



HOT PEPPER

グルメリサーチセンター

2016年6月23日

株式会社 リクルートライフスタイル

外食市場調査（2015年4月～2016年3月：東名阪夕食）

**外食市場規模は前年度比+750億円（同+1.9%）の拡大
外食回数減少（同-1.7%）を単価上昇（同+3.6%）がカバー
飲酒を伴う外食が市場全体の71.1%を占める**

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「食」に関する調査・研究機関「ホットペッパー グルメ リサーチセンター」（<http://grc.hotpepper.jp/>）では、東名阪の男女毎月約1万人を対象に「外食市場調査」を行っており、この度2015年度（2015年4月～2016年3月）の年間集計をしましたので、その結果をご報告いたします。

【2015年度 概況】

食材の仕入れ価格上昇や人件費の高騰により、外食メニューの値上げが目立った2015年度。外食市場規模は前年度比+750億円（+1.9%）と拡大した。3圏域計で基準となる人口は前年度比-0.8%、延べ外食回数は前年度比-1.7%と減少傾向であったが、外食単価の前年度比+3.6%という大きな伸びがこれらを上回り、市場規模の拡大につながった。2014年度の調査結果でも外食単価は前年度比+4.1%と大きな伸びであったが、2014年4月に消費税増税があったことを考えると、消費税分を除く実質的な単価の上がり幅は2015年度のほうが大きかったと考えられる。業態別の大分類では、「食事主体」業態（レストラン・食堂など）「飲酒主体」業態（居酒屋など）が前年度比+2.8～2.9%で規模を拡大したのに対し、「軽食主体」業態（ファストフードなど）は前年度比-14.8%と2年連続の減少となった。また、2015年度から外食機会中の「飲酒の有無」についても集計を開始し、飲酒を伴う外食シェアは回数で46.7%、市場規模では71.1%であることが明らかになった。

1. 外食回数・市場規模

[P3]

- 2015年度の年間の外食市場規模は4兆668億円（前年度比+750億円、+1.9%）。
- 3圏域計における（以下同）2015年度の年間の延べ外食回数は15億9,114万回（前年度比-2,721万回、-1.7%）。1人あたり平均38.2回/年（0.73回/週）のペース。
- 外食単価は平均2,556円（前年度比+89円、+3.6%）。

2. 性年代別の外食実態

[P4]

- 性年代別では「40代・男性」が延べ外食回数で2億1,866万回、外食市場規模で5,612億円と、前年度に引き続き最も大きい層。外食市場規模が拡大したのは「50～60代・男性」で、前年度比+5.9～6.9%。

3. 業態別の外食実態

[P5・6]

- 「食事主体」業態（レストラン・食堂など）と「飲酒主体」業態（居酒屋、バー、ビアホール、パブなど）の外食市場規模は前年度比+2.8～2.9%で増加。一方「軽食主体」業態（ファストフードなど）は前年度比-14.8%と大きく減少。

4. 飲酒有無別の外食実態

[P7]

- 飲酒を伴う外食シェアは、回数で46.7%、市場規模で71.1%を占める。
- 「食事主体」業態の中で、飲酒を伴う売上の割合が高い業態は「フレンチ・イタリアン料理店」（76.9%）、「和食料理店」（76.3%）、「お好み焼き、鉄板焼き等の専門店」（71.0%）など。

【本件に関するお問い合わせ先】

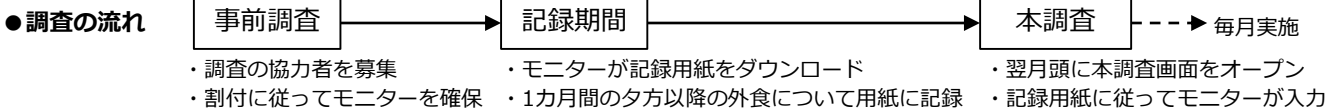
<https://www.recruit-lifestyle.co.jp/support/press>

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（関東・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。外食単位集計の場合、毎月の外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。

※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4月度	2015年5月度	2015年6月度	2015年7月度	2015年8月度	2015年9月度	2015年10月度	2015年11月度	2015年12月度	2016年1月度	2016年2月度	2016年3月度		
本調査	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		
	配信数(件)	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%		
集計数	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	10,140	9,884
	3圏域計(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	10,140	9,884
	個人単位														
	居住圏域														
	首都圏(件)	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
	関西圏(件)	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
	東海圏(件)	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 ※個人単位の上期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。
 - ・飲酒を伴った外食には、本人自身はお酒を飲まなくても、一緒に外食をした相手がお酒を飲んだ場合を含む。
- **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おこな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）でおこな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25分類から当てはまるものを1つ聴取。※2015年度より業態分類を見直している

