Circana.

日本の外食・中食市場
月次トップラインレポート
2026 ご案内資料

2026年

Copyright 2026 Circana, LLC (“Circana”). All rights reserved. Circana, the Circana logo, and the names of Circana products and services are trademarks of Circana. All other trademarks are the property of their respective owners.

外食・中食市場 月次 トップラインレポートとは?

- 日本の外食・中食市場の概況を月次、時系列で把握することで、市場の変化やオポチュニティを見つけることに役立ちます。
- 業界アナリストのインサイト、展望を知ることができます。
- 月次なので、変化を見落としません。
- トップライン情報として、経営陣やマネジメントへの報告に活用できます。

Circana.

レポート内容

主要セグメントトレンド

- サマリー
- 消費者態度指数
- 各社のニュース
- 外食・中食市場全体、外食業態（レストラン計）、小売業態の成長率（金額市場規模、食機会数、平均支払金額）前年同月比%／2019年同月比%　＊2025年1月～
- 食機会数の前年同月比%／2019年同月比　＊2025年1月～
  - 主要業態別（①FF+セルフカフェ②ファミレス③居酒屋+バー④その他フルサービスレストラン⑤コンビニ⑥スーパー）
  - 食機会別（①朝食②午前間食③昼食④午後間食⑤夕食⑥夜間食）
  - 職業別（①0-14才②高校生・学生③会社員④専業主婦）
  - 外食業態のイートイン、テイクアウト、デリバリー別（構成比あり）
  - 外食業態 X イートインの喫食グループ別（①子供と②一人で③配偶者・恋人と④友人と・同僚と）
  - 外食業態（レストラン計）X テイクアウトの喫食グループ別（①子供と②一人で③配偶者・恋人と④友人と・同僚と）
- 業界アナリストのインサイト

プレミアム分析

- 主要業態別客単価（円）と前年同期比（①FF+セルフカフェ②ファミレス③居酒屋+バー④その他フルサービスレストラン⑤コンビニ⑥スーパー）＊2025年1月～
- もっと提供してほしい味 比率トップ5と上昇トップ5：性年代6区分別（男女 x 15-29才、30-59才、60-79才）＊該当月のみ
- 主要メニュー動向：サービングス数の前年同月比%＊2025年1月～

ご飯類	鶏肉料理	たまご料理	ソフトドリンク計
パン類	豚肉料理	サラダ	コーヒー
パスタ	牛肉料理	野菜料理	デザート
ピザ	魚料理	フライドポテト	スープ類

- 成長のドライバーと主なマイナス要因（該当月vs 前年同月比）

＊サービングスは、料理・飲料の提供単位です。レストランで言うと、一皿、一杯となります。小売では、1パック、1缶、ボトル1本などとなります。

Circana.

