

2022 年 11 月 6 日



外食市場調査 (2021 年 11 月度)

2021 年 11 月の外食市場規模は 2389 億円 (前年同月比 -115 億円・東名阪 3 圏域計)
外食市場規模は前年同月比 95.4%、2019 年比では 70.4%
「居酒屋」等の市場規模が前年超え、外食単価はコロナ禍前比でもプラス

株式会社リクルート (本社：東京都千代田区、代表取締役社長：北村 吉弘) 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、首都圏・関西圏・東海圏の男女約 1 万人を対象とする 2021 年 11 月度の「外食市場調査」を実施しましたので調査結果をご報告いたします。

【今月のポイント】

1. 外食市場規模は前年同月比 **95.4%**、**2019 年比 70.4%**。外食単価が前年 & 2019 年の実績超え
2. 「居酒屋」等 4 業態の市場規模が前年比プラス。飲酒主体業態・計は前年比 **107.8%**

2021 年 11 月の外食市場規模は、3 圏域合計で 2389 億円。前年同月比 (以下、前年比) は -115 億円。市場規模は前年比マイナスだが、マイナス幅は前月 (前年比 -413 億円) より縮小し、コロナ禍前の 2019 年 11 月比では 70.4% と、前月 (2019 年比 67.3%) よりマイナス幅が縮小した。外食単価 (2,604 円) は前年 (2,502 円) どころか、2019 年 (2,562 円) をも超え、市場規模の回復を後押しした。食事主体業態・計 (前年比 93.0%、2019 年比 75.8%)、飲酒主体業態・計 (同 107.8%、同 63.1%) は前月より改善傾向、軽食主体業態・計は逆に悪化した。主要 16 業態では「居酒屋」「スナック、ナイトクラブ、キャバレー」「カラオケボックス」等の市場規模が前年比プラスで、感染状況が落ち着いているうちに早めの忘年会を実施する動きを含め、飲酒主体業態の好調が市場規模のマイナス幅縮小に寄与した。

【3 圏域計 (首都圏・関西圏・東海圏)】 [P3]

- 2021 年 11 月の外食 (※1) 実施率は 62.8% (前月比増減 +2.8pt、前年比増減 -1.8pt)
 - 2021 年 11 月の外食頻度 (※2) は 3.61 回/月 (前月比増減 +0.07 回、前年比増減 -0.19 回)
 - 2021 年 11 月の外食単価は 2,604 円 (前月比増減 +149 円、前年比増減 +102 円)
 - 2021 年 11 月の外食市場規模 (※3) は 2389 億円 (前月比増減 +275 億円、前年比増減 -115 億円)
- ※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
- ※2 外食頻度：外食実施者の 1 カ月あたりの平均外食回数
- ※3 外食市場規模：各圏域の当該年齢人口 (2020 年 4 月から 2021 年 3 月まで H30 年人口推計、2021 年 4 月から R1 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：-0.7%、首都圏：-0.4%、関西圏：-1.3%、東海圏：-0.7%

【圏域別】 [P3]

- 外食実施率は、首都圏：62.5% (前年比増減 -0.5pt)、関西圏：62.6% (同 -4.2pt)、東海圏：64.4% (同 -2.4pt)
- 外食頻度は、首都圏：3.77 回/月 (前年比増減 -0.12 回)、関西圏：3.54 回/月 (同 -0.26 回)、東海圏：3.14 回/月 (同 -0.34 回)
- 外食単価は、首都圏：2,691 円 (前年比増減 +146 円)、関西圏：2,608 円 (同 +41 円)、東海圏：2,216 円 (同 +12 円)
- 外食市場規模は、首都圏：1477 億円 (前年比増減 +18 億円)、関西圏：635 億円 (同 -92 億円)、東海圏：277 億円 (同 -41 億円)

【業態別】 (3 圏域計) [P6-8]

- 業態別の市場規模は、「ファミリーレストラン、回転すし等」(前年比増減 -32 億円)、「焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店」(同 -21 億円) 等主要 16 業態中 11 業態で前年を下回ったものの、「居酒屋」(同 +26 億円) や、「スナック、ナイトクラブ、キャバレー」(同 +13 億円)、「カラオケボックス」(同 +10 億円)、「お好み焼き、鉄板焼き等の専門店」(同 +1 億円) の 4 業態では前年を上回った。

本件に関する
お問い合わせ先

<https://www.recruit.co.jp/support/form/>

2022 年 1 月 6 日

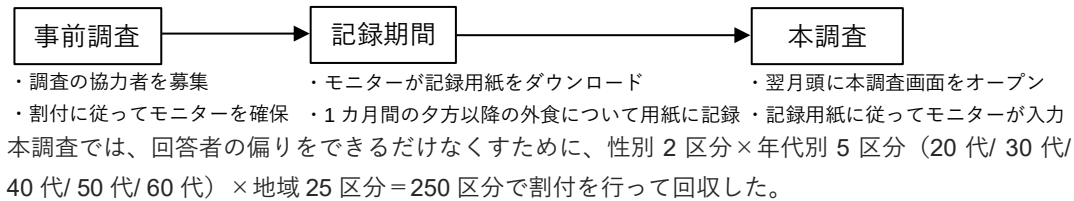
外食市場調査（2021 年 11 月度）調査概要

- 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（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 ・京都府（府北の一部除外） ・奈良県の一部 ・兵庫県（県北の一部除外） ・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



- 集計方法 本調査結果は R1 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。

※前年度調査で使用した基準人口に県×性年代別の H30 年人口推計→R1 年人口推計の減少率をあてて計算

- 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
2021年10月20日（水） ～2021年11月1日（月）	482,052件	34,247件	7.1%	16,755件	2021年12月1日（水）～ 2021年12月8日（水）	12,158件	9,736件	80.1%	9,627件

- 個人単位

居住区域				性年代											
3圏域計	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		
9,627	5,545	2,615	1,467	865	929	1,195	1,010	852	828	900	1,168	986	893		
100.0	57.6	27.2	15.2	9.0	9.7	12.4	10.5	8.9	8.6	9.3	12.1	10.2	9.3		

