

2022年2月2日



外食市場調査（2021年12月度）

2021年12月の外食市場規模は2815億円（前年同月比+566億円・東名阪3圏域計）
外食市場規模は7カ月ぶりに前年同月比プラス、2019年比では69.7%
「居酒屋」「和食」等主要16業態中12業態の市場規模が前年超え

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12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7カ月ぶりに前年同月超え。前年同月比**125.2%**、2019年比**69.7%**
2. 「居酒屋」等**12業態**の市場規模が前年比**プラス**。居酒屋の市場規模は前年比**146.8%**

2021年12月の外食市場規模は、3圏域合計で2815億円。前年同月比（以下、前年比）は+566億円。市場規模は7カ月ぶりに前年比プラスとなったが、コロナ禍前の2019年12月比では69.7%と、前月（2019年比70.4%）よりマイナス幅がわずかながら拡大した。外食実施率の上昇（前年比+8.1pt）により延べ外食回数が前年比112.6%、加えて外食単価が前年比+295円と伸び、外食市場規模の前年超えにつながった。食事主体業態・計（前年比122.7%）、飲酒主体業態・計（同140.1%）は前年比でプラス、一方で軽食主体業態・計（同92.5%）はマイナスであった。主要16業態では「居酒屋」「和食」等12業態の市場規模が前年比プラスで、特に忘年会シーズンの「居酒屋」では、市場規模が前年比146.8%と大きく伸びたが、それでもコロナ禍前の2019年比では58.1%で本格回復には至っていない。

【3圏域計（首都圏・関西圏・東海圏）】 [P3]

- 2021年12月の外食（※1）実施率は63.9%（前月比増減+1.1pt、前年比増減+8.1pt）
 - 2021年12月の外食頻度（※2）は3.71回/月（前月比増減+0.10回、前年比増減-0.04回）
 - 2021年12月の外食単価は2,931円（前月比増減+327円、前年比増減+295円）
 - 2021年12月の外食市場規模（※3）は2815億円（前月比増減+426億円、前年比増減+566億円）
- ※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：62.8%（前年比増減+8.1pt）、関西圏：64.5%（同+8.0pt）、東海圏：67.3%（同+8.6pt）
- 外食頻度は、首都圏：3.87回/月（前年比増減-0.13回）、関西圏：3.70回/月（同+0.22回）、東海圏：3.17回/月（同-0.16回）
- 外食単価は、首都圏：2,983円（前年比増減+328円）、関西圏：3,016円（同+200円）、東海圏：2,539円（同+306円）
- 外食市場規模は、首都圏：1689億円（前年比増減+328億円）、関西圏：792億円（同+175億円）、東海圏：334億円（同+63億円）

【業態別】（3圏域計） [P6-8]

- 業態別の市場規模は、「居酒屋」（前年比増減+173億円）、「和食料理店」（同+125億円）、「焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店」（同+71億円）等主要16業態中12業態で前年同月を上回った。
- 「居酒屋」（延べ回数+336万回、単価+402円）、「和食料理店」（延べ回数+210万回、単価+368円）等は延べ回数・単価ともに前年比で増加した。

本件に関する
お問い合わせ先

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

2022年2月2日

外食市場調査（2021年12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） ・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
- **調査の流れ**

事前調査

→

記録期間

→

本調査

 - ・調査の協力者を募集
 - ・モニターが記録用紙をダウンロード
 - ・翌月頭に本調査画面をオープン
 - ・割付に従ってモニターを確保
 - ・1カ月間の夕方以降の外食について用紙に記録
 - ・記録用紙に従ってモニターが入力
- **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区分で割付を行って回収した。
- **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。

※前年度調査で使用了基準人口に県×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

実施期間	事前調査				本調査				
	配信数	回収数	回収率	本調査対象者数	配信数	回収数	回収率	有効回答数	
2021年11月19日（金）～ 2021年11月30日（火）	484,500件	32,349件	6.7%	15,916件	2022年1月4日（火）～ 2022年1月12日（水）	12,093件	9,813件	81.1%	9,735件

3圏域計	居住圏域				性年代									
	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
9,735	5,607	2,644	1,484		875	940	1,209	1,021	862	837	910	1,181	997	903
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（%）

3圏域計	消費圏域			
	首都圏	関西圏	東海圏	
23,094	13,617	6,315	3,163	
100.0	59.0	27.3	13.7	

※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

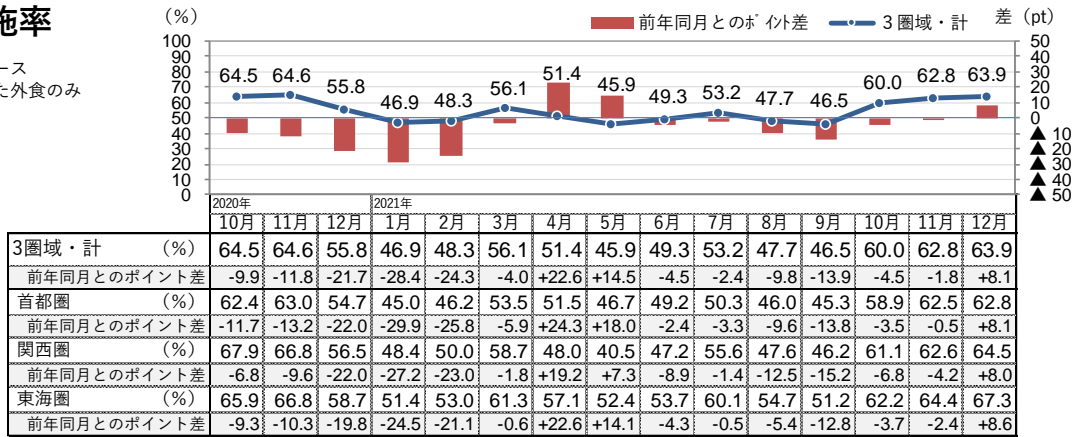
- **外食した店の業態** ・外食1回につき次の26分類から当てはまるものを1つ聴取、本リリースではうち16業態を掲出。

