

全国飲食店開業ランキング レポート ver6

～2025年4月～6月・過去3年間比較～

<調査方法>

行政からの開業情報をもとに、
Review独自のクレンジングをおこなったデータより算出

Contents

株式会社Reviewは「人」と「IT」のチカラを組み合わせ、全国の店舗データおよび法人データを独自で、収集・整備・提供しているデータプロバイダーです。

日々データを更新、圧倒的な網羅性とリアルタイム性がございます。
そんな弊社ならではの、全国の飲食店に関する調査結果を発表いたします。

全国飲食店開業ランキング 2025年4月～6月

飲食店開業全国TOP5/2025年4月～6月	…P4
全国飲食店開業ランキング	…P5
全国飲食店開業ランキング/2023年～2025年	…P6
3年比較で読み解く、 2025年飲食開業市場の現在地と今後の展望	…P7～8
【コラム】フードデリバリーは定着したのか——データで見る市場の実像	…P9

全国飲食店ジャンル別開業ランキング 2025年4月～6月

飲食店ジャンル別開業ランキング	…P11
ジャンル別トップ5の動向分析	…P12

全国飲食店開業ランキング/月別比較

【月別比較】都道府県別 飲食店開業数	…P14
2025年春、飲食業の出店はどこで動いたのか	…P15～17

全国飲食店開業ランキング/半年比較

【半年比較】都道府県別 飲食店開業数	…P19
【半年比較】都道府県別 開業ピーク月の比較	…P20
なぜ、この月に開業が集中するのか——ピーク強度から読む地域戦略	…P21～22

全国飲食店開業レポート ver6 まとめ

選ばれる出店、問われる戦略	…P24～25
---------------	---------



全国飲食店開業ランキング 2025年4月～6月

飲食店開業全国TOP5/2025年4月～6月



2025年、全国の飲食店開業動向は踊り場を迎え、地域や業態による差がより明確に表れる局面となっています。物価上昇や人材確保の難化、消費行動の多様化に加え、事業環境の変化が重なり、飲食業界は構造転換期に差しかかっています。

本レポートでは、2025年4～6月における全国の飲食店開業データをもとに、月別・地域別・業態別の動向を多角的に分析しました。単なる増減の把握にとどまらず、地域ごとの特性や業態構成の違いから、今後の出店戦略や市場の方向性を読み解いていきます。

2025年4月～6月の全国飲食店開業数ランキングを発表いたします。
トップ5には、以下の都道府県がランクインしています。



1位 東京都(2,142件)

人口と来訪者数が全国で突出しており、常に高い飲食需要が存在するエリア。多様な食文化が集積し、新しい業態への挑戦が生まれやすい環境が整っている。



2位 大阪府(1,340件)

商業集積と外食文化の厚みがあり、日常利用を軸に安定した飲食需要を持つエリア。回転率や価格訴求が重視され、実用性の高い業態が成立しやすい。



3位 福岡県(976件)

人口集中と交流人口の増加により、成長性の高い飲食市場を形成しているエリア。トレンド感度が高く、新業態の立ち上がりが早い特徴がある。



4位 愛知県(926件)

人口規模と産業集積に支えられ、安定的な飲食需要を持つエリア。日常利用型の業態が中心で、堅実な店舗運営が求められる。



5位 北海道(810件)

観光需要と都市部人口により、季節変動を伴う飲食市場を形成しているエリア。地域食材の訴求力が高く、観光連動型の業態が展開しやすい。

全国飲食店開業ランキング

2025年4月～6月の、全国の飲食店開業数ランキングは以下のような結果となりました。

2025年4月～6月 全国開業件数 15,248件

飲食 / 2025年4月～6月					
	都道府県	開業数			
	ALL	15248	24	青森県	162
1	東京都	2142	25	長崎県	160
2	大阪府	1340	26	群馬県	159
3	福岡県	976	27	石川県	158
4	愛知県	926	28	福島県	156
5	北海道	810	29	愛媛県	153
6	神奈川県	752	30	宮崎県	152
7	兵庫県	697	31	和歌山県	139
8	千葉県	563	32	奈良県	137
9	埼玉県	486	33	長野県	136
10	沖縄県	435	34	香川県	127
11	静岡県	395	35	大分県	126
12	京都府	362	36	山口県	118
13	広島県	305	37	滋賀県	113
14	茨城県	291	38	富山県	106
15	栃木県	282	39	高知県	101
16	宮城県	280	40	山梨県	96
17	鹿児島県	248	41	佐賀県	94
18	熊本県	227	42	徳島県	82
19	岡山県	203	43	秋田県	79
20	新潟県	187	44	福井県	76
21	岐阜県	185	45	山形県	62
22	三重県	181	46	島根県	62
23	岩手県	169	47	鳥取県	52