選択肢	業態	選択肢	業態
1	和食料理店(すし、割烹、料亭、郷土料理専門店等)	13	居酒屋(焼鳥、串焼き、串揚げなど、飲酒メインの業態を含む)
2	中華料理店(ラーメン専門店を除く)	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、ハンバーグ等の専門店	19	牛丼、カレー等、一品もの専売業態
8	お好み焼き、鉄板焼き等の専門店	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、おでん等の専門店	21	喫茶店・カフェ
10	ファミリーレストラン、回転すし等	22	その他の軽食を主体とする業態の店
11	ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店	23	ホテルや各種会場(披露宴・セレモニー等)
12	その他の食事を主体とする業態の店	24	旅行・出張先のホテルや旅館
		25	その他

1. 外食回数、市場規模

●3圏域計における2015年4月～2016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。延べ外食回数15億9,114万回（前年度比-1.7%）は1人あたり平均38.2回/年（0.73回/週）のペースで外食していることを意味する。延べ外食回数は前年度を下回ったが、外食単価が2,556円（前年度比+3.6%）と増加したことで、市場規模が微増。圏域別には、首都圏で単価の伸びが大きく（前年度比+101円、+4.0%）、市場規模も前年度より1.4%拡大した。

■外食市場規模＜推計値＞の前年度比較【圏域別】

	人口推計	調査結果				推計結果				
		人口 (万人) <A>	個人単位集計		外食単位集計		延べ外食回数 (万回) A*B*C*12=<E>	前年度 比	外食市場規模 (億円) D*E=<F>	前年度 比
			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				
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	

※基準人口は、2015年度：H25人口推計、2014年度：H24人口推計、2013年度：H22国勢調査人口

※年間の外食市場規模は、有効桁数の関係で、毎月公表している月別の外食市場規模の合計と完全には合致しない

※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

※2 市場規模：各圏域の当該年齢人口（2013年度：H22国勢調査、2014年度：H24人口推計、2015年度：H25人口推計）×実施率×頻度×単価で算出

※3 実施率：調査対象者のうち、調査対象の1カ月間に外食を一度でも実施した人の割合

※4 頻度：外食実施者の1カ月あたりの平均外食回数

※5 単価：外食1回あたりにかかった費用（税込）

★1人1年あたりの外食回数、1人1週あたりの外食回数の計算方法

年間15億9,114万回÷4,168万人=38.2回/年…1人1年あたりの外食回数

38.2回/年÷52週=0.73回/週…1人1週あたりの外食回数

2. 性年代別の外食実態

- 3圏域計において、性年代別では「**40代・男性**」が延べ外食回数が最も多く、外食市場規模でも**5,612億円と最も大きい**。前年度に比べ成長した市場は「50~60代・男性」で、前年度より5.9~6.9%増加した。
- 外食単価は「20代・男性」や「20代・女性」の若年層において、他世代よりも増加率が高かった。

■外食市場規模<推計値>の前年度比較【3圏域計・性年代別】

	H25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 (万回)	前年度比	外食市場規模 (億円)	前年度比	
		人口 (万人)	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)	外食単価 (円/回)					前年度比
<A>		<C>	<D>	A*B*C*12=<E>	<E>	D*E=<F>	<F>			
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%	
性年代別	男性/20代	362 万人	78.3 %	4.87 回/月	2,165 円	106.4%	16,559 万回	96.2%	3,585 億円	102.4%
	男性/30代	451 万人	77.5 %	4.82 回/月	2,365 円	103.1%	20,198 万回	94.8%	4,777 億円	97.8%
	男性/40代	495 万人	76.2 %	4.83 回/月	2,566 円	102.7%	21,866 万回	99.2%	5,612 億円	101.9%
	男性/50代	366 万人	75.9 %	4.87 回/月	2,976 円	104.2%	16,238 万回	102.6%	4,832 億円	106.9%
	男性/60代	423 万人	77.1 %	4.17 回/月	3,104 円	104.4%	16,317 万回	101.4%	5,065 億円	105.9%
	女性/20代	345 万人	81.2 %	4.77 回/月	2,420 円	105.6%	16,056 万回	96.5%	3,885 億円	101.9%
	女性/30代	437 万人	74.6 %	3.65 回/月	2,407 円	101.9%	14,300 万回	93.9%	3,442 億円	95.7%
	女性/40代	478 万人	72.6 %	3.28 回/月	2,358 円	101.0%	13,645 万回	100.9%	3,217 億円	101.9%
	女性/50代	363 万人	72.4 %	3.26 回/月	2,552 円	99.7%	10,276 万回	99.7%	2,622 億円	99.4%
	女性/60代	449 万人	76.0 %	3.34 回/月	2,654 円	103.4%	13,660 万回	99.8%	3,626 億円	103.2%