選 択 肢	1 和食料理店（すし、割烹、料亭、郷土料理専門店等）	食 事 を 主 体 と す る 業 態 の 店	選 択 肢	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（ラーメン専門店を除く）			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 アジアン料理店			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）		軽 食 主 体
	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 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、バスタ、ピザ等の専門店			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2月2日

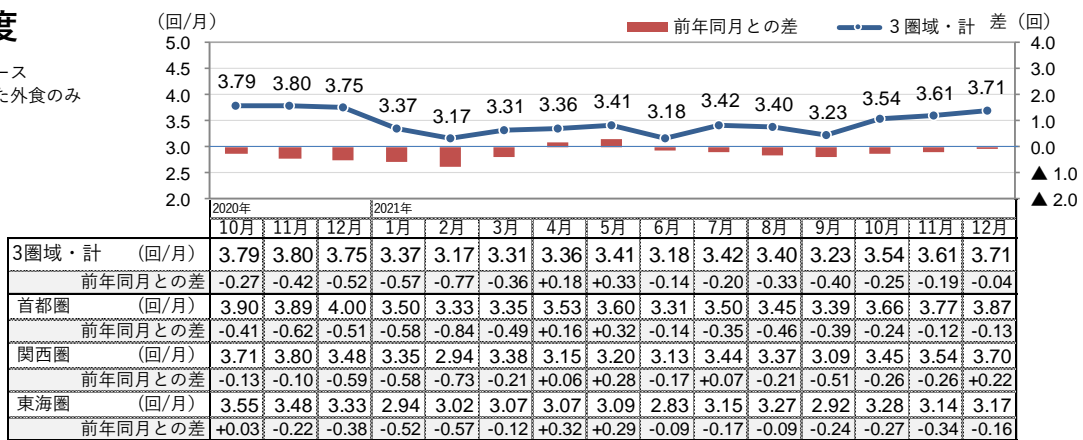
1. 外食実施率

※個人単位集計ベース
※圏域内で行われた外食のみ



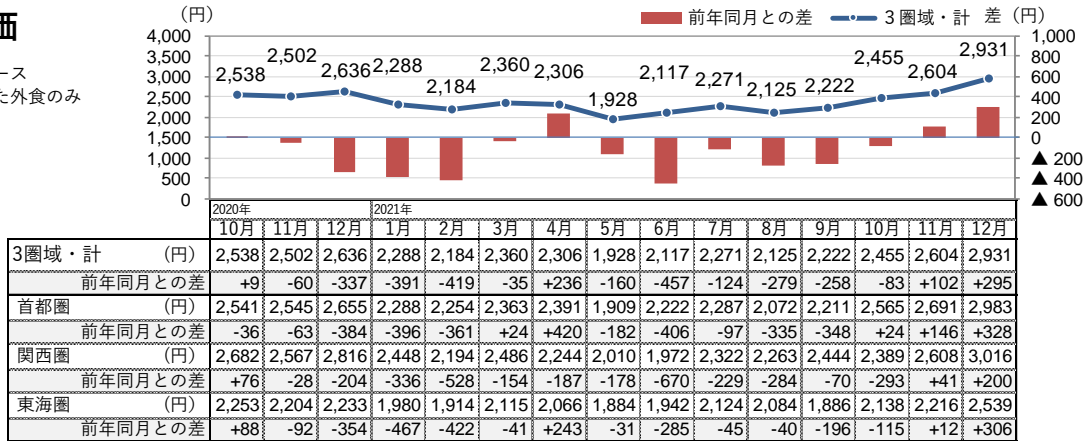
2. 外食頻度

※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



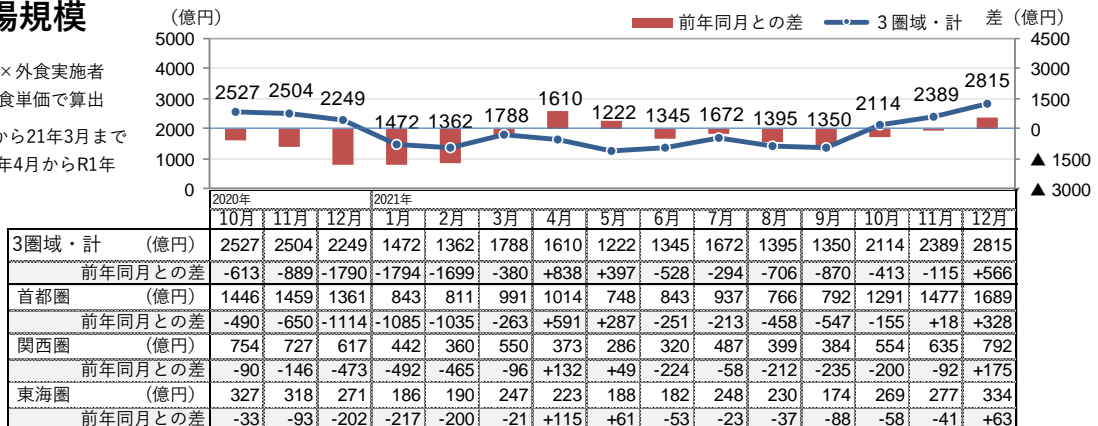
3. 外食単価

※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



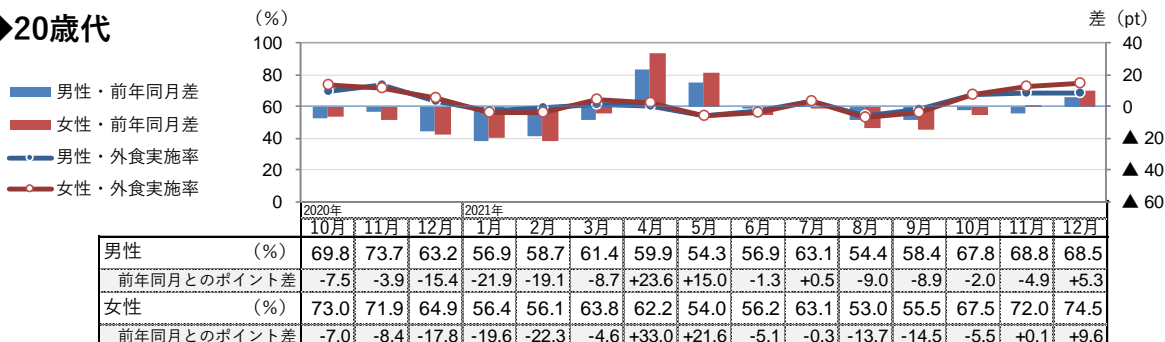
<参考>20年度
→21年度の基準人口の増減率
3圏域・計：-0.7%
首都圏：-0.4%
関西圏：-1.3%
東海圏：-0.7%

