

外食市場調査2015年度（2015年4月～2016年3月：東名阪夕食）

外食市場は4兆668億円（前年度比+1.9%）

中食市場は1兆1241億円（同+1.7%）

首都圏タウンランキングでは、外食は「新宿」、中食は「池袋」がV3達成！

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/>) は、東名阪の男女約1万人を対象に毎月実施している「外食市場調査」について、2015年度の年間結果をとりまとめましたのでご報告いたします。

【2015年度調査結果概要】 延べ外食・中食回数は減少（外食-1.7%、中食-0.3%）したが、単価の上昇（外食+3.6%、中食+2.0%）により、市場規模は拡大（外食+1.9%、中食+1.7%）。軽食主体業態での飲酒を伴う外食（いわゆる「ちょい飲み」）のシェアは10.5%。タウンランキングでは首都圏は外食は新宿、中食は池袋が市場規模最大（3年連続）。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（3年連続）。

1. 外食・中食の回数・市場規模 [P3]

- 3圏域計における15年4月～16年3月の年間の外食市場規模は4兆668億円（前年度比+1.9%）と推計された。
- 3圏域計における15年4月～16年3月の年間の中食市場規模は1兆1241億円（前年度比+1.7%）と推計された。
- 延べ回数は外食・中食とも減少したものの、単価が上がったことにより、外食・中食とも市場規模は微増した。

※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・中食の延べ回数と単価の両方が前年度を上回った性年代は、男性/50歳代、男性/60歳代。市場規模の前年度比の伸び率では、男性/50歳代が外食・中食とも最大。
- 軽食主体業態での飲酒を伴う外食（いわゆる「ちょい飲み」）シェアは軽食主体業態市場規模の10.5%。

3. タウンランキング [P6-8]

- タウン別市場規模では、首都圏：外食「新宿（代々木）」・中食「池袋・大塚」がそれぞれ3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3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)	1,526億円	-0.3%	1位 梅田・大阪・北新地	1,758億円	+11.7%	1位 名古屋	554億円	-4.1%
2位 銀座・有楽町	1,067億円	+1.6%	2位 四条・河原町	610億円	+1.7%	2位 栄・伏見	520億円	-3.5%
2位 東京・人形町・日本橋	1,067億円	+6.1%	3位 本町・心斎橋・淀屋橋	584億円	-0.7%	3位 岐阜・名鉄岐阜、西岐阜	206億円	+4.2%

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	219億円	+7.9%	1位 梅田・大阪・北新地	186億円	-6.9%	1位 名古屋	81億円	-1.0%
2位 新宿(代々木)	169億円	-2.1%	2位 四条・河原町	114億円	+23.2%	2位 栄・伏見	53億円	-5.1%
3位 東京・人形町・日本橋	145億円	+3.2%	3位 西宮北口・甲子園	102億円	-6.0%	3位 春日井・勝川(高蔵寺)	48億円	-2.0%

※タウン名は一部略記

【本件に関するお問い合わせ先】

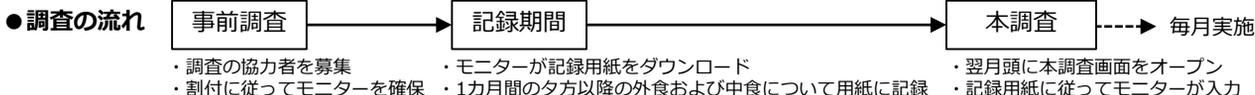
<https://www.recruit-lifestyle.co.jp/support/press>

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、主要タウン別の市場規模や、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）・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



- **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区分で割付をおこなって回収した。

- **集計方法** 本調査結果は、H25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おこなっている。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おこなっている。

※人口推計は県単位の数値しかないため、前年度調査で使用した基準人口に県×性年代別のH24人口推計→H25人口推計の減少率をあてて計算。

※2014年度の基準人口：H24人口推計 ※基準人口の前年度比 3圏域計：-0.8%、首都圏：-0.6%、関西圏：-1.0%、東海圏：-0.7%

● サンプル数

	2015年			2015年			2015年			2015年			2016年			2016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	4月度	5月度	6月度	7月度	8月度	
実施期間	15/5/1 ～5/11	15/6/1 ～6/8	15/7/1 ～7/7	15/7/31 ～8/10	15/9/1 ～9/8	15/10/1 ～10/7	15/11/2 ～11/9	15/12/1 ～12/8	16/1/4 ～1/12	16/2/1 ～2/8	16/3/1 ～3/8	16/4/1 ～4/7						
実施期間	13,696	13,738	13,768	13,766	13,681	13,787	13,831	13,726	13,736	13,655	13,802	13,793						
回収数(件)	10,375	10,154	10,014	9,995	10,495	10,173	10,156	10,336	10,166	10,388	10,487	10,077						
回収率	75.8%	73.9%	72.7%	72.6%	76.7%	73.8%	73.4%	75.3%	74.0%	76.1%	76.0%	73.1%						
有効回答数(件)	10,280	10,042	9,918	9,911	10,424	10,075	10,048	10,247	10,081	10,291	10,380	9,985	2015年度 年間集計	2014年度 年間集計				
個人単位	10,280	10,042	9,918	9,911	10,424	10,075	10,048	10,247	10,081	10,291	10,380	9,985	10,140	9,884				
居住圏	5,830	5,695	5,624	5,621	5,911	5,714	5,698	5,811	5,717	5,836	5,886	5,662	5,750	5,598				
3圏域計	2,878	2,812	2,777	2,775	2,919	2,821	2,813	2,869	2,823	2,881	2,906	2,796	2,839	2,776				
首都圏	1,572	1,535	1,517	1,515	1,594	1,541	1,536	1,567	1,541	1,574	1,587	1,527	1,551	1,510				

※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

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。

● 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おこなった外食や中食（ただし購入した場所）を対象としており、圏域外（圏域外の都道府県や海外）でおこな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

● タウンの設定

- ・昨年度1年間の調査結果から、各圏域ごとに外食件数の多い駅（おおむね首都圏：上位100駅、関西圏：上位70駅、東海圏：上位35駅）を中心として、東京都山手線内は半径1km、その他の都心部（東京都区部、横浜市・川崎市、大阪市、神戸市、京都市、名古屋）は半径2km、周辺部は半径4kmの範囲に含まれる駅を合わせて、1つのタウンとして設定した。
- ・複数の円が重なる位置にある駅や円のごく周辺にある駅はより関係性が強いコア駅のタウンに振り分け、各タウンの範囲は重複しない。
- ・首都圏：70タウン、関西圏：32タウン、東海圏：22タウンが設定された。<新>は新しく設定されたタウン。
- 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らない。ただし、直近1年間に新設された駅は、該当するタウンがあれば追加している。★：半径1kmのタウン、無印：半径2kmのタウン、◎：半径4kmのタウン

