

外食市場調査（2025 年 2 月度）

2025 年 2 月の外食市場規模は 2939 億円（前年同月比 +211 億円・東名阪 3 圏域計）

2019 年比（コロナ禍前比）93.2%、2 カ月連続で 9 割台に回復

外食頻度の回復により、延べ外食回数は 3 カ月連続して 19 年比 8 割台

【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 93.2%。2 カ月連続して 9 割台に回復した。
2. 外食頻度（19 年比 94.8%）の回復により、延べ外食回数は 3 カ月連続して 19 年比 8 割台を記録。

2025 年 2 月の外食市場規模は、3 圏域合計で 2939 億円。前年同月比（以下、前年比）は +211 億円。市場規模の 2019 年同月比（コロナ禍前比、以下 19 年比）は 93.2% で、前月の 94.6% からは後退したが、2 カ月連続して 9 割台に回復した（P10 参照）。外食実施率と外食単価の 19 年比は前月より後退したが、外食頻度の 19 年比が 94.8%（前月同 92.3%）とコロナ禍前水準に近づき、延べ外食回数が 3 カ月連続して 19 年比 8 割台を記録している。市場規模の食事主体業態・計は 19 年比 97.9%（前月同 98.1%）、飲酒主体業態・計は同 85.2%（同 89.8%）、軽食主体業態・計は同 112.6%（同 110.0%）。主要 16 業態中 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」（158.3%）、「ファストフード」（126.0%）等、8 業態でコロナ禍前を上回る市場規模を記録した。「カラオケボックス」は 2 カ月連続して 19 年比で主要 16 業態中ではトップの伸び率となっている。

【3 圏域計（首都圏・関西圏・東海圏）】 [P3]

- 2025 年 2 月の外食（※1）実施率は 67.6%（前月比増減 -1.2pt、前年比増減 +0.8pt）
- 2025 年 2 月の外食頻度（※2）は 3.70 回/月（前月比増減 +0.04 回、前年比増減 +0.08 回）
- 2025 年 2 月の外食単価は 2,982 円（前月比増減 -106 円、前年比増減 +132 円）
- 2025 年 2 月の外食市場規模（※3）は 2939 億円（前月比増減 -127 億円、前年比増減 +211 億円）

※1 ※2 ※3 P10 参照

【圏域別】 [P3]

- 外食実施率は、首都圏：67.6%（前年比増減 +1.5pt）、関西圏：68.1%（同 +0.4pt）、東海圏：66.2%（同 -1.6pt）
- 外食頻度は、首都圏：3.85 回/月（前年比増減 +0.04 回）、関西圏：3.55 回/月（同 -0.02 回）、東海圏：3.39 回/月（同 +0.38 回）
- 外食単価は、首都圏：3,026 円（前年比増減 +30 円）、関西圏：2,984 円（同 +288 円）、東海圏：2,786 円（同 +297 円）
- 外食市場規模は、首都圏：1802 億円（前年比増減 +73 億円）、関西圏：767 億円（同 +71 億円）、東海圏：371 億円（同 +67 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 +89 億円）、「スナック、ナイトクラブ、キャバレー」（同 +27 億円）、「ファミリーレストラン、回転すし等」（同 +20 億円）等 16 業態中 14 業態で前年を上回った。
- 「居酒屋」（延べ回数 +190 万回、単価 +90 円）、「スナック、ナイトクラブ、キャバレー」（延べ回数 +16 万回、単価 +2,264 円）等は延べ回数・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（2025 年 2 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） ・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（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
- 事前調査

記録期間

本調査
- ・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 R4 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。※23 年度の基準人口に、県×性年代別の R3 人口推計→R4 人口推計の増減率をあてて計算

- 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 | 有効回答数 |
| 2025年1月17日（金）～
2025年2月5日（水） | 501,993件 | 28,779件 | 5.7% | 11,079件 | 2025年2月28日（金）～
2025年3月11日（火） | 10,158件 | 7,194件 | 7,127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 | | |
| 7,127 | 4,138 | 1,917 | 1,072 | 632 | 671 | 837 | 843 | 605 | 620 | 650 | 819 | 827 | 624 | | |
| 100.0 | 58.1 | 26.9 | 15.0 | 8.9 | 9.4 | 11.7 | 11.8 | 8.5 | 8.7 | 9.1 | 11.5 | 11.6 | 8.8 | | |
- 上段：件数（件）、下段：構成比（％）

- 外食単位
- | 3圏域計 | 消費圏域 | | | | | | | | | | | | | | | |
|--------|--------|-------|-------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| | 首都圏 | 関西圏 | 東海圏 | | | | | | | | | | | | | |
| 17,811 | 10,761 | 4,642 | 2,407 | | | | | | | | | | | | | |
| 100.0 | 60.4 | 26.1 | 13.5 | | | | | | | | | | | | | |
- ※2024 年 4 月度より、調査設計を見直したため、全体のサンプル数を削減したが、割付や集計の考え方は変更なし
※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

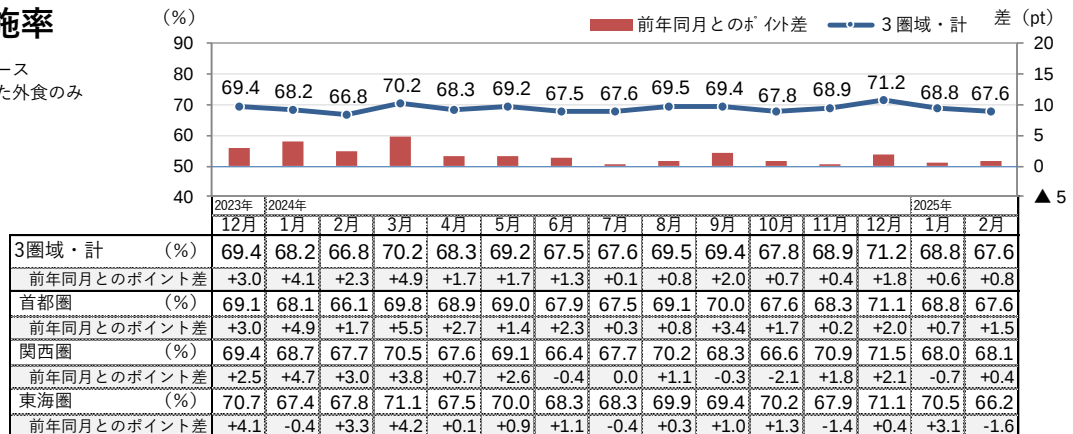
- 外食した店の業態 ・外食 1 回につき次の 26 分類から当てはまるものを 1 つ聴取、本報告書ではうち 16 業態を掲出。

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、パブ、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、一品もの専売業態	
	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

