

外食市場調査（2025年4月度）

2025年4月の外食市場規模は3040億円（前年同月比+113億円・東名阪3圏域計）
2019年比（コロナ禍前比）88.7%、2カ月ぶりにコロナ禍前比が回復傾向
延べ外食回数が19年比8割台に回復も、単価の伸びは鈍化

【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88.7%。前月の19年比86.2%から回復。
2. 延べ外食回数は19年比8割台（80.4%）に回復。単価は19年比110.3%と伸びが鈍化

2025年4月の外食市場規模は、3圏域合計で3040億円。前年同月比（以下、前年比）は+113億円。市場規模の2019年同月比（コロナ禍前比、以下19年比）は88.7%で、前月の86.2%から回復した（P10参照）。外食実施率と頻度の19年比が前月より改善したことで、延べ外食回数の19年比が前月の76.8%から8割（80.4%）に回復したことが要因。一方、外食単価（2,872円）は19年比110.3%と、2月（115.7%）から3カ月連続で伸びが鈍化している。市場規模の食事主体業態・計は19年比92.5%（前月同92.4%）、飲酒主体業態・計は同81.0%（同74.0%）、軽食主体業態・計は同109.2%（同106.7%）。主要16業態中10業態で市場規模が前年を上回り、7業態では延べ外食回数と外食単価の両方が前年を上回った。19年比では「ファストフード」（132.2%）、「喫茶店・カフェ」（115.4%）等、6業態でコロナ禍前を上回る市場規模を記録した。

【3圏域計（首都圏・関西圏・東海圏）】 [P3]

- 2025年4月の外食（※1）実施率は68.9%（前月比増減+0.9pt、前年比増減+0.6pt）
- 2025年4月の外食頻度（※2）は3.90回/月（前月比増減-0.08回、前年比増減+0.17回）
- 2025年4月の外食単価は2,872円（前月比増減-89円、前年比増減-37円）
- 2025年4月の外食市場規模（※3）は3040億円（前月比増減-122億円、前年比増減+113億円）

※1 ※2 ※3 P10参照

【圏域別】 [P3]

- 外食実施率は、首都圏：69.1%（前年比増減+0.2pt）、関西圏：68.8%（同+1.2pt）、東海圏：68.5%（同+1.0pt）
- 外食頻度は、首都圏：4.10回/月（前年比増減+0.20回）、関西圏：3.77回/月（同+0.13回）、東海圏：3.34回/月（同+0.10回）
- 外食単価は、首都圏：2,954円（前年比増減-17円）、関西圏：2,749円（同-245円）、東海圏：2,733円（同+286円）
- 外食市場規模は、首都圏：1917億円（前年比増減+88億円）、関西圏：754億円（同-27億円）、東海圏：370億円（同+53億円）

【業態別】（3圏域計） [P6-8]

- 業態別の市場規模は、「中華料理店」（前年比増減+38億円）、「居酒屋」（同+37億円）、「ファミリーレストラン、回転すし等」（同+33億円）等、16業態中10業態で前年を上回った。
- 「中華料理店」（延べ回数+83万回、単価+207円）、「居酒屋」（延べ回数+11万回、単価+216円）、「ファミリーレストラン、回転すし等」（延べ回数+171万回、単価+30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4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（関東・関東の一部除外） ・埼玉県（関西の一部除外） ・茨城県の一部	・大阪府全域 ・京都府（府北の一部除外） ・奈良県の一部 ・兵庫県（東北の一部除外） ・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R5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。※24年度の基準人口に、県×性年代別のR4人口推計→R5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	回収率	有効回答数
2025年3月14日（金）～ 2025年4月7日（月）	500,534件	28,535件	5.7%	11,172件	2025年4月30日（水）～ 2025年5月13日（火）	10,343件	7,178件	69.4%	7,111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		
7,111	4,139	1,906	1,066	637	664	809	866	608	622	640	791	850	624		
100.0	58.2	26.8	15.0	9.0	9.3	11.4	12.2	8.6	8.7	9.0	11.1	12.0	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
19,101	11,710	4,948	2,443
100.0	61.3	25.9	12.8

※ウェイトバックによる補正後の件数と構成比
※2025年4月度より、男性/20歳代においてスマートフォンでの回収を併用している

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。
- ・「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

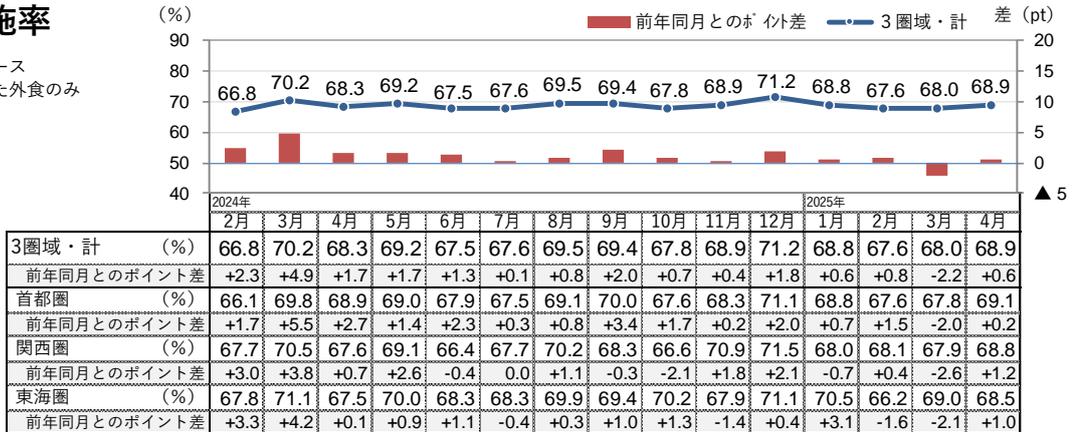
- **外食した店の業態** ・外食1回につき次の26分類から当てはまるものを1つ聴取、本報告書ではうち16業態を掲出。