【首都圏】	●半径2kmのタウン(続き)	●半径4kmのタウン(続き)	●半径4kmのタウン(続き)	●半径4kmのタウン	●半径2kmのタウン(続き)
●半径1kmのタウン	22 北千住	32 多摩センター◎	67 越谷レイクタウン(越谷)◎	11 布施◎	4 千種・今池
1 新宿(代々木)★	23 亀有(綾瀬)	33 調布駅周辺◎	68 川越駅周辺◎	12 近鉄八尾◎	5 大曽根・黒川
2 渋谷・表参道(原宿)★	24 小岩・新小岩	34 立川駅周辺◎	69 所沢(東村山・新秋津)◎	13 金剛◎	6 盛が丘
3 恵比寿・中目黒・目黒★	25 赤羽	35 八王子駅周辺◎	70 上尾駅周辺◎	14 大日◎	●半径4kmのタウン
4 品川・田町★	26 練馬	36 町田・相模大野◎		15 石橋・川西能勢口◎	7 岩倉駅周辺◎<新>
5 大崎・五反田★	27 中野・高円寺(東中野)	37 大和駅周辺◎		16 江坂・千里中央◎	8 福沢駅周辺◎<新>
6 新橋・浜松町・虎ノ門★	28 荻窪(阿佐ヶ谷・西荻窪)	38 橋本◎		17 茨木市(茨木)◎	9 尾張一宮・名鉄一宮◎
7 銀座・有楽町★	29 下北沢	39 藤沢・辻堂◎		18 高槻・高槻市◎	10 江南駅周辺◎
8 東京・人形町・日本橋★	30 三軒茶屋	40 海老名・本厚木◎		19 枚方市・寝屋川市・香里園・樟葉◎	11 小牧駅周辺◎
9 神田・秋葉原・御茶ノ水(神保町)★	31 自由が丘	41 大船◎		20 宝塚駅周辺◎	12 春日井・勝川(高蔵寺)◎
10 上野・御徒町★	32 大井町・大森	42 平塚・茅ヶ崎◎		21 尼崎・伊丹◎	13 大府駅周辺◎
11 日暮里(西日暮里)★	33 蒲田	43 本八幡(市川)◎		22 西宮北口・甲子園◎	14 刈谷駅周辺◎
12 巣鴨(駒込)★	34 横浜駅周辺	44 船橋・西船橋◎		23 明石駅周辺◎	15 東岡崎駅周辺◎
13 池袋・大塚★	35 関内・桜木町・みなとみらい	45 舞浜◎		24 加古川駅周辺◎	16 岡崎駅周辺◎
14 高田馬場★	36 横濱駅周辺	46 津田沼◎		25 姫路駅周辺◎	17 豊田駅周辺◎
15 篠田橋・水道橋★	37 武蔵小杉	47 海浜幕張◎		26 新大阪	18 岐阜・名鉄岐阜・西岐阜◎
16 四ツ谷・赤坂見附・市ヶ谷★	38 武蔵小杉	48 千葉・稲毛◎		27 加古川駅周辺◎	19 大垣駅周辺◎
17 六本木(青山一丁目)★	39 溝の口(二子玉川)	49 船橋・西船橋◎		28 多治見駅周辺◎	20 多治見駅周辺◎
●半径2kmのタウン	40 八木(山崎)◎	50 船橋◎		21 近鉄四日市◎	22 桑名駅周辺◎
18 豊洲・門前仲町・東陽町	41 八木(山崎)◎	51 津田沼◎		●半径2kmのタウン	
19 西葛西	42 八木(山崎)◎	52 津田沼◎		1 名古屋(JR・近鉄・名鉄名古屋)	
20 錦糸町・亀戸(両国)	43 八木(山崎)◎	53 津田沼◎		2 金山	
21 浅草(押上)	44 八木(山崎)◎	54 津田沼◎		3 栄・伏見	
	45 八木(山崎)◎	55 津田沼◎			
	46 八木(山崎)◎	56 津田沼◎			
	47 八木(山崎)◎	57 津田沼◎			
	48 八木(山崎)◎	58 津田沼◎			
	49 八木(山崎)◎	59 津田沼◎			
	50 八木(山崎)◎	60 津田沼◎			
	51 八木(山崎)◎	61 津田沼◎			
	52 八木(山崎)◎	62 津田沼◎			
	53 八木(山崎)◎	63 津田沼◎			
	54 八木(山崎)◎	64 津田沼◎			
	55 八木(山崎)◎	65 津田沼◎			
	56 八木(山崎)◎	66 津田沼◎			
	57 八木(山崎)◎	67 津田沼◎			
	58 八木(山崎)◎	68 津田沼◎			
	59 八木(山崎)◎	69 津田沼◎			
	60 八木(山崎)◎	70 津田沼◎			
	61 八木(山崎)◎	71 津田沼◎			
	62 八木(山崎)◎	72 津田沼◎			
	63 八木(山崎)◎	73 津田沼◎			
	64 八木(山崎)◎	74 津田沼◎			
	65 八木(山崎)◎	75 津田沼◎			
	66 八木(山崎)◎	76 津田沼◎			
	67 八木(山崎)◎	77 津田沼◎			
	68 八木(山崎)◎	78 津田沼◎			
	69 八木(山崎)◎	79 津田沼◎			
	70 八木(山崎)◎	80 津田沼◎			
	71 八木(山崎)◎	81 津田沼◎			
	72 八木(山崎)◎	82 津田沼◎			
	73 八木(山崎)◎	83 津田沼◎			
	74 八木(山崎)◎	84 津田沼◎			
	75 八木(山崎)◎	85 津田沼◎			
	76 八木(山崎)◎	86 津田沼◎			
	77 八木(山崎)◎	87 津田沼◎			
	78 八木(山崎)◎	88 津田沼◎			
	79 八木(山崎)◎	89 津田沼◎			
	80 八木(山崎)◎	90 津田沼◎			
	81 八木(山崎)◎	91 津田沼◎			
	82 八木(山崎)◎	92 津田沼◎			
	83 八木(山崎)◎	93 津田沼◎			
	84 八木(山崎)◎	94 津田沼◎			
	85 八木(山崎)◎	95 津田沼◎			
	86 八木(山崎)◎	96 津田沼◎			
	87 八木(山崎)◎	97 津田沼◎			
	88 八木(山崎)◎	98 津田沼◎			
	89 八木(山崎)◎	99 津田沼◎			
	90 八木(山崎)◎	100 津田沼◎			