2022年2月2日

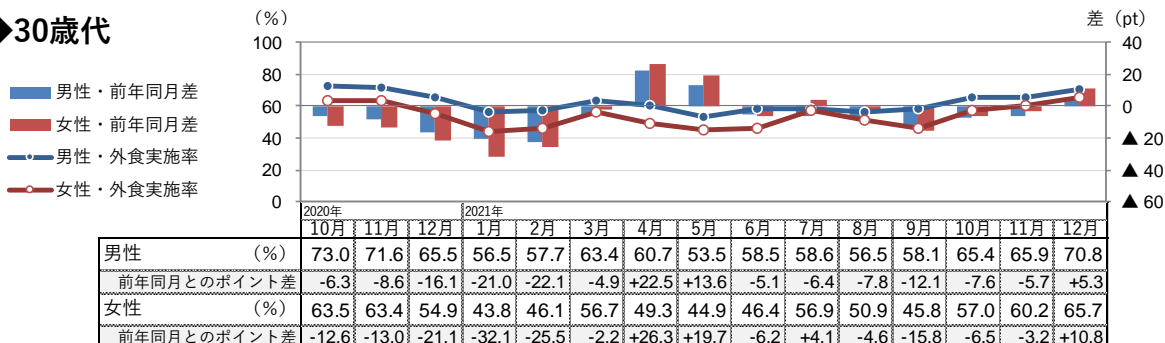
5. 性年代別 外食実施率 【3圏域・計】

※個人単位集計ベース
※圏域内で行われた外食のみ

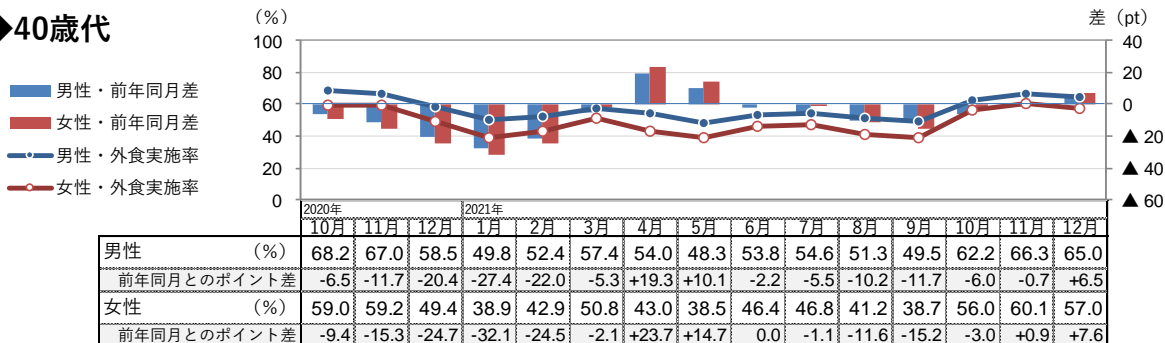
◆20歳代



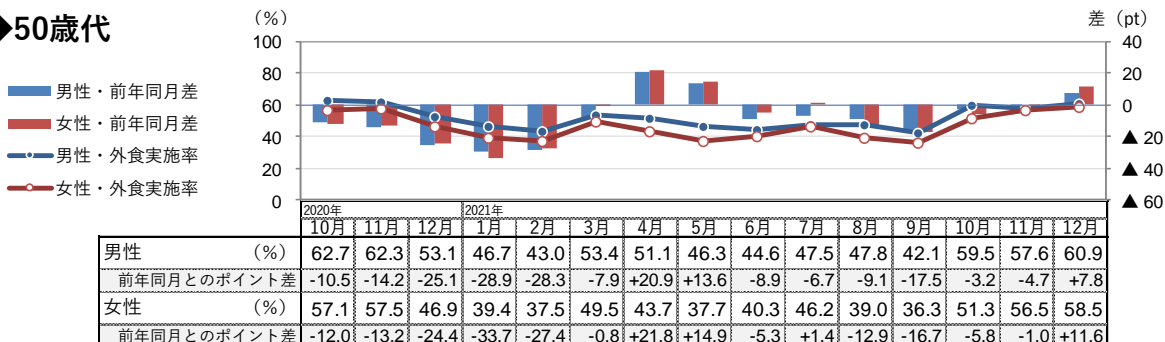
◆30歳代



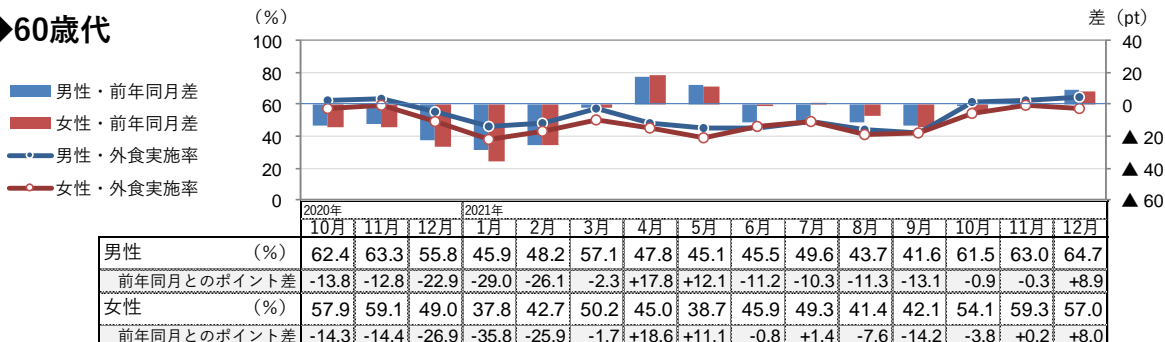
◆40歳代



◆50歳代



◆60歳代

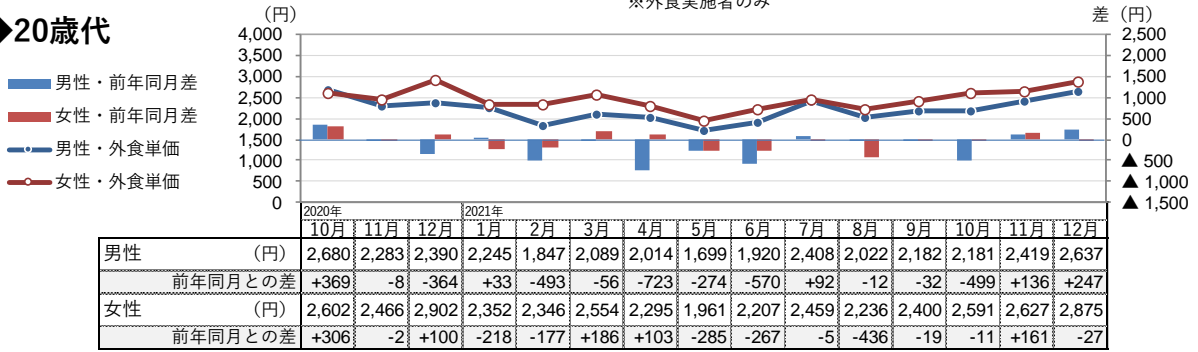


2022年2月2日

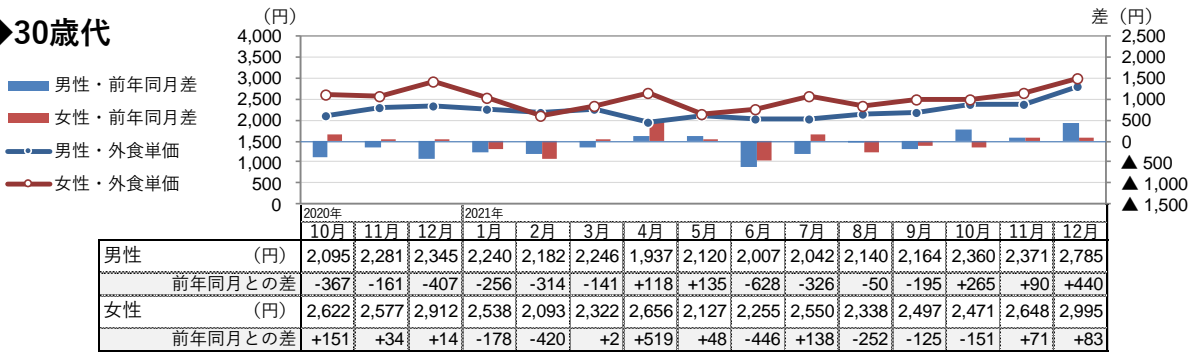
6. 性年代別 外食単価 【3圏域・計】

※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