2025年4～6月期の飲食業新規開業数は、東京都・大阪府・福岡県・愛知県・北海道を中心に集積が続きました。

一方で全国合計では伸び悩みが見られ、立地や業態を選ばない出店が成立しにくい状況がうかがえます。本期間は、量的拡大よりも選別と最適化が進む局面として、飲食業界の転換点を示す四半期となりました。

全国飲食店開業ランキング/2023年～2025年

次に、2023年～2025年の3年間における、4月～6月の全国の飲食店開業数を比較してみました。
以下のような結果となりました。
※ランキングの順位は2025年にに基づきます。

飲食 / 4月～6月開業数									
	都道府県	2023年	2024年	2025年					
	ALL	17405	14750	15248	24	青森県	192	182	162
1	東京都	2748	2054	2142	25	長崎県	113	122	160
2	大阪府	1598	1309	1340	26	群馬県	243	157	159
3	福岡県	939	946	976	27	石川県	177	141	158
4	愛知県	1106	909	926	28	福島県	169	143	156
5	北海道	776	758	810	29	愛媛県	173	160	153
6	神奈川県	881	778	752	30	宮崎県	177	142	152
7	兵庫県	859	690	697	31	和歌山県	132	118	139
8	千葉県	646	515	563	32	奈良県	142	123	137
9	埼玉県	628	497	486	33	長野県	207	140	136
10	沖縄県	436	479	435	34	香川県	161	148	127
11	静岡県	392	351	395	35	大分県	132	141	126
12	京都府	477	355	362	36	山口県	138	148	118
13	広島県	340	277	305	37	滋賀県	141	117	113
14	茨城県	259	242	291	38	富山県	121	81	106
15	栃木県	263	205	282	39	高知県	69	102	101
16	宮城県	278	226	280	40	山梨県	92	104	96
17	鹿児島県	269	231	248	41	佐賀県	94	80	94
18	熊本県	239	201	227	42	徳島県	87	69	82
19	岡山県	249	180	203	43	秋田県	75	79	79
20	新潟県	176	210	187	44	福井県	92	68	76
21	岐阜県	186	181	185	45	山形県	76	86	62
22	三重県	266	214	181	46	島根県	82	68	62
23	岩手県	233	166	169	47	鳥取県	76	57	52

4～6月期の飲食業開業数を3年比較で見ると、
2023年をピークに2024年は大きく減少し、2025年はやや持ち直す動きが見られました。
ただし回復は限定的にとどまり、全国合計では2023年の水準には及んでいません。
このことから、開業環境は短期的な反発を見せつつも、
中長期的には選別と抑制が続く局面にあることがうかがえます。

3年比較で読み解く、 2025年飲食開業市場の現在地と今後の展望

2023年から2025年にかけての飲食業開業動向を比較すると、市場環境は短期間で大きく様変わりし、開業を取り巻く前提条件も明確に変化しています。本章では、3年間のデータ推移を踏まえながら、2025年時点の飲食市場がどのような局面にあり、今後どのような視点で開業や出店戦略を考えるべきかを、下記の4点で整理します。

- ① 開業数は「回復」ではなく「底打ち後の調整局面」
- ② 大都市集中は維持されるが、出店条件は一段と厳格化
- ③ 業態構成は「頻度型」から「選択型」へ定着
- ④ 今後の展望: 量の拡大から「精度」を競う市場へ



① 開業数は「回復」ではなく「底打ち後の調整局面」

4～6月期の開業数を3年比較で見ると、2023年の高水準をピークに、2024年は大きく落ち込み、2025年はわずかな持ち直しにとどまっています。この推移からは、飲食市場が再び拡大局面に入ったというよりも、急減局面を経て下げ止まり、調整段階に入ったと捉えるのが妥当です。

2025年は回復の年というより、開業水準が見直され、安定化に向かう過程にある年と位置づけられます。

② 大都市集中は維持されるが、出店条件は一段と厳格化

3年間を通じて、開業数は一貫して大都市圏に集中しています。東京都・大阪府・福岡県・愛知県・北海道といった地域は、人口規模や都市機能を背景に、引き続き開業の受け皿となっています。

一方で2025年は、大都市であっても立地や業態の適合性が厳しく問われ、「都市に出せば成立する」という状況ではなくなっています。集中構造は維持されつつも、出店のハードルは確実に上がっている局面と言えるでしょう。

3年比較で読み解く、 2025年飲食開業市場の現在地と今後の展望

③ 業態構成は「頻度型」から「選択型」へ定着

2025年の業態別動向を見ると、“居酒屋”や“カフェ”といった定番業態が上位を維持する一方で、“専門料理店”や“各国料理”、“スイーツ”など、目的来店型・差別化型の業態が安定して存在感を示しています。