1. 外食・中食の回数・市場規模

- 3圏域計における15年4月～16年3月の年間の延べ外食回数は前年度比▲1.7%（15億9114万回）、外食市場規模は前年度比+1.9%（4兆668億円）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▲0.3%（14億5066万回）、中食市場規模は前年度比+1.7%（1兆1241億円）と推計された。
- 基準人口の減少率（-0.8%）に比べると、延べ回数は外食では水準以上に減少し、中食は水準以内の減少。ともに単価が上がったことにより、市場規模は拡大。

■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		外食市場規模		
		人口 (万人) <A>	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) <C>	外食単価(円/回) <D>	前年度比	前年度比	前年度比	前年度比	
3圏域計	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	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	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	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				
		個人単位集計		中食単位集計		延べ中食購入回数		中食市場規模		
		人口 (万人) <A>	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) <C>	中食単価(円/回) <D>	前年度比	前年度比	前年度比	前年度比	
3圏域計	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	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	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	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

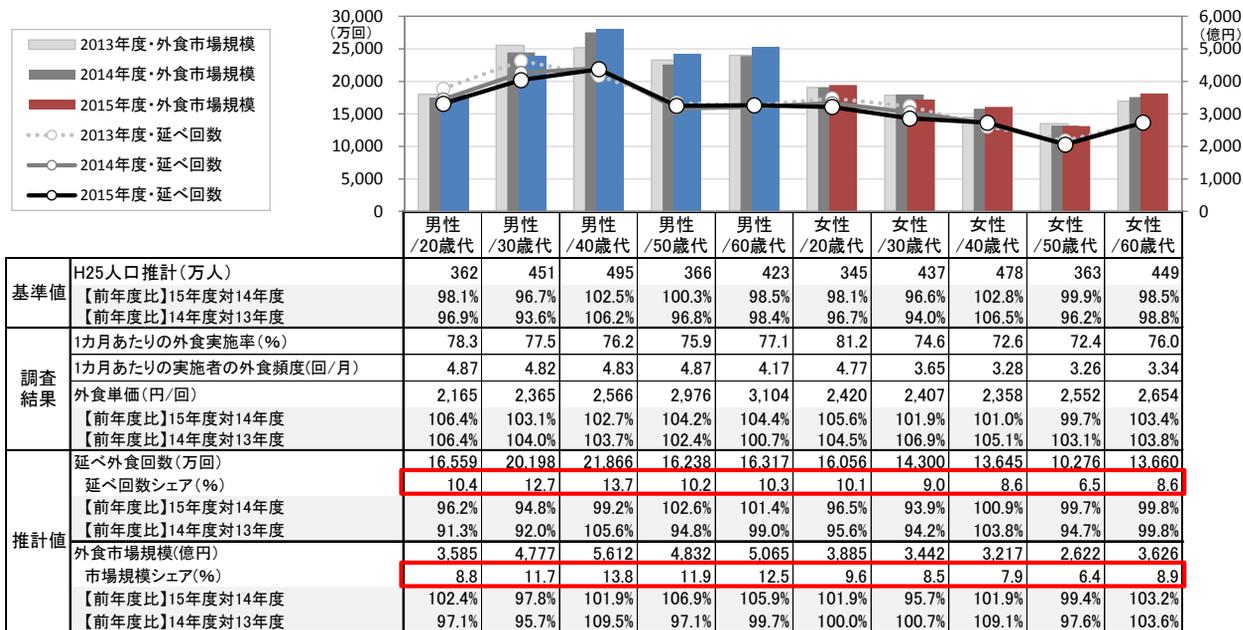
【基準人口について】

- ・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
- ・2015年度の基準人口の前年度比 3圏域計:-0.8%、首都圏:-0.6%、関西圏:-1.0%、東海圏:-0.7%

2. 性年代別の外食・中食実態

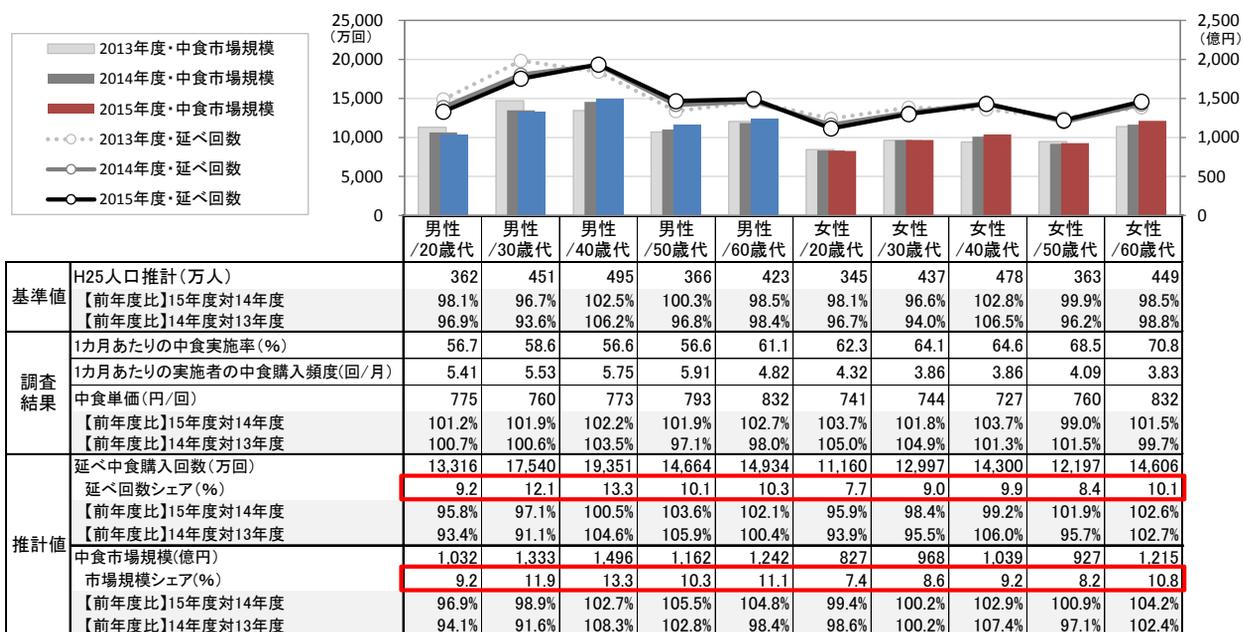
- 3圏域計において、性年代別には外食・中食とも「**男性/40歳代**」が延べ回数シェアで最も高く、**市場規模シェアも最も高い。**
- 外食単価と延べ外食回数の両方が前年度を上回った性年代は、男性/50歳代、男性/60歳代、女性/40歳代。市場規模の伸び率最大は男性/50歳代で前年度比+6.9%。
- 中食単価と延べ中食購入回数の両方が前年度を上回った性年代は、男性/40歳代、男性/50歳代、男性/60歳代、女性/60歳代。市場規模の伸び率最大は男性/50歳代で前年度比+5.5%。