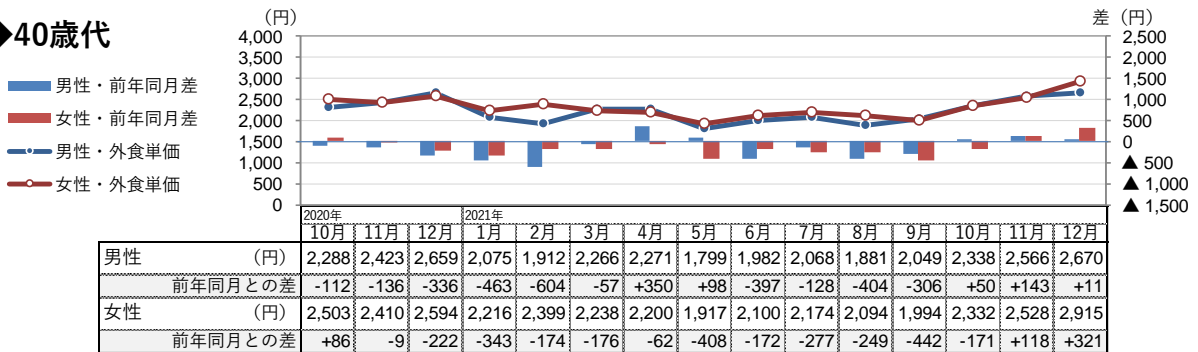
◆20歳代



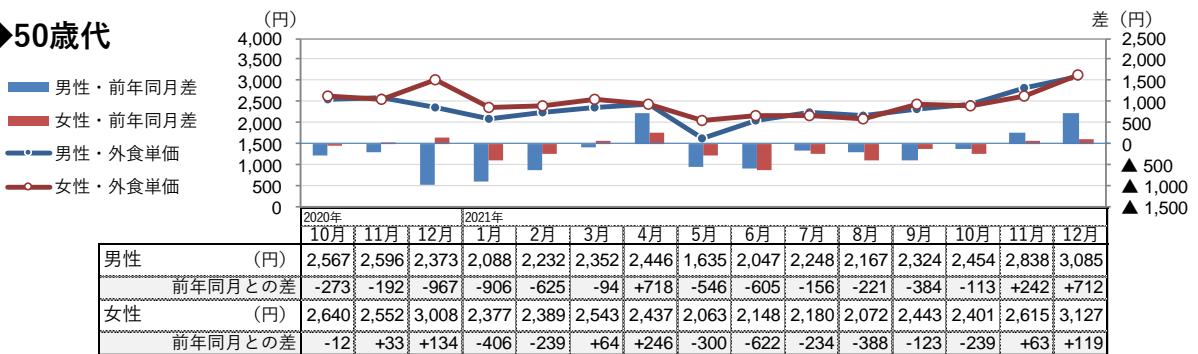
◆30歳代



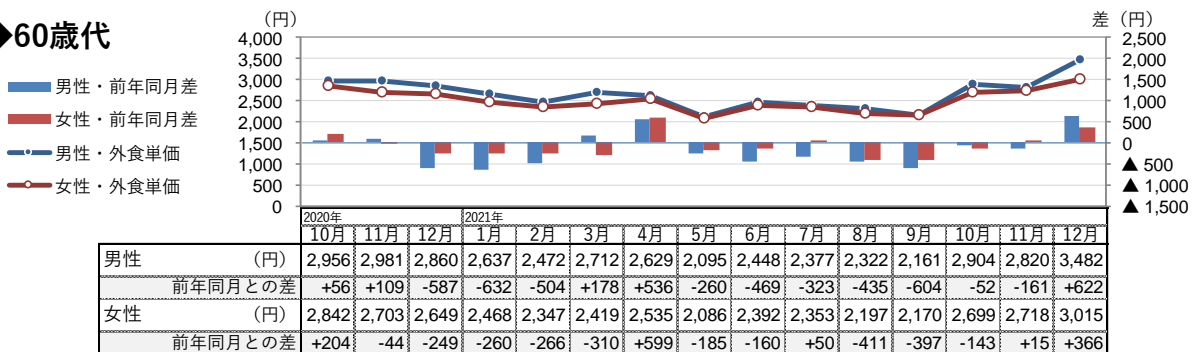
◆40歳代



◆50歳代



◆60歳代



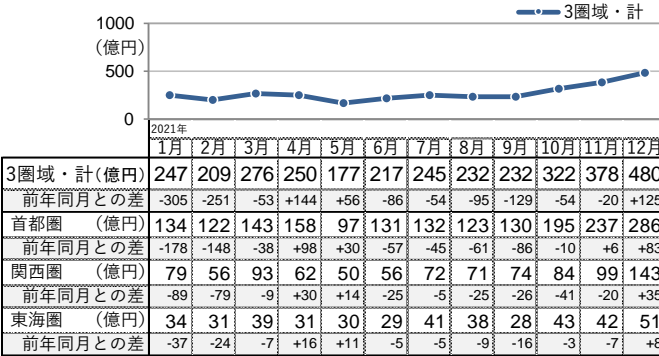
Press Release

2022年2月2日

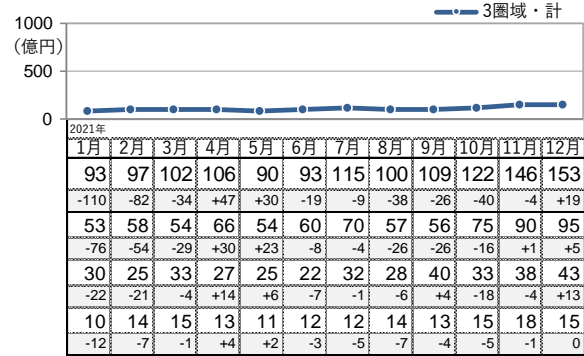
7.業態別 外食市場規模

※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

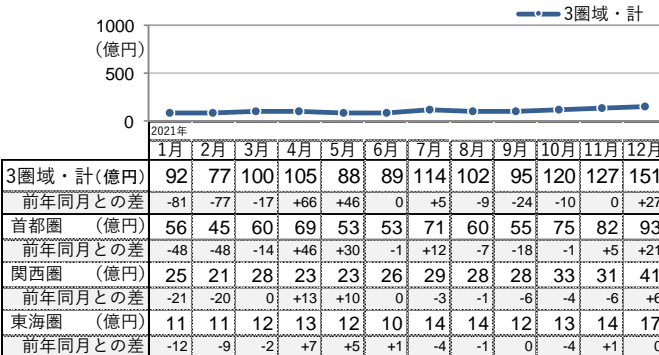
