2位
3位	三ノ宮(三宮)・元町	563	99.6%	4位
4位	本町・心斎橋・淀屋橋	560	95.9%	3位
5位	なんば・大阪難波(日本橋)	486	94.3%	5位
6位	天王寺(大阪阿倍野橋)	338	98.4%	6位
7位	西宮北口・甲子園◎	267	100.0%	8位
8位	京橋・天満橋	253	90.7%	7位
9位	京都駅周辺	226	92.1%	9位
10位	尼崎・伊丹・塚口◎	225	93.6%	10位

■ 外食市場規模 前年度比

順位	タウン名	前年度比	外食市場規模(億円)
1位	加古川駅周辺◎	118.5%	88
2位	十三	110.9%	87
3位	高槻・高槻市◎	108.8%	111
4位	鶴橋・大阪上本町	106.4%	208
5位	明石・西明石◎	102.7%	108

■ 外食単価

順位	タウン名	外食単価(円)	前年度比	前回順位
1位	四条(烏丸)・河原町(祇園四条)	3,550	100.5%	1位
2位	本町・心斎橋・淀屋橋	3,466	100.6%	2位
3位	梅田・大阪・北新地	3,352	98.8%	3位
4位	三ノ宮(三宮)・元町	3,228	104.1%	5位
5位	なんば・大阪難波(日本橋)	3,157	101.5%	4位

■ 外食タウン別客層構成《サラリーマン(男性会社員)》

順位	タウン名	男性会社員シェア	前回順位	前回値
1位	新大阪・西中島南方	49.1%	1位	50.5%
2位	本町・心斎橋・淀屋橋	47.5%	3位	45.7%
3位	十三	47.2%	2位	48.7%

※各タウンの「男性会社員」「女性会社員」など職業のうち、男性会社員/女性会社員による外食が多い順にランキング

■ 外食タウン別客層構成《OL(女性会社員)》

順位	タウン名	女性会社員シェア	前回順位	前回値
1位	本町・心斎橋・淀屋橋	22.1%	1位	22.5%
2位	梅田・大阪・北新地	21.2%	2位	19.7%
2位	十三	21.2%	18位	13.3%

■ 外食タウン別同伴形態構成《カップル》

順位	タウン名	カップルシェア	前回順位	前回値
1位	なんば・大阪難波(日本橋)	11.9%	1位	12.3%
2位	三ノ宮(三宮)・元町	11.8%	3位	11.3%
3位	四条(烏丸)・河原町(祇園四条)	10.5%	2位	11.7%

※各タウンの同伴形態のうち、恋人や異性2人/家族・親族/夫婦2人による外食が多い順にランキング

■ 外食タウン別同伴形態構成《家族・親族》

順位	タウン名	家族シェア	前回順位	前回値
1位	金剛◎	47.7%	2位	46.0%
2位	大和八木◎	46.5%	-	-
3位	近鉄八尾◎	43.6%	3位	44.4%

■ 外食タウン別同伴形態構成《夫婦2人》

順位	タウン名	夫婦2人シェア	前回順位	前回値
1位	金剛◎	22.6%	1位	22.4%
2位	高槻・高槻市◎	21.4%	8位	15.6%
2位	大和八木◎	21.4%	-	-

■ 外食タウン別飲酒有無構成《飲酒あり》

順位	タウン名	飲酒あり回数シェア	前回順位	前回値
1位	本町・心斎橋・淀屋橋	69.6%	1位	69.7%
2位	梅田・大阪・北新地	66.6%	2位	67.8%
3位	鶴橋・大阪上本町	64.3%	7位	59.9%