上段：件数（件）、下段：構成比（%）

- 外食単位

（圏域内での
外食のみ）

消費圏域			
3圏域計	首都圏	関西圏	東海圏
21,812	13,054	5,789	2,969
100.0	59.8	26.5	13.6

※ウェイトバックによる補正後の件数と構成比

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

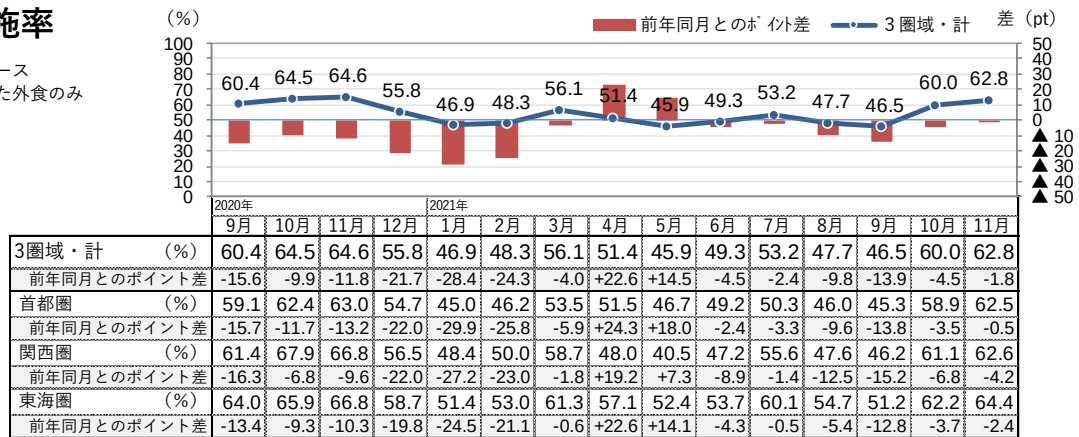
・外食 1 回につき次の 26 分類から当てはまるものを 1 つ聴取、本リリースではうち 16 業態を掲出。

選択肢	業態	選択肢	業態	その他
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	アジア料理店	17	その他の飲酒を主体とする業態の店	軽食主体
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、ハンバーグ等の専業店	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	その他
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）	
		25	旅行・出張先のホテルや旅館	
		26	その他	

2022 年 1 月 6 日

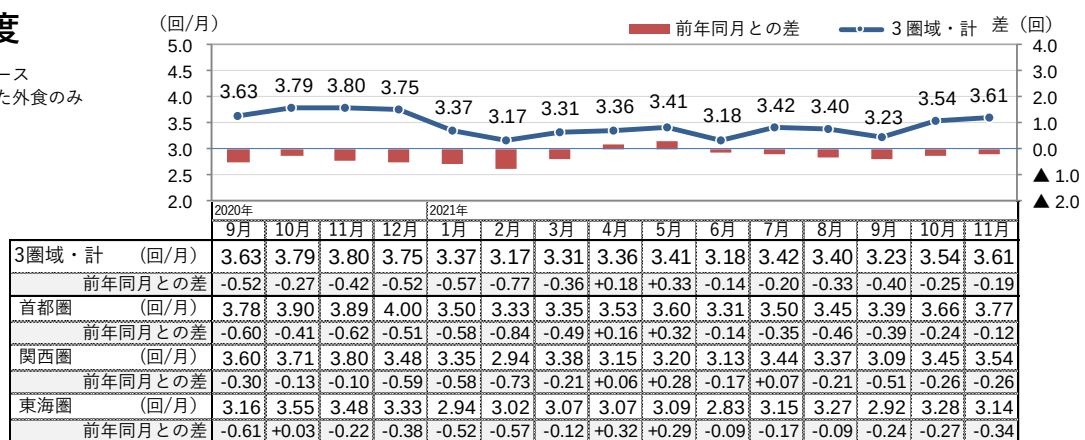
1. 外食実施率

※個人単位集計ベース
※圏域内で行われた外食のみ



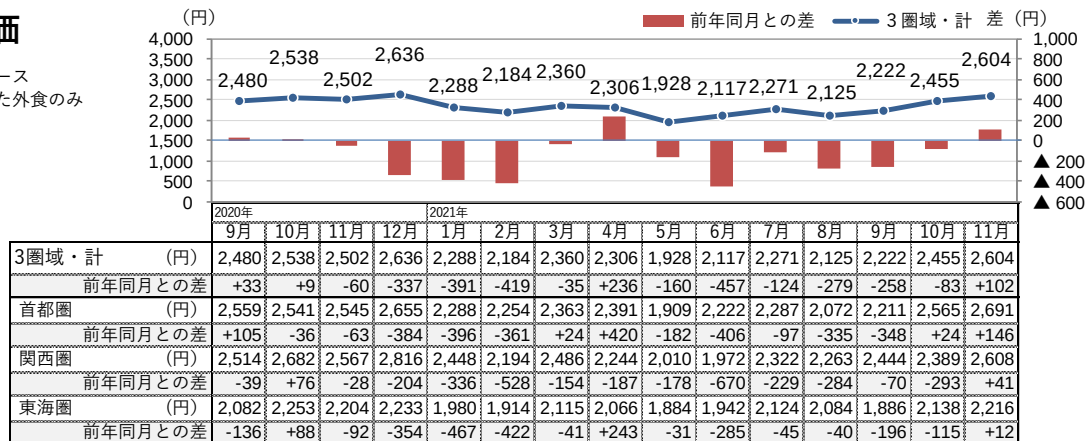
2. 外食頻度

※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



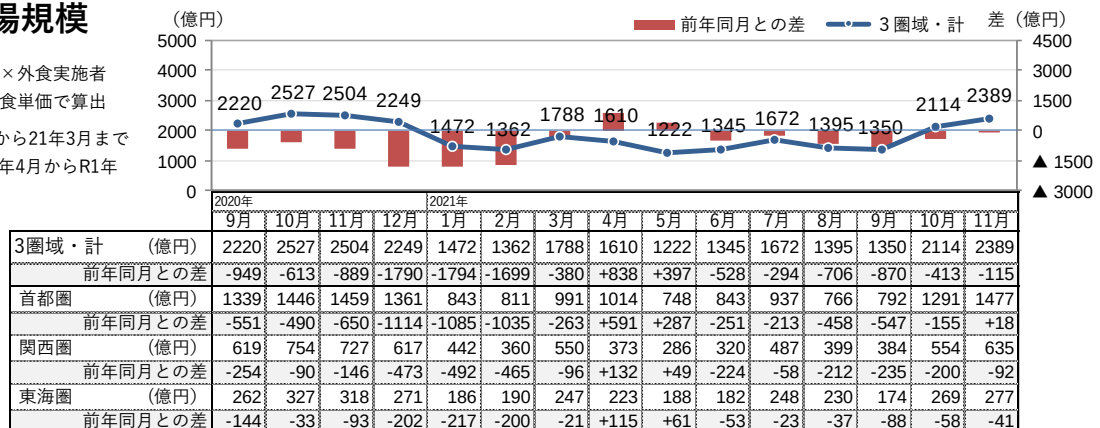
3. 外食単価

※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、20年4月から21年3月までH30年人口推計、21年4月からR1年人口推計を使用