■ 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

■ 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>

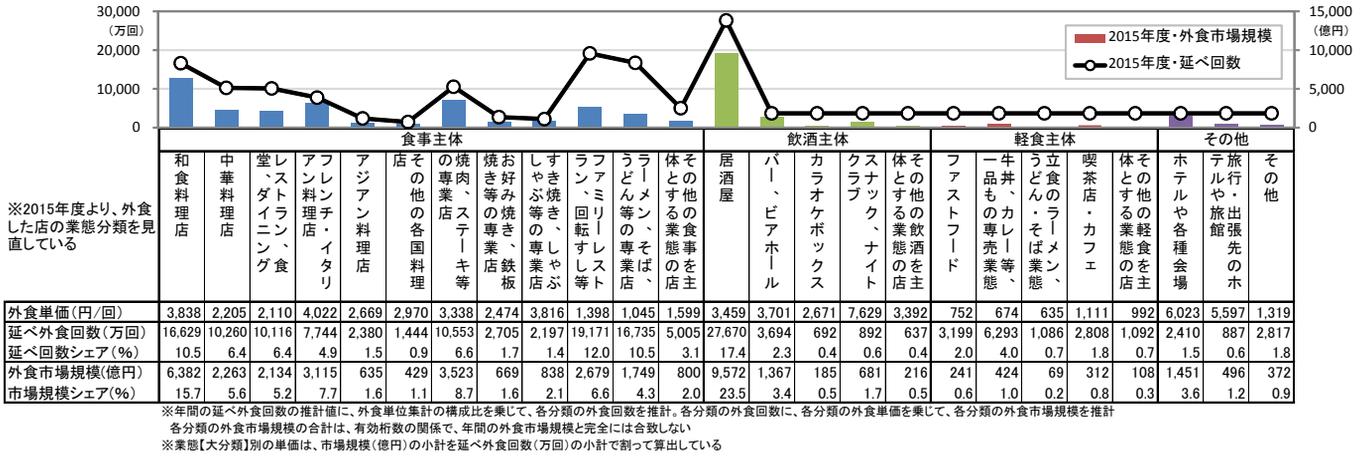


※各性年代の人口に、1カ月あたりの中食実施率と1カ月あたりの実施者の中食購入頻度を乗じて、各性年代の延べ中食購入回数を推計
各性年代の延べ中食購入回数に、各性年代の中食単価を乗じて、各性年代の中食市場規模を推計
各性年代の中食市場規模の合計は、有効桁数の関係で、年間の中食市場規模と完全には合致しない

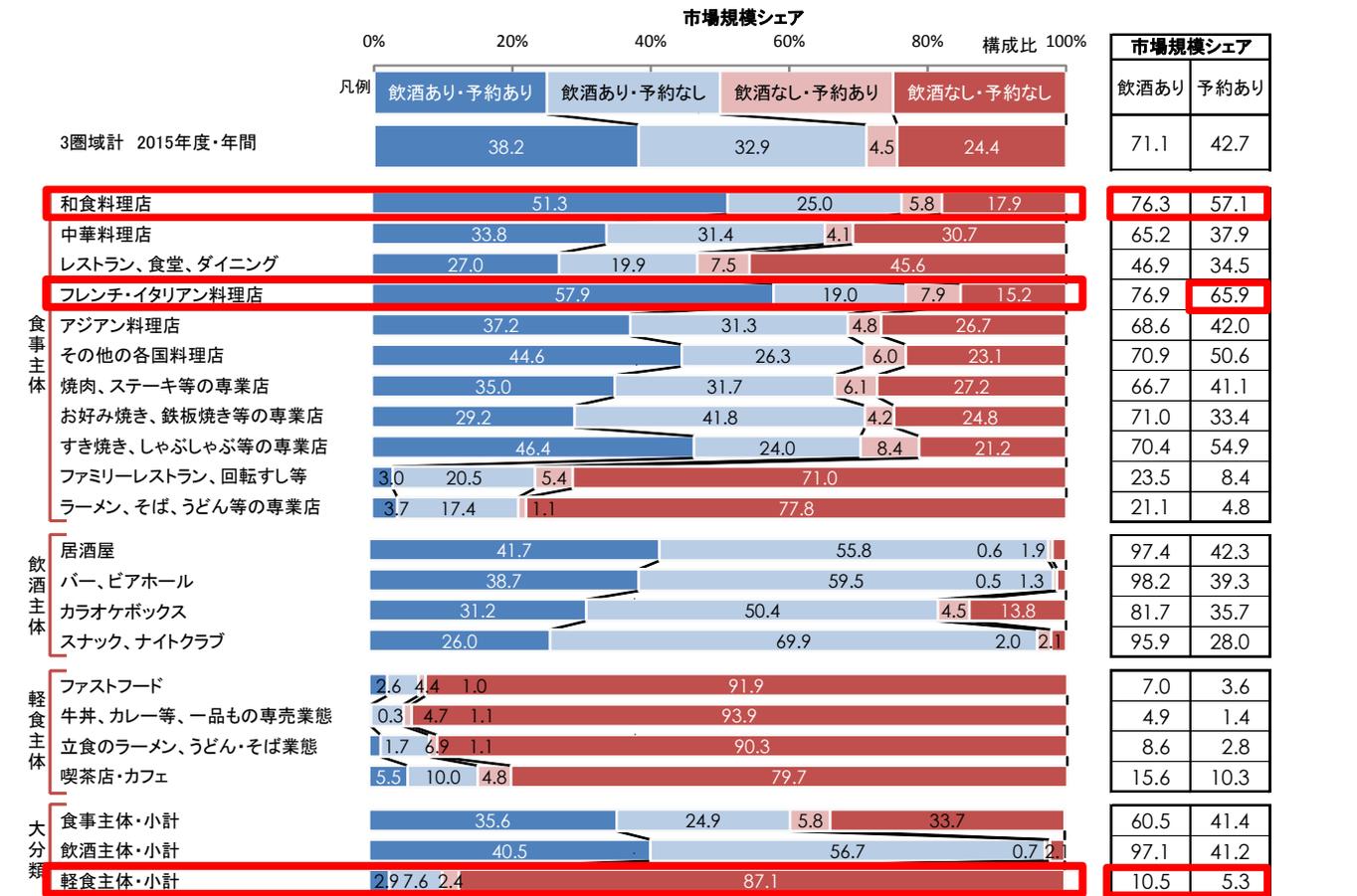
3. 業態別の外食実態

- 業態別の延べ外食回数は「居酒屋」が17.4%を占め、外食市場規模では23.5%を占める。
- 業態別に飲酒有無×予約有無別の市場規模シェアをみると、「和食料理店」や「フレンチ・イタリアン料理店」では、<飲酒あり・予約あり>の売上割合が50%を超える。事前の予約の割合が最も高い業態は「フレンチ・イタリアン料理店」(65.9%)。
- 「ファストフード」「牛丼、カレー等、一品もの専売業態」などを含む軽食主体業態での飲酒を伴う外食(いわゆる「ちょい飲み」)の比率は、軽食主体業態市場規模の10.5%。