◆和食料理店（すし、割烹、料亭、郷土料理専門店等）



◆中華料理店（ラーメン専門店は除く）

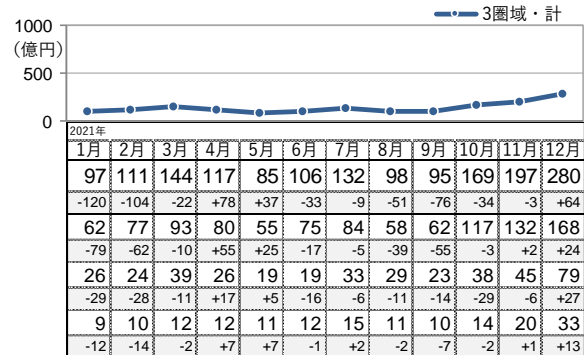


◆レストラン、食堂、ダイニング、洋食店



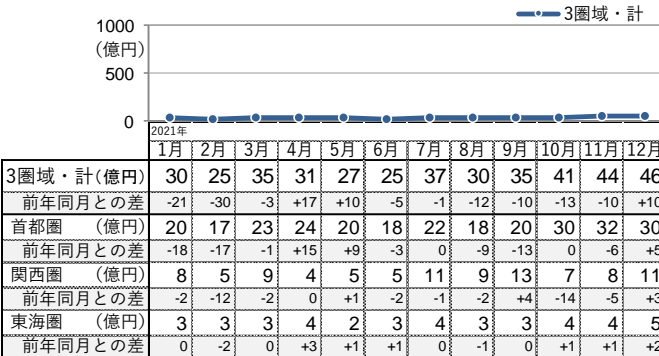
※ファミリーレストラン以外、フレンチ・イタリアン以外

◆フレンチ・イタリアン料理店

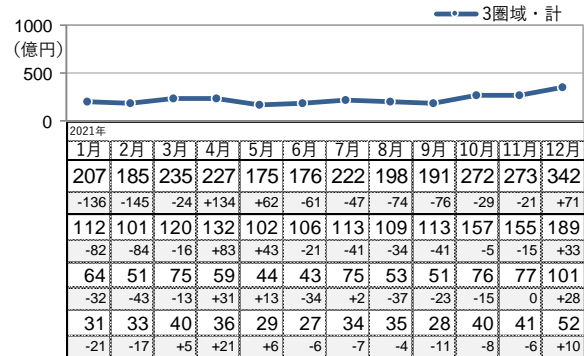


※ファミリーレストラン以外

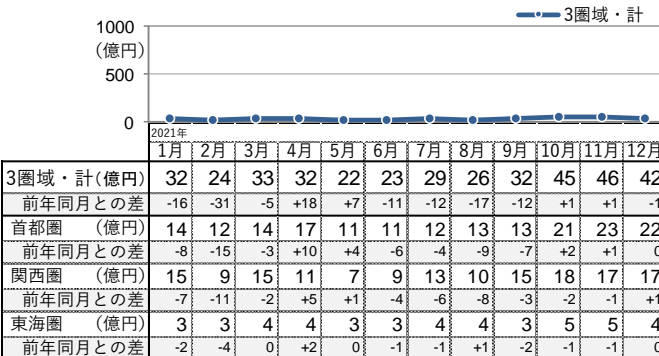
◆アジア料理店



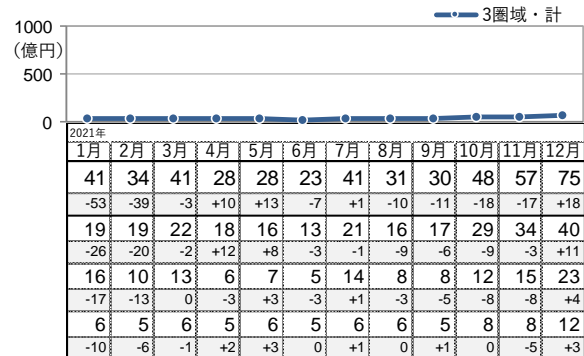
◆焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店



◆お好み焼き、鉄板焼き等の専門店