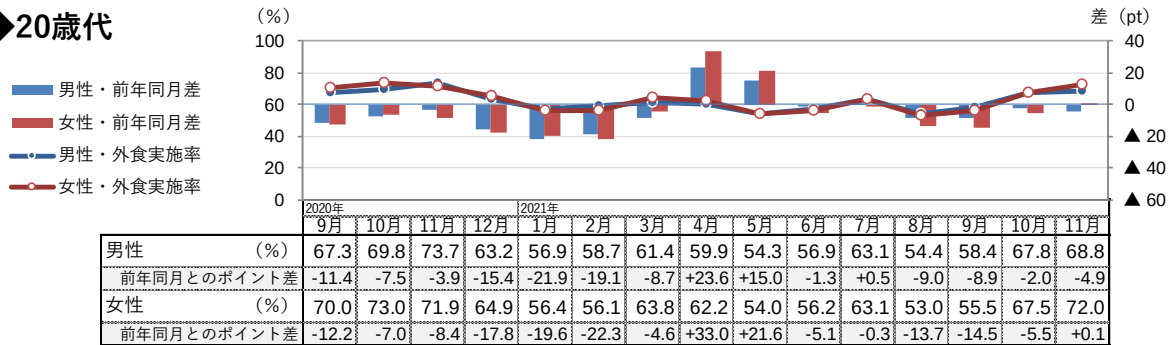
<参考>20年度
→21年度の基準人口
の増減率
3圏域・計：-0.7%
首都圏：-0.4%
関西圏：-1.3%
東海圏：-0.7%