※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、上期の外食市場規模と完全には合致しない

<参考> ■2014年度結果【3圏域計・性年代別】

	H24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 (万回)	前年度比	外食市場規模 (億円)	前年度比	
		人口 (万人)	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)	外食単価 (円/回)					前年度比
<A>		<C>	<D>	A*B*C*12=<E>	<E>	D*E=<F>	<F>			
3圏域計 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%	
性年代別	男性/20代	369 万人	77.6 %	5.01 回/月	2,035 円	106.4%	17,208 万回	91.3%	3,501 億円	97.1%
	男性/30代	467 万人	77.1 %	4.93 回/月	2,294 円	104.0%	21,296 万回	92.0%	4,886 億円	95.7%
	男性/40代	483 万人	75.9 %	5.02 回/月	2,499 円	103.7%	22,038 万回	105.6%	5,509 億円	109.5%
	男性/50代	364 万人	75.4 %	4.80 回/月	2,857 円	102.4%	15,821 万回	94.8%	4,520 億円	97.1%
	男性/60代	429 万人	75.8 %	4.12 回/月	2,972 円	100.7%	16,091 万回	99.0%	4,783 億円	99.7%
	女性/20代	352 万人	81.4 %	4.84 回/月	2,291 円	104.5%	16,633 万回	95.6%	3,811 億円	100.0%
	女性/30代	453 万人	75.1 %	3.73 回/月	2,362 円	106.9%	15,224 万回	94.2%	3,596 億円	100.7%
	女性/40代	465 万人	73.6 %	3.29 回/月	2,334 円	105.1%	13,525 万回	103.8%	3,156 億円	109.1%
	女性/50代	363 万人	71.6 %	3.30 回/月	2,559 円	103.1%	10,311 万回	94.7%	2,638 億円	97.6%
	女性/60代	455 万人	76.0 %	3.30 回/月	2,567 円	103.8%	13,689 万回	99.8%	3,513 億円	103.6%

3. 業態別の外食実態

●3圏域計において、業態別では「居酒屋」での外食回数が最も多く、外食市場規模は9,572億円と夕食市場全体の約4分の1を占めた。延べ外食回数では「ファミリーレストラン、回転すし等」が第2位、外食市場規模では「和食料理店」が第2位であった。

●外食単価は、食事主体業態では「フレンチ・イタリアン料理店」が4,022円と最も高く、次いで「和食料理店」が3,838円、「すき焼き、しゃぶしゃぶ、鍋、おでん等の専門店」が3,816円であった。

●「食事主体」業態（レストラン・食堂など）：外食市場規模で前年度比+716億円（+2.9%）
 「飲酒主体」業態（居酒屋、バー、ビアホール、パブなど）：同前年度比+329億円（+2.8%）
 「軽食主体」業態（ファストフードなど）：同前年度比-200億円（-14.8%）

大分類では「軽食主体」業態の延べ外食回数が前年度に引き続き減少し（13年度→14年度：-10.4%、14年度→15年度：-17.3%）、市場規模は-14.8%と大きく減少した。