※各タウンの飲酒有無で、飲酒ありの外食が多い順にランキング

● 関西圏中食タウンランキング

■ 中食市場規模

順位	タウン名	中食市場規模(億円)	前年度比	前回順位
1位	梅田・大阪・北新地	186	100.2%	1位
2位	西宮北口・甲子園◎	99	96.8%	3位
3位	四条(烏丸)・河原町(祇園四条)	92	80.7%	2位
4位	天王寺(大阪阿倍野橋)	91	97.7%	4位
4位	尼崎・伊丹・塚口◎	91	99.0%	5位
6位	枚方市・寝屋川市・香里園・樟葉◎	80	103.1%	7位
7位	江坂・千里中央◎	71	102.4%	8位
8位	三ノ宮(三宮)・元町	67	80.1%	6位
9位	大日◎	62	96.0%	9位
10位	堺東(堺)	60	115.6%	14位

■ 中食市場規模 前年度比

順位	タウン名	前年度比	中食市場規模(億円)
1位	長居(あびこ)	115.6%	33
1位	堺東(堺)	115.6%	60
3位	京都駅周辺	111.2%	47

■ 中食単価

順位	タウン名	中食単価(円)	前年度比	前回順位
1位	梅田・大阪・北新地	1,107	107.8%	3位
2位	京都駅周辺	1,085	101.6%	2位
3位	なんば・大阪難波(日本橋)	1,048	89.6%	1位

4-3. 東海圏タウンランキング (外食・中食)

- 東海圏における外食市場規模の大きい街の上位は、**1位「名古屋」、2位「栄・伏見」、3位「岐阜・名鉄岐阜・西岐阜(岐阜県)」**で前年度と変わらず。前年度比で増加率の大きいタウンは、**1位「桑名駅周辺(三重県)」**であった。
- 「桑名駅周辺(三重県)」では単価・回数が増加(単価:前年度比+8.9%、回数:同+9.5%)。
- 中食市場規模でも「名古屋」が圏域内では最大。

※コメント中のタウン名は一部略記、県名のないタウンは愛知県

※東海圏:22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
 ※今年度、名称が変わったタウンがあるが、タウンに含まれる駅は変わっていない。タウンの名称は、外食件数が一定より上位の駅名を含める形で名づけている。
 また、タウンの追加削除があり、今年度追加したタウンの前回順位は集計していない。

● 東海圏外食タウンランキング

■ 外食市場規模

順位	タウン名	外食市場規模(億円)	前年度比	前回順位
1位	名古屋(JR・近鉄・名鉄名古屋)	569	102.7%	1位
2位	栄・伏見	489	94.1%	2位
3位	岐阜・名鉄岐阜・西岐阜◎	198	96.2%	3位
4位	金山	183	112.3%	4位
5位	豊田市駅周辺◎	115	110.1%	9位
6位	今池(千種)	112	90.2%	5位
7位	尾張一宮・名鉄一宮◎	109	97.3%	6位
8位	近鉄四日市◎	102	92.6%	8位
9位	春日井・勝川・高蔵寺◎	100	89.7%	7位
10位	東岡崎駅周辺◎	93	117.5%	11位

■ 外食市場規模 前年度比

順位	タウン名	前年度比	外食市場規模(億円)
1位	桑名駅周辺◎	119.2%	73
2位	東岡崎駅周辺◎	117.5%	93
3位	江南駅周辺◎	113.0%	39
4位	金山	112.3%	183
5位	豊田市駅周辺◎	110.1%	115

■ 外食単価

順位	タウン名	外食単価(円)	前年度比	前回順位
1位	栄・伏見	3,445	101.1%	1位
2位	名古屋(JR・近鉄・名鉄名古屋)	3,339	99.3%	2位
3位	今池(千種)	2,775	94.0%	3位
4位	金山	2,679	99.4%	4位
5位	近鉄四日市◎	2,659	107.5%	6位

■ 外食タウン別客層構成《サラリーマン(男性会社員)》

順位	タウン名	男性会社員シェア	前回順位	前回値
1位	今池(千種)	54.7%	1位	49.9%
2位	金山	51.3%	6位	47.2%
3位	江南駅周辺◎	50.6%	4位	47.9%