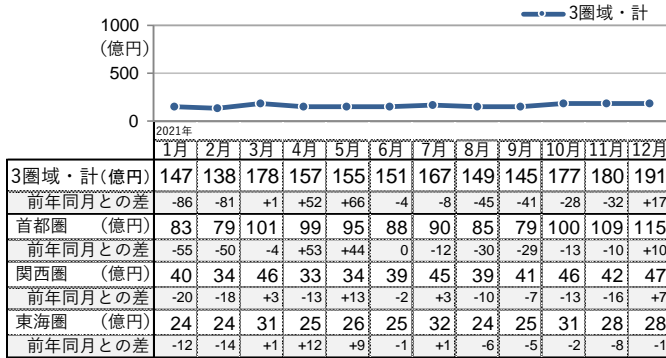
◆すき焼き、しゃぶしゃぶ、鍋、おでん等の専門店



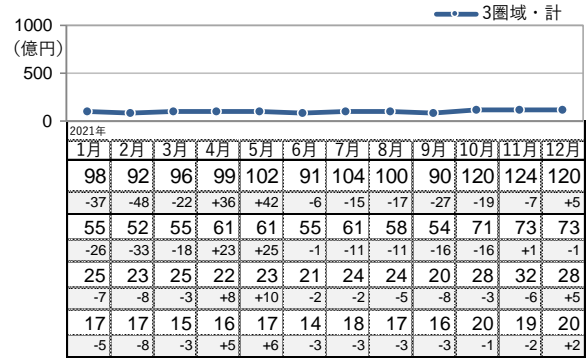
2022年2月2日

※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

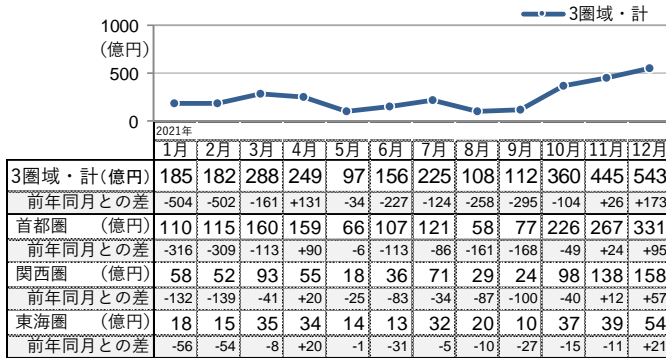
◆ファミリーレストラン、回転すし等



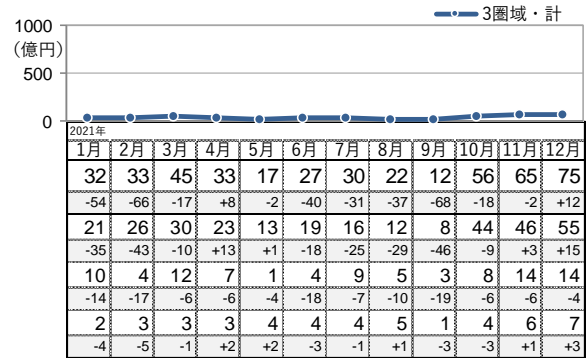
◆ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店



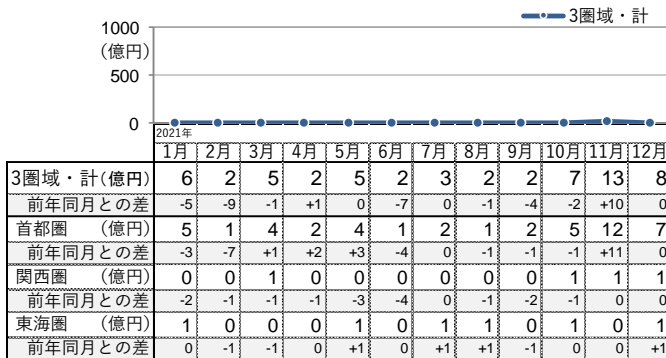
◆居酒屋 (焼鳥、串焼き、串揚げ等、飲酒メインの業態を含む)