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、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）		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、一品もの専業業態		
	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



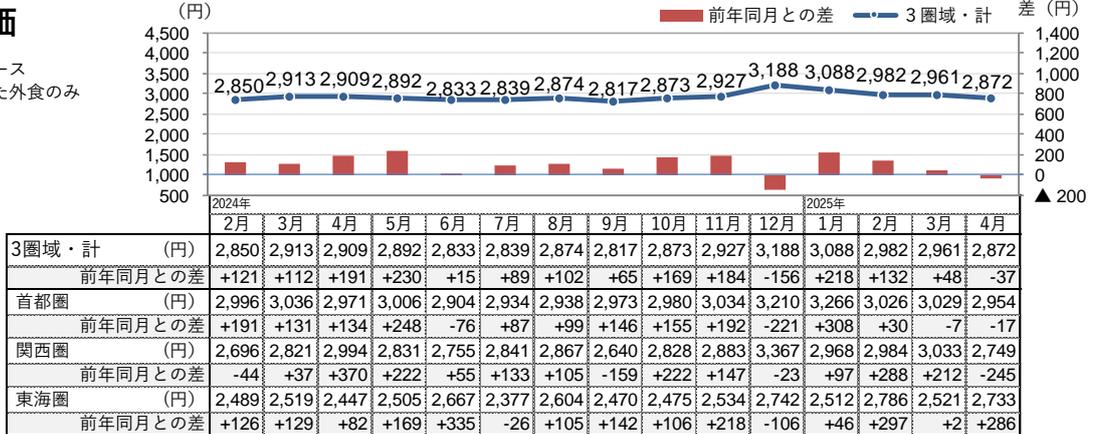
2. 外食頻度

※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

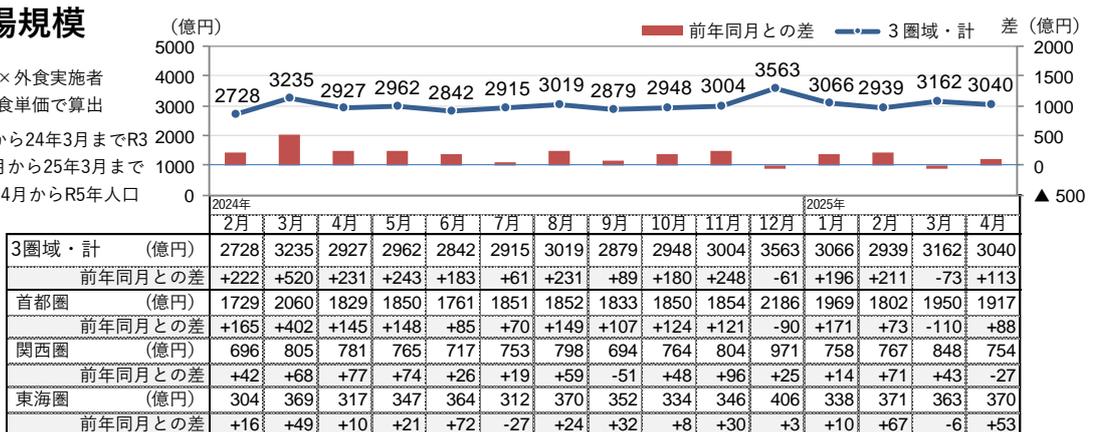


4. 外食市場規模

※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 2000年人口推計、24年4月から25年3月までR4年人口推計、25年4月からR5年人口推計を使用