■ 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×予約有無別の外食市場規模シェア 【業態別・3圏域計】 <推計値>



※業態別の延べ外食回数に、各業態の飲酒有無×予約有無別の構成割合を乗じて、各業態の飲酒有無×予約有無別の延べ外食回数を推計
 各業態の飲酒有無×予約有無別の延べ外食回数に、各業態の飲酒有無×予約有無別の外食単価を乗じて、各業態の飲酒有無×予約有無別の外食市場規模を推計し、市場規模シェアを算出
 飲酒あり・予約ありと飲酒あり・予約なしの市場規模シェアの合計は、有効桁数の関係で、飲酒ありの市場規模シェアと完全には合致しない
 同様に、飲酒あり・予約ありと飲酒なし・予約ありの市場規模シェアの合計は、有効桁数の関係で、予約ありの市場規模シェアと完全には合致しない
 ※業態名は一部略記

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タウン上位は、**1位「新宿」、2位「銀座・有楽町」、3位「東京・人形町・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「本八幡(千葉県)」であった。外食単価の上昇(前年度比+20.9%)が主な要因。
- 中食市場規模は「**池袋・大塚**」が3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)★	1,526	99.7%	1位
2位	銀座・有楽町★	1,067	101.6%	2位
2位	東京・人形町・日本橋★	1,067	106.1%	3位
4位	新橋・浜松町・虎ノ門★	921	100.6%	4位
5位	池袋・大塚★	918	111.0%	6位
6位	渋谷・表参道(原宿)★	834	95.4%	5位
7位	神田・秋葉原・御茶ノ水(神保町)★	633	105.4%	7位
8位	恵比寿・中目黒・目黒★	595	99.9%	8位
9位	横浜駅周辺	574	100.1%	9位
10位	六本木(青山一丁目)★	493	96.5%	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	本八幡(市川)◎	116.7%	135
2位	川口・蕨◎	116.5%	207
3位	下北沢	115.7%	167
4位	溝の口(二子玉川)	112.5%	207
5位	小岩・新小岩	112.3%	118

■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)★	4,994	100.2%	1位
2位	銀座・有楽町★	4,818	101.5%	2位
3位	四ツ谷・赤坂見附・市ヶ谷★	3,831	110.3%	6位
4位	恵比寿・中目黒・目黒★	3,799	101.5%	3位
5位	新橋・浜松町・虎ノ門★	3,779	104.0%	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	新橋・浜松町・虎ノ門★	64.3%	2位	52.3%
2位	川崎駅周辺	59.2%	3位	50.3%
3位	四ツ谷・赤坂見附・市ヶ谷★	57.8%	25位	38.5%

※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)★	25.4%	4位	23.3%
2位	恵比寿・中目黒・目黒★	25.2%	1位	24.5%
3位	銀座・有楽町★	25.1%	3位	24.0%

■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	恵比寿・中目黒・目黒★	13.3%	5位	11.6%
2位	下北沢	12.6%	15位	10.2%
3位	関内・桜木町・みなとみらい	12.0%	1位	12.4%

※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

※前回「家族・親族」の選択肢を、今回「家族・親族」と「夫婦2人」の選択肢に分けて聴取したため、「家族・親族」のシェアは前回と同列で比較できない

■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)	44.3%	-	-
2位	越谷レイクタウン(越谷)◎	41.8%	-	-
3位	上尾駅周辺◎	41.1%	-	-

■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	上尾駅周辺◎	22.6%	-	-
2位	たまプラーザ(あざみ野)	20.6%	-	-
3位	橋本◎	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★	70.9%	-	-
2位	銀座・有楽町★	69.2%	-	-
3位	六本木(青山一丁目)★	67.6%	-	-

※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★	219	107.9%	1位
2位	新宿(代々木)★	169	97.9%	2位
3位	東京・人形町・日本橋★	145	103.2%	3位
4位	大宮◎	127	99.5%	4位
5位	千葉・稲毛◎	120	107.1%	7位
6位	町田・相模大野◎	116	99.7%	5位
7位	横浜駅周辺	114	98.4%	5位
8位	浦和◎	113	107.1%	8位
9位	吉祥寺・三鷹(武蔵境・東小金井)◎	109	123.3%	11位
10位	立川駅周辺◎	99	97.9%	9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	武蔵小杉	129.6%	56
2位	大和駅周辺◎	128.6%	66
3位	巣鴨(駒込)★	128.1%	35

■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★	1,626	118.6%	1位
2位	東京・人形町・日本橋★	1,268	110.4%	2位
3位	渋谷・表参道(原宿)★	1,198	107.4%	5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タウン上位は、**1位「梅田・大阪・北新地」、2位「四条・河原町(京都府)」、3位「本町・心齋橋・淀屋橋」**で前年度と変わらず。
- 前年度比で増加率の大きいタウン上位は、**1位「神戸駅周辺(兵庫県)」**であった。外食単価の上昇以上に、外食回数の増加(前年度比+16.4%)が要因。
- 中食市場規模は「**四条・河原町(京都府)**」が前年度4位から2位に浮上。

※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	1,758	111.7%	1位
2位	四条(烏丸)・河原町(祇園四条)	610	101.7%	2位
3位	本町・心齋橋・淀屋橋	584	99.3%	3位
4位	三ノ宮(三宮)・元町	566	104.6%	4位
5位	なんば・大阪難波・日本橋	515	100.9%	5位
6位	天王寺(大阪阿倍野橋)	343	110.2%	6位
7位	京橋・天満橋	279	103.6%	8位
8位	西宮北口・甲子園◎	267	96.2%	7位
9位	京都駅周辺	245	113.3%	10位
10位	尼崎・伊丹◎	240	97.9%	9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	神戸駅周辺	119.6%	113
2位	京都駅周辺	113.3%	245
3位	鶴橋・大阪上本町	112.8%	195
4位	布施◎	112.2%	100
5位	近鉄八尾◎	111.9%	76