※各タウンの「男性会社員」「女性会社員」など職業のうち、男性会社員/女性会社員による外食が多い順にランキング

■ 外食タウン別客層構成《OL(女性会社員)》

順位	タウン名	女性会社員シェア	前回順位	前回値
1位	名古屋(JR・近鉄・名鉄名古屋)	20.8%	1位	20.4%
2位	栄・伏見	20.1%	2位	19.4%
3位	大曽根・黒川	16.1%	8位	13.6%

■ 外食タウン別同伴形態構成《カップル》

順位	タウン名	カップルシェア	前回順位	前回値
1位	名古屋(JR・近鉄・名鉄名古屋)	10.5%	3位	8.6%
2位	江南駅周辺◎	10.2%	12位	6.1%
3位	栄・伏見	9.3%	2位	8.8%

※各タウンの同伴形態のうち、恋人や異性2人/家族・親族/夫婦2人による外食が多い順にランキング

■ 外食タウン別同伴形態構成《家族・親族》

順位	タウン名	家族シェア	前回順位	前回値
1位	大垣駅周辺◎	48.0%	1位	47.8%
2位	桑名駅周辺◎	45.8%	8位	40.3%
3位	大府駅周辺◎	45.5%	11位	39.9%

■ 外食タウン別同伴形態構成《夫婦2人》

順位	タウン名	夫婦2人シェア	前回順位	前回値
1位	春日井・勝川・高蔵寺◎	27.3%	2位	22.3%
2位	江南駅周辺◎	23.4%	5位	18.2%
3位	小牧駅周辺◎	23.2%	4位	21.2%

■ 外食タウン別飲酒有無構成《飲酒あり》

順位	タウン名	飲酒あり回数シェア	前回順位	前回値
1位	栄・伏見	63.5%	1位	61.0%
2位	名古屋(JR・近鉄・名鉄名古屋)	58.5%	3位	60.1%
3位	今池(千種)	57.5%	2位	60.5%

※各タウンの飲酒有無で、飲酒ありの外食が多い順にランキング

● 東海圏中食タウンランキング

■ 中食市場規模

順位	タウン名	中食市場規模(億円)	前年度比	前回順位
1位	名古屋(JR・近鉄・名鉄名古屋)	82	101.0%	1位
2位	栄・伏見	52	97.2%	2位
3位	春日井・勝川・高蔵寺◎	46	96.9%	3位
4位	岐阜・名鉄岐阜・西岐阜◎	45	95.9%	4位
5位	尾張一宮・名鉄一宮◎	41	99.7%	5位
6位	豊田市駅周辺◎	31	99.4%	7位
6位	近鉄四日市◎	31	92.2%	6位
8位	大曽根・黒川	29	107.2%	8位
9位	金山	28	109.1%	9位
10位	東岡崎駅周辺◎	23	93.9%	10位
10位	大垣駅周辺◎	23	113.5%	16位

■ 中食市場規模 前年度比

順位	タウン名	前年度比	中食市場規模(億円)
1位	岩倉駅周辺◎	119.7%	14
2位	大垣駅周辺◎	113.5%	23
3位	金山	109.1%	28

■ 中食単価

順位	タウン名	中食単価(円)	前年度比	前回順位
1位	名古屋(JR・近鉄・名鉄名古屋)	1,075	97.6%	1位
2位	栄・伏見	930	94.3%	2位
3位	今池(千種)	843	100.3%	3位

【参考】中食購入の実態 (2017年4月、2016年5月、2015年5月追加調査)

- 中食の購入場所は購入実施者ベースで「スーパー」が62.2%を占め、次に「コンビニ」が27.7%を占める。前年に比べ、女性20歳代において「スーパー」や「コンビニ」の利用が増加(+5.8~6.1ポイント)した。
- 購入品目では、「惣菜・おかず・揚げ物類(51.9%)」「弁当(42.8%)」「寿司・和食(36.0%)」がトップ3。
- 女性20歳代においては「外食より安い」という理由が増加(+3.5ポイント)。男性20~30歳代や男性60歳代では、「簡単に済ませたい」という理由が増加(+3.6~3.9ポイント)している。