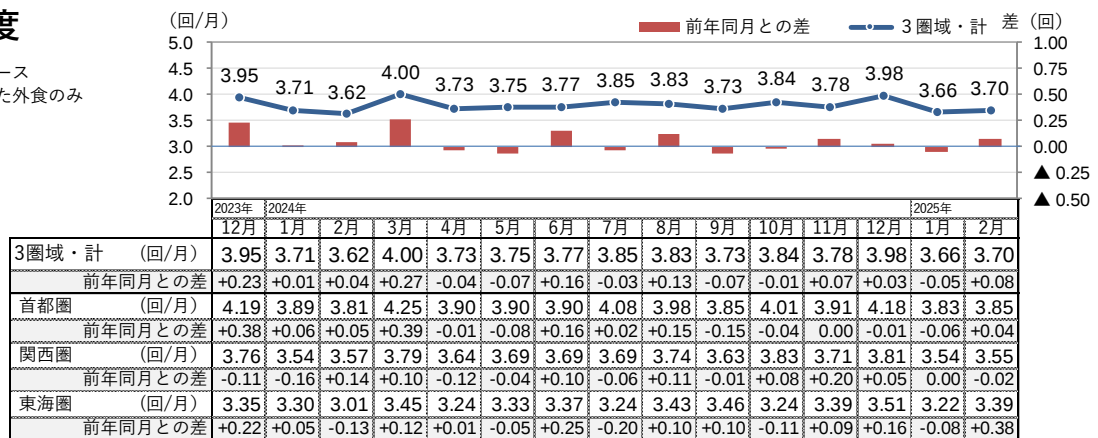
1. 外食実施率

※個人単位集計ベース
※圏域内で行われた外食のみ



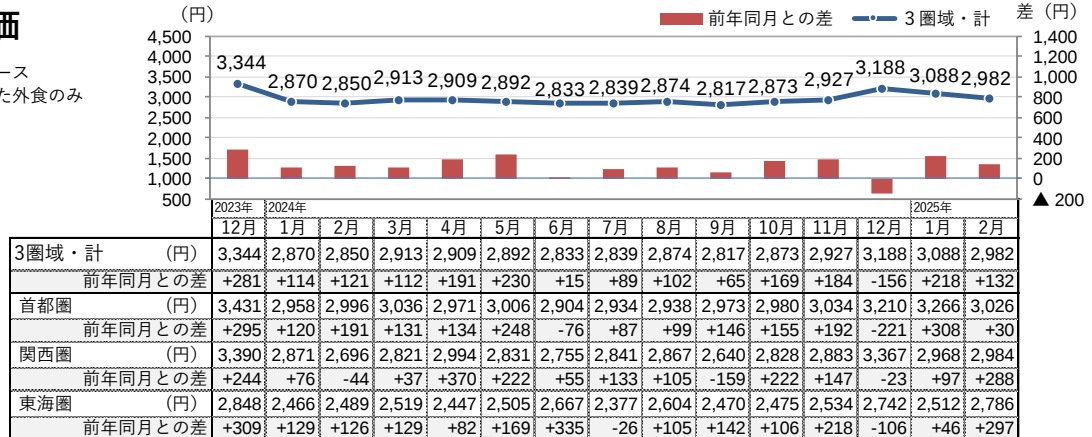
2. 外食頻度

※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

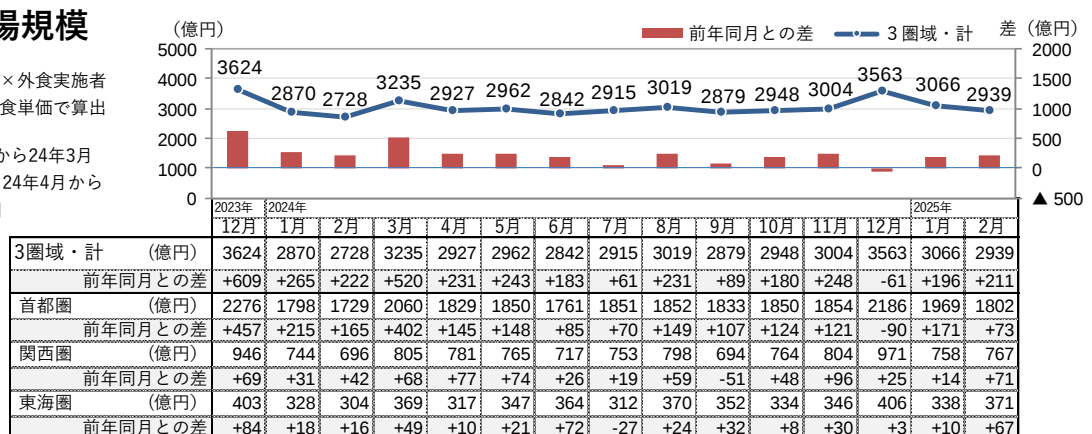


4. 外食市場規模

※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、23年4月から24年3月までR3年人口推計、24年4月からR4年人口推計を使用