これは、外食回数を増やす消費行動よりも、行く店を選び、価値を見極める消費行動が定着していることを示しています。

今後は、価格や回転率だけでなく、来店理由を明確に打ち出せる業態がより重要になっていきます。

▶ ジャンル別の開業ランキングについては、次章で詳しく紹介いたします。

④ 今後の展望：量の拡大から「精度」を競う市場へ

3年比較からは、開業数が再び大きく増加する兆しは限定的である一方、出店機会そのものが失われたわけではないことも読み取れます。

今後の飲食市場では、出店数を追う戦略よりも、立地選定、業態設計、初期投資の最適化といった成功確率を高めるための精度がより重視されていきます。

2025年は、飲食業界が「量の時代」から「選ばれる出店を目指す時代」へ移行する転換点と位置づけられます。



2023年から2025年にかけての開業動向を通して見ると、安定と選別の局面に移行していることが分かります。

2025年は一部で持ち直しの兆しが見られるものの、開業環境が大きく好転したとは言い難く、出店の成否は立地や業態、事業設計の精度に左右される状況が続いています。

今後は、市場環境や消費行動の変化を踏まえた、選ばれる理由を明確にした開業戦略がより重要となるでしょう。

【コラム】フードデリバリーは定着したのか——データで見る市場の実像

拡大と淘汰のはざまに進む、飲食デリバリー市場の現在地

■ デリバリー市場は拡大基調だが、日常利用は限定的

日本のオンライン食品配達(デリバリー)市場は、新型コロナ禍を契機に拡大し、2023年には約8,600～8,620億円規模に達しています。これは2019年比で2倍前後まで拡大したという分析もあります。

一方で、消費者の利用頻度そのものはまだ高くないという調査もあります。ある調査では、「週1回以上利用」は3.3%、「月2～3回程度」は4.1%に過ぎず、約8割の人がほとんど使わないと回答しており、日常的な利用がまだ定着していない実態が示されています。

■ 主要プレイヤーと市場シェア

プラットフォーム別の利用動向を見ると、2024～2025年時点の国内デリバリー市場では、Uber Eatsが約57.3%と最大のシェアを占め、次いで出前館が36.4%前後という構図が確認されています。

これは、Uber Eatsや出前館が国内のフードデリバリー需要の多くを吸収していることを意味し、他の後発サービス(WoltやMenuなど)は比較的影響力が限定的と言えるかもしれません。

■ 競争構造と今後のプレイヤー動向

国内では、自社デリバリー(自社配送体制)やハイブリッドモデルを採用する飲食店の動きも見られますが、規模の大きいプラットフォームに比べると統計データが公表されていないため、定量的な比較指標はまだ限定的です(一般的には集客・サービス連携の一環として導入が進むと想定されています)。

このようなデータを踏まえると、飲食業界におけるデリバリーは今後も重要なチャネルであり続けるものの、既存の出前文化と併存する形で市場が成熟しつつあると言えるでしょう。

全国飲食店ジャンル別開業ランキング 2025年4月～6月



飲食店ジャンル別開業ランキング

2025年4月から6月に開業した飲食店(全国15,248件)をジャンル別に分析した結果、次のような結果となりました。

飲食 / 2025年4月～6月		
	ジャンル	開業数
	ALL	15248
1	カフェ・喫茶店	1374
2	飲み屋・居酒屋	1293
3	バー	876
4	ラーメン	591
5	お菓子・スイーツ	534
6	各国料理	519
7	専門料理店	445
8	一般レストラン	398
9	和食・郷土料理	357
10	キャバレー・ナイトクラブ・ラウンジ	279
11	焼肉	266
12	中華料理	251
13	カレー店	173
14	焼き鳥	169
15	寿司店	165
16	ファーストフード	129
17	肉調理店(焼肉・焼鳥・ステーキ除く)	128
18	お好み焼き・たこ焼き・焼きそば等	124
19	麺類(うどん)	107
20	麺類(そば)	103
21	丼・定食	102
22	鍋料理	62
23	ステーキ	32
24	分類できない飲食店	14
25	料亭	0
26	その他飲食店	6757

2025年4～6月期の業態別開業数を見ると、前期と同様に『カフェ・喫茶店』『飲み屋・居酒屋』『バー』『ラーメン』が上位を占め、日常利用を軸とした主要業態の強さが引き続き確認されました。一方で、『お菓子・スイーツ』や『各国料理』が上位に入り、嗜好性や体験価値を重視した業態の存在感がやや高まっています。