【出典】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。
 【サンプル数】2017年：10,548件、うち中食実施者6,658件。2016年：10,327件、うち中食実施者6,467件。2015年：10,042件、うち中食実施者6,388件。

■中食の購入場所<多い順> (1か月間に中食を購入した人 ベース/複数回答)

	スーパー	コンビニ	百貨店(デパ地)	持ち帰り専門店(弁当など)	外食店のテイクアウト	その他小売店	宅配専門店	外食店の出前	仕出し弁当、ケータリング	その他		
(件数:人※補正後)												
時系列	3圏域計・2017年	6,658	62.2	27.7	20.6	19.7	15.5	8.4	6.1	2.9	1.8	2.7
	3圏域計・2016年	6,467	61.9	27.6	21.0	19.5	15.3	9.8	7.1	4.0	2.8	3.5
	3圏域計・2015年	6,388	61.2	27.6	19.4	19.8	15.1	8.4	7.6	3.5	2.5	3.4
性年代別	男性/20歳代	489	57.8	42.7	15.1	21.8	16.5	5.8	5.7	2.7	3.3	0.9
	男性/30歳代	687	61.3	38.6	15.4	23.5	16.3	5.8	7.1	2.7	1.4	2.0
	男性/40歳代	768	62.1	31.6	13.5	19.0	15.8	4.6	7.0	3.3	2.0	2.7
	男性/50歳代	586	62.0	27.6	15.5	22.4	14.2	8.5	5.4	2.9	1.9	1.8
	男性/60歳代	656	67.3	18.4	19.1	21.6	12.1	8.3	2.8	3.0	2.1	3.6
	女性/20歳代	543	57.4	40.6	19.1	12.4	19.7	7.8	6.6	4.6	1.0	3.1
	女性/30歳代	686	58.9	29.7	20.9	17.6	17.8	8.9	7.7	4.0	1.9	3.1
	女性/40歳代	784	64.2	21.5	22.5	19.5	18.9	10.0	7.2	2.1	1.2	3.0
	女性/50歳代	644	62.3	17.1	28.6	18.9	13.0	9.8	6.4	1.6	1.4	3.1
女性/60歳代	814	65.3	17.4	32.4	19.9	12.0	13.1	4.8	2.8	1.9	3.4	

太字 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か月間に中食を購入した人 ベース/複数回答)

	惣菜・おかず・揚げ物類	弁当	寿司・和食	パン・サンドイッチ、おにぎり類	ラーメン・うどん・そば	刺身・お弁当	つまみ類(枝豆、刺身など)	ピザ・パスタ	デザート・スイーツ類	カレー・丼もの	中華・ラーメン	うどん・そば	洋食	その他
(件数:人※補正後)														
時系列	3圏域計・2017年	6,658	51.9	42.8	36.0	25.4	13.6	13.4	13.3	12.7	7.3	6.4	5.7	3.6
	3圏域計・2016年	6,467	51.8	41.0	39.6	24.6	13.9	13.8	12.8	11.8	8.4	7.0	6.3	3.9
	3圏域計・2015年	6,388	50.6	42.0	39.2	24.3	13.7	14.7	12.7	11.9	8.5	8.0	5.6	3.9
性年代別	男性/20歳代	489	44.8	48.1	24.4	30.2	12.8	15.9	14.0	22.4	8.4	11.8	8.8	1.7
	男性/30歳代	687	46.5	47.9	24.1	30.0	12.1	14.8	12.9	19.0	10.2	9.3	6.7	2.9
	男性/40歳代	768	49.9	50.0	30.1	28.4	13.3	14.8	10.7	15.7	8.5	6.9	6.4	3.9
	男性/50歳代	586	48.1	52.4	36.4	21.6	16.7	11.4	7.3	10.7	8.7	7.7	6.0	3.7
	男性/60歳代	656	49.8	48.8	47.1	16.2	14.8	9.1	8.1	11.8	6.3	6.0	4.8	5.3
	女性/20歳代	543	47.8	31.7	25.0	33.3	11.2	18.3	19.4	13.5	9.2	9.1	4.7	4.1
	女性/30歳代	686	55.3	33.9	31.0	29.7	13.2	16.4	16.9	11.5	9.1	6.1	5.9	4.0
	女性/40歳代	784	57.8	37.3	32.5	26.8	13.7	15.2	15.3	12.7	5.8	4.4	4.9	2.6
	女性/50歳代	644	60.0	36.6	45.4	22.9	15.1	11.0	14.9	7.1	3.7	3.1	3.8	3.4
女性/60歳代	814	54.8	42.4	56.9	17.5	12.8	8.8	13.7	5.5	4.5	3.0	5.4	4.2	