<参考> 23年度
→24年度の基準人口の増減率
3圏域・計：-0.3%
首都圏：-0.1%
関西圏：-0.6%
東海圏：-0.6%

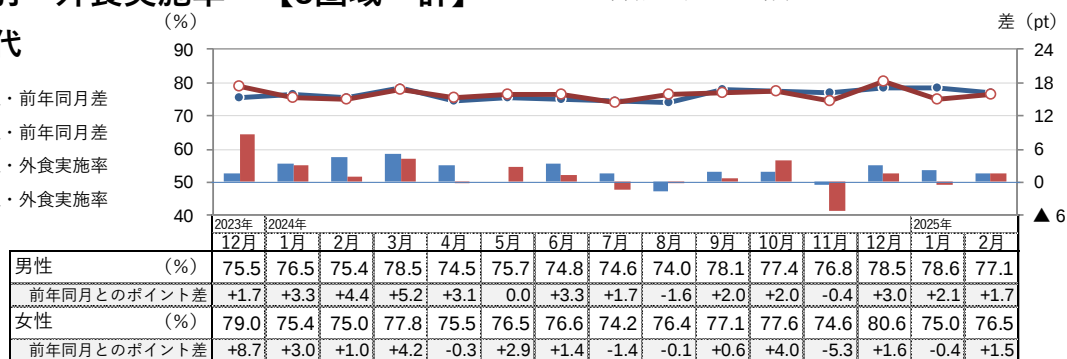


5.性年代別 外食実施率 【3圏域・計】

※個人単位集計ベース
※圏域内で行われた外食のみ

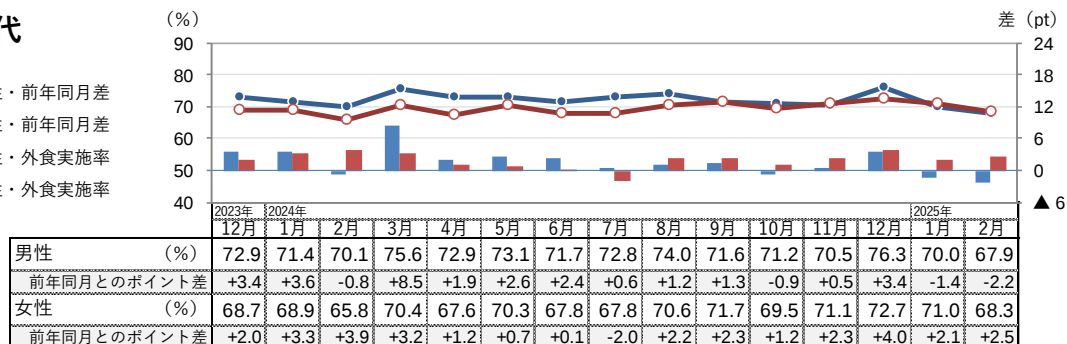
◆20歳代

■ 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



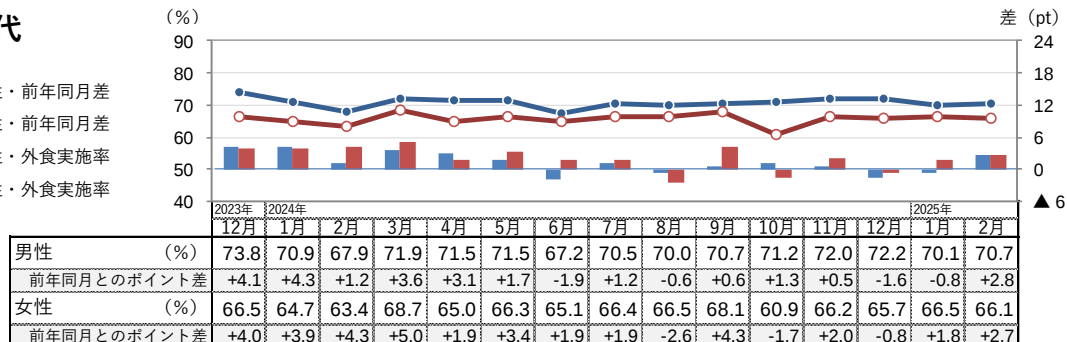
◆30歳代

■ 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



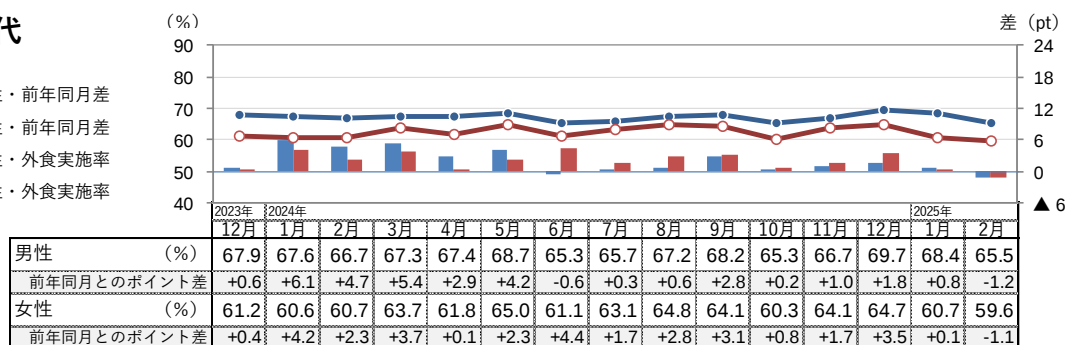
◆40歳代

■ 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



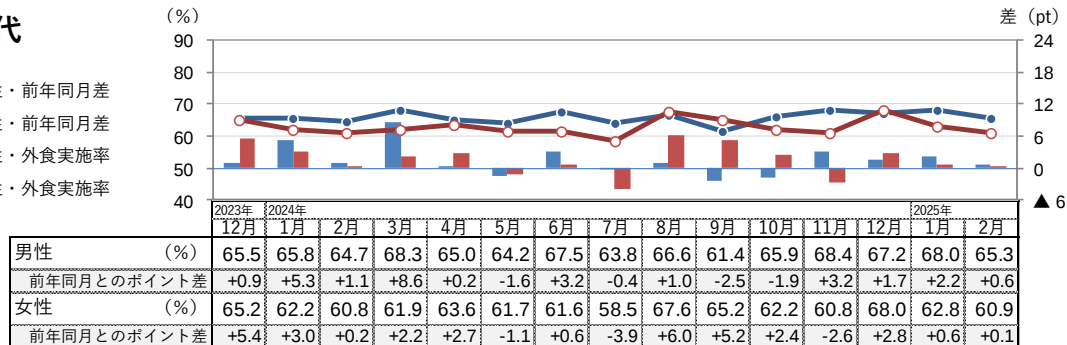
◆50歳代

■ 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

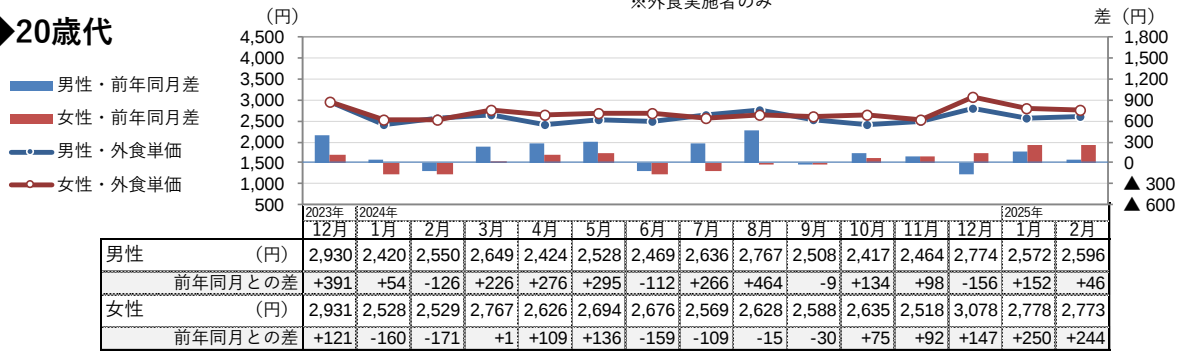
■ 男性・前年同月差
■ 女性・前年同月差
● 男性・外食実施率
● 女性・外食実施率