■ 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)	3,531	104.9%	1位
2位	本町・心齋橋・淀屋橋	3,445	102.3%	2位
3位	梅田・大阪・北新地	3,394	105.0%	3位
4位	なんば・大阪難波・日本橋	3,112	103.6%	6位
5位	三ノ宮(三宮)・元町	3,101	102.6%	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	50.5%	2位	43.3%
2位	十三	48.7%	1位	47.6%
3位	本町・心齋橋・淀屋橋	45.7%	3位	39.5%

※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	本町・心齋橋・淀屋橋	22.5%	1位	21.1%
2位	梅田・大阪・北新地	19.7%	3位	18.3%
3位	鶴橋・大阪上本町	19.3%	8位	14.9%

■ 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	12.3%	1位	11.9%
2位	四条(烏丸)・河原町(祇園四条)	11.7%	5位	10.3%
3位	三ノ宮(三宮)・元町	11.3%	3位	11.2%

※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

※前回「家族・親族」の選択肢を、今回「家族・親族」と「夫婦2人」の選択肢に分けて聴取したため、「家族・親族」のシェアは前回と同列で比較できない

■ 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	宝塚駅周辺◎	50.6%	-	-
2位	金剛◎	46.0%	-	-
3位	近鉄八尾◎	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◎	22.4%	-	-
2位	加古川駅周辺◎	20.1%	-	-
3位	宝塚駅周辺◎	19.2%	-	-

■ 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	本町・心齋橋・淀屋橋	69.7%	-	-
2位	梅田・大阪・北新地	67.8%	-	-
3位	新大阪	64.8%	-	-

※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	93.1%	1位
2位	四条(烏丸)・河原町(祇園四条)	114	123.2%	4位
3位	西宮北口・甲子園◎	102	94.0%	2位
4位	天王寺(大阪阿倍野橋)	93	110.6%	5位
5位	尼崎・伊丹◎	92	95.9%	3位
6位	三ノ宮(三宮)・元町	84	123.0%	8位
7位	枚方市・寝屋川市・香里園・樟葉◎	78	109.5%	6位
8位	江坂・千里中央◎	70	109.0%	9位
9位	大日◎	64	100.5%	9位
10位	京橋・天満橋	60	87.1%	7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	明石駅周辺◎	149.3%	37
2位	大正・弁天町・ユニバーサルシティ	130.6%	42
3位	四条(烏丸)・河原町(祇園四条)	123.2%	114

■ 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	なんば・大阪難波・日本橋	1,170	110.4%	2位
2位	京都駅周辺	1,068	107.0%	3位
3位	梅田・大阪・北新地	1,027	93.5%	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タウン上位は、**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「大府駅周辺」**であった。単価・回数ともに増加(単価：前年度比+14.4%、回数：同+18.9%)した。
- 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)	554	95.9%	1位
2位	栄・伏見	520	96.5%	2位
3位	岐阜・名鉄岐阜・西岐阜◎	206	104.2%	3位
4位	金山	163	96.7%	4位
5位	千種・今池	124	99.1%	5位
6位	尾張一宮・名鉄一宮◎	113	104.3%	8位
7位	春日井・勝川(高蔵寺)◎	112	108.3%	9位
8位	近鉄四日市◎	110	94.5%	6位
9位	豊田市駅周辺◎	104	93.4%	7位
10位	大曽根・黒川	92	108.5%	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	大府駅周辺◎	136.0%	39
2位	刈谷駅周辺◎	113.9%	71
3位	小牧駅周辺◎	110.3%	43
4位	大曽根・黒川	108.5%	92
5位	春日井・勝川(高蔵寺)◎	108.3%	112

■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	3,407	97.9%	1位
2位	名古屋(JR・近鉄・名鉄名古屋)	3,363	104.0%	2位
3位	千種・今池	2,953	102.0%	3位
4位	金山	2,696	101.1%	4位
5位	岐阜・名鉄岐阜・西岐阜◎	2,490	102.8%	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	千種・今池	49.9%	13位	32.2%
2位	桑名駅周辺◎	48.3%	11位	33.7%
3位	豊田市駅周辺◎	48.1%	1位	46.7%

※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	名古屋(JR・近鉄・名鉄名古屋)	20.4%	2位	17.9%
2位	栄・伏見	19.4%	1位	18.4%
3位	刈谷駅周辺◎	15.3%	10位	11.2%

■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	金山	9.8%	1位	9.4%
2位	栄・伏見	8.8%	5位	9.0%
3位	名古屋(JR・近鉄・名鉄名古屋)	8.6%	7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

※前回「家族・親族」の選択肢を、今回「家族・親族」と「夫婦2人」の選択肢に分けて聴取したため、「家族・親族」のシェアは前回と同列で比較できない

■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◎	47.8%	-	-
2位	稲沢駅周辺◎	47.6%	-	-
3位	多治見駅周辺◎	46.9%	-	-

■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	岡崎駅周辺◎	23.5%	-	-
2位	春日井・勝川(高蔵寺)◎	22.3%	-	-
3位	岩倉駅周辺◎	21.8%	-	-

■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	栄・伏見	61.0%	-	-
2位	千種・今池	60.5%	-	-
3位	名古屋(JR・近鉄・名鉄名古屋)	60.1%	-	-

※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)	81	99.0%	1位
2位	栄・伏見	53	94.9%	2位
3位	春日井・勝川(高蔵寺)◎	48	98.0%	3位
4位	岐阜・名鉄岐阜・西岐阜◎	47	112.7%	4位
5位	尾張一宮・名鉄一宮◎	41	104.6%	5位
6位	近鉄四日市◎	34	99.5%	7位
7位	豊田市駅周辺◎	32	86.1%	6位
8位	大曽根・黒川	27	88.5%	8位
9位	金山	26	89.2%	9位
10位	東岡崎駅周辺◎	25	102.6%	11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	刈谷駅周辺◎	136.0%	21
2位	小牧駅周辺◎	125.2%	15
3位	岡崎駅周辺◎	121.9%	21