発行スケジュール、価格

発行スケジュール

- 2026年1月～年間計12回発行
- 各該当月の翌月末～翌々月の初旬にリリース　（例：2026年4月レポート⇒2026年5月末～6月初旬）

納品形態・価格

- 納品形態：PDF 15~21ページ程度
- 価格（税抜き）

	年間契約社	非契約社
主要セグメント分析	無料（契約料金に含まれる）	319万円
プレミアム分析	39万円（年間）	

- 支払回数：1回

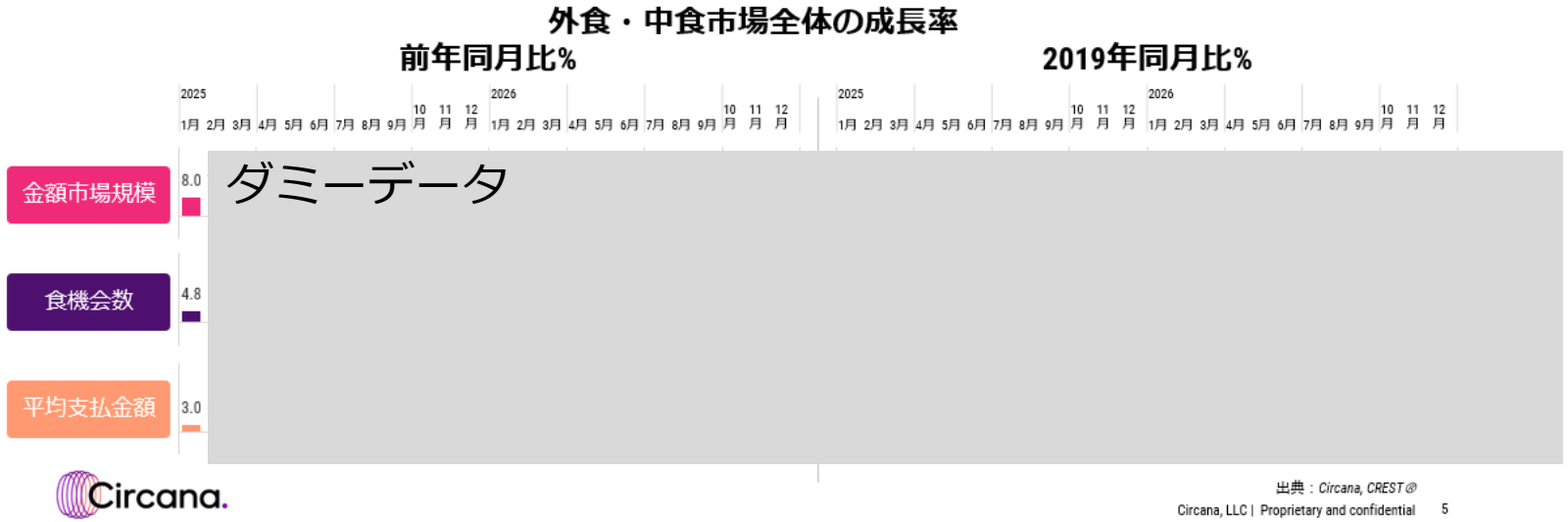
Circana.

レポートサンプル

外食・中食市場全体、外食業態（レストラン計）、小売業態の成長率（金額市場規模、食機会数、平均支払金額）前年同月比%／2019年同月比%　＊2025年1月～

外食・中食市場全体の成長率

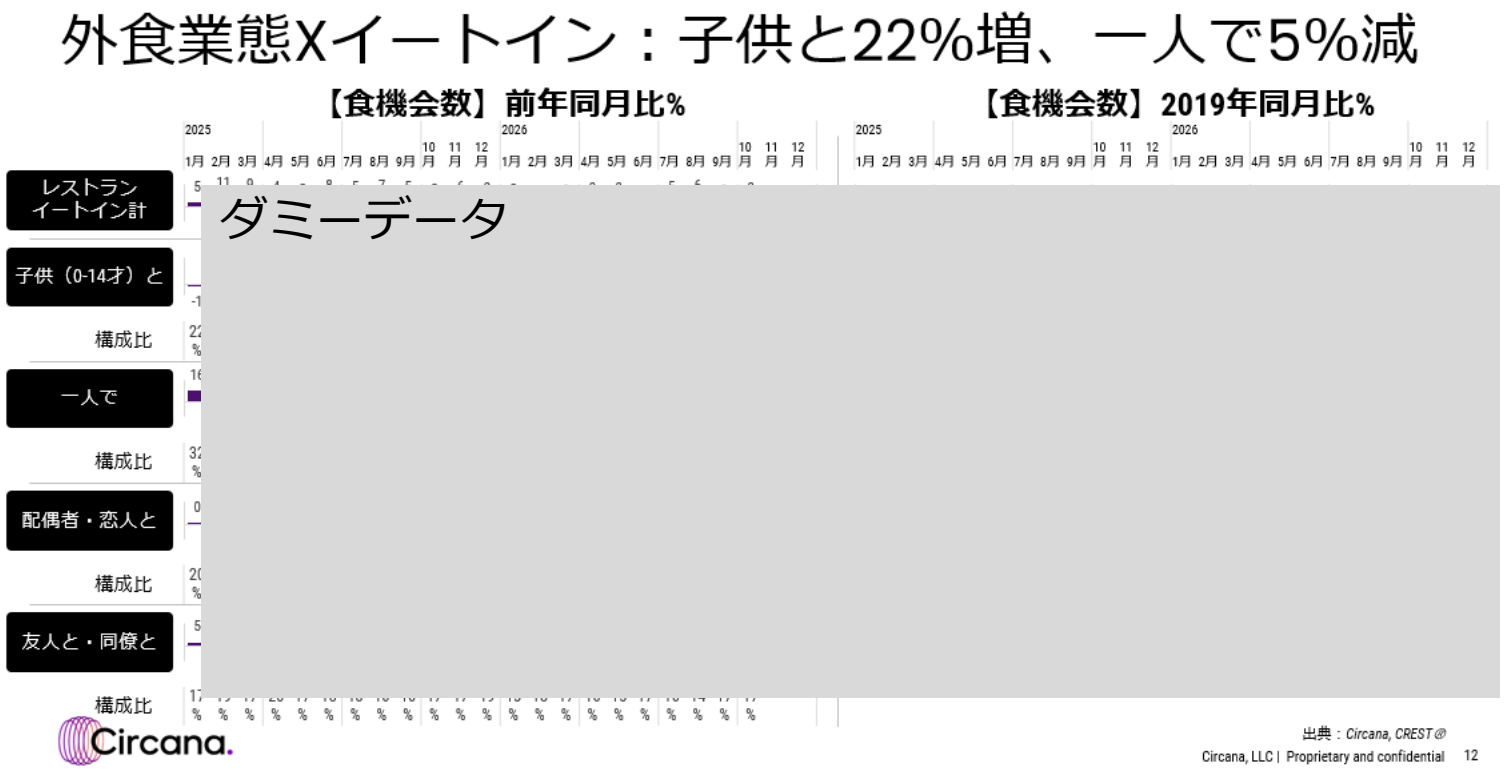
2026年X月の外食・中食市場規模は前年同月比3.0%増。平均支払金額の同4.8%増が寄与したもので、食機会数は同1.9%減だった。