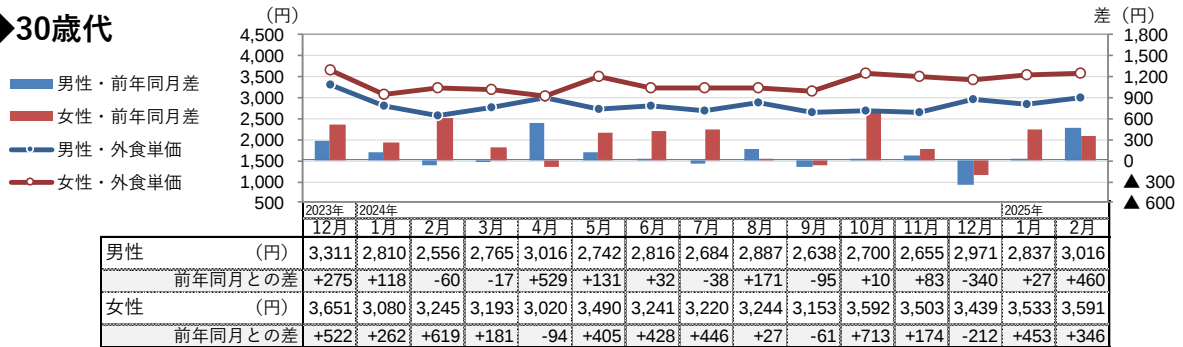
6.性年代別 外食単価 【3圏域・計】

※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

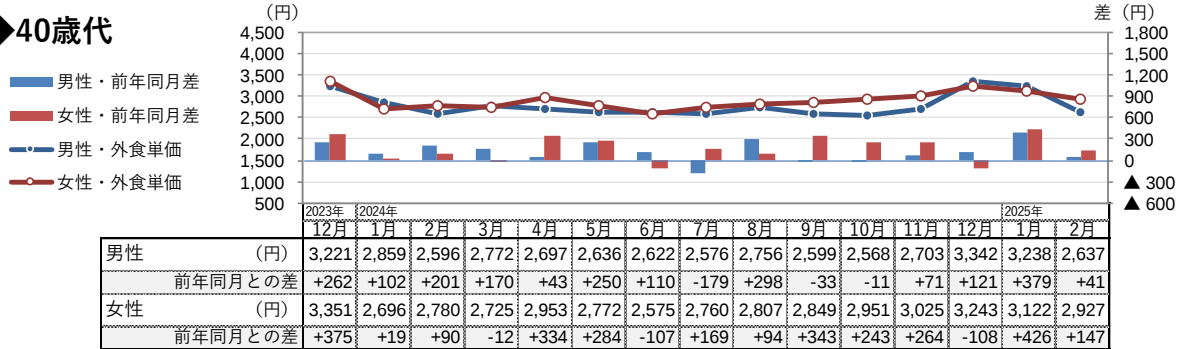
◆20歳代



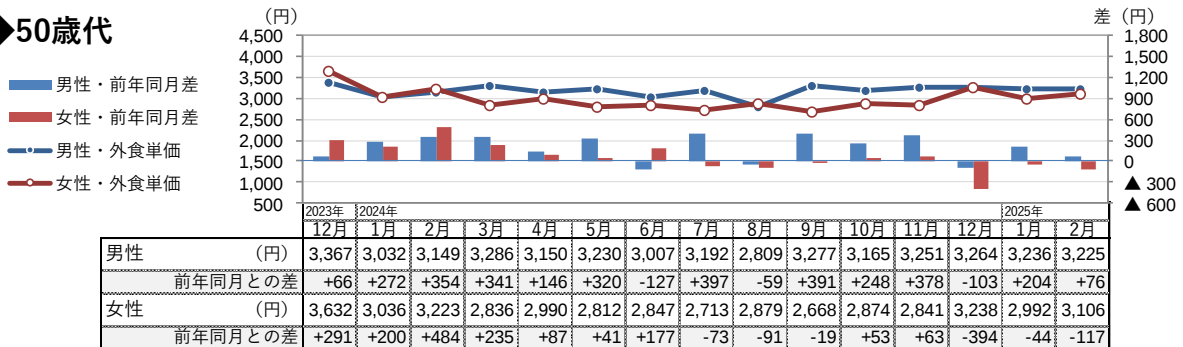
◆30歳代



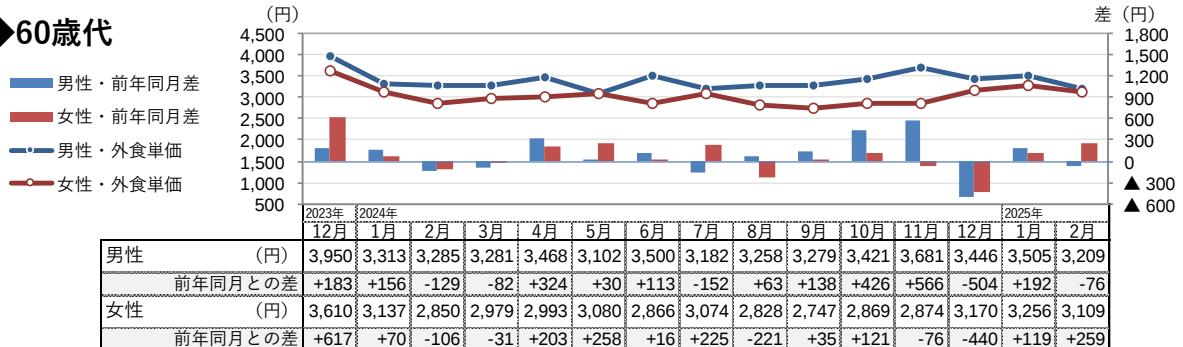
◆40歳代



◆50歳代



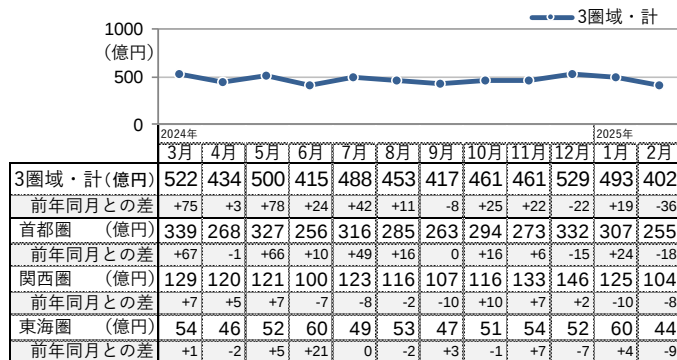
◆60歳代



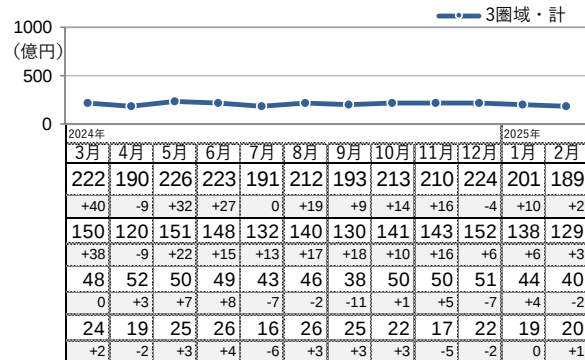
7.業態別 外食市場規模

※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

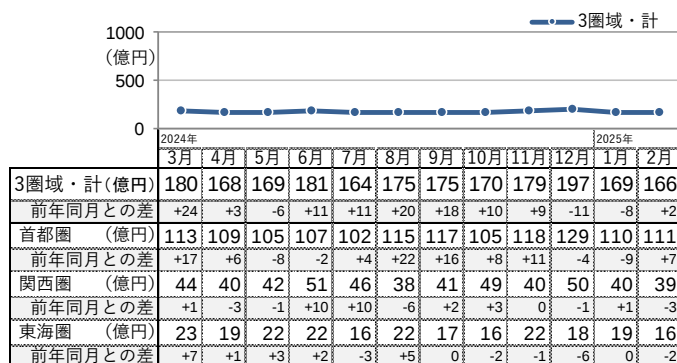
◆和食料理店（すし、割烹、料亭、郷土料理専門店等）



◆中華料理店（ラーメン専門店は除く）

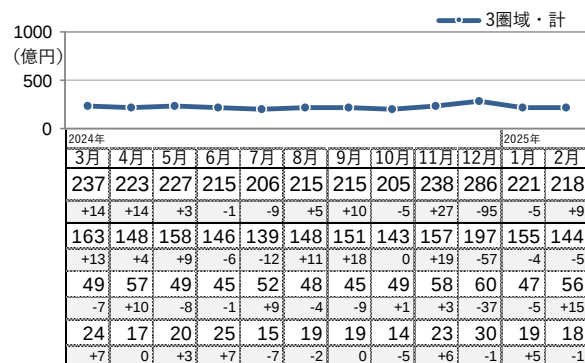


◆レストラン、食堂、ダイニング、洋食店



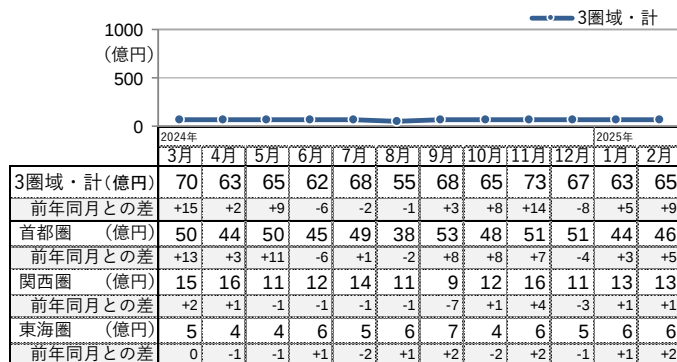