<参考>24年度
→25年度の基準人口の増減率
3圏域・計：-0.1%
首都圏：0.2%
関西圏：-0.4%
東海圏：-0.4%

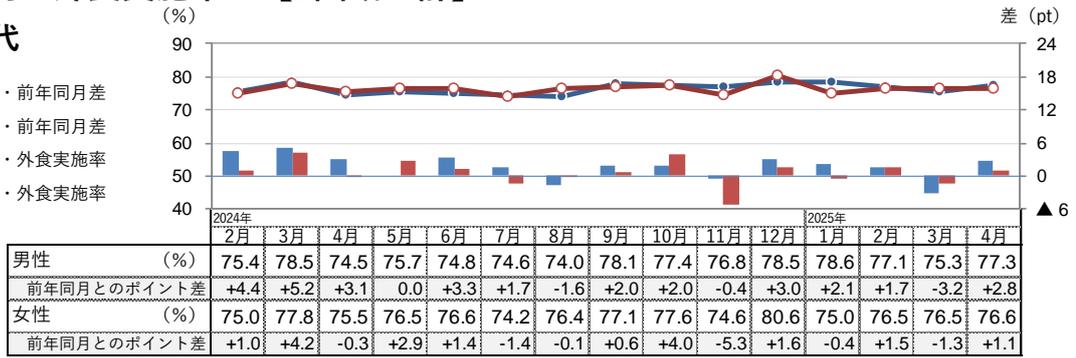


5. 性年代別 外食実施率 【3圏域・計】

※個人単位集計ベース
※圏域内で行われた外食のみ

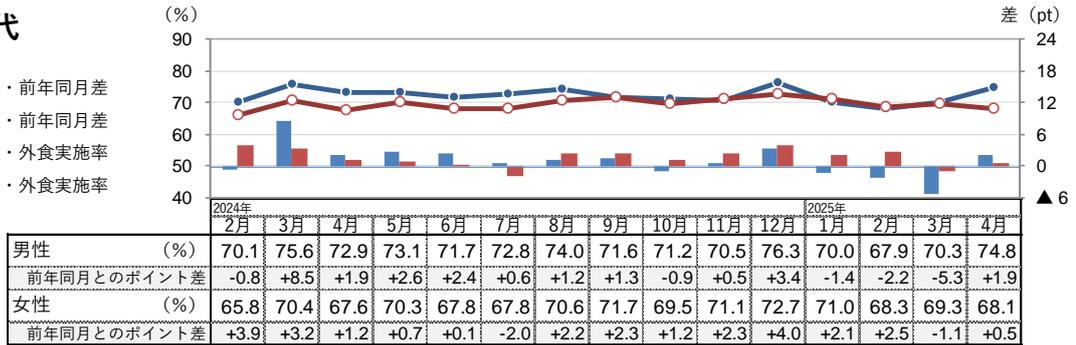
◆20歳代

■ 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



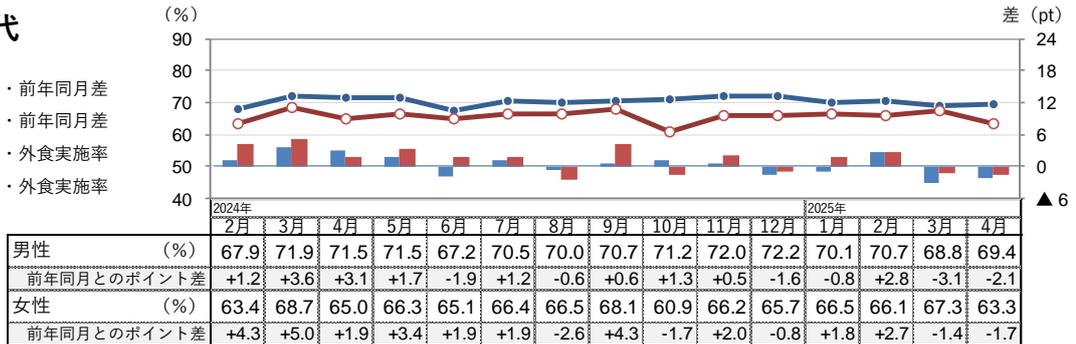
◆30歳代

■ 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



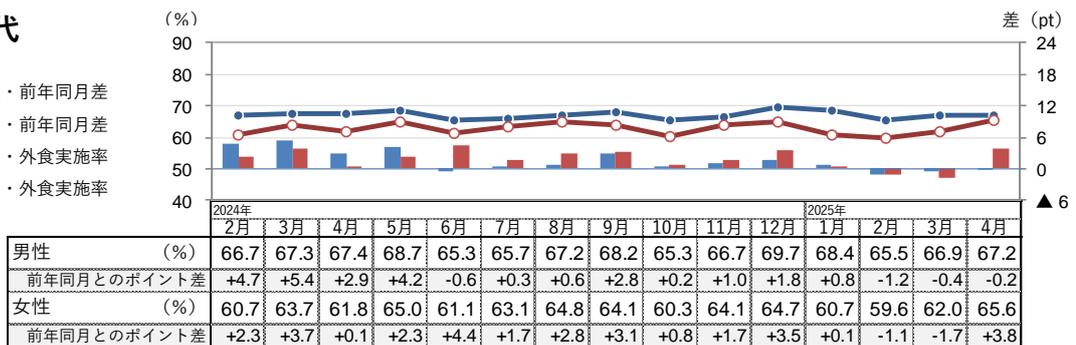
◆40歳代

■ 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



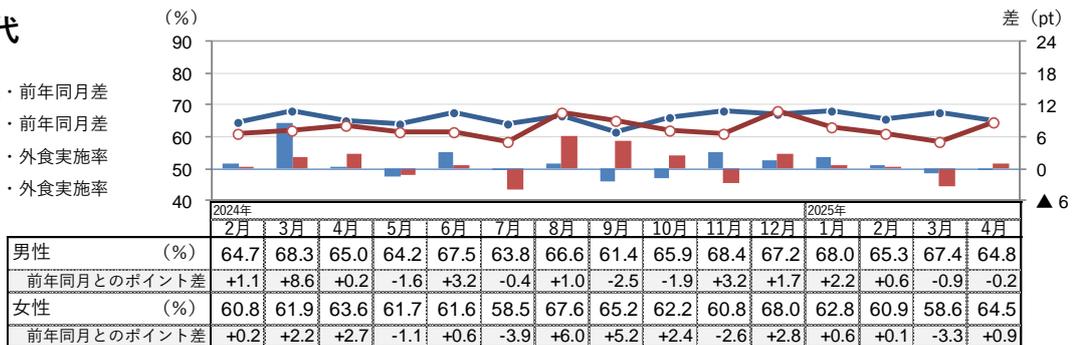
◆50歳代

■ 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

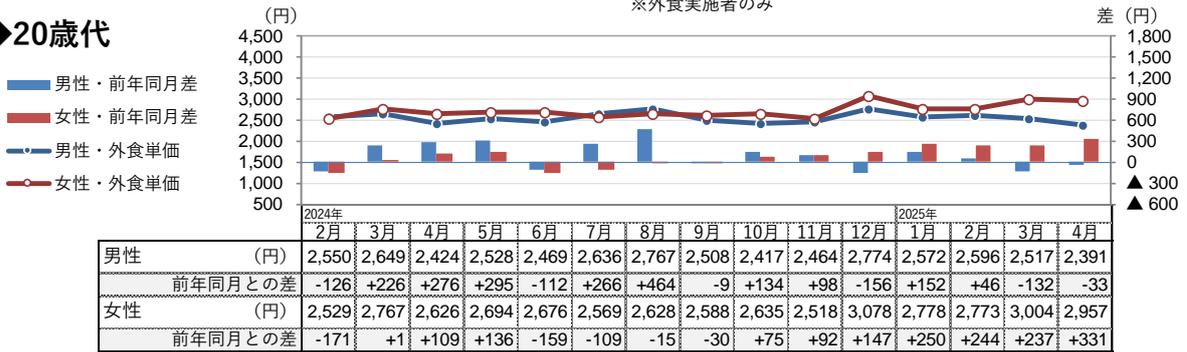
■ 男性・前年同月差
■ 女性・前年同月差
● 男性・外食実施率
● 女性・外食実施率