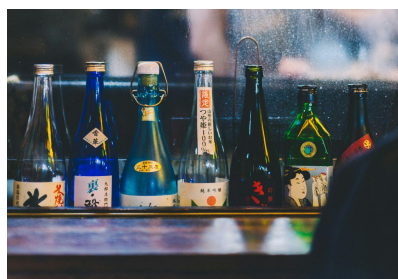
目的来店型や差別化しやすいジャンルへの需要は底堅く、量よりも選択性を重視した開業傾向が進んでいることがうかがえます。

ジャンル別トップ5の動向分析



1位:カフェ・喫茶店(1,374件)

比較的初期投資を抑えやすい業態として、安定した開業数を維持しています。小規模・少人数での運営が可能なケースも多く、個人開業や副業として挑戦しやすい点が特徴です。また、飲食に加えて居心地や空間価値を提供できるため、地域ニーズに合わせたコンセプト設計がしやすいことも、開業を後押ししています。



2位:飲み屋・居酒屋(1,293件)

日常的な外食需要を捉えやすい業態として、依然高い開業数を示しています。仕事帰りや週末利用など、来店動機が明確で、地域に根ざした需要を取り込みやすい点が強みです。価格帯や業態の幅も広く、立地やターゲットに応じた柔軟な出店が可能です。



3位:バー(876件)

小規模スペースで成立しやすく、初期費用や人件費の負担を抑えやすい業態です。個人経営や副業スタイルとも相性が良く、コンセプトや世界観による差別化がしやすい点が特徴です。こうした要素が、新規開業のしやすさにつながっています。



4位:ラーメン(591件)

商品構成が明確で、専門性を打ち出しやすい業態です。味を軸に評価されやすく、リピートにつながりやすい点も特徴です。立地条件との相性が明確なため、個店からフランチャイズまで、多様な出店形態が見られます。



5位:お菓子・スイーツ(534件)

テイクアウトや体験消費を取り込める業態として存在感を示しています。若年層や女性層を中心に支持されやすく、SNSを活用したビジュアル訴求とも相性が良い点が特徴です。ブランド性や季節性を活かした開業が進んでいます。

全国飲食店開業ランキング/月別比較



【月別比較】都道府県別 飲食店開業数

次に、2025年4月～6月にかけての月別開業データを比較してみましょう。

	2025年4月	2025年5月	2025年6月
都道府県	開業数	開業数	開業数
ALL	5562	4742	4944
1 東京都	774	689	679
2 大阪府	489	438	413
3 福岡県	301	317	358
4 愛知県	366	241	319
5 北海道	294	248	268
6 神奈川県	289	243	220
7 兵庫県	253	224	220
8 千葉県	185	190	188
9 埼玉県	188	144	154
10 沖縄県	158	136	141
11 京都府	141	99	122
12 宮城県	80	81	119
13 静岡県	160	121	114
14 広島県	103	99	103
15 栃木県	100	83	99
16 茨城県	96	107	88
17 岡山県	69	50	84
18 鹿児島県	65	108	75
19 長崎県	61	38	61
20 熊本県	62	107	58
21 三重県	75	50	56
22 愛媛県	51	48	54
23 奈良県	48	36	53
24 和歌山県	39	47	53
25 岩手県	70	48	51
26 新潟県	92	47	48
27 青森県	58	56	48
28 高知県	31	22	48
29 岐阜県	78	60	47
30 福島県	64	45	47
31 宮崎県	71	34	47
32 石川県	62	51	45
33 群馬県	62	52	45
34 香川県	52	31	44
35 長野県	44	50	42
36 山口県	37	45	36
37 山梨県	42	18	36
38 滋賀県	46	34	33
39 大分県	59	36	31
40 島根県	16	15	31
41 秋田県	25	24	30
42 富山県	50	27	29
43 徳島県	32	22	28
44 佐賀県	42	28	24
45 福井県	30	22	24
46 山形県	25	19	18
47 鳥取県	27	12	13

※2025年6月の開業数が多い都道府県順に表示しております。

2025年春、飲食業の出店はどこで動いたのか

2025年4～6月期の飲食業新規開業は量的拡大よりも、成立条件を見極めた慎重な判断が主流となっています。一方で、開業そのものが止まっているわけではなく、市場環境に適応した形での出店が選別的に進んでいる局面といえます。

次から、「地域別傾向」、「月別動向」、「社会課題との関係」の3つの観点で詳しく見ていきましょう。

地域別傾向：大都市集中は継続、観光地・地方中核が補完

開業数は引き続き東京都・大阪府・愛知県など大都市圏に集中していますが、福岡県や北海道といった観光・交流人口の多い地域も高水準を維持しました。訪日外国人旅行者数は2023年に約2,500万人まで回復し、2025年にかけても増加が見込まれており、インバウンド需要が強い地域では飲食需要の下支えとなっています。