※ファミリーレストラン以外、フレンチ・イタリアン以外

◆フレンチ・イタリアン料理店

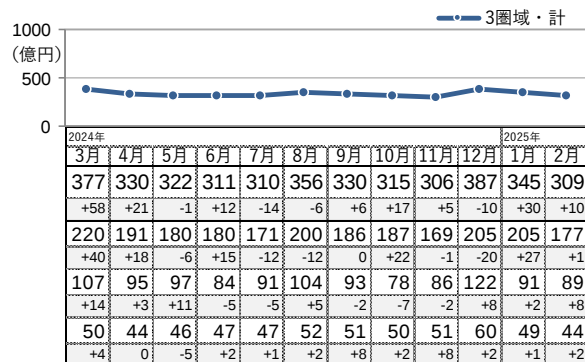


※ファミリーレストラン以外

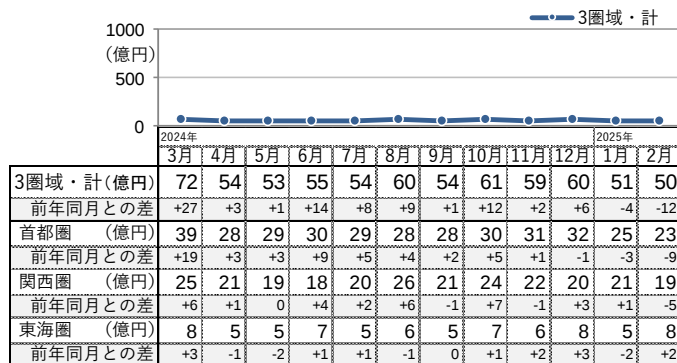
◆アジア料理店



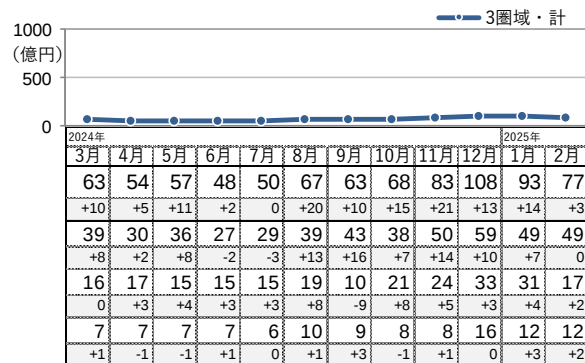
◆焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店



◆お好み焼き、鉄板焼き等の専門店

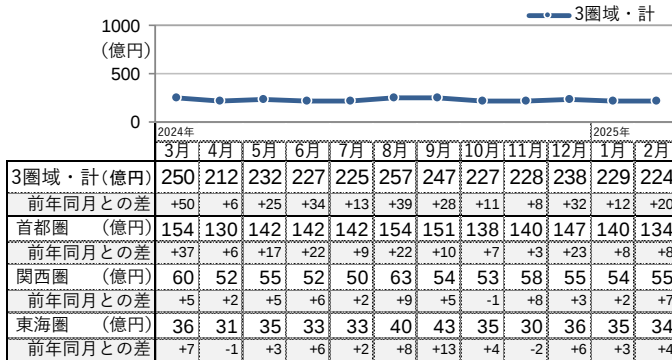


◆すき焼き、しゃぶしゃぶ、鍋、おでん等の専門店

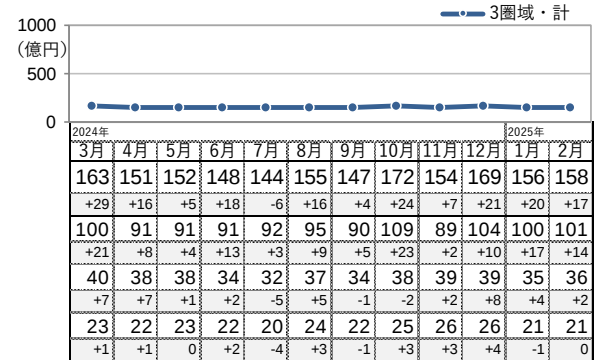


※外食市場規模は、各圏域の延べ外食回数×各圏域における業態シェア×各業態の単価で算出
 ※業態は、26分類のうち16業態を掲出
 ※外食市場規模「0」は、小数点第一位で四捨五入され0になったもの

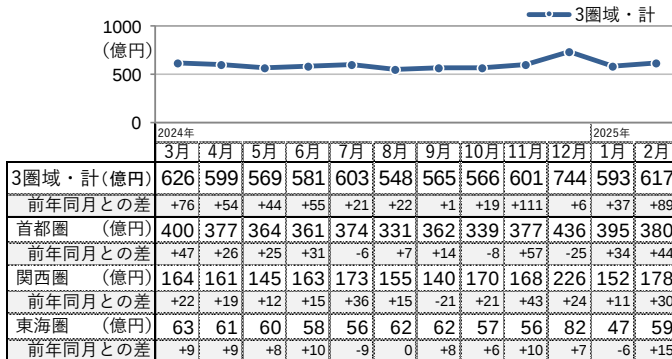
◆ファミリーレストラン、回転すし等



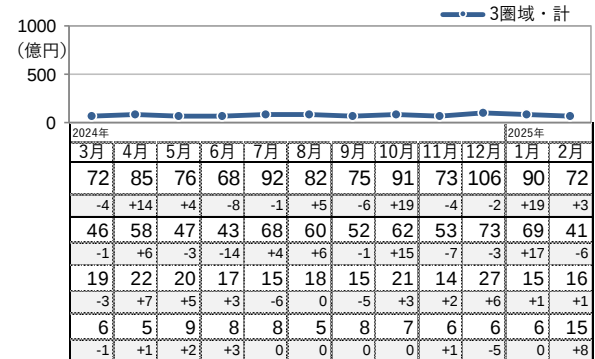
◆ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店