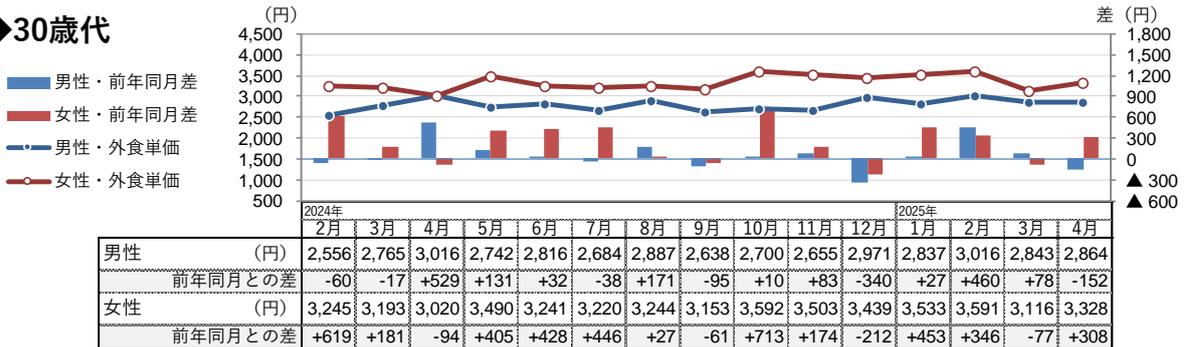
6. 性年代別 外食単価 【3圏域・計】

※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

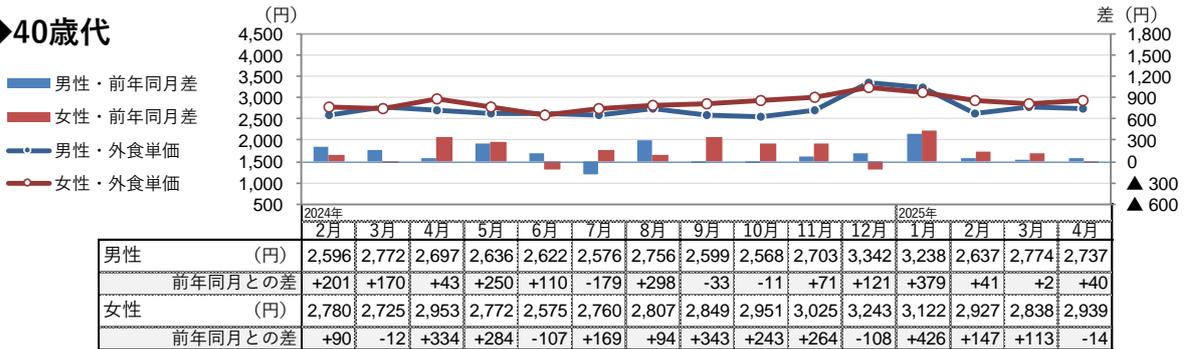
◆20歳代



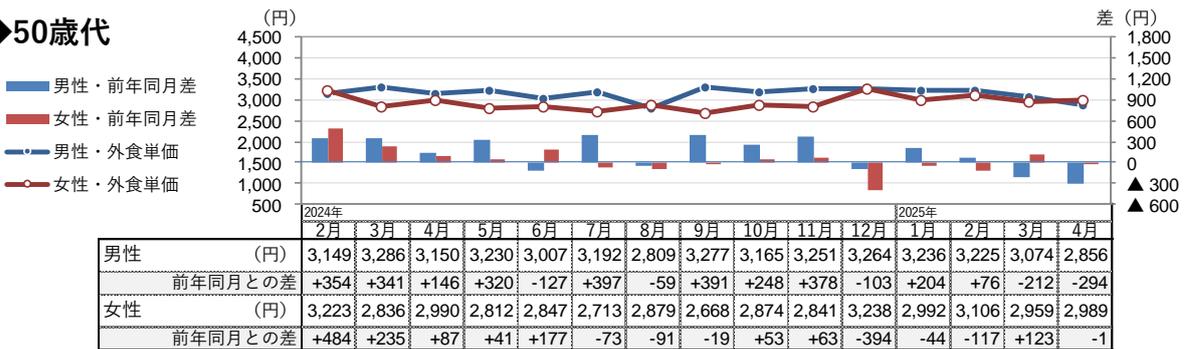
◆30歳代



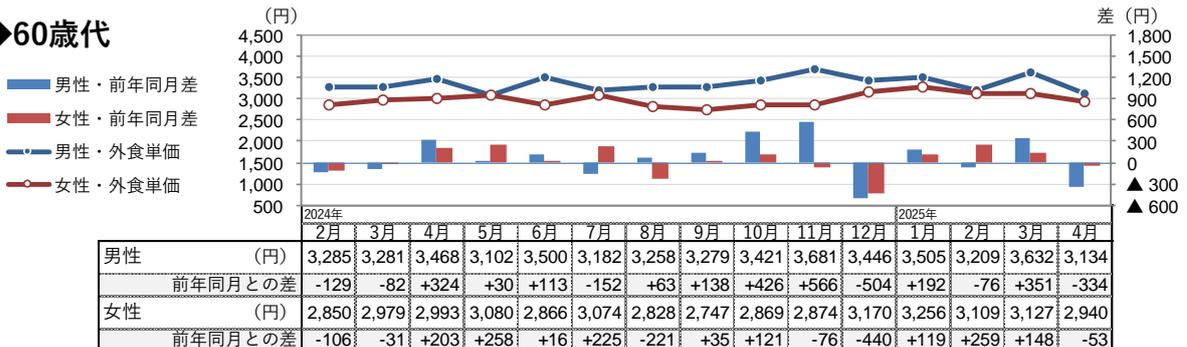
◆40歳代



◆50歳代



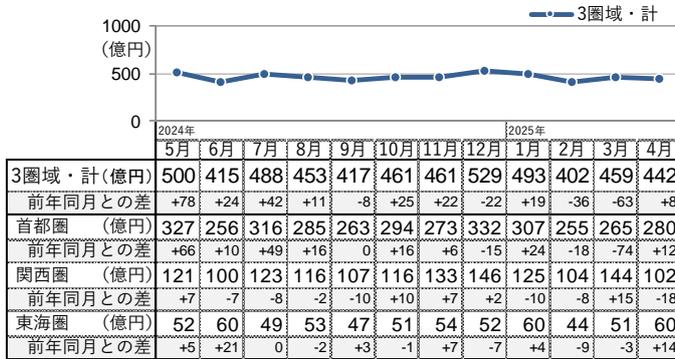
◆60歳代



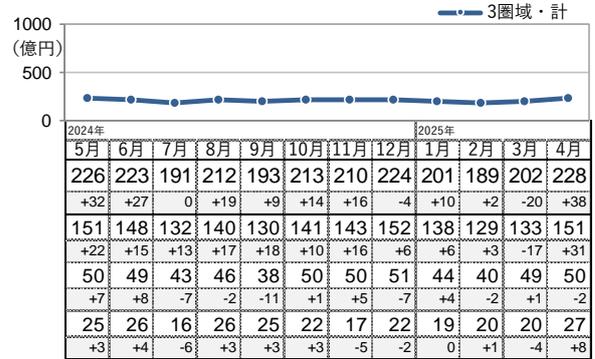
7.業態別 外食市場規模

※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
 ※濃い網掛けのセルは、該当件数が50件未満のため参考値