Circana.

レポートサンプル

食機会数の前年同月比%／2019年同月比　＊2025年1月～



レポートサンプル

業界アナリストのインサイト

2022年3月にCOVID-19感染拡大による営業制限や行動制限がなくなってから1年が経ち、日本の外食・中食市場は、夜の需要やイートインの回復により、徐々に回復が進んでいますが、その速度は決して早くありません。2022年から、世界的なインフレ、食品や飲食店の大幅かつ、度重なる大規模な値上げが、消費者の行動に影響を与えています。

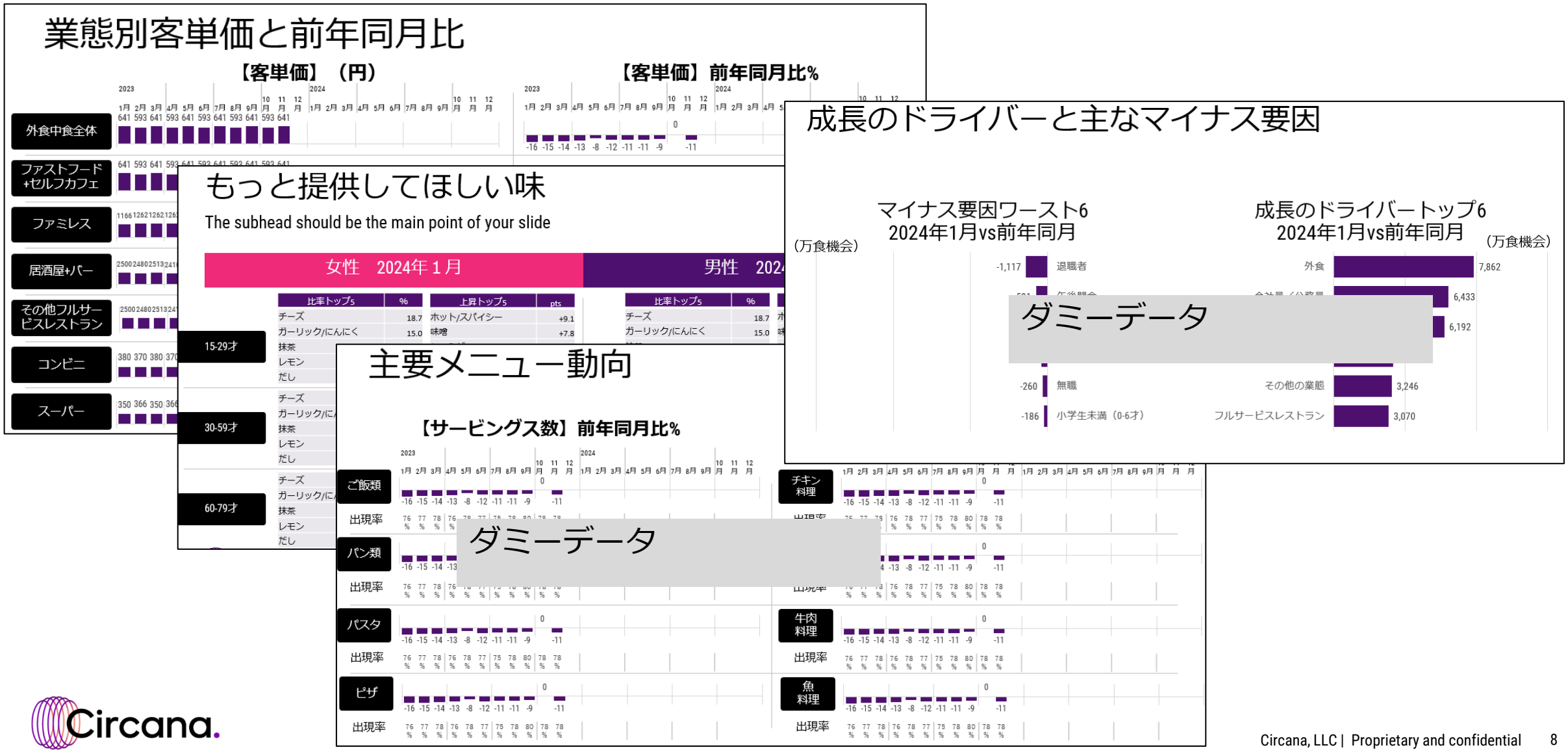
2023年3月からマスクの着用を個人の判断に委ねられ、5月にはCOVID-19感染症は、第5類扱いとなり、消費者の行
ダミーデータ
む中、
コロナ禍て
減少
することに
数減
少に影響を
まり
戻らない見