太字 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)

	簡単に済ませた	料理の面倒なところがある	料理の時間がない	外食より安い	外食より落ち着	作るより安い	なごめる	1人分が気軽に	1人だと外食に	外食よりいろいろ	考える手間を省	料理が苦手、嫌	料理がある、無駄	24時間買えるよ	種類豊富なメニュー	その他	は食に利用しない	
(件数:人※補正後)																		
時系列	3圏域計・2017年	10,548	58.4	38.3	34.4	19.6	17.6	11.7	11.1	5.9	5.3	5.3	5.0	4.2	3.7	2.1	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	6.4	5.2	5.9	4.8	4.0	4.2	2.5	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	6.6	5.1	5.9	4.6	4.8	5.2	3.0	3.5	14.9
性年代別	男性/20歳代	888	58.4	29.4	33.1	16.0	9.6	10.7	7.9	6.7	3.4	3.6	6.2	3.5	4.1	1.1	2.6	16.6
	男性/30歳代	1,087	64.8	33.4	32.9	19.7	13.3	13.0	9.5	4.5	4.0	3.8	4.8	3.9	4.1	2.6	2.8	13.6
	男性/40歳代	1,301	59.3	32.1	30.7	21.4	14.0	13.8	8.9	5.4	5.2	5.0	5.2	4.5	4.3	1.8	3.7	15.7
	男性/50歳代	978	53.0	30.7	29.0	23.8	18.8	13.4	11.2	7.6	5.6	5.0	6.5	5.2	2.1	4.9	17.1	
	男性/60歳代	1,049	51.1	30.7	23.8	20.8	22.6	13.4	14.3	6.0	7.2	8.2	4.9	4.8	3.5	2.3	5.3	21.9
	女性/20歳代	855	65.7	44.7	35.0	19.9	13.7	9.4	10.3	7.2	5.1	2.7	6.9	3.5	4.5	1.6	3.8	11.5
	女性/30歳代	1,057	63.7	50.3	40.2	18.6	19.0	10.7	10.7	4.9	4.5	4.7	6.1	2.9	3.4	2.4	3.6	11.9
	女性/40歳代	1,263	62.3	46.0	41.2	20.1	17.9	10.0	9.4	4.7	4.9	4.7	5.4	3.6	2.7	1.5	5.1	12.0
	女性/50歳代	960	56.4	45.2	40.0	20.3	20.9	11.2	12.9	6.3	5.7	6.5	4.0	3.3	3.1	2.8	5.4	13.3
女性/60歳代	1,111	49.6	40.9	37.3	15.0	24.8	10.5	16.3	6.9	6.8	7.3	2.2	4.9	2.5	2.7	6.6	13.9	