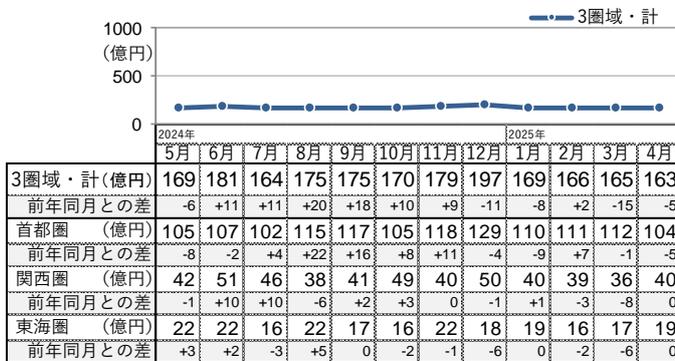
◆和食料理店（すし、割烹、料亭、郷土料理専門店等）



◆中華料理店（ラーメン専門店を除く）

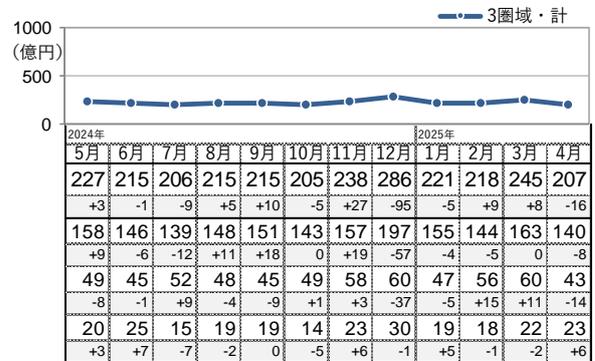


◆レストラン、食堂、ダイニング、洋食店



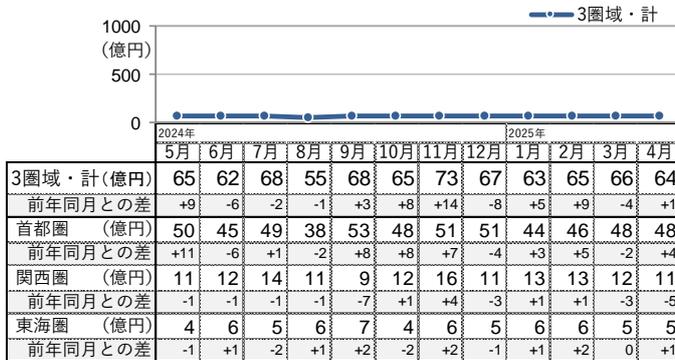
※ファミリーレストラン以外、フレンチ・イタリアン以外

◆フレンチ・イタリアン料理店

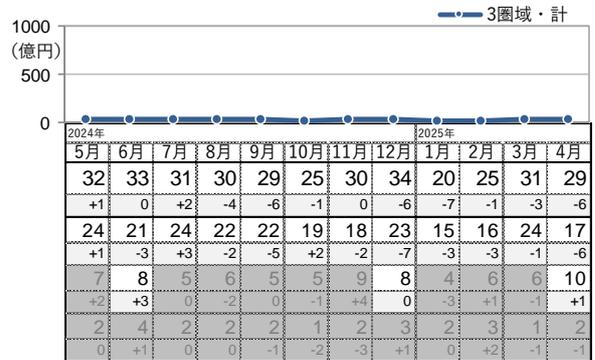


※ファミリーレストラン以外

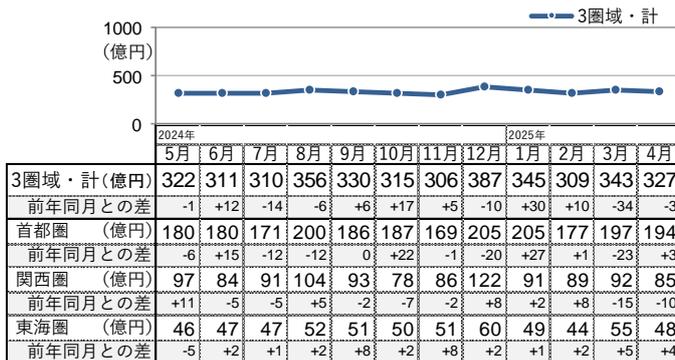
◆アジア料理店



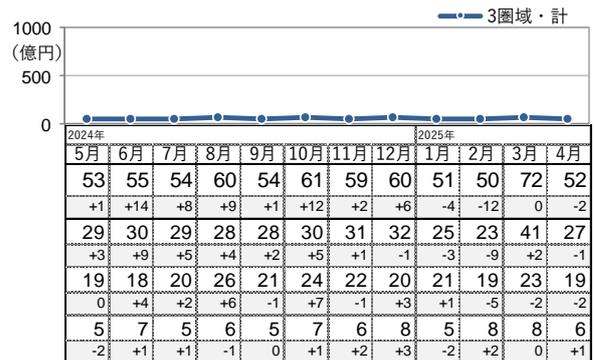
◆その他の各国料理店



◆焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店

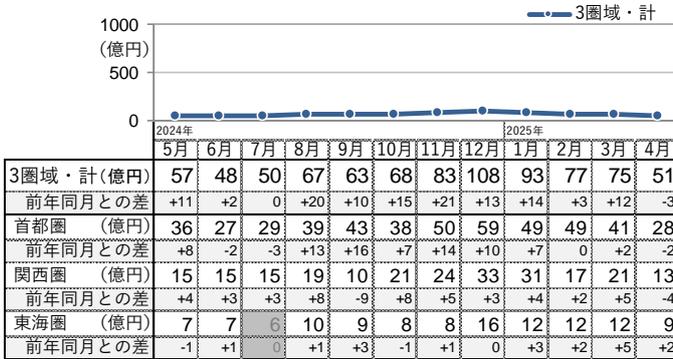