一方、東京都では競争激化やコスト上昇により開業の伸びは鈍化傾向にあり、大阪府では万博開催を背景に一時的な開業増が見られるなど、都市部でも地域ごとの事情が開業動向に反映されています。

また、石川県や青森県など一部地方では、観光振興や創業支援策を背景に、相対的に存在感を高める動きも確認されました。

注目エリア

東京都 | 最大市場ゆえの“量が多いが慎重化”

東京都は2025年4～6月期においても全国最多の開業数を維持しており、飲食開業の中心である状況に変化はありません。

一方で、家賃・人件費・原材料費の上昇により、個人店や小規模事業者の新規参入は慎重化しています。その結果、開業は「数の増加」よりも、立地・業態・資本力を伴う選別型へ移行している点が特徴です。

大阪府 | インバウンドと大型イベントが後押し

大阪府では、2025年春の大阪・関西万博を背景に、4～6月期の開業数が相対的に高水準となりました。万博による国内外からの来訪増加を見込み、観光動線上や周辺エリアでの先行的な出店が進んだと考えられます。

一過性の要因ではあるものの、イベントを契機とした開業の集中が見られた点は、大阪の大きな特徴です。

2025年春、飲食業の出店はどこで動いたのか

月別動向：4月集中から分散型へ

月別データを都道府県単位で分解すると、ゴールデンウィークや観光シーズンを見据えて5月に開業が集中する地域、夏の需要期や大型イベントを前に6月に開業を合わせる都市部、さらには通年需要を背景に月別の差が小さい地域など、開業タイミングは地域特性に応じて選別される傾向が読み取れます。

この動きは、従来の一斉開業よりも、需要期を見据えて開業時期を調整する戦略的出店が増えていることを示唆します。

注目エリア

鹿児島県 | 5月ピーク型

鹿児島県は、観光の主目的地になりやすい地域特性を持ち、ゴールデンウィーク期の需要が飲食店売上に直結しやすい点が特徴です。2025年3月には、活火山・桜島を一望できる「仙巖園駅」が開業し、主要観光地へのアクセスが改善されました。これにより、4月に準備し、GWを含む5月に開業する判断が合理的になったと考えられます。加えて、外国人宿泊者数の増加など観光需要の底上げが進んでおり、短期ピークに合わせた出店でも成立しやすい市場環境が、5月ピークを形成しています。

福岡県 | 6月ピーク型

福岡県では、需要ピーク“当月”より前に開業し、運用を安定させる出店判断が取りやすい点が特徴です。7月開催の「博多祇園山笠」など夏の大型イベントを見据え、6月に開業してスタッフ教育やオペレーションを整える動きが合理的となります。また、都市型市場である福岡では、物件確定・内装・採用・制度手続きに時間を要し、実務的に「4月スタート→6月オープン」になりやすい構造があります。こうした準備期間の現実が、6月ピークとしてデータに表れています。

千葉県 | フラット型

千葉県は、4月・5月・6月の開業数に大きな差がなく、特定の月に集中しないフラット型の動きを示しています。首都圏のベッドタウンとして人口規模が大きく、外食需要が通年で安定しているため、観光イベントや年度切替といった単発要因に左右されにくい構造が特徴です。また、東京近郊という立地から、個別案件ごとに開業時期を分散させる計画的な出店が多く、結果として月別データにも偏りが出にくい地域といえます。

2025年春、飲食業の出店はどこで動いたのか

社会課題との関係: 逆風と適応が同時進行

飲食業界では人手不足が深刻化しており、最低賃金は2021年度から2023年度で約8%上昇、2025年度には全国平均1,100円を超えています。

この人件費上昇は新規開業のハードルを高め、都市部を中心に出店判断を慎重化させています。一方で、省人化設備やデジタルオーダー導入を前提とした店舗設計、小規模・高効率モデルへの転換が進み、環境変化に対応した開業も同時に増えています。

インバウンド回復や地方創生施策は追い風となり、条件が合う地域では新規出店の余地が依然として存在します。

飲食業界の省人化・デジタルオーダー導入のリアル

■ 配膳ロボ

飲食店のホール業務を補助する配膳ロボット(料理の自動運搬ロボット)は、コロナ禍と人手不足を背景に急速に導入が進み、2021年頃から大手外食チェーンが本格導入を開始しました。中小規模の飲食店にも導入が広がりつつあり、複数アルバイトを抱える飲食店を対象とした調査では配膳ロボット導入率が2022年度17.1%から2023年度19.6%へ上昇しました。