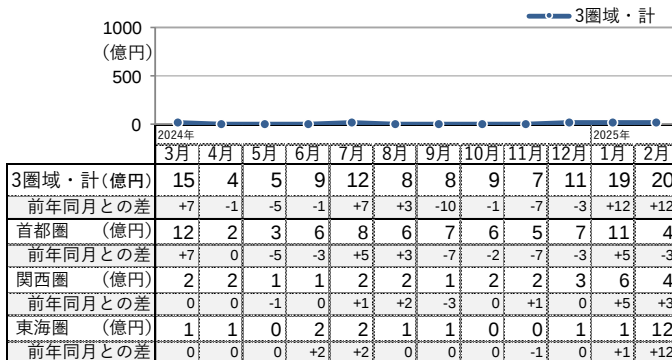
◆居酒屋 (焼鳥、串焼き、串揚げ等、飲酒メインの業態を含む)



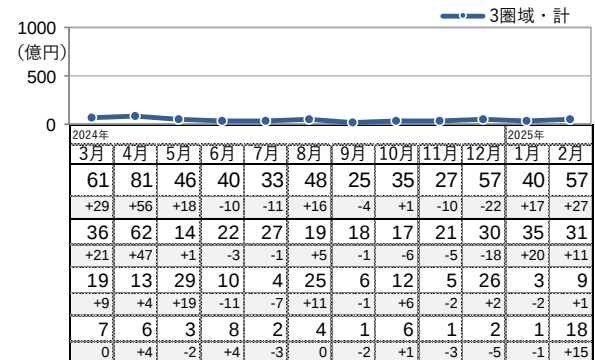
◆バー、バル、ワインバー、ビアホール、パブ



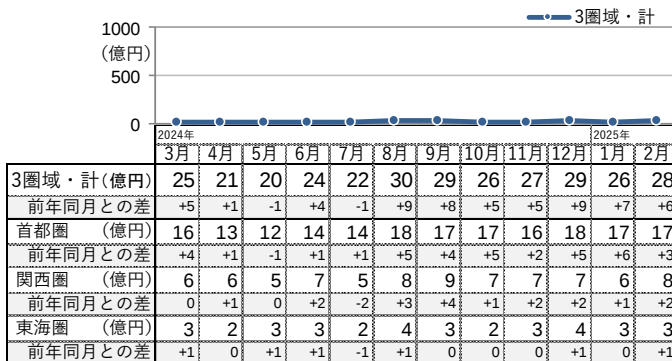
◆カラオケボックス



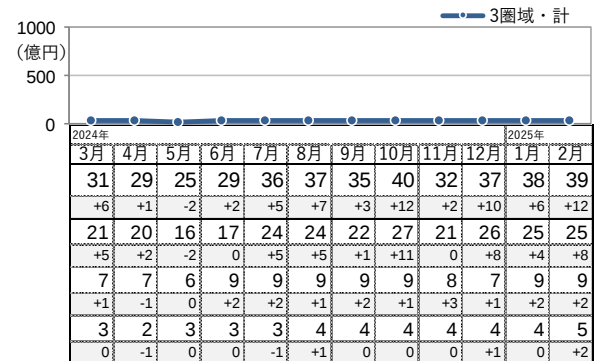
◆スナック、ナイトクラブ、キャバレー



◆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】

	2025年2月															
	食事主体の店										飲酒主体の店				軽食主体の店	
	1 和食料 理店 (すし、 割烹、料 亭、郷土 料理専 門店等)	2 中華料 理店 (ラー メン専 業店は 除く)	3 レスト ラン、食 堂、ダイ ニング、 洋食店	4 フレン チ・イ タリア ン料理 店(ファミ リレストラン 以外)	5 アジア ン料理 店	6 焼肉、ス テーキ、 ハン バーグ 等の専 業店	7 お好み 焼き、鉄 板焼き 等の専 業店	8 すき焼 き、しゃ ぶしゃ ぶ、鍋、 おでん 等の専 業店	9 ファミ リレー ストラ ン、回転 すし等 の専 業店	10 ラーメ ン、そ ば、うどん、 パスタ、ピザ 等の専 業店	11 居酒屋 (焼鳥、 串焼き、 串揚げ 等、飲酒 メインの業 態含む)	12 バー、バ ル、ワイ ンバー、 ビア ホール、 パブ	13 カラオ ケボッ クス	14 スナッ ク、ナイ トクラ ブ、キャ バレー	15 ファス トフー ド(ハン バーガー、 サンドイッチ 等)	16 牛丼、カ レー等、 一品も の専売 業態
外食市場規模 (億円)	402	189	166	218	65	309	50	77	224	158	617	72	20	57	28	39
前年同月との差	-36	+2	+2	+9	+9	+10	-12	+3	+20	+17	+89	+3	+12	+27	+6	+12
外食単価 (円)	4,712	2,722	2,751	5,277	3,218	4,027	3,002	4,312	1,713	1,234	4,032	5,028	4,190	11,790	962	895
前年同月との差	+376	+186	+155	+237	+399	+118	-160	-289	+117	+43	+90	+821	+401	+2,264	-2	+74
延べ外食回数 (万回)	853	693	603	413	204	768	167	180	1308	1281	1529	143	48	48	293	441
前年同月との差	-158	-43	-30	-3	+4	+4	-28	+19	+28	+99	+190	-20	+26	+16	+70	+107

↑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】

	食事主体の店										飲酒主体の店				軽食主体の店	
	1 和食料 理店 (すし、 割烹、料 亭、郷土 料理専 門店等)	2 中華料 理店 (ラー メン専 業店は 除く)	3 レスト ラン、食 堂、ダイ ニング、 洋食店	4 フレン チ・イ タリア ン料理 店(ファミ リレストラン 以外)	5 アジア ン料理 店	6 焼肉、ス テーキ、 ハン バーグ 等の専 業店	7 お好み 焼き、鉄 板焼き 等の専 業店	8 すき焼 き、しゃ ぶしゃ ぶ、鍋、 おでん 等の専 業店	9 ファミ リレー ストラ ン、回転 すし等 の専 業店	10 ラーメ ン、そ ば、うどん、 パスタ、ピザ 等の専 業店	11 居酒屋 (焼鳥、 串焼き、 串揚げ 等、飲酒 メインの業 態含む)	12 バー、バ ル、ワイ ンバー、 ビア ホール、 パブ	13 カラオ ケボッ クス	14 スナッ ク、ナイ トクラ ブ、キャ バレー	15 ファス トフー ド(ハン バーガー、 サンドイッチ 等)	16 牛丼、カ レー等、 一品も の専売 業態
	1 和食料 理店 (すし、 割烹、料 亭、郷土 料理専 門店等)	2 中華料 理店 (ラー メン専 業店は 除く)	3 レスト ラン、食 堂、ダイ ニング、 洋食店	4 フレン チ・イ タリア ン料理 店(ファミ リレストラン 以外)	5 アジア ン料理 店	6 焼肉、ス テーキ、 ハン バーグ 等の専 業店	7 お好み 焼き、鉄 板焼き 等の専 業店	8 すき焼 き、しゃ ぶしゃ ぶ、鍋、 おでん 等の専 業店	9 ファミ リレー ストラ ン、回転 すし等 の専 業店	10 ラーメ ン、そ ば、うどん、 パスタ、ピザ 等の専 業店	11 居酒屋 (焼鳥、 串焼き、 串揚げ 等、飲酒 メインの業 態含む)	12 バー、バ ル、ワイ ンバー、 ビア ホール、 パブ	13 カラオ ケボッ クス	14 スナッ ク、ナイ トクラ ブ、キャ バレー	15 ファス トフー ド(ハン バーガー、 サンドイッチ 等)	16 牛丼、カ レー等、 一品も の専売 業態
外食市場規模 (億円)	255	129	111	144	46	177	23	49	134	101	380	41	4	31	17	25
前年同月との差	-18	+3	+7	-5	+5	+1	-9	0	+8	+14	+44	-6	-3	+11	+3	+8
外食単価 (円)	5,220	2,905	3,165	5,293	3,412	4,063	3,266	4,521	1,728	1,241	4,007	4,967	2,673	15,523	972	873
前年同月との差	+591	+97	+434	-117	+441	+17	-522	-580	+123	+56	-8	+396	-2,274	+4,791	-35	+36
延べ外食回数 (万回)	488	443	349	272	136	435	69	107	777	816	947	83	15	20	173	292
前年同月との差	-101	-5	-34	-3	-2	0	-14	+10	-8	+85	+110	-19	+1	+2	+38	+87