2022 年 1 月 6 日

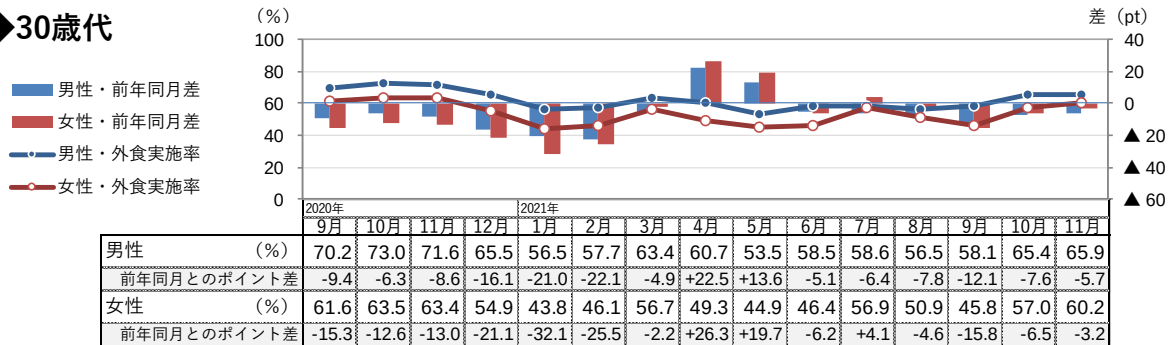
5. 性年代別 外食実施率 【3圏域・計】

※個人単位集計ベース
※圏域内で行われた外食のみ

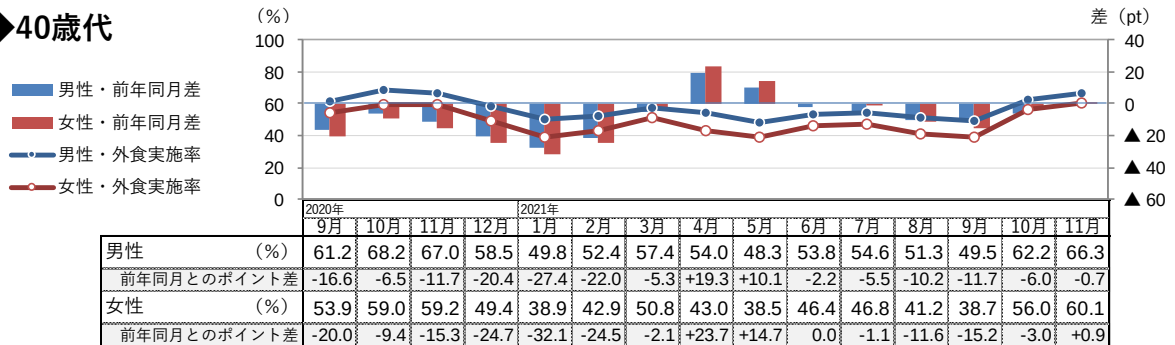
◆20歳代



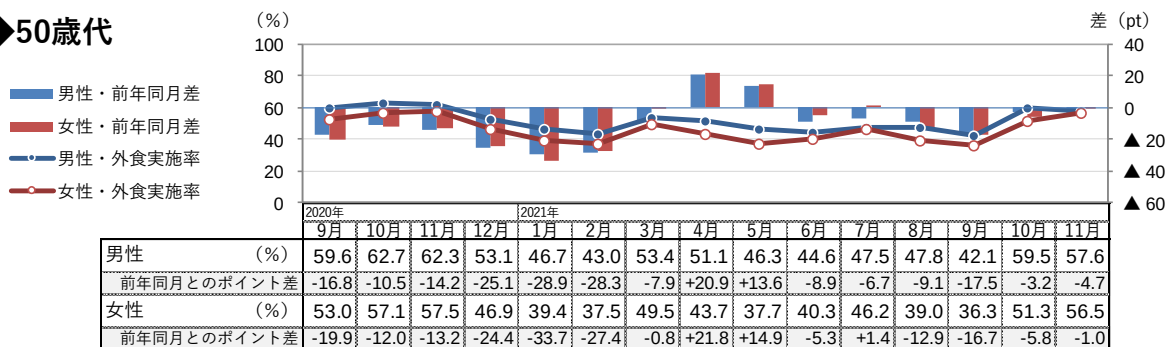
◆30歳代



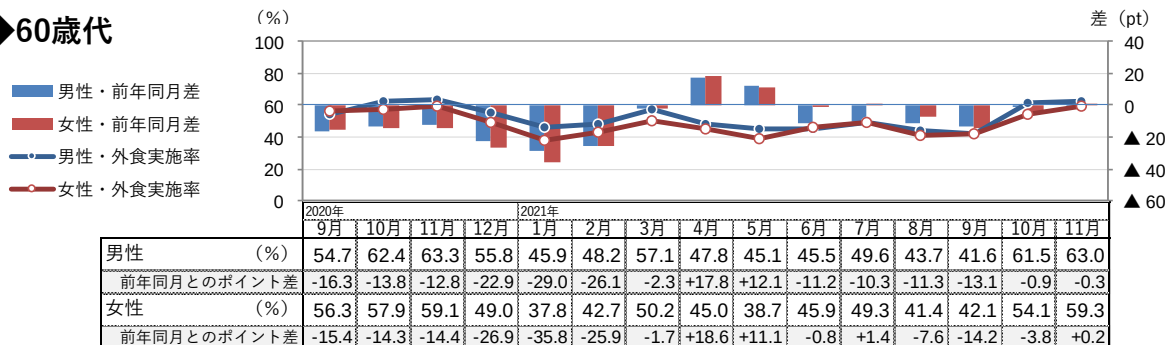
◆40歳代



◆50歳代



◆60歳代

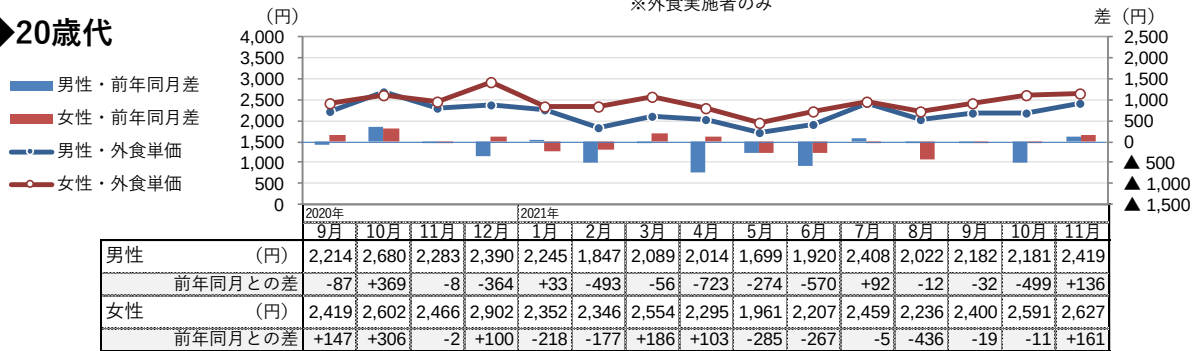


2022 年 1 月 6 日

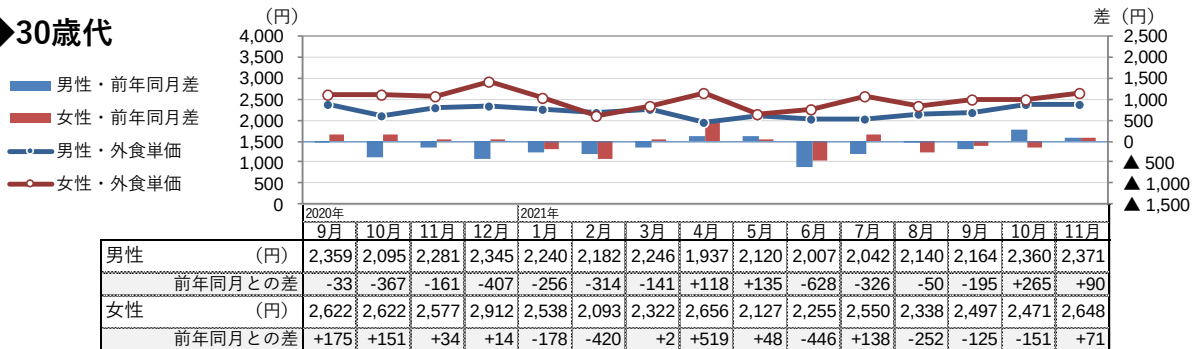
6. 性年代別 外食単価 【3圏域・計】

※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

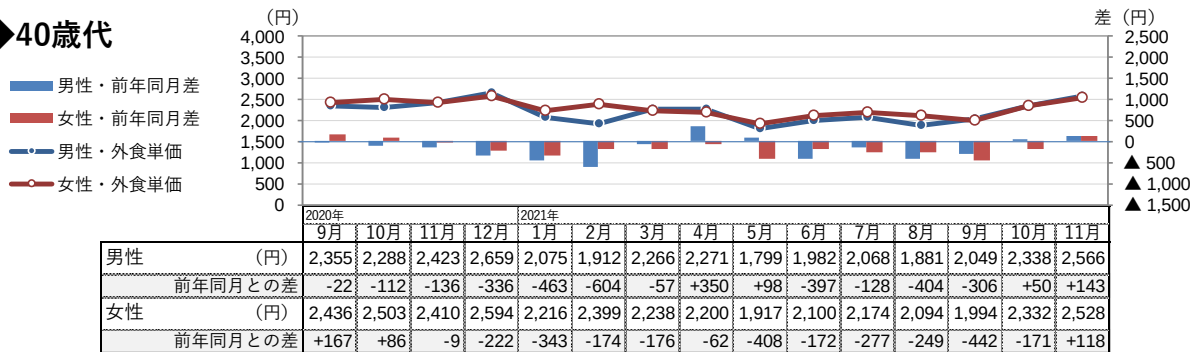
◆20歳代



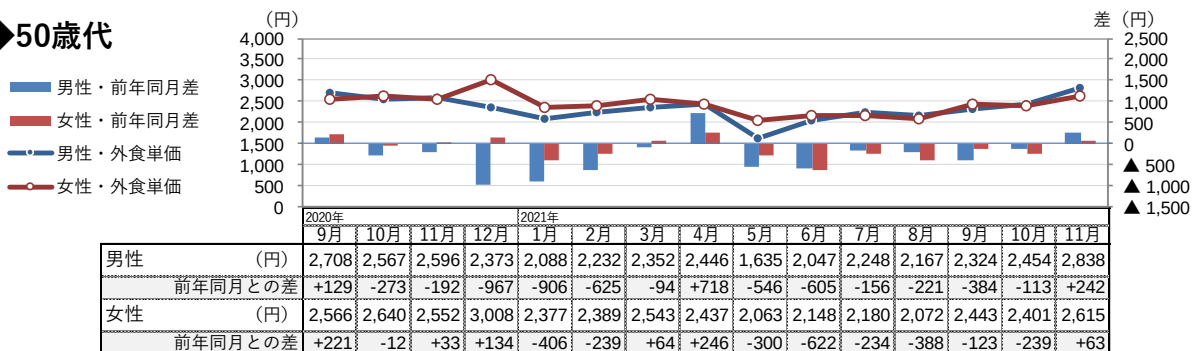
◆30歳代



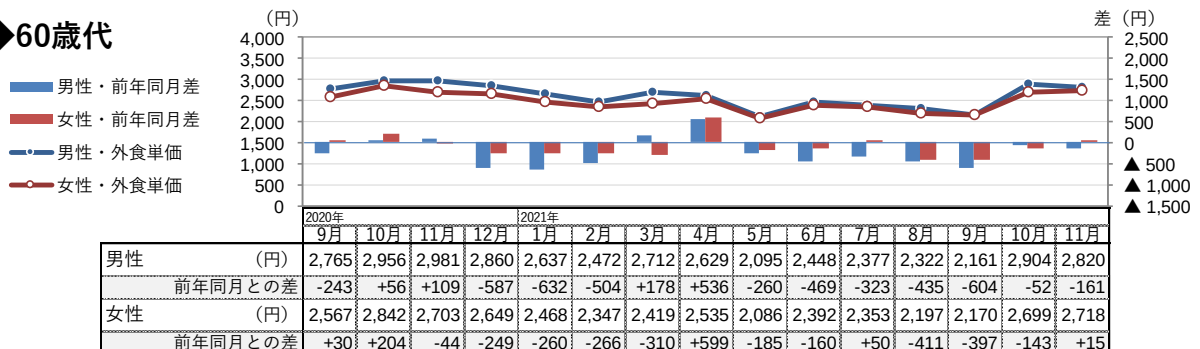
◆40歳代



◆50歳代



◆60歳代



2022 年 1 月 6 日

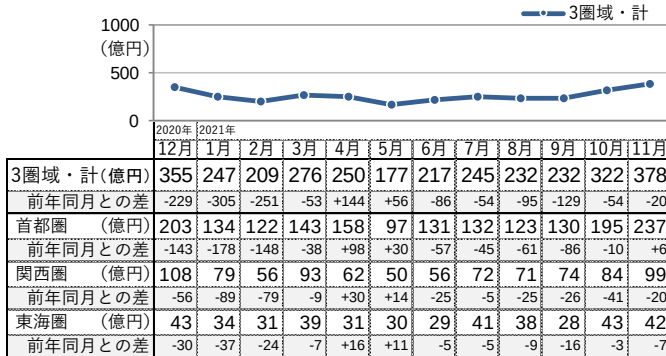