*すかいらーくホールディングスでは2021年8月から配膳ロボット導入を開始、翌2022年末までに約2,100店舗へ合計3,000台を配備完了しています(2022年12月発表)。これは同社グループほぼ全店舗に相当しています。



■ セルフオーダー

セルフオーダー端末(卓上オーダー端末)やモバイルオーダー(スマホ注文)といったデジタルオーダーシステムの導入率はまだ低く、2024年3月時点ではセルフオーダー/スマホオーダー導入店は全体の16.0%にとどまっています。

一方、何らかのデジタルツールを導入済みの飲食店は58.3%と過去最高に達しており、人手不足解消に最も効果的な手段の一つとして経営者から評価されています。

消費者側の利用経験を見ると、テーブル設置型のオーダー端末(テーブルトップオーダー)を「利用したことがある」人は78.9%に上り、自分のスマホを使ったセルフオーダー(QR/アプリ注文)の利用経験者も、2021年度26.0%から直近では57.1%へと急増しています。このように消費者側の受容度は高まっていることから、今後は中小規模店への浸透余地が大きいと考えられます。



全国飲食店開業ランキング/半年比較

【半年比較】都道府県別 飲食店開業数

さらに、2025年1月～6月の半年間の開業データを比較してみました。
以下のような結果となりました。

	合計	2025年1月	2025年2月	2025年3月	2025年4月	2025年5月	2025年6月
都道府県		開業数	開業数	開業数	開業数	開業数	開業数
ALL	28480	3213	4624	5395	5562	4742	4944
1 東京都	3962	464	628	728	774	689	679
2 大阪府	2506	294	334	538	489	438	413
3 愛知県	1843	175	343	399	366	241	319
4 福岡県	1770	187	238	369	301	317	358
5 北海道	1542	226	299	207	294	248	268
6 神奈川県	1406	158	241	255	289	243	220
7 兵庫県	1255	115	216	227	253	224	220
8 千葉県	1019	116	139	201	185	190	188
9 埼玉県	889	101	129	173	188	144	154
10 京都市	825	90	185	188	141	99	122
11 沖縄県	813	115	127	136	158	136	141
12 静岡県	765	74	150	146	160	121	114
13 広島県	629	72	90	162	103	99	103
14 茨城県	504	71	65	77	96	107	88
15 宮城県	499	51	75	93	80	81	119
16 鹿児島県	497	37	132	80	65	108	75
17 栃木県	467	44	71	70	100	83	99
18 熊本県	429	33	115	54	62	107	58
19 岡山県	419	51	78	87	69	50	84
20 岐阜県	346	35	69	57	78	60	47
21 三重県	336	43	49	63	75	50	56
22 福島県	325	32	51	86	64	45	47
23 新潟県	319	42	32	58	92	47	48
24 宮崎県	298	39	46	61	71	34	47
25 石川県	285	27	46	54	62	51	45
26 岩手県	272	22	28	53	70	48	51
27 愛媛県	272	40	39	40	51	48	54
28 青森県	269	22	39	46	58	56	48
29 群馬県	263	28	32	44	62	52	45
30 奈良県	261	29	47	48	48	36	53
31 長崎県	261	30	19	52	61	38	61
32 山口県	259	42	44	55	37	45	36
33 香川県	245	25	36	57	52	31	44
34 和歌山県	239	24	39	37	39	47	53
35 長野県	236	34	39	27	44	50	42
36 大分県	228	23	34	45	59	36	31
37 滋賀県	217	21	43	40	46	34	33
38 佐賀県	188	23	44	27	42	28	24
39 高知県	183	28	20	34	31	22	48
40 山梨県	177	15	33	33	42	18	36
41 富山県	172	15	14	37	50	27	29
42 徳島県	152	24	21	25	32	22	28
43 秋田県	142	17	22	24	25	24	30
44 福井県	142	10	24	32	30	22	24
45 山形県	134	18	32	22	25	19	18
46 島根県	117	15	17	23	16	15	31
47 鳥取県	103	16	10	25	27	12	13

※半年間の合計の開業数が多い都道府県順に表示しております。

【半年比較】都道府県別 開業ピーク月の比較

また、2025年1月～6月の半年間の開業ピーク月とその強度を比較してみました。
以下のような結果となりました。
※ピーク強度＝ピーク月の開業数÷1～6月合計。小数第1位を四捨五入し、％表示しています