■中食単価

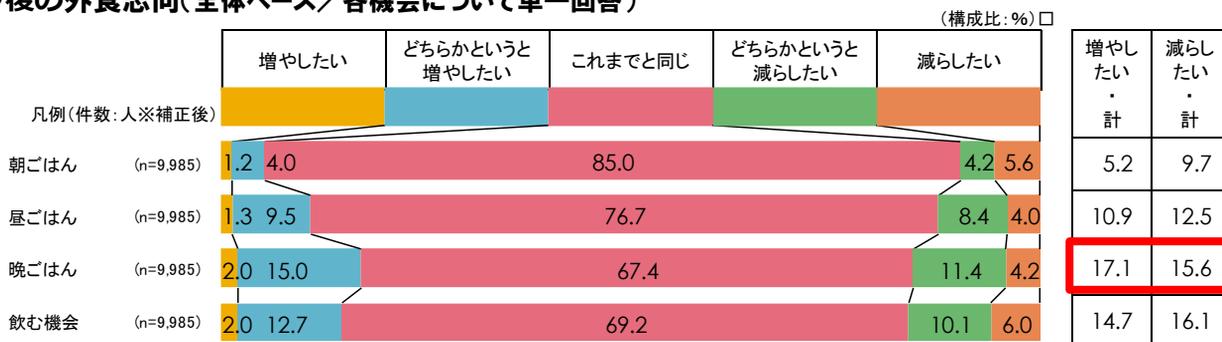
順位	タウン名	中食単価(円)	前年度比	前回順位
1位	名古屋(JR・近鉄・名鉄名古屋)	1,101	101.5%	1位
2位	栄・伏見	986	100.2%	2位
3位	千種・今池	840	105.3%	4位

【参考】 今後の外食志向 (2016年3月追加調査)

- 晩ごはんの外食を増やしたい意向が減らしたい意向を上回り、今後、市場拡大の可能性も。
- 外食での飲む機会は、男女とも年齢が若いほど増やしたい意向が高い。
- 外食を増やしたい業態は、朝ごはんでは「喫茶店・カフェ」や「ファストフード」。「和食」はその機会でも高い。
- 外食を増やしたい相手は、飲む機会では「同性の友人・グループ」が1位、女子会等の希望が高い。

【出典】2016年3月度の外食市場調査において、今後の外食志向を聴取した結果を掲載。 サンプル数：9,985件。

■ 今後の外食志向(全体ベース/各機会について単一回答)



■ 増やしたい外食(全体ベース/各機会について、外食を「増やしたい」「どちらかという増やしたい」と回答した割合)

	3圏域計	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
	n=9,985	n=867	n=1,081	n=1,185	n=876	n=1,013	n=828	n=1,048	n=1,145	n=869	n=1,075
朝ごはん	5.2	10.4	6.1	4.5	2.9	2.1	8.8	6.0	4.7	4.9	3.1
昼ごはん	10.9	13.8	8.7	6.7	6.4	10.5	13.2	11.7	10.3	13.7	14.8
晩ごはん	17.1	17.4	15.1	13.0	14.2	15.2	17.2	17.7	19.1	21.0	21.3
飲む機会	14.7	19.1	18.3	13.5	13.8	10.5	17.2	16.9	15.3	13.4	10.3

3圏域計より3pt以上高い項目

単位(%)

■ 外食を増やしたい業態(各機会の外食を「増やしたい」「どちらかという増やしたい」と回答した人ベース/複数回答)

(件数:人※補正後)	【食事主体の業態】										【飲酒主体の業態】					【軽食主体の業態】								
	和食料理店	中華料理店	堂・レストラン、ダイニング、グ	フレンチ、イタリア	アジア料理店	その他の各国料理	焼肉、ステーキ等	焼き等の専門店	しゃぶ等の専門店	しゃぶ焼き、しゃぶ	ファミリレス等	ファミン等の専門店	うどん等の専門店	その他の業態を主とする	居酒屋	バー、ビアホール	カラオケボックス	クラシック、ナイト	その他の飲酒を主とする	ファストフード	牛丼、カレー等、	うどん、ラーメン	立食のそば業態、	喫茶店・カフェ
朝ごはん n=522	18.7	6.7	15.2	5.9	3.5	2.7	6.4	3.1	4.6	16.5	8.1	3.7	3.7	2.4	0.8	1.4	0.9	1.0	22.4	8.0	4.3	48.0	9.2	9.2
昼ごはん n=1,084	36.4	29.5	36.7	31.7	15.3	8.5	20.0	14.6	7.6	33.2	39.8	6.0	6.0	2.8	1.6	1.4	0.6	0.7	16.6	15.5	8.0	23.4	4.1	4.1
晩ごはん n=1,704	47.5	37.1	36.4	33.2	16.5	9.9	45.9	19.5	22.5	32.6	22.5	5.2	5.2	16.7	5.5	1.6	0.7	1.5	4.2	6.2	2.8	4.8	1.4	1.4
飲む機会 n=1,472	26.2	18.6	18.5	21.2	11.9	6.7	23.2	13.7	13.4	7.9	6.8	3.2	3.2	62.9	30.6	5.5	4.6	5.2	1.6	1.5	1.3	2.8	0.7	0.7

各食事の機会の中で、上位3位の業態

※業態名は一部略記 単位(%)

■ 外食を増やしたい相手(各機会の外食を「増やしたい」「どちらかという増やしたい」と回答した人ベース/複数回答)

(件数:人※補正後)	一人	恋人と二人	夫婦二人	家族・親族	仲間や職場の	会社や職場の	仕事相手	集まり的や出たい	婚活や出会い	グループ友人	同性の友人	人外仲間の友	仕事以外の友	その他
朝ごはん n=522	49.7	11.6	22.8	32.8	4.6	1.3	1.4	9.8	3.0	0.7	0.7	0.7	0.7	
昼ごはん n=1,084	31.5	9.4	31.3	41.9	10.7	3.6	0.9	31.1	7.7	0.8	0.8	0.8	0.8	
晩ごはん n=1,704	14.0	14.4	33.7	56.7	10.4	3.7	2.4	27.3	12.2	0.4	0.4	0.4	0.4	
飲む機会 n=1,472	16.4	19.4	25.9	33.2	25.2	7.2	5.1	45.2	22.4	0.7	0.7	0.7	0.7	

各食事の機会の中で、上位3位の相手

単位(%)

<<飲む機会×同性の友人・グループを抽出>>

(件数:人※補正後)		3圏域計	同性の友人・グループ
		n=1,472	45.2
性別	男性/20歳代	n=166	47.5
	男性/30歳代	n=198	35.5
	男性/40歳代	n=160	34.6
	男性/50歳代	n=121	30.4
	男性/60歳代	n=107	32.8
	女性/20歳代	n=142	57.5
	女性/30歳代	n=177	51.2
	女性/40歳代	n=175	60.4
	女性/50歳代	n=116	54.0
	女性/60歳代	n=110	44.5

3圏域計より5pt以上高い

単位(%)

【参考】中食購入の実態(2016年5月、2015年5月追加調査)

- 中食の購入場所は実施者ベースで「スーパー」が61.9%を占め、次に「コンビニ」が27.6%を占める。前年に比べ、男性60歳代において「スーパー」の利用が増え、女性20歳代において「コンビニ」の利用が減少した。
- 男性60歳代においてスーパーの「惣菜」の購入率が増え、女性20歳代においてコンビニの「弁当」の購入率が減ったと推測される。
- 中食を利用する理由として、60歳代男性において「作るより安い」という理由が増えており、こういった理由から、スーパーの惣菜の購入が増えていると考えられる。