◆お好み焼き、鉄板焼き等の専門店

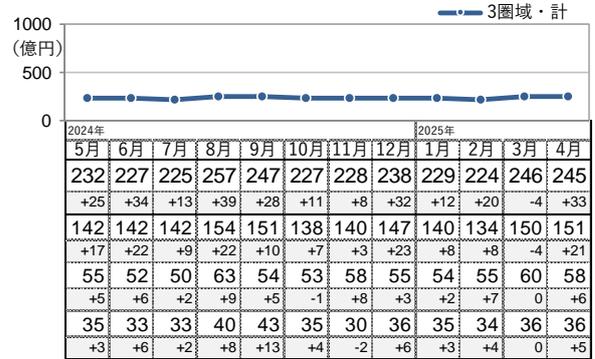


※外食市場規模は、各圏域の延べ外食回数×各圏域における業態シェア×各業態の単価で算出
 ※業態は、26分類のうち16業態を掲出
 ※外食市場規模「0」は、小数点第一位で四捨五入され0になったもの
 ※濃い網掛けのセルは、該当件数が50件未満のため参考値

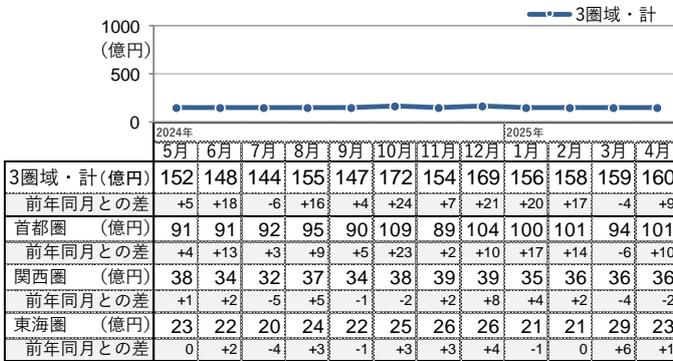
◆すき焼き、しゃぶしゃぶ、鍋、おでん等の専門店



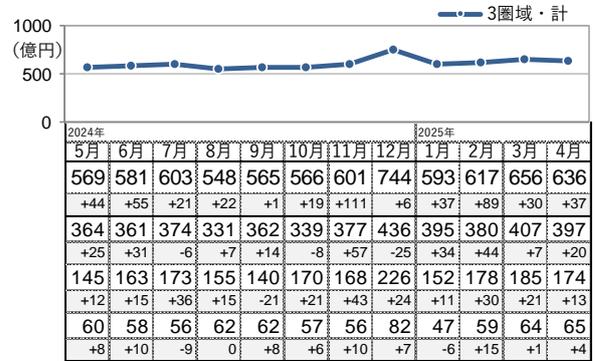
◆ファミリーレストラン、回転すし等



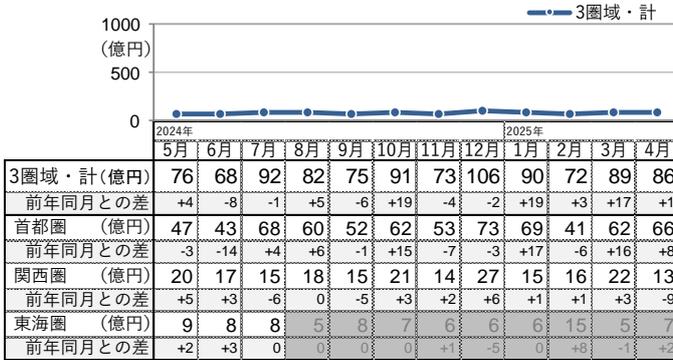
◆ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店



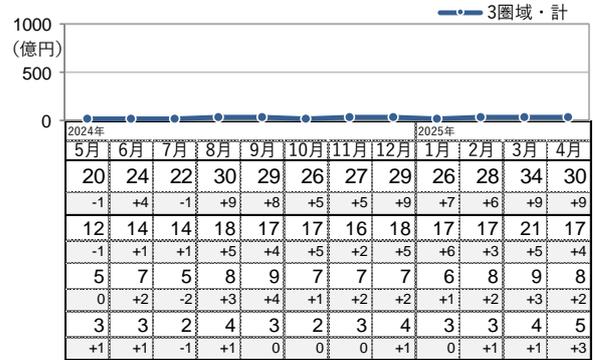
◆居酒屋(焼鳥、串焼き、串揚げ等、飲酒以外の業態含む)