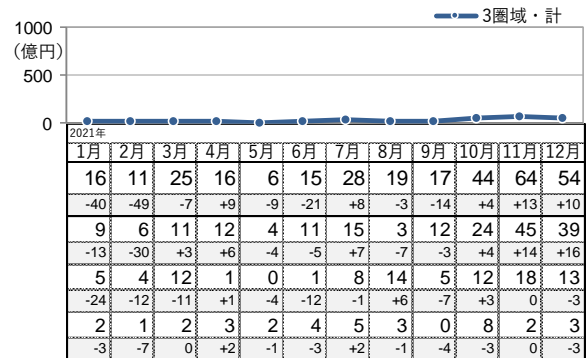
◆バー、バル、ワインバー、ビアホール、パブ



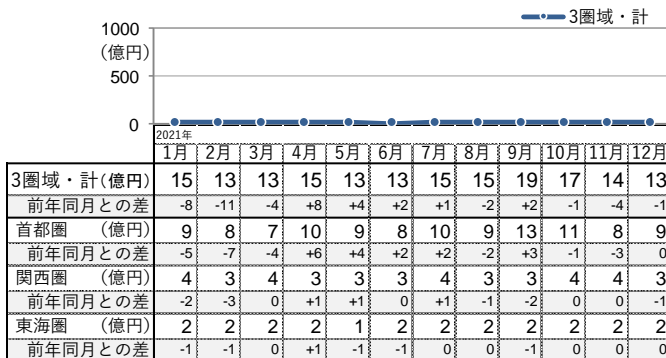
◆カラオケボックス



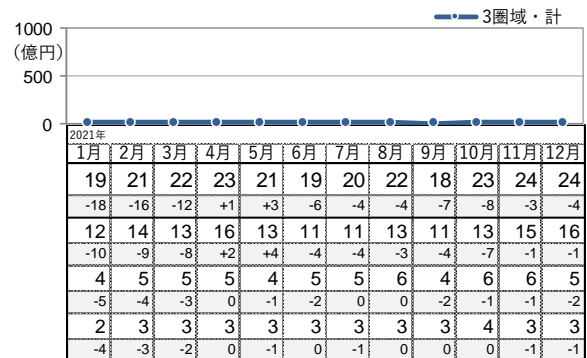
◆スナック、ナイトクラブ、キャバレー



◆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 2月 2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

【3圏域・計】	2021年12月															
	食事主体の店										飲酒主体の店			軽食主体の店		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
	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 業店は 除く)	レスト ラン、食 堂、ダイ ニング、 洋食店	フレン チ・イ タリア 店 (ファミ リレストラ ン以外)	アジア ン料理 店	焼肉、ス テーキ、 ハン バーグ 等の専 業店	お好み 焼き、鉄 板焼き 等の専 業店	すき焼 き、しゃ ぶしゃ ぶ、鍋、 おでん 等の専 業店	ファミ リーレ ン、ソ ストラ ン、回転 すし等 の専 業店	ラーメ ン、そ ば、うどん、 パスタ、ピザ 等の専 業店	居酒屋 (焼鳥、 串焼き、 串揚げ 等、飲酒 メインの業 態含む)	バー、パ 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 パレー	ファス トフー ド(ﾊﾞ ｰｶﾞｰ、 ｶｯﾄｲﾝ 等)	牛丼、カ レー等、 一品も の専売 業態
外食市場規模 (億円)	480	153	151	280	46	342	42	75	191	120	543	75	8	54	13	24
前年同月との差	+125	+19	+27	+64	+10	+71	-1	+18	+17	+5	+173	+12	0	+10	-1	-4
外食単価 (円)	4,469	2,392	2,350	5,426	2,745	3,894	2,824	3,853	1,534	1,113	3,885	4,215	3,475	7,758	807	752
前年同月との差	+368	+145	+237	-29	+247	+302	-325	+100	+70	+47	+402	+107	-1,290	-6,380	+56	-1
延べ外食回数 (万回)	1075	638	643	515	167	878	150	195	1243	1082	1398	178	24	70	167	315
前年同月との差	+210	+40	+58	+120	+23	+122	+15	+43	+57	-1	+336	+26	+7	+39	-25	-54

↑ファミリーレストラン以外、フレンチ・イタリアン以外

【首都圏】	2021年12月															
	食事主体の店										飲酒主体の店			軽食主体の店		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
	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 業店は 除く)	レスト ラン、食 堂、ダイ ニング、 洋食店	フレン チ・イ タリア 店 (ファミ リレストラ ン以外)	アジア ン料理 店	焼肉、ス テーキ、 ハン バーグ 等の専 業店	お好み 焼き、鉄 板焼き 等の専 業店	すき焼 き、しゃ ぶしゃ ぶ、鍋、 おでん 等の専 業店	ファミ リーレ ン、ソ ストラ ン、回転 すし等 の専 業店	ラーメ ン、そ ば、うどん、 パスタ、ピザ 等の専 業店	居酒屋 (焼鳥、 串焼き、 串揚げ 等、飲酒 メインの業 態含む)	バー、パ 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 パレー	ファス トフー ド(ﾊﾞ ｰｶﾞｰ、 ｶｯﾄｲﾝ 等)	牛丼、カ レー等、 一品も の専売 業態
外食市場規模 (億円)	286	95	93	168	30	189	22	40	115	73	331	55	7	39	9	16
前年同月との差	+83	+5	+21	+24	+5	+33	0	+11	+10	-1	+95	+15	0	+16	0	-1
外食単価 (円)	4,640	2,630	2,441	5,421	2,716	4,032	3,223	3,533	1,544	1,145	3,952	4,730	3,846	9,085	810	775
前年同月との差	+315	+110	+378	-189	+246	+382	-710	-161	+73	+82	+503	+745	-2,307	-8,701	+69	0
延べ外食回数 (万回)	617	361	382	310	110	468	68	113	745	634	838	115	17	42	110	201
前年同月との差	+147	+4	+33	+53	+10	+40	+12	+33	+33	-64	+155	+13	+5	+29	-6	-23

↑ファミリーレストラン以外、フレンチ・イタリアン以外

【関西圏】	2021年12月															
	食事主体の店										飲酒主体の店			軽食主体の店		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
	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 業店は 除く)	レスト ラン、食 堂、ダイ ニング、 洋食店	フレン チ・イ タリア 店 (ファミ リレストラ ン以外)	アジア ン料理 店	焼肉、ス テーキ、 ハン バーグ 等の専 業店	お好み 焼き、鉄 板焼き 等の専 業店	すき焼 き、しゃ ぶしゃ ぶ、鍋、 おでん 等の専 業店	ファミ リーレ ン、ソ ストラ ン、回転 すし等 の専 業店	ラーメ ン、そ ば、うどん、 パスタ、ピザ 等の専 業店	居酒屋 (焼鳥、 串焼き、 串揚げ 等、飲酒 メインの業 態含む)	バー、パ 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 パレー	ファス トフー ド(ﾊﾞ ｰｶﾞｰ、 ｶｯﾄｲﾝ 等)	牛丼、カ レー等、 一品も の専売 業態
外食市場規模 (億円)	143	43	41	79	11	101	17	23	47	28	158	14	1	13	3	5
前年同月との差	+35	+13	+6	+27	+3	+28	+1	+4	+7	+5	+57	-4	0	-3	-1	-2
外食単価 (円)	4,530	2,198	2,285	5,250	2,694	4,037	2,587	4,490	1,566	1,088	3,700	3,003	2,742	6,321	814	685
前年同月との差	+327	+318	-30	-73	-119	+215	-158	+435	+64	+19	+113	-1,322	+987	-5,215	+21	-17
延べ外食回数 (万回)	315	195	178	150	41	251	64	51	301	259	426	47	4	21	36	73
前年同月との差	+58	+38	+27	+52	+13	+60	+4	+4	+36	+40	+143	+5	+1	+7	-14	-23