7. 業態別 外食市場規模

※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

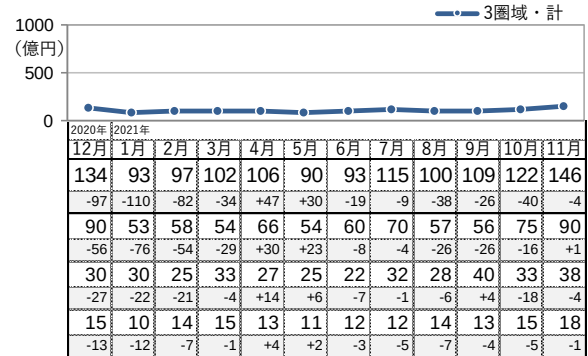
※業態は、26分類のうち16業態を掲出

※外食市場規模「0」は、該当する回答者がいなかった場合、または小数点第一位で四捨五入され0になった場合が混在

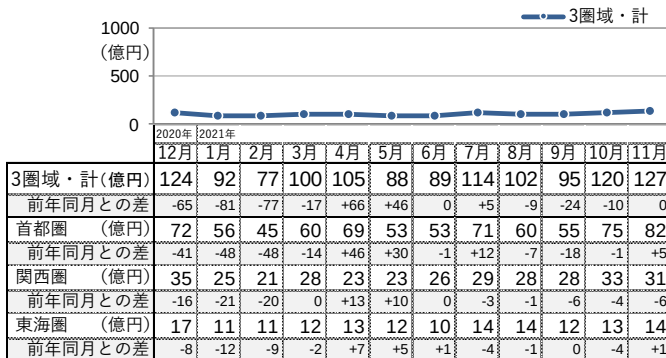
◆和食料理店（すし、割烹、料亭、郷土料理専門店等）



◆中華料理店（ラーメン専門店は除く）

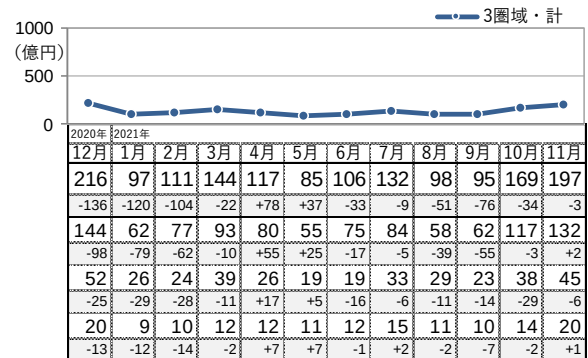


◆レストラン、食堂、ダイニング、洋食店



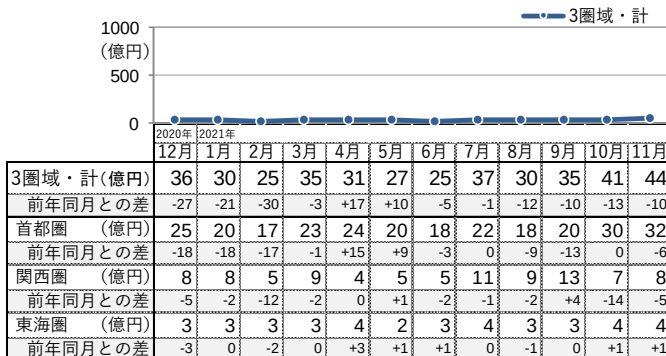
※ファミリーレストラン以外、フレンチ・イタリアン以外

◆フレンチ・イタリアン料理店

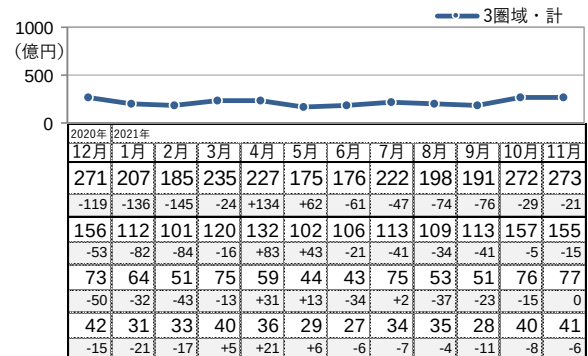


※ファミリーレストラン以外

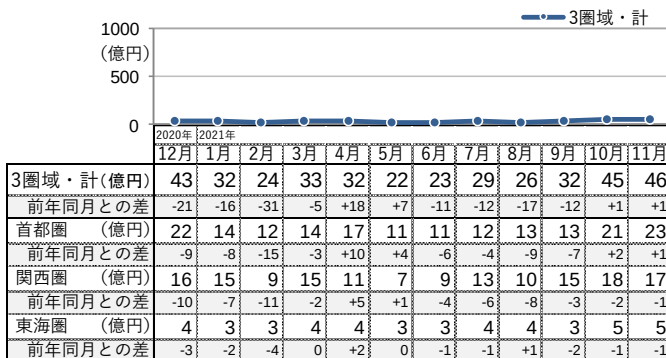
◆アジア料理店



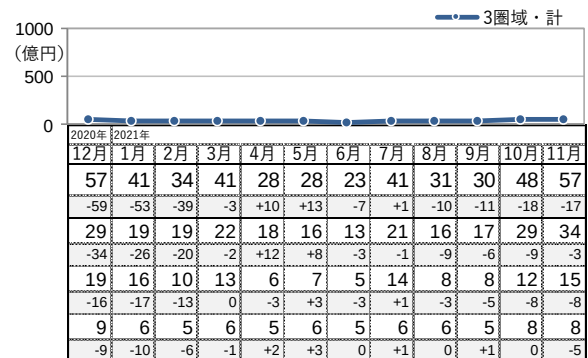
◆焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店