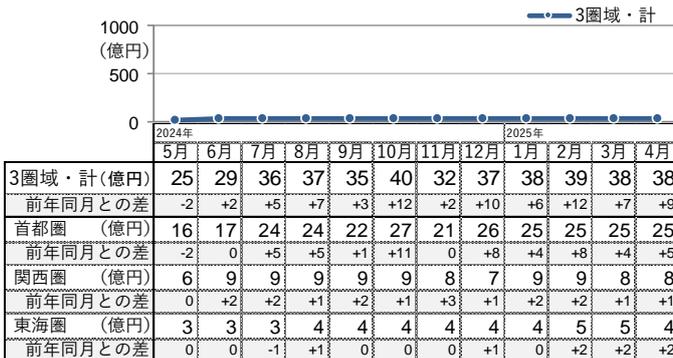
◆バー、バル、ワインバー、ビアホール、パブ



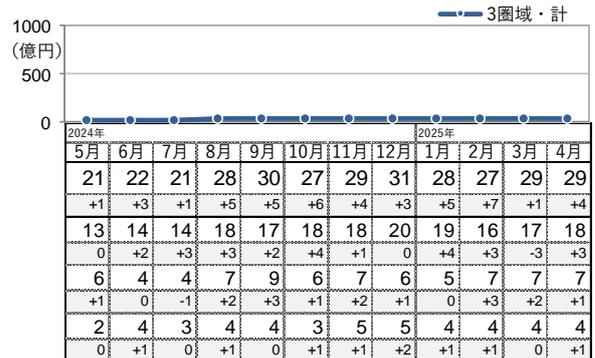
◆ファストフード(ハンバーガー、サンドイッチ等)



◆牛丼、カレー等、一品もの専売業態



◆喫茶店・カフェ



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

※濃い網掛けのセルは、該当件数が50件未満のため参考値

【3圏域・計】

	2025年4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 (ラーメン専門店は除く)	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	その他の各国料理店	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	ファミリールーメン、ストロバ、回転寿司等	ラーメン、そば、うどん、パン、パスタ、ピザ等の専門店	居酒屋(焼鳥、串焼き、串揚げ、等、飲酒メインの業態含む)	バー、バル、ワインバー、ビアホール、パブ	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	喫茶店・カフェ
外食市場規模 (億円)	442	228	163	207	64	29	327	52	51	245	160	636	86	30	38	29
前年同月との差	+8	+38	-5	-16	+1	-6	-3	-2	-3	+33	+9	+37	+1	+9	+9	+4
外食単価 (円)	4,634	2,691	2,465	4,691	2,883	3,405	4,047	3,044	3,887	1,691	1,275	4,213	4,331	979	903	1,418
前年同月との差	+325	+207	-127	-143	-188	-344	-64	+162	+212	+30	+71	+216	+44	+102	+42	+41
延べ外食回数 (万回)	953	849	661	441	223	84	808	171	130	1450	1255	1509	199	304	419	204
前年同月との差	+54	+83	+13	-19	+17	-9	+7	-16	-18	+171	+3	+11	0	+65	+79	+23

↑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】

	2025年4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 (ラーメン専門店は除く)	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	その他の各国料理店	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	ファミリールーメン、ストロバ、回転寿司等	ラーメン、そば、うどん、パン、パスタ、ピザ等の専門店	居酒屋(焼鳥、串焼き、串揚げ、等、飲酒メインの業態含む)	バー、バル、ワインバー、ビアホール、パブ	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	喫茶店・カフェ
外食市場規模 (億円)	280	151	104	140	48	17	194	27	28	151	101	397	66	17	25	18
前年同月との差	+12	+31	-5	-8	+4	-6	+3	-1	-2	+21	+10	+20	+8	+4	+5	+3
外食単価 (円)	4,907	2,880	2,666	4,833	2,944	3,483	4,183	3,441	3,769	1,680	1,267	4,321	4,449	1,009	885	1,498
前年同月との差	+498	+261	-227	-29	-215	-295	-43	+116	+107	+6	+80	+324	-135	+136	+25	+118
延べ外食回数 (万回)	570	526	391	290	165	48	464	79	74	901	801	918	148	167	288	120
前年同月との差	-38	+69	+13	-14	+27	-12	+13	-7	-9	+127	+32	-25	+21	+20	+56	+8

↑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】

	2025年4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 (ラーメン専門店は除く)	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	その他の各国料理店	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	ファミリールーメン、ストロバ、回転寿司等	ラーメン、そば、うどん、パン、パスタ、ピザ等の専門店	居酒屋(焼鳥、串焼き、串揚げ、等、飲酒メインの業態含む)	バー、バル、ワインバー、ビアホール、パブ	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	喫茶店・カフェ
外食市場規模 (億円)	102	50	40	43	11	10	85	19	13	58	36	174	13	8	8	7
前年同月との差	-18	-2	0	-14	-5	+1	-10	-2	-4	+6	-2	+13	-9	+2	+1	+1
外食単価 (円)	4,141	2,130	2,168	4,235	2,913	3,577	4,054	2,736	3,884	1,757	1,286	3,931	3,760	898	908	1,273
前年同月との差	-482	-288	-76	-970	-250	-248	-398	+232	+204	+25	+30	+15	+69	-9	+52	-177
延べ外食回数 (万回)	247	236	184	103	38	27	210	71	35	330	279	443	34	90	92	51
前年同月との差	-12	+22	+8	-7	-11	+4	-4	-12	-12	+30	-21	+33	-25	+27	+11	+9

↑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】

	2025年4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 (ラーメン専門店は除く)	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	その他の各国料理店	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	ファミリールーメン、ストロバ、回転寿司等	ラーメン、そば、うどん、パン、パスタ、ピザ等の専門店	居酒屋(焼鳥、串焼き、串揚げ、等、飲酒メインの業態含む)	バー、バル、ワインバー、ビアホール、パブ	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	喫茶店・カフェ
外食市場規模 (億円)	60	27	19	23	5	2	48	6	9	36	23	65	7	5	4	4
前年同月との差	+14	+8	0	+6	+1	-1	+4	+1	+2	+5	+1	+4	+2	+3	+2	+1
外食単価 (円)	4,383	3,073	2,184	4,813	2,330	2,432	3,563	2,636	4,286	1,638	1,294	4,381	4,487	1,033	1,018	1,349
前年同月との差	+1,083	+1,086	+146	+1,049	+170	-935	+362	+124	+567	+131	+101	+154	+442	+204	+136	+105
延べ外食回数 (万回)	136	87	87	49	21	9	134	22	22	220	175	148	16	46	40	33
前年同月との差	-4	-8	-7	+3	+3	0	-3	+4	+4	+15	-8	+3	+3	+17	+14	+7