↑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】

	食事主体の店										飲酒主体の店				軽食主体の店	
	1 和食料 理店 (すし、 割烹、料 亭、郷土 料理専 門店等)	2 中華料 理店 (ラー メン専 業店は 除く)	3 レスト ラン、食 堂、ダイ ニング、 洋食店	4 フレン チ・イ タリア ン料理 店(ファミ リレストラン 以外)	5 アジア ン料理 店	6 焼肉、ス テーキ、 ハン バーグ 等の専 業店	7 お好み 焼き、鉄 板焼き 等の専 業店	8 すき焼 き、しゃ ぶしゃ ぶ、鍋、 おでん 等の専 業店	9 ファミ リレー ストラ ン、回転 すし等 の専 業店	10 ラーメ ン、そ ば、うどん、 パスタ、ピザ 等の専 業店	11 居酒屋 (焼鳥、 串焼き、 串揚げ 等、飲酒 メインの業 態含む)	12 バー、バ ル、ワイ ンバー、 ビア ホール、 パブ	13 カラオ ケボッ クス	14 スナッ ク、ナイ トクラ ブ、キャ バレー	15 ファス トフー ド(ハン バーガー、 サンドイッチ 等)	16 牛丼、カ レー等、 一品も の専売 業態
	1 和食料 理店 (すし、 割烹、料 亭、郷土 料理専 門店等)	2 中華料 理店 (ラー メン専 業店は 除く)	3 レスト ラン、食 堂、ダイ ニング、 洋食店	4 フレン チ・イ タリア ン料理 店(ファミ リレストラン 以外)	5 アジア ン料理 店	6 焼肉、ス テーキ、 ハン バーグ 等の専 業店	7 お好み 焼き、鉄 板焼き 等の専 業店	8 すき焼 き、しゃ ぶしゃ ぶ、鍋、 おでん 等の専 業店	9 ファミ リレー ストラ ン、回転 すし等 の専 業店	10 ラーメ ン、そ ば、うどん、 パスタ、ピザ 等の専 業店	11 居酒屋 (焼鳥、 串焼き、 串揚げ 等、飲酒 メインの業 態含む)	12 バー、バ ル、ワイ ンバー、 ビア ホール、 パブ	13 カラオ ケボッ クス	14 スナッ ク、ナイ トクラ ブ、キャ バレー	15 ファス トフー ド(ハン バーガー、 サンドイッチ 等)	16 牛丼、カ レー等、 一品も の専売 業態
外食市場規模 (億円)	104	40	39	56	13	89	19	17	55	36	178	16	4	9	8	9
前年同月との差	-8	-2	-3	+15	+1	+8	-5	+2	+7	+2	+30	+1	+3	+1	+2	+2
外食単価 (円)	4,225	2,481	2,174	5,715	2,933	4,507	2,745	4,098	1,744	1,214	4,079	3,947	2,621	6,063	972	933
前年同月との差	+130	+400	-286	+1,545	+360	+318	-44	+180	+132	+14	+354	+639	+694	-1,944	+77	+187
延べ外食回数 (万回)	246	160	181	98	44	197	69	42	318	295	435	40	15	15	81	101
前年同月との差	-28	-41	+10	-1	-2	+4	-19	+4	+19	+15	+38	-7	+9	+5	+19	+3

↑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】

	食事主体の店										飲酒主体の店				軽食主体の店	
	1 和食料 理店 (すし、 割烹、料 亭、郷土 料理専 門店等)	2 中華料 理店 (ラー メン専 業店は 除く)	3 レスト ラン、食 堂、ダイ ニング、 洋食店	4 フレン チ・イ タリア ン料理 店(ファミ リレストラン 以外)	5 アジア ン料理 店	6 焼肉、ス テーキ、 ハン バーグ 等の専 業店	7 お好み 焼き、鉄 板焼き 等の専 業店	8 すき焼 き、しゃ ぶしゃ ぶ、鍋、 おでん 等の専 業店	9 ファミ リレー ストラ ン、回転 すし等 の専 業店	10 ラーメ ン、そ ば、うどん、 パスタ、ピザ 等の専 業店	11 居酒屋 (焼鳥、 串焼き、 串揚げ 等、飲酒 メインの業 態含む)	12 バー、バ ル、ワイ ンバー、 ビア ホール、 パブ	13 カラオ ケボッ クス	14 スナッ ク、ナイ トクラ ブ、キャ バレー	15 ファス トフー ド(ハン バーガー、 サンドイッチ 等)	16 牛丼、カ レー等、 一品も の専売 業態
	1 和食料 理店 (すし、 割烹、料 亭、郷土 料理専 門店等)	2 中華料 理店 (ラー メン専 業店は 除く)	3 レスト ラン、食 堂、ダイ ニング、 洋食店	4 フレン チ・イ タリア ン料理 店(ファミ リレストラン 以外)	5 アジア ン料理 店	6 焼肉、ス テーキ、 ハン バーグ 等の専 業店	7 お好み 焼き、鉄 板焼き 等の専 業店	8 すき焼 き、しゃ ぶしゃ ぶ、鍋、 おでん 等の専 業店	9 ファミ リレー ストラ ン、回転 すし等 の専 業店	10 ラーメ ン、そ ば、うどん、 パスタ、ピザ 等の専 業店	11 居酒屋 (焼鳥、 串焼き、 串揚げ 等、飲酒 メインの業 態含む)	12 バー、バ ル、ワイ ンバー、 ビア ホール、 パブ	13 カラオ ケボッ クス	14 スナッ ク、ナイ トクラ ブ、キャ バレー	15 ファス トフー ド(ハン バーガー、 サンドイッチ 等)	16 牛丼、カ レー等、 一品も の専売 業態
外食市場規模 (億円)	44	20	16	18	6	44	8	12	34	21	59	15	12	18	3	5
前年同月との差	-9	+1	-2	-1	+2	+2	+2	+2	+4	0	+15	+8	+12	+15	+1	+2
外食単価 (円)	3,645	2,258	2,191	4,180	2,627	3,210	2,980	3,869	1,614	1,231	4,055	7,433	6,792	13,183	897	949
前年同月との差	+33	+73	-54	-473	+405	+123	+610	+132	+79	+28	-122	+2,915	+5,214	+5,690	-10	+1
延べ外食回数 (万回)	120	90	72	43	23	136	28	30	213	169	146	20	18	14	38	48
前年同月との差	-28	+3	-8	+2	+7	-1	+4	+4	+18	-2	+41	+5	+16	+10	+12	+16