◆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



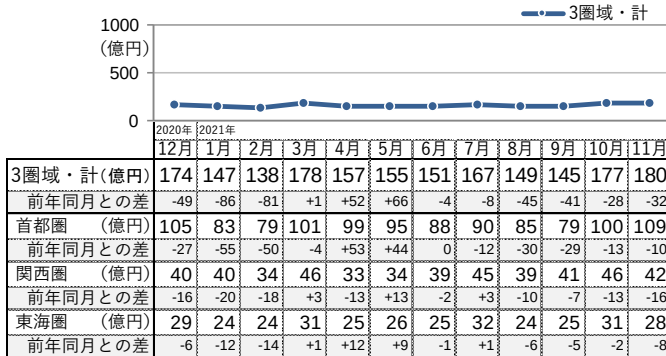
2022 年 1 月 6 日

※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

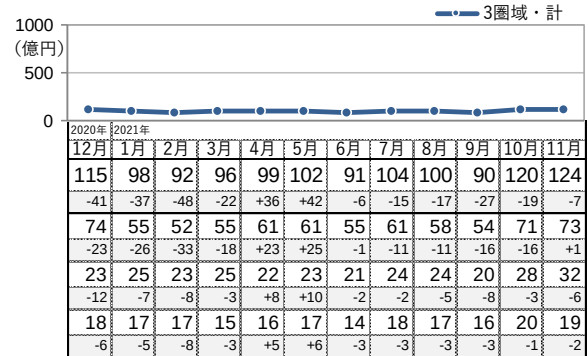
※業態は、26分類のうち16業態を掲出

※外食市場規模「0」は、該当する回答者がいなかった場合、または小数点第一位で四捨五入され0になった場合が混在

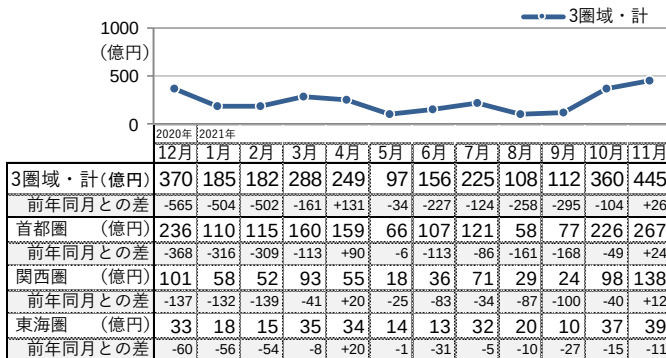
◆ファミリーレストラン、回転すし等



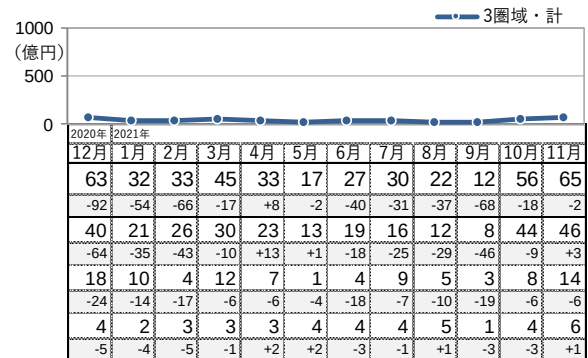
◆ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店



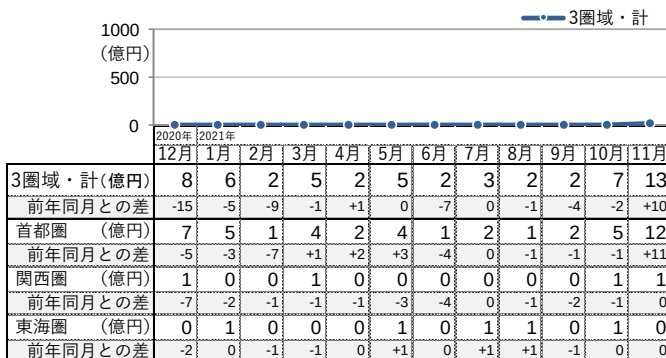
◆居酒屋 (焼鳥、串焼き、串揚げ等、飲酒メインの業態を含む)