太字 前年差が+3ptより大きい

前年差が-3ptより小さい

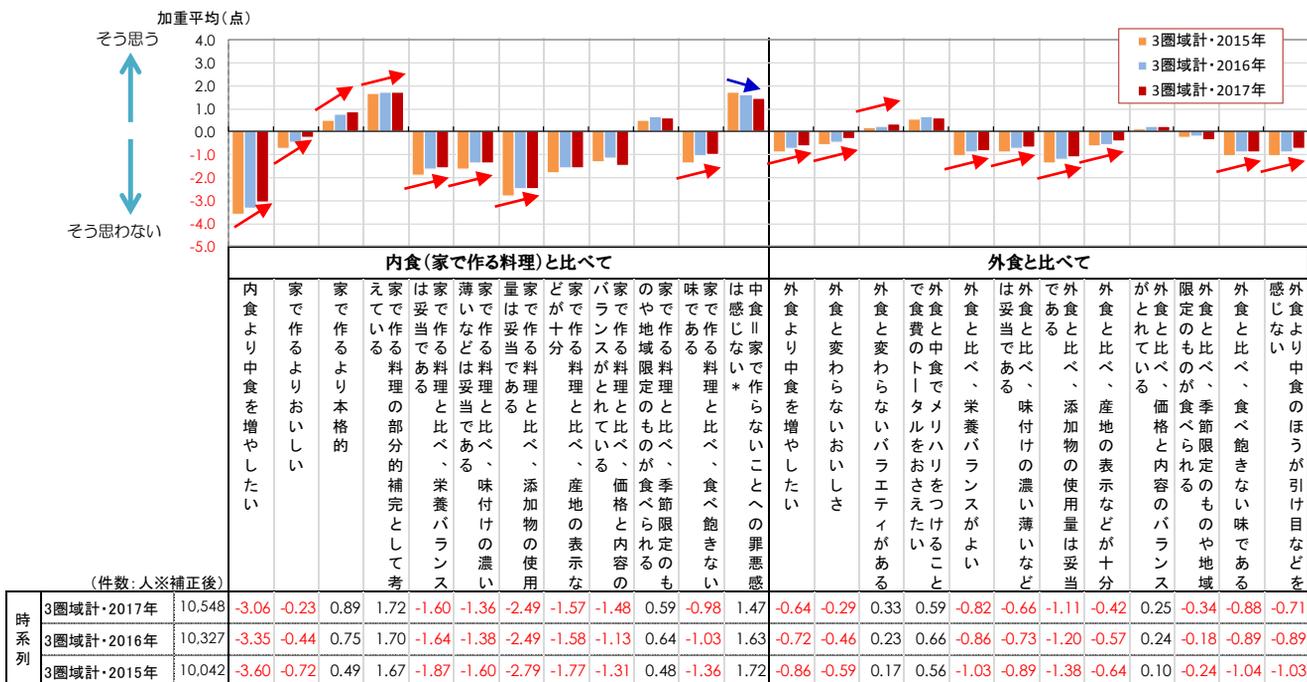
単位(%)

【参考】中食についての考え(2017年4月追加調査)

- 中食に対する考えを尋ねたところ、「家で作るより本格的」と考える人が増えてきているとともに、「内食より中食を増やしたいと思わない*」「家で作るよりおいしいと思わない*」という人が減ってきており、多くの項目において平均数値が年々右上がりを示すことから、近年、中食の優位性が少しずつ高まってきていると言える。 *反対方向に読み替えて表現
- 性年代別にみると、特に男性30~40代や女性20~30代において、「内食より中食を増やしたいと思わない*」の減り幅が大きく、20~30代の男女において、「家で作るよりおいしい」「家で作るより本格的」と思う人が増えてきている。

【出典】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。
 【サンプル数】2017年：10,548件、2016年：10,327件、2015年：10,042件

■「中食」についての考え(各年4月または5月調査・全体ベース/それぞれの項目で単一回答) ※加重平均を表示



※加重平均:「そう思う」10点、「ややそう思う」5点、「どちらともいえない」0点、「あまりそう思わない」-5点、「そう思わない」-10点として算出した平均値

*調査票では「家で作らないことへの罪悪感を感じる」として聴いたが、中食優位の方向に揃えるため、「中食=家で作らないことへの罪悪感を感じない」と読み替え、符号を反対にして算出した

<性年代別> ※項目は一部抜粋