飲食 / 2025年1月～6月				
都道府県	1～6月合計	ピーク月	ピーク月数	ピーク強度
東京都	3,962	4月	774	19.50%
大阪府	2,506	3月	538	21.50%
愛知県	1,843	3月	399	21.70%
福岡県	1,770	6月	358	20.20%
北海道	1,542	4月	294	19.10%
神奈川県	1,406	4月	289	20.60%
兵庫県	1,255	4月	253	20.20%
千葉県	1,019	3月	201	19.70%
埼玉県	889	4月	188	21.10%
京都府	825	3月	188	22.80%
沖縄県	813	4月	158	19.40%
静岡県	765	4月	160	20.90%
広島県	629	3月	162	25.80%
茨城県	504	5月	107	21.20%
宮城県	499	6月	119	23.80%
鹿児島県	497	2月	132	26.60%
栃木県	467	4月	100	21.40%
熊本県	429	2月	115	26.80%
岡山県	419	6月	84	20.00%
岐阜県	346	4月	78	22.50%
三重県	336	4月	75	22.30%
福島県	325	3月	86	26.50%
新潟県	319	4月	92	28.80%
宮崎県	298	4月	71	23.80%
石川県	285	4月	62	21.80%
岩手県	272	4月	70	25.70%
愛媛県	272	6月	54	19.90%
青森県	269	4月	58	21.60%
群馬県	263	4月	62	23.60%
長崎県	261	4月/6月	61	23.40%
奈良県	261	6月	53	20.30%
山口県	259	3月	55	21.20%
香川県	245	3月	57	23.30%
和歌山県	239	6月	53	22.20%
長野県	236	5月	50	21.20%
大分県	228	4月	59	25.90%
滋賀県	217	3月	40	18.40%
佐賀県	188	4月	42	22.30%
高知県	183	6月	48	26.20%
山梨県	177	4月	42	23.70%
富山県	172	4月	50	29.10%
徳島県	152	4月	32	21.10%
福井県	142	3月	32	22.50%
秋田県	142	6月	30	21.10%
山形県	134	2月	32	23.90%
島根県	117	6月	31	26.50%
鳥取県	103	4月	27	26.20%

なぜ、この月に開業が集中するのか——ピーク強度から読む地域戦略

2025年1～6月の飲食業開業データを分析すると、一部の都道府県では、特定の月に開業が集中する「ピーク強度の高い構造」が確認されました。

ピーク月の構成比が25%前後を超える県(例:新潟・富山・鹿児島・熊本・福島・高知・島根・鳥取など)では、開業時期が偶然ではなく、外部環境や市場特性を踏まえて明確に「選ばれている」ことがデータから読み取れます。

以下では、ピーク強度が高い県に共通して見られる要因を整理します。

① 開業判断が「年度・制度・観光」に強く依存している

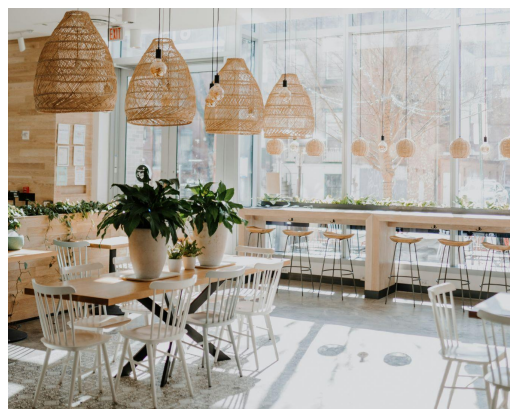
ピーク強度が高い県では、開業のタイミングが新年度、観光シーズン、補助金・創業支援制度の節目といった外部要因に強く連動しています。通年で安定的に出店するというよりも、「この月でなければ成立しにくい」という前提で開業時期が設定される傾向が強く、その結果、特定月に開業が集中する構造が生まれています。

② 市場規模が小さく、出店タイミングの重要性が高い

地方県では人口や商圈規模が限られるため、開業初期の集客が事業継続を左右しやすい環境にあります。そのため、需要が読めない月での出店を避け、最も来店が見込める時期に開業を合わせる判断が取られがちです。こうした慎重な出店行動が、ピーク強度の高い月別分布として表れています。

③ 地場・個人経営主体が多く、判断が短期化しやすい

ピーク強度が高い県では、地場資本や個人経営による小規模店舗の比率が高い傾向があります。これらの事業者は、本部主導の計画出店よりも、資金繰り、補助金の採択時期、物件取得のタイミングといった個別事情を重視した短期判断で開業を決定します。その結果、「開けるとときに一気に開く」構造が生じやすくなります。



なぜ、この月に開業が集中するのか——ピーク強度から読む地域戦略

④ 観光依存度が高く、需要の波が明確に表れやすい

観光比率の高い地域では、外食需要そのものが季節やイベントに左右されます。観光需要が立ち上がる直前やピーク前に開業することが収益面で合理的となるため、出店時期が特定月に集中しやすくなります。ピーク強度の高さは、観光需要に連動した市場構造の表れと見ることができます。