■外食市場規模＜推計値＞の前年度比較【3圏域計・業態別】

※2015年度より、外食した店の業態分類を見直しているため、小分類別の前年度比較はできない

		調査結果			推計結果				
		外食単位集計							
		構成比 (%)	外食単価 (円/回)	前年度比	延べ外食回数 (万回)	前年度比	外食市場規模 (億円)	前年度比	
		<G>	<H>		年間推計*(<G>×<I>)	<I>×<H>			
3圏域計 2015年度・年間		100.0 %	2,556 円	103.6%	159,114 万回	98.3%	40,668 億円	101.9%	
3 圏 域 計	食 事 主 体	和食料理店	10.5 %	3,838 円		16,629 万回		6,382 億円	
		中華料理店	6.4 %	2,205 円		10,260 万回		2,263 億円	
		レストラン、食堂、ダイニング、洋食店	6.4 %	2,110 円		10,116 万回		2,134 億円	
		フレンチ・イタリアン料理店	4.9 %	4,022 円		7,744 万回		3,115 億円	
		アジア料理店	1.5 %	2,669 円		2,380 万回		635 億円	
		その他の各国料理店	0.9 %	2,970 円		1,444 万回		429 億円	
		焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店	6.6 %	3,338 円		10,553 万回		3,523 億円	
		お好み焼き、鉄板焼き等の専門店	1.7 %	2,474 円		2,705 万回		669 億円	
		すき焼き、しゃぶしゃぶ、鍋、おでん等の専門店	1.4 %	3,816 円		2,197 万回		838 億円	
		ファミリーレストラン、回転すし等	12.0 %	1,398 円		19,171 万回		2,679 億円	
		ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店	10.5 %	1,045 円		16,735 万回		1,749 億円	
		その他の食事を主体とする業態の店	3.1 %	1,599 円		5,005 万回		800 億円	
		3 圏 域 計	飲 酒 主 体	居酒屋	17.4 %	3,459 円		27,670 万回	
バー、パブ、ワインバー、ビアホール、パブ	2.3 %			3,701 円		3,694 万回		1,367 億円	
カラオケボックス	0.4 %			2,671 円		692 万回		185 億円	
スナック、ナイトクラブ、キャバレー	0.6 %			7,629 円		892 万回		681 億円	
その他の飲酒を主体とする業態の店	0.4 %			3,392 円		637 万回		216 億円	
3 圏 域 計	軽 食 主 体	ファストフード	2.0 %	752 円		3,199 万回		241 億円	
		牛丼、カレー等、一品もの専売業態	4.0 %	674 円		6,293 万回		424 億円	
		立食のラーメン、うどん・そば業態	0.7 %	635 円		1,086 万回		69 億円	
		喫茶店・カフェ	1.8 %	1,111 円		2,808 万回		312 億円	
		その他の軽食を主体とする業態の店	0.7 %	992 円		1,092 万回		108 億円	
3 圏 域 計	そ の 他	ホテルや各種会場	1.5 %	6,023 円		2,410 万回		1,451 億円	
		旅行・出張先のホテルや旅館	0.6 %	5,597 円		887 万回		496 億円	
		その他	1.8 %	1,319 円		2,817 万回		372 億円	

3 圏 域 計	大 分 類	食事主体・小計	66.0 %	2,403 円	102.9%	104,938 万回	100.0%	25,217 億円	102.9%
		飲酒主体・小計	21.1 %	3,579 円	100.9%	33,586 万回	101.9%	12,021 億円	102.8%
		軽食主体・小計	9.1 %	797 円	103.1%	14,477 万回	82.7%	1,154 億円	85.2%
		その他・小計	3.8 %	3,794 円	100.6%	6,114 万回	95.4%	2,319 億円	95.9%