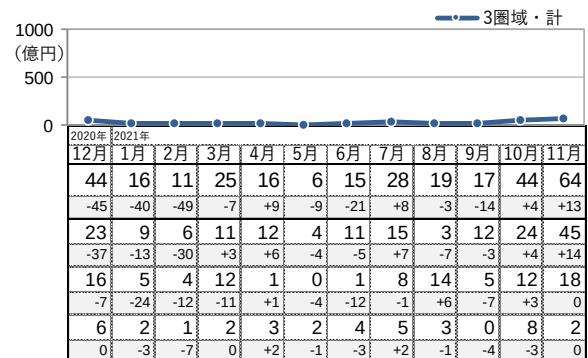
◆バー、バル、ワインバー、ビアホール、パブ



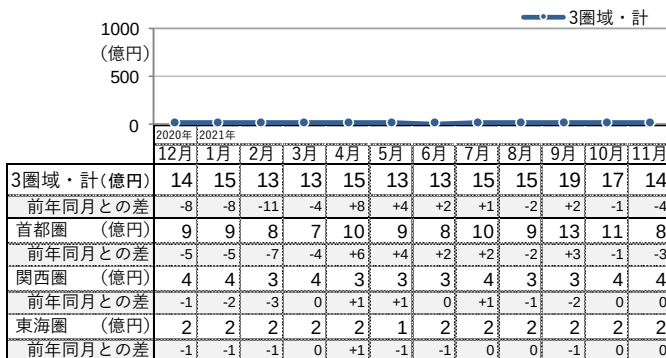
◆カラオケボックス



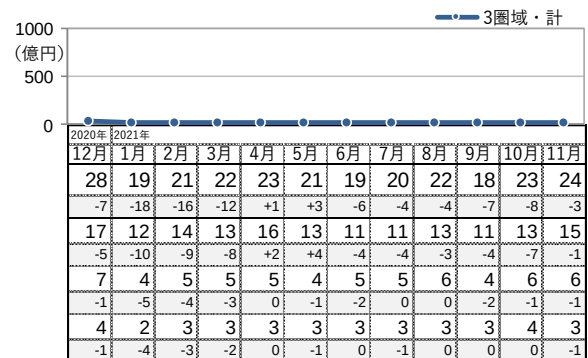
◆スナック、ナイトクラブ、キャバレー



◆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



2022 年 1 月 6 日

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

※外食市場規模、延べ外食回数「0」は、小数点第一位で四捨五入され0になったもの

【3圏域・計】

	2021年11月															
	食事主体の店										飲酒主体の店			軽食主体の店		
	1 和食料理店 (すし、 割烹、料 亭、郷土 料理専 門店等)	2 中華料理店 (ラーメン専 業店は 除く)	3 レストラン、食 堂、ダイ ニング、 洋食店	4 フレンチ・イ タリアン料理 店 (ファミ リレストラン 以外)	5 アジア料理店	6 焼肉、ス テーキ、 ハン バーグ 等の専 業店	7 お好み 焼き、鉄 板焼き 等の専 業店	8 すき焼 き、しゃ ぶしゃ ぶ、鍋、 おでん 等の専 業店	9 ファミ リーレ ン、そ ば、うどん、 パスタ、ピザ 等の専 業店	10 ラーメン、 串揚げ 等、飲酒 メインの業 態含む)	11 居酒屋 (焼鳥、 串揚げ 等、飲酒 メインの業 態含む)	12 バー、パ ル、ワイ ンバー、 ビア ホール、 パブ	13 カラオ ケボッ クス	14 スナッ ク、ナイ トクラ ブ、キャ バレー	15 ファス トフー ド(ハン バーガー、 サンドイッチ 等)	16 牛丼、カ レー等、 一品も の専売 業態
外食市場規模 (億円)	378	146	127	197	44	273	46	57	180	124	445	65	13	64	14	24
前年同月との差	-20	-4	0	-3	-10	-21	+1	-17	-32	-7	+26	-2	+10	+13	-4	-3
外食単価 (円)	3,833	2,112	2,160	4,731	2,602	3,511	2,779	3,628	1,497	1,092	3,579	3,859	4,305	9,479	742	725
前年同月との差	+186	-38	0	+477	-99	+206	+414	+46	+62	-17	+233	-181	+2,208	-678	-42	-8
延べ外食回数 (万回)	987	692	589	416	170	777	166	156	1201	1135	1242	169	31	68	186	326
前年同月との差	-105	-6	+3	-55	-28	-114	-24	-51	-280	-46	-10	+2	+17	+17	-39	-41

↑ファミリレストラン以外、フレンチ・イタリアン以外

【首都圏】

	食事主体の店										飲酒主体の店			軽食主体の店		
	1 和食料理店 (すし、 割烹、料 亭、郷土 料理専 門店等)	2 中華料理店 (ラーメン専 業店は 除く)	3 レストラン、食 堂、ダイ ニング、 洋食店	4 フレンチ・イ タリアン料理 店 (ファミ リレストラン 以外)	5 アジア料理店	6 焼肉、ス テーキ、 ハン バーグ 等の専 業店	7 お好み 焼き、鉄 板焼き 等の専 業店	8 すき焼 き、しゃ ぶしゃ ぶ、鍋、 おでん 等の専 業店	9 ファミ リーレ ン、そ ば、うどん、 パスタ、ピザ 等の専 業店	10 ラーメン、 串揚げ 等、飲酒 メインの業 態含む)	11 居酒屋 (焼鳥、 串揚げ 等、飲酒 メインの業 態含む)	12 バー、パ ル、ワイ ンバー、 ビア ホール、 パブ	13 カラオ ケボッ クス	14 スナッ ク、ナイ トクラ ブ、キャ バレー	15 ファス トフー ド(ハン バーガー、 サンドイッチ 等)	16 牛丼、カ レー等、 一品も の専売 業態
外食市場規模 (億円)	237	90	82	132	32	155	23	34	109	73	267	46	12	45	8	15
前年同月との差	+6	+1	+5	+2	-6	-15	+1	-3	-10	+1	+24	+3	+11	+14	-3	-1
外食単価 (円)	4,038	2,149	2,326	4,780	2,659	3,544	3,378	3,797	1,540	1,096	3,597	3,965	4,824	10,842	714	713
前年同月との差	+316	-59	+67	+483	-205	+163	+615	+351	+54	+28	+224	-335	+2,908	-2,971	-41	+7
延べ外食回数 (万回)	586	417	351	275	121	439	69	90	710	663	743	115	25	41	118	211
前年同月との差	-33	+14	+12	-27	-11	-65	-9	-18	-90	-8	+23	+16	+18	+19	-32	-22

↑ファミリレストラン以外、フレンチ・イタリアン以外

【関西圏】

	食事主体の店										飲酒主体の店			軽食主体の店		
	1 和食料理店 (すし、 割烹、料 亭、郷土 料理専 門店等)	2 中華料理店 (ラーメン専 業店は 除く)	3 レストラン、食 堂、ダイ ニング、 洋食店	4 フレンチ・イ タリアン料理 店 (ファミ リレストラン 以外)	5 アジア料理店	6 焼肉、ス テーキ、 ハン バーグ 等の専 業店	7 お好み 焼き、鉄 板焼き 等の専 業店	8 すき焼 き、しゃ ぶしゃ ぶ、鍋、 おでん 等の専 業店	9 ファミ リーレ ン、そ ば、うどん、 パスタ、ピザ 等の専 業店	10 ラーメン、 串揚げ 等、飲酒 メインの業 態含む)	11 居酒屋 (焼鳥、 串揚げ 等、飲酒 メインの業 態含む)	12 バー、パ ル、ワイ ンバー、 ビア ホール、 パブ	13 カラオ ケボッ クス	14 スナッ ク、ナイ トクラ ブ、キャ バレー	15 ファス トフー ド(ハン バーガー、 サンドイッチ 等)	16 牛丼、カ レー等、 一品も の専売 業態
外食市場規模 (億円)	99	38	31	45	8	77	17	15	42	32	138	14	1	18	4	6
前年同月との差	-20	-4	-6	-6	-5	0	-1	-8	-16	-6	+12	-6	0	0	0	-1
外食単価 (円)	3,865	2,111	1,915	4,795	2,470	3,732	2,354	3,603	1,471	1,092	3,500	3,469	1,918	7,412	841	754
前年同月との差	+84	-28	-247	+626	-43	+362	+244	+139	+85	-157	+301	-201	-750	-105	-53	-24
延べ外食回数 (万回)	257	181	164	94	34	205	73	41	287	295	394	39	5	24	43	74
前年同月との差	-57	-14	-7	-29	-18	-24	-11	-27	-129	-11	0	-14	0	0	-4	-14