⑤ リスク回避を前提とした「戦略的な月選択」が進んでいる

人手不足や物価上昇、最低賃金の引き上げが進む中で、飲食店開業は以前よりもリスクの高い意思決定となっています。ピーク強度が高い県では、「いつでも開ける」ではなく、失敗確率を下げるために月を厳選する動きが強まっています。これは市場の弱さではなく、環境変化に適応した合理的な出店戦略と捉えるべき現象です。

ピーク強度が高い県に共通するのは、開業が偶発的に集中しているのではなく、市場規模や需要構造を踏まえて出店タイミングが戦略的に選ばれている点です。月別データに表れたこの集中構造は、地方市場における飲食業の現実と、出店判断の変化を端的に示しています。



全国飲食店開業レポート ver6 まとめ



選ばれる出店、問われる戦略

2025年の飲食業界は、依然として厳しい経営環境に置かれながらも、開業データを丁寧に読み解くことで、単なる縮小ではない「**出店行動の質的变化**」が明確に浮かび上がりました。

全国の新規開業数は、コロナ禍以前の水準と比べると抑制された状態が続いており、物価上昇、人手不足、最低賃金の大幅引き上げといった逆風は、新規参入のハードルを確実に高めています。特に都市部では、家賃・人件費の上昇が同時に進行しており、「立地が良ければ成立する」「とりあえず開ける」といった従来型の出店判断は成立しにくくなっています。

一方で、飲食業の開業が一律に減少しているわけではなく、地域特性や需要構造に応じて、出店の仕方が明確に選別されていることが確認されました。

◆ 大都市集中は維持されつつも、構造は変化している

上半期の開業数を都道府県別に見ると、東京都・大阪府・愛知県・福岡県・北海道といった大都市圏・中核都市が引き続き上位を占めています。

ただし、その内訳を見ると、**大都市圏では開業が特定の月に集中せず、1～6月を通じて比較的分散している傾向**が見られました。これは、市場規模が大きいがゆえに、通年で一定の需要が存在し、出店判断を月単位で分散させやすい構造を反映しています。

同時に、都市部では出店の「数」よりも**業態選択、店舗規模、オペレーション設計といった質の最適化**が強く求められる局面に入っていることが、開業ペースの落ち着きから読み取れます。

◆ ピーク強度分析が示す、地方市場のリアル

各都道府県の「ピーク強度（半年間に占める最大月の構成比）」を算出すると、大都市圏では概ね20%前後に収まる一方、**地方県では25%を超える高いピーク強度**を示す地域が多く見られました。

ピーク強度が高い県に共通するのは、市場規模の制約や観光依存度の高さを背景に、開業時期を慎重かつ戦略的に選ぶ必要がある点です。これは市場の弱さを意味するものではなく、**失敗確率を下げるために、最も成立しやすい月を選び抜いている結果**と捉えるべきです。

地方市場では、「いつ開けるか」が「どこに開けるか」と同じ、あるいはそれ以上に重要な判断軸となっています。

選ばれる出店、問われる戦略

◆ 逆風と適応が同時に進む業界構造

2025年度の最低賃金は全国加重平均で1,121円となっており、飲食業にとって人件費負担は過去にない水準に達しています。

一方で、省人化設備、デジタルオーダー、配膳機器などの導入が進み、小規模・高効率モデルを前提とした開業が現実的な選択肢として広がっています。人手不足は逆風であると同時に、**店舗設計やオペレーションを見直す契機**にもなっています。

◆ 量の時代から、選別と最適化の時代へ

2025年の飲食業開業動向は、「開業が減った」という単純なストーリーでは語れません。むしろ、

『出店エリア』

『開業月』

『業態・規模・オペレーション』

が強く選別される時代に入ったことを、データは明確に示しています。

出店余地は失われたのではなく、成立条件が厳密になったのです。今後の飲食業においては、市場環境とデータを正しく読み解き、「どこで、いつ、どの形で開けるか」を見極めることが、これまで以上に重要となるでしょう。

本レポートが、飲食業界に携わる皆さまにとって、市場を冷静に捉え、次の一手を考えるための参考となれば幸いです。

出店のかたちやタイミングが問われる時代だからこそ、現場の知恵と柔軟な発想が、新たな価値を生み出していくはずです。未来の飲食業界のさらなる発展に期待を込めて、このレポートをお届けいたします。

【データ・レポートに関するお問い合わせ】

株式会社Review(リビュー) 広報
担当: 五味川
E-mail: gomikawa@re-view.co.jp
<https://re-view.jp/>

Re:view