※年間の延べ外食回数の推計値に、外食単位集計の構成比を乗じて、各分類の外食回数を推計

各分類の外食回数に、各分類の外食単価を乗じて、各分類の外食市場規模を推計

各分類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

※業態【大分類】別の単価は、市場規模(億円)の小計を延べ外食回数(万回)の小計で割って算出している

<参考> ■2014年度結果【3圏域計・業態別】

		調査結果			推計結果				
		外食単位集計			延べ外食回数 (万回) 年間推計* $\langle G \rangle = \langle D \rangle$	前年度 比	外食市場規模 (億円) $\langle D \rangle * \langle H \rangle$	前年度 比	
		構成比 (%) $\langle G \rangle$	外食単価 (円/回) $\langle H \rangle$	前年度 比					
3圏域計 2014年度・年間		100.0 %	2,467 円	104.1%	161,835 万回	96.9%	39,918 億円	100.9%	
3 圏 域 計	食 事 主 体	レストラン・食堂	8.5 %	1,987 円	104.8%	13,789 万回	97.8%	2,739 億円	102.5%
		ビストロ、ダイニング、創作料理	3.4 %	3,797 円	104.1%	5,520 万回	108.1%	2,096 億円	112.5%
		各国料理	13.0 %	2,921 円	103.3%	21,030 万回	99.3%	6,143 億円	102.5%
		焼肉、鍋等の専門店	8.2 %	3,460 円	103.9%	13,252 万回	100.3%	4,586 億円	104.2%
		すし、割烹、料亭	4.9 %	4,104 円	105.4%	7,967 万回	95.4%	3,270 億円	100.5%
		ファミレス、回転すし等	13.7 %	1,456 円	104.8%	22,198 万回	97.9%	3,231 億円	102.6%
		ラーメン、そば、うどん店など	10.4 %	1,002 円	102.7%	16,863 万回	98.6%	1,689 億円	101.3%
		その他の食事主体の店	2.7 %	1,727 円	105.9%	4,327 万回	100.7%	747 億円	106.6%
	飲 酒 主 体	居酒屋、バー、ビアホール、パブ	18.7 %	3,433 円	102.1%	30,245 万回	96.5%	10,383 億円	98.6%
		スナック、カラオケ、クラブ、キャバレー	1.1 %	5,625 円	108.9%	1,707 万回	92.2%	960 億円	100.5%
		その他の飲酒主体の店	0.6 %	3,400 円	102.7%	1,023 万回	95.4%	348 億円	98.0%
	軽 食 主 体	ファストフード	2.6 %	748 円	106.3%	4,193 万回	86.3%	314 億円	91.7%
		牛丼等、一品もの専売業態	4.7 %	658 円	109.6%	7,615 万回	88.6%	501 億円	97.1%
		立食ラーメン、うどん・そば業態	0.9 %	706 円	103.6%	1,379 万回	98.7%	97 億円	102.2%
		喫茶店・カフェでの軽食	1.8 %	1,021 円	105.3%	2,949 万回	91.9%	301 億円	96.8%
		その他の軽食主体の店	0.8 %	1,031 円	109.1%	1,366 万回	93.1%	141 億円	101.5%
	そ の 他	ホテルや各種会場	1.6 %	5,993 円	101.4%	2,597 万回	89.7%	1,557 億円	91.0%
		旅行・出張先のホテルや旅館	0.6 %	5,241 円	103.4%	946 万回	86.9%	496 億円	89.8%
		その他	1.8 %	1,278 円	98.1%	2,869 万回	88.6%	367 億円	86.9%
3 圏 域 計	大 分 類	食事主体・小計	64.8 %	2,335 円	104.5%	104,946 万回	99.0%	24,501 億円	103.4%
		飲酒主体・小計	20.4 %	3,546 円	102.6%	32,975 万回	96.2%	11,691 億円	98.7%
		軽食主体・小計	10.8 %	774 円	107.7%	17,502 万回	89.6%	1,354 億円	96.5%
		その他・小計	4.0 %	3,773 円	101.5%	6,412 万回	88.8%	2,419 億円	90.1%

※年間の延べ外食回数の推計値に、外食単位集計の構成比を乗じて、各分類の外食回数を推計

各分類の外食回数に、各分類の外食単価を乗じて、各分類の外食市場規模を推計

各分類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

※業態【大分類】別の単価は、市場規模(億円)の小計を延べ外食回数(万回)の小計で割って算出している

4. 飲酒有無別の外食実態

- 延べ外食回数のうち、飲酒を伴った外食は46.7%を占め、飲酒を伴わない外食とおおむね半々であった。
※ 飲酒を伴うとは、本人はお酒を飲まなくても、一緒に外食をした相手がお酒を飲んだ場合を含む。
- 外食市場規模のうち、飲酒を伴った外食による市場規模は71.1%を占め、回数シェアに比べ市場シェアが大きい。
- 食事主体業態の中で、飲酒を伴う売上割合が高い業態のトップ3は「フレンチ・イタリアン料理店」(76.9%)、「和食料理店」(76.3%)、「お好み焼き、鉄板焼き等の専門店」(71.0%)であった。