【出典】2016年5月度、2015年5月度の外食市場調査において、5月の1カ月間における中食の購入先、購入頻度、購入理由などを聴取した結果を掲載。
2016年：サンプル数10,327件、うち中食実施者のサンプル数は6,467件。2015年：サンプル数10,042件、うち中食実施者のサンプル数は6,388件。

■中食の購入場所<多い順> (2016年5月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 (デパート地下など)	持ち帰り専門店 (弁当など)	外食店のテイクアウト	売店 その他小	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)												
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	
時系列 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	
性別	男性/20歳代	507	58.2	47.5	14.0	22.2	14.7	6.8	5.7	5.2	3.5	3.0
	男性/30歳代	643	58.5	37.5	13.9	22.3	17.2	7.7	5.9	3.7	2.9	2.5
	男性/40歳代	740	62.7	36.2	15.0	19.0	16.9	9.0	6.1	3.3	3.2	2.8
	男性/50歳代	522	62.9	29.9	20.0	19.1	13.2	9.4	6.7	4.7	5.1	4.4
	男性/60歳代	614	64.3	21.4	22.4	19.4	13.5	9.2	8.0	4.3	3.5	3.9
	女性/20歳代	531	51.3	34.8	18.0	16.1	16.2	8.8	7.7	5.7	2.1	2.3
	女性/30歳代	700	59.8	25.1	22.5	19.1	18.3	10.5	10.8	3.6	1.9	3.4
	女性/40歳代	803	63.3	18.5	23.8	20.0	16.5	10.0	8.4	4.4	2.3	4.5
	女性/50歳代	639	64.3	19.8	25.7	20.5	14.9	13.9	6.5	3.6	2.7	2.5
	女性/60歳代	767	69.3	14.5	30.9	17.7	11.1	11.9	4.8	2.9	2.0	4.7

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> (2016年5月に中食を購入した人 ベース/複数回答)

	揚げ物・惣菜	弁当	寿司・和食	おにぎり類	パン・サンドイッチ	豆、刺身(枝)	つまみ類	ピザ、パスタ	デザート類	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)														
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	
時系列 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	
性別	男性/20歳代	507	46.9	49.2	26.9	35.3	9.6	17.2	12.7	19.9	15.2	11.6	9.7	2.5
	男性/30歳代	643	46.6	47.0	29.8	27.8	12.2	14.1	12.6	18.5	10.3	8.8	6.3	2.4
	男性/40歳代	740	47.6	49.4	32.5	27.9	12.9	13.8	12.2	15.2	10.4	11.2	6.0	2.7
	男性/50歳代	522	49.4	45.0	37.6	21.0	19.0	12.5	8.2	12.4	9.9	8.1	7.4	4.4
	男性/60歳代	614	47.2	47.3	53.4	17.1	18.0	10.8	8.2	9.3	7.2	3.9	5.4	5.0
	女性/20歳代	531	48.4	29.8	28.5	31.8	9.9	16.6	16.8	11.4	8.7	7.2	6.4	5.9
	女性/30歳代	700	56.2	31.2	31.0	25.6	12.6	18.1	18.4	11.1	8.4	6.2	6.1	3.4
	女性/40歳代	803	57.6	35.3	37.6	24.6	13.8	15.8	14.4	10.3	6.8	4.9	6.2	4.9
	女性/50歳代	639	59.7	37.7	48.4	22.1	13.8	11.4	14.8	7.3	5.7	5.4	6.5	5.3
	女性/60歳代	767	54.9	39.8	63.5	16.4	16.2	8.9	9.4	5.5	4.4	4.0	4.3	3.3

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> (2016年5月調査・全体ベース/複数回答)

	簡単に済ませた	料理の面倒なときがある	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	買ったほうが軽い	1人分がちょうどいい	1人だと外食店	考える手間を省ける	栄養バランス	外食よりいろいろ	料理が苦手、嫌い	24時間買えるようになった	料理の材料が豊富	種類が豊富	宅配メニュー	その他	は利用しにくい	夕食に中食
(件数:人※補正後)																				
3圏域計・2016年	10,327	57.6	40.3	35.9	19.8	18.4	11.3	11.1	6.4	5.9	5.2	4.8	4.2	4.0	2.5	3.3	15.2			
時系列 3圏域計・2015年	10,042	57.4	41.5	37.2	20.7	18.9	10.8	11.3	6.6	5.9	5.1	4.6	5.2	4.8	3.0	3.5	14.9			
性別	男性/20歳代	891	54.8	28.7	34.5	18.5	10.1	10.1	7.2	6.2	3.4	4.0	5.2	4.8	2.6	1.6	1.8	19.0		
	男性/30歳代	1,089	60.9	33.7	32.5	18.8	12.2	12.8	9.3	6.1	4.3	4.6	5.9	5.6	3.9	1.6	1.7	15.1		
	男性/40歳代	1,258	58.8	31.8	32.2	19.4	16.0	11.7	9.7	6.2	4.8	5.1	4.9	4.1	3.1	2.0	2.8	16.6		
	男性/50歳代	925	52.9	32.3	31.2	22.4	20.5	13.4	13.0	6.5	8.7	7.2	5.0	5.7	5.6	1.9	3.0	18.5		
	男性/60歳代	1,032	47.4	31.4	24.8	23.4	24.6	13.0	15.7	6.0	8.9	6.7	4.2	4.2	5.6	4.0	3.6	24.1		
	女性/20歳代	849	64.5	48.0	36.0	16.4	16.3	7.4	10.3	8.0	4.9	3.9	4.4	5.5	4.1	2.0	3.6	12.4		
	女性/30歳代	1,056	68.0	55.4	44.8	22.4	21.4	9.7	8.7	5.3	5.0	4.4	6.1	3.8	3.5	2.7	3.6	9.1		
	女性/40歳代	1,218	62.0	51.5	44.0	19.9	19.6	10.8	7.8	5.0	4.2	5.0	5.1	2.3	2.7	3.1	3.2	10.0		
	女性/50歳代	915	55.8	46.8	41.3	18.4	19.7	12.9	13.8	7.0	6.5	4.4	4.1	4.4	5.1	2.7	4.2	12.9		
	女性/60歳代	1,093	50.1	42.7	37.4	18.1	23.1	11.0	16.1	8.5	9.0	6.2	2.8	2.2	3.9	3.1	5.1	15.1		

太字 前年差が+3ptより大きい 前年差が-3ptより小さい 単位(%)