↑ファミリレストラン以外、フレンチ・イタリアン以外

【東海圏】

	食事主体の店										飲酒主体の店			軽食主体の店		
	1 和食料理店 (すし、 割烹、料 亭、郷土 料理専 門店等)	2 中華料理店 (ラーメン専 業店は 除く)	3 レストラン、食 堂、ダイ ニング、 洋食店	4 フレンチ・イ タリアン料理 店 (ファミ リレストラン 以外)	5 アジア料理店	6 焼肉、ス テーキ、 ハン バーグ 等の専 業店	7 お好み 焼き、鉄 板焼き 等の専 業店	8 すき焼 き、しゃ ぶしゃ ぶ、鍋、 おでん 等の専 業店	9 ファミ リーレ ン、そ ば、うどん、 パスタ、ピザ 等の専 業店	10 ラーメン、 串揚げ 等、飲酒 メインの業 態含む)	11 居酒屋 (焼鳥、 串揚げ 等、飲酒 メインの業 態含む)	12 バー、パ ル、ワイ ンバー、 ビア ホール、 パブ	13 カラオ ケボッ クス	14 スナッ ク、ナイ トクラ ブ、キャ バレー	15 ファス トフー ド(ハン バーガー、 サンドイッチ 等)	16 牛丼、カ レー等、 一品も の専売 業態
外食市場規模 (億円)	42	18	14	20	4	41	5	8	28	19	39	6	0	2	2	3
前年同月との差	-7	-1	+1	+1	+1	-6	-1	-5	-8	-2	-11	+1	0	0	0	-1
外食単価 (円)	2,936	1,950	1,925	4,312	2,446	3,071	2,327	3,057	1,387	1,076	3,746	4,068	3,000	6,747	697	732
前年同月との差	-153	+13	+208	+114	+532	+104	+303	-1,261	+30	+42	+127	+485	+1,182	+1,096	-50	-54
延べ外食回数 (万回)	144	93	74	47	15	134	23	25	204	177	105	15	0	3	25	40
前年同月との差	-15	-7	-2	+1	0	-23	-5	-6	-60	-27	-34	+1	-2	-1	-3	-6

↑ファミリレストラン以外、フレンチ・イタリアン以外

2022 年 1 月 6 日

<参考>過去調査の調査概要

			2020年 9月度	2020年 10月度	2020年 11月度	2020年 12月度	2021年 1月度	2021年 2月度	2021年 3月度
事前調査	実施期間		20/8/19 (水) ～8/31 (月)	20/9/18 (金) ～9/30 (水)	20/10/20 (火) ～11/2 (月)	20/11/20 (金) ～11/30 (月)	20/12/16 (水) ～12/28 (月)	21/1/19 (火) ～2/3 (水)	21/2/17 (水) ～3/1 (月)
	配信数(件)		518,612	484,830	504,139	502,057	506,069	484,472	496,521
	回収数(件)		33,588	32,518	32,768	32,419	32,937	33,269	33,663
	回収率		6.5%	6.7%	6.5%	6.5%	6.5%	6.9%	6.8%
	本調査対象者数(件)		16,114	15,738	15,701	15,973	16,073	16,549	16,075
本調査	実施期間		20/10/1 (木) ～10/9 (金)	20/11/2 (月) ～11/10 (火)	20/12/1 (火) ～12/9 (水)	21/1/5 (火)～ 1/14 (木)	21/2/1 (月)～ 2/9 (火)	21/3/1 (月)～ 3/9 (火)	21/4/1 (木)～ 4/12 (月)
	配信数(件)		12,686	11,336	12,123	11,460	12,485	12,461	12,436
	回収数(件)		10,107	9,093	9,944	9,707	10,393	10,334	10,194
	回収率		79.7%	80.2%	82.0%	84.7%	83.2%	82.9%	82.0%
	有効回答数(件)		9,994	9,008	9,851	9,597	10,264	10,198	10,089
集計サンプル数	個人 単位 圏域	3圏域計(件)	9,994	9,008	9,851	9,597	10,264	10,198	10,089
		首都圏(件)	5,738	5,172	5,656	5,510	5,893	5,856	5,793
		関西圏(件)	2,732	2,462	2,693	2,623	2,806	2,788	2,758
		東海圏(件)	1,524	1,373	1,502	1,463	1,565	1,555	1,538
	外食 単位 圏域	3圏域計(件)	21,951	21,997	24,184	20,085	16,198	15,600	18,745
		首都圏(件)	12,829	12,578	13,852	12,064	9,277	9,007	10,377
		関西圏(件)	6,040	6,209	6,840	5,161	4,551	4,106	5,476
		東海圏(件)	3,082	3,210	3,491	2,860	2,370	2,488	2,892

※集計サンプル数はウェイトバックによる補正後の件数

※外食単位は、圏域内で行われた外食のみ

			2021年 4月度	2021年 5月度	2021年 6月度	2021年 7月度	2021年 8月度	2021年 9月度	2021年 10月度
事前調査	実施期間		21/3/22 (月) ～4/1 (木)	21/4/19 (月) ～4/30 (金)	21/5/19 (水) ～5/31 (月)	21/6/18 (金) ～7/1 (木)	21/7/21 (水) ～8/2 (月)	21/8/19 (木) ～8/31 (火)	21/9/17 (金) ～9/30 (木)
	配信数(件)		498,407	498,902	484,599	481,637	497,678	482,122	493,268
	回収数(件)		32,483	32,904	32,910	32,691	33,581	34,386	33,493
	回収率		6.5%	6.6%	6.8%	6.8%	6.7%	7.1%	6.8%
	本調査対象者数(件)		16,065	16,105	16,055	15,347	15,347	16,515	16,137
本調査	実施期間		21/4/30 (金) ～5/10 (月)	21/6/1 (火)～ 6/10 (木)	21/7/1 (木)～ 7/12 (月)	21/8/2 (月)～ 8/11 (水)	21/9/1 (水)～ 9/13 (月)	21/10/1 (金) ～10/11 (月)	21/11/1 (月) ～11/8 (月)
	配信数(件)		12,200	12,109	12,153	12,305	11,860	12,231	12,103
	回収数(件)		10,251	9,996	10,113	9,671	10,268	9,994	9,714
	回収率		84.0%	82.6%	83.2%	78.6%	86.6%	81.7%	80.3%
	有効回答数(件)		10,125	9,851	10,007	9,564	10,146	9,873	9,616
集計サンプル数	個人 単位 圏域	3圏域計(件)	10,125	9,851	10,007	9,564	10,146	9,873	9,616
		首都圏(件)	5,832	5,674	5,764	5,509	5,844	5,687	5,539
		関西圏(件)	2,750	2,675	2,718	2,597	2,755	2,681	2,612
		東海圏(件)	1,543	1,501	1,525	1,458	1,546	1,505	1,466
	外食 単位 圏域	3圏域計(件)	17,459	15,431	15,709	17,399	16,456	14,822	20,453
		首都圏(件)	10,604	9,530	9,382	9,677	9,267	8,735	11,954
		関西圏(件)	4,153	3,466	4,013	4,960	4,423	3,836	5,508
		東海圏(件)	2,701	2,434	2,314	2,762	2,765	2,251	2,991

※集計サンプル数はウェイトバックによる補正後の件数

※外食単位は、圏域内で行われた外食のみ

2022 年 1 月 6 日

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、一人一人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、メディア&ソリューション、人材派遣の 3 事業を軸に、4 万 6,000 人以上の従業員とともに、60 を超える国・地域で事業を展開しています。2020 年度の売上収益は 2 兆 2,693 億円、海外売上比率は約 45%になります。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、一人一人が輝く豊かな世界の実現に向けて、より多くの『まだ、ここいない、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/>