■ 飲酒ありの外食市場規模 <推計値> 【3圏域計・業態別】

		各業態の小計		各業態における飲酒ありの市場推計					
		推計値		アンケート結果		推計値			
		延べ外食回数 (万回)	外食市場規模 (億円)	飲酒ありの割合 (%)	飲酒ありの場合の 外食単価 (円)	飲酒ありの 外食市場規模 (億円)	各業態のうち、飲酒ありの 市場規模 シェア(%)		
		A	B	C	D	E=A*C*D	E/B		
3圏域計 2015年度・年間		159,114 万回	40,668 億円	46.7 %	3,893 円	28,934 億円	71.1 %		
3 圏 域 計	食 事 主 体	和食料理店	16,629 万回	6,382 億円	56.6 %	5,178 円	4,871 億円	76.3 %	
		中華料理店	10,260 万回	2,263 億円	44.2 %	3,249 円	1,475 億円	65.2 %	
		レストラン、食堂、ダイニング、洋食店	10,116 万回	2,134 億円	27.4 %	3,607 円	1,001 億円	46.9 %	
		フレンチ・イタリアン料理店	7,744 万回	3,115 億円	60.8 %	5,090 円	2,396 億円	76.9 %	
		アジア料理店	2,380 万回	635 億円	52.7 %	3,472 円	436 億円	68.6 %	
		その他の各国料理店	1,444 万回	429 億円	53.5 %	3,938 円	304 億円	70.9 %	
		焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店	10,553 万回	3,523 億円	52.0 %	4,280 円	2,348 億円	66.7 %	
		お好み焼き、鉄板焼き等の専門店	2,705 万回	669 億円	57.8 %	3,039 円	475 億円	71.0 %	
		すき焼き、しゃぶしゃぶ、鍋、おでん等の専門店	2,197 万回	838 億円	57.1 %	4,708 円	590 億円	70.4 %	
		ファミリーレストラン、回転すし等	19,171 万回	2,679 億円	17.2 %	1,918 円	631 億円	23.5 %	
		ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店	16,735 万回	1,749 億円	11.7 %	1,890 円	370 億円	21.1 %	
		その他の食事を主体とする業態の店	5,005 万回	800 億円	22.6 %	3,287 円	372 億円	46.5 %	
		飲 酒 主 体	居酒屋	27,670 万回	9,572 億円	96.2 %	3,503 円	9,325 億円	97.4 %
			バー、バル、ワインバー、ビアホール、パブ	3,694 万回	1,367 億円	97.0 %	3,744 円	1,342 億円	98.2 %
カラオケボックス	692 万回		185 億円	73.3 %	2,976 円	151 億円	81.7 %		
スナック、ナイトクラブ、キャバレー	892 万回		681 億円	96.8 %	7,555 円	653 億円	95.9 %		
その他の飲酒を主体とする業態の店	637 万回		216 億円	85.8 %	3,753 円	205 億円	95.0 %		
軽 食 主 体	ファストフード	3,199 万回	241 億円	3.2 %	1,660 円	17 億円	7.0 %		
	牛丼、カレー等、一品もの専売業態	6,293 万回	424 億円	3.0 %	1,111 円	21 億円	4.9 %		
	立食のラーメン、うどん・そば業態	1,086 万回	69 億円	3.7 %	1,480 円	6 億円	8.6 %		
	喫茶店・カフェ	2,808 万回	312 億円	7.2 %	2,396 円	49 億円	15.6 %		
その他の軽食を主体とする業態の店	1,092 万回	108 億円	15.0 %	1,757 円	29 億円	26.5 %			
そ の 他	ホテルや各種会場	2,410 万回	1,451 億円	81.7 %	6,573 円	1,294 億円	89.2 %		
	旅行・出張先のホテルや旅館	887 万回	496 億円	62.8 %	6,897 円	384 億円	77.4 %		
	その他	2,817 万回	372 億円	30.3 %	2,623 円	224 億円	60.2 %		
3 圏 域 計	食事主体・小計	104,938 万回	25,217 億円	36.3 %	4,004 円	15,268 億円	60.5 %		
	飲酒主体・小計	33,586 万回	12,021 億円	95.6 %	3,635 円	11,676 億円	97.1 %		
	軽食主体・小計	14,477 万回	1,154 億円	4.8 %	1,738 円	121 億円	10.5 %		
	その他・小計	6,114 万回	2,319 億円	55.3 %	5,630 円	1,902 億円	82.0 %		

※ 飲酒有無：本人自身はお酒を飲まなくても、一緒に外食をした相手がお酒を飲んだ場合は、「飲酒あり」に含まれる

※ 食事主体の業態において、飲酒ありのシェアが高い業態上位5つに網かけ

※ 各分類の外食回数に、各分類の飲酒ありの割合と、飲酒ありの場合の外食単価を乗じて、各分類の飲酒ありの外食市場規模を推計
各分類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

※ 業態【大分類】別の単価は、飲酒ありの外食市場規模(億円)の小計を飲酒ありの延べ外食回数(万回)の小計で割って算出している