↑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

			2023年 12月度	2024年 1月度	2024年 2月度	2024年 3月度	2024年 4月度	2024年 5月度	2024年 6月度
事前調査	実施期間		23/11/16 (木) ~12/4 (月)	23/12/14 (木) ~24/1/4 (木)	24/1/17 (水) ~2/2 (金)	24/2/16 (金) ~3/4 (月)	24/3/15 (金) ~4/3 (水)	24/4/16 (火) ~5/2 (木)	24/5/15 (水) ~6/4 (火)
	配信数(件)		517,183	514,946	513,624	512,455	496,301	504,904	502,800
	回収数(件)		33,663	33,632	34,988	34,244	30,621	28,030	28,667
	回収率		6.5%	6.5%	6.8%	6.7%	6.2%	5.6%	5.7%
	本調査対象者数(件)		13,486	13,482	13,607	13,608	11,473	11,400	11,601
本調査	実施期間		24/1/4 (木) ~1/15 (月)	24/2/1 (木) ~2/13 (火)	24/3/1 (金) ~3/12 (火)	24/4/1 (月) ~4/11 (木)	24/5/1 (水) ~5/13 (月)	24/5/31 (金) ~6/13 (木)	24/7/1 (月) ~7/11 (木)
	配信数(件)		12,738	12,729	12,733	12,779	10,698	10,616	10,703
	回収数(件)		9,709	9,947	9,674	9,683	7,848	8,309	8,238
	回収率		76.2%	78.1%	76.0%	75.8%	73.4%	78.3%	77.0%
	有効回答数(件)		9,636	9,864	9,579	9,606	7,760	8,230	8,176
集計サンプル数	個人単位	居住圏域	3圏域計(件)	9,636	9,864	9,579	9,606	7,760	8,230
		圏域	首都圏(件)	5,582	5,714	5,549	5,565	4,506	4,779
			関西圏(件)	2,599	2,661	2,584	2,591	2,087	2,213
			東海圏(件)	1,454	1,489	1,446	1,450	1,167	1,238
	外食単位	消費圏域	3圏域計(件)	26,400	24,937	23,179	26,970	19,798	21,373
		圏域	首都圏(件)	16,158	15,160	13,971	16,481	12,111	12,843
			関西圏(件)	6,795	6,463	6,253	6,933	5,136	5,392
			東海圏(件)	3,447	3,314	2,955	3,556	2,550	2,830

※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

			2024年 7月度	2024年 8月度	2024年 9月度	2024年 10月度	2024年 11月度	2024年 12月度	2025年 1月度
事前調査	実施期間		24/6/18 (火) ~7/4 (木)	24/7/17 (水) ~8/6 (火)	24/8/15 (木) ~9/4 (水)	24/9/17 (火) ~10/4 (金)	24/10/16 (水) ~11/5 (火)	24/11/14 (木) ~12/8 (日)	24/12/13 (金) ~12/27 (金)
	配信数(件)		494,370	503,814	504,284	513,062	502,223	511,646	490,360
	回収数(件)		27,165	28,272	28,781	27,067	27,942	28,144	26,704
	回収率		5.5%	5.6%	5.7%	5.3%	5.6%	5.5%	5.4%
	本調査対象者数(件)		11,375	11,366	11,292	10,840	10,844	10,979	10,555
本調査	実施期間		24/8/1 (木) ~8/13 (火)	24/9/2 (月) ~9/13 (金)	24/10/1 (火) ~10/10 (木)	24/11/1 (金) ~11/12 (火)	24/12/2 (月) ~12/11 (水)	25/1/6 (月) ~1/16 (木)	25/1/31 (金) ~2/14 (金)
	配信数(件)		10,605	10,528	10,494	10,115	10,038	10,212	9,919
	回収数(件)		8,102	8,202	7,776	7,727	7,529	7,674	7,326
	回収率		76.4%	77.9%	74.1%	76.4%	75.0%	75.1%	73.9%
	有効回答数(件)		8,016	8,124	7,708	7,642	7,453	7,621	7,265
集計サンプル数	個人単位	居住圏域	3圏域計(件)	8,016	8,124	7,708	7,642	7,453	7,621
		圏域	首都圏(件)	4,655	4,717	4,476	4,437	4,328	4,425
			関西圏(件)	2,156	2,185	2,073	2,055	2,004	1,954
			東海圏(件)	1,206	1,222	1,159	1,150	1,121	1,093
	外食単位	消費圏域	3圏域計(件)	20,874	21,645	19,976	19,887	19,400	21,595
		圏域	首都圏(件)	12,821	12,986	12,053	12,030	11,549	13,160
			関西圏(件)	5,389	5,731	5,139	5,238	5,274	4,708
			東海圏(件)	2,664	2,928	2,784	2,618	2,578	2,479

※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

	2024年 3月	2024年 4月	2024年 5月	2024年 6月	2024年 7月	2024年 8月	2024年 9月	2024年 10月	2024年 11月	2024年 12月	2025年 1月	2025年 2月
3圏域・計 (万回)	11106	10061	10241	10031	10269	10507	10220	10263	10265	11175	9931	9855
対19年比	79.9%	76.5%	77.3%	77.1%	77.7%	76.0%	78.9%	82.7%	77.5%	82.3%	80.0%	80.6%

2. 外食単価

	2024年 3月	2024年 4月	2024年 5月	2024年 6月	2024年 7月	2024年 8月	2024年 9月	2024年 10月	2024年 11月	2024年 12月	2025年 1月	2025年 2月
3圏域・計 (円)	2,913	2,909	2,892	2,833	2,839	2,874	2,817	2,873	2,927	3,188	3,088	2,982
対19年比	110.4%	111.7%	118.3%	110.4%	107.9%	114.3%	115.1%	113.6%	114.2%	107.3%	118.3%	115.7%

3. 外食市場規模

	2024年 3月	2024年 4月	2024年 5月	2024年 6月	2024年 7月	2024年 8月	2024年 9月	2024年 10月	2024年 11月	2024年 12月	2025年 1月	2025年 2月
3圏域・計 (億円)	3235	2927	2962	2842	2915	3019	2879	2948	3004	3563	3066	2939
対19年比	88.2%	85.4%	91.5%	85.1%	83.8%	86.9%	90.9%	93.9%	88.5%	88.2%	94.6%	93.2%

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（2023年4月から2024年3月までR3年人口推計、2024年4月からR4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：-0.3%、首都圏：-0.1%、関西圏：-0.6%、東海圏：-0.6%

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/>