↑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

		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	2024年 7月度	2024年 8月度		
事前調査	実施期間	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)	24/6/18 (火) ~7/4 (木)	24/7/17 (水) ~8/6 (火)		
	配信数(件)	513,624	512,455	496,301	504,904	502,800	494,370	503,814		
	回収数(件)	34,988	34,244	30,621	28,030	28,667	27,165	28,272		
	回収率	6.8%	6.7%	6.2%	5.6%	5.7%	5.5%	5.6%		
	本調査対象者数(件)	13,607	13,608	11,473	11,400	11,601	11,375	11,366		
本調査	実施期間	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)	24/8/1 (木) ~8/13 (火)	24/9/2 (月) ~9/13 (金)		
	配信数(件)	12,733	12,779	10,698	10,616	10,703	10,605	10,528		
	回収数(件)	9,674	9,683	7,848	8,309	8,238	8,102	8,202		
	回収率	76.0%	75.8%	73.4%	78.3%	77.0%	76.4%	77.9%		
	有効回答数(件)	9,579	9,606	7,760	8,230	8,176	8,016	8,124		
集計サンプル数	個人単位数	居住圏域	3圏域計(件)	9,579	9,606	7,760	8,230	8,176	8,016	8,124
			首都圏(件)	5,549	5,565	4,506	4,779	4,747	4,655	4,717
			関西圏(件)	2,584	2,591	2,087	2,213	2,199	2,156	2,185
			東海圏(件)	1,446	1,450	1,167	1,238	1,230	1,206	1,222
	外食単位数	消費圏域	3圏域計(件)	23,179	26,970	19,798	21,373	20,797	20,874	21,645
			首都圏(件)	13,971	16,481	12,111	12,843	12,574	12,821	12,986
			関西圏(件)	6,253	6,933	5,136	5,642	5,392	5,389	5,731
			東海圏(件)	2,955	3,556	2,550	2,889	2,830	2,664	2,928

※集計サンプル数はウェイトバックによる補正後の件数

※外食単位数は、圏域内で行われた外食のみ

		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	2025年 2月度	2025年 3月度		
事前調査	実施期間	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)	25/1/17 (金) ~2/5 (水)	25/2/18 (火) ~3/5 (水)		
	配信数(件)	504,284	513,062	502,223	511,646	490,360	501,993	504,599		
	回収数(件)	28,781	27,067	27,942	28,144	26,704	28,779	26,548		
	回収率	5.7%	5.3%	5.6%	5.5%	5.4%	5.7%	5.3%		
	本調査対象者数(件)	11,292	10,840	10,844	10,979	10,555	11,079	10,962		
本調査	実施期間	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)	25/2/28 (金) ~3/11 (火)	25/4/1 (火) ~4/11 (金)		
	配信数(件)	10,494	10,115	10,038	10,212	9,919	10,158	10,125		
	回収数(件)	7,776	7,727	7,529	7,674	7,326	7,194	7,666		
	回収率	74.1%	76.4%	75.0%	75.1%	73.9%	70.8%	75.7%		
	有効回答数(件)	7,708	7,642	7,453	7,621	7,265	7,127	7,590		
集計サンプル数	個人単位数	居住圏域	3圏域計(件)	7,708	7,642	7,453	7,621	7,265	7,127	7,590
			首都圏(件)	4,476	4,437	4,328	4,425	4,218	4,138	4,407
			関西圏(件)	2,073	2,055	2,004	2,049	1,954	1,917	2,041
			東海圏(件)	1,159	1,150	1,121	1,146	1,093	1,072	1,142
	外食単位数	消費圏域	3圏域計(件)	19,976	19,887	19,400	21,595	18,295	17,811	20,551
			首都圏(件)	12,053	12,030	11,549	13,160	11,108	10,761	12,394
			関西圏(件)	5,139	5,238	5,274	5,574	4,708	4,642	5,384
			東海圏(件)	2,784	2,618	2,578	2,862	2,479	2,407	2,774

※集計サンプル数はウェイトバックによる補正後の件数

※外食単位数は、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 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	2025年 3月	2025年 4月
3圏域・計 (万回)	10241	10031	10269	10507	10220	10263	10265	11175	9931	9855	10678	10584
対19年比	77.3%	77.1%	77.7%	76.0%	78.9%	82.7%	77.5%	82.3%	80.0%	80.6%	76.8%	80.4%

2. 外食単価

	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	2025年 3月	2025年 4月
3圏域・計 (円)	2,892	2,833	2,839	2,874	2,817	2,873	2,927	3,188	3,088	2,982	2,961	2,872
対19年比	118.3%	110.4%	107.9%	114.3%	115.1%	113.6%	114.2%	107.3%	118.3%	115.7%	112.2%	110.3%

3. 外食市場規模

	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	2025年 3月	2025年 4月
3圏域・計 (億円)	2962	2842	2915	3019	2879	2948	3004	3563	3066	2939	3162	3040
対19年比	91.5%	85.1%	83.8%	86.9%	90.9%	93.9%	88.5%	88.2%	94.6%	93.2%	86.2%	88.7%

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2025年3月までR4年人口推計、2025年4月からR5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：-0.1%、首都圏：0.2%、関西圏：-0.4%、東海圏：-0.4%

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、人材派遣、マーケティング・マッチング・テクノロジーの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、ここがない、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/>