インフレの
外
食・中食だ
供連
れの外食、
続く
と見込まれ

全体の潮流
多く、
さらにコロナ前からの社会の変化による需要変化要素も今後考慮する必要があります。人口減少により、少なくともコロナ前より2%程度日本人の人口が減少しています。2030年には2020年比で6%程度減少すると言われています。このような社会の変化の考慮も将来予測には不可欠となるでしょう。

東 さやか
Sayaka Azuma
Head of Japan Foodservice

レポートサンプル（プレミアム版）



「CREST® 」の概要

- 外食・中食について、市場規模、市場シェア、市場動向と消費者行動、消費者ニーズを時系列（2014年～）で分析できる情報サービス。
- 昨日の食事についての消費者アンケートを365日実施。

C Consumer
R Reports on
E Eating
S Share
T Trends

調査方法	インターネットによる消費者調査（ランダムサンプリング） ✓登録パネル（母数：815万人）に対し、協力依頼メール送付。（最低2週間のインターバル）　✓実際の人口比率に合わせ拡大推計を実施
調査地域	日本全国　10地域　（47都道） **①北海道**　**②東北**(青森、岩手、宮城、秋田、山形、福島)　**③北関東**(茨城、栃木、群馬)　**④首都圏**(東京、神奈川、千葉、埼玉) **⑤中部北陸**(愛知、岐阜、静岡、新潟、富山、石川、福井、山梨、長野)　**⑥京阪神**(大阪、京都、兵庫)　**⑦近畿**(滋賀、奈良、三重、和歌山) **⑧中国**　**⑨四国**　**⑩九州沖縄**
調査対象者	15-79歳男女個人
サンプルサイズ	年間 13.2万サンプル（月1.1万人、2万食機会）
対象定義	外食:自宅の外で、お金を支払って、その場で食べる食事（イートイン）。 中食：お金を支払って、販売店以外の場所で食べる食事（テイクアウト）。 出前・宅配を含み、そのまま、または電子レンジ加熱やお湯を注ぐだけで食べられる食事や惣菜・冷凍食品、市販の菓子類や飲料が該当。

Circana.

Contact

東　さやか
Sayaka Azuma

Head of Japan Foodservice
ディレクター
フードサービス シニアアナリスト

P (03) 5798-7663

E Circanajapan.info@circana.com

W https://www.circana.com/ja/

サカーナ・ジャパン株式会社

〒108-0023 東京都 港区芝浦3-6-5

Biz Feel 田町 2F

Circana.

Thank you

Circana.