↑ファミリーレストラン以外、フレンチ・イタリアン以外

【東海圏】	2021年12月															
	食事主体の店										飲酒主体の店			軽食主体の店		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
	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 業店は 除く)	レスト ラン、食 堂、ダイ ニング、 洋食店	フレン チ・イ タリア 店 (ファミ リレストラ ン以外)	アジア ン料理 店	焼肉、ス テーキ、 ハン バーグ 等の専 業店	お好み 焼き、鉄 板焼き 等の専 業店	すき焼 き、しゃ ぶしゃ ぶ、鍋、 おでん 等の専 業店	ファミ リーレ ン、ソ ストラ ン、回転 すし等 の専 業店	ラーメ ン、そ ば、うどん、 パスタ、ピザ 等の専 業店	居酒屋 (焼鳥、 串焼き、 串揚げ 等、飲酒 メインの業 態含む)	バー、パ 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 パレー	ファス トフー ド(ﾊﾞ ｰｶﾞｰ、 ｶｯﾄｲﾝ 等)	牛丼、カ レー等、 一品も の専売 業態
外食市場規模 (億円)	51	15	17	33	5	52	4	12	28	20	54	7	1	3	2	3
前年同月との差	+8	0	0	+13	+2	+10	0	+3	-1	+2	+21	+3	+1	-3	0	-1
外食単価 (円)	3,598	1,805	2,073	5,934	3,068	3,264	2,182	3,982	1,446	1,040	4,056	4,059	2,427	4,125	775	755
前年同月との差	+448	+32	+110	+1,138	+951	+179	+15	+600	+58	-32	+632	-440	+924	-7,919	+60	+3
延べ外食回数 (万回)	143	82	82	55	16	160	19	30	197	190	133	16	2	7	21	42
前年同月との差	+5	-2	-3	+14	0	+24	-1	+4	-12	+24	+37	+8	0	+2	-5	-7

↑ファミリーレストラン以外、フレンチ・イタリアン以外

2022年2月2日

<参考>過去調査の調査概要

		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	2021年 4月度	
事前調査	実施期間	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)	21/3/22 (月) ~4/1 (木)	
	配信数(件)	484,830	504,139	502,057	506,069	484,472	496,521	498,407	
	回収数(件)	32,518	32,768	32,419	32,937	33,269	33,663	32,483	
	回収率	6.7%	6.5%	6.5%	6.5%	6.9%	6.8%	6.5%	
	本調査対象者数(件)	15,738	15,701	15,973	16,073	16,549	16,075	16,065	
本調査	実施期間	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)	21/4/30 (金) ~5/10 (月)	
	配信数(件)	11,336	12,123	11,460	12,485	12,461	12,436	12,200	
	回収数(件)	9,093	9,944	9,707	10,393	10,334	10,194	10,251	
	回収率	80.2%	82.0%	84.7%	83.2%	82.9%	82.0%	84.0%	
	有効回答数(件)	9,008	9,851	9,597	10,264	10,198	10,089	10,125	
集計サンプル数	個人 住居 単位 圏域	3圏域計(件)	9,008	9,851	9,597	10,264	10,198	10,089	10,125
		首都圏(件)	5,172	5,656	5,510	5,893	5,856	5,793	5,832
		関西圏(件)	2,462	2,693	2,623	2,806	2,788	2,758	2,750
		東海圏(件)	1,373	1,502	1,463	1,565	1,555	1,538	1,543
	外食 消費 単位 圏域	3圏域計(件)	21,997	24,184	20,085	16,198	15,600	18,745	17,459
		首都圏(件)	12,578	13,852	12,064	9,277	9,007	10,377	10,604
		関西圏(件)	6,209	6,840	5,161	4,551	4,106	5,476	4,153
		東海圏(件)	3,210	3,491	2,860	2,370	2,488	2,892	2,701

※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 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	2021年 11月度	
事前調査	実施期間	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)	21/10/20 (水) ~11/1 (月)	
	配信数(件)	498,902	484,599	481,637	497,678	482,122	493,268	482,052	
	回収数(件)	32,904	32,910	32,691	33,581	34,386	33,493	34,247	
	回収率	6.6%	6.8%	6.8%	6.7%	7.1%	6.8%	7.1%	
	本調査対象者数(件)	16,105	16,055	15,347	15,347	16,515	16,137	16,755	
本調査	実施期間	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)	21/12/1 (水) ~12/8 (水)	
	配信数(件)	12,109	12,153	12,305	11,860	12,231	12,103	12,158	
	回収数(件)	9,996	10,113	9,671	10,268	9,994	9,714	9,736	
	回収率	82.6%	83.2%	78.6%	86.6%	81.7%	80.3%	80.1%	
	有効回答数(件)	9,851	10,007	9,564	10,146	9,873	9,616	9,627	
集計サンプル数	個人 住居 単位 圏域	3圏域計(件)	9,851	10,007	9,564	10,146	9,873	9,616	9,627
		首都圏(件)	5,674	5,764	5,509	5,844	5,687	5,539	5,545
		関西圏(件)	2,675	2,718	2,597	2,755	2,681	2,612	2,615
		東海圏(件)	1,501	1,525	1,458	1,546	1,505	1,466	1,467
	外食 消費 単位 圏域	3圏域計(件)	15,431	15,709	17,399	16,456	14,822	20,453	21,812
		首都圏(件)	9,530	9,382	9,677	9,267	8,735	11,954	13,054
		関西圏(件)	3,466	4,013	4,960	4,423	3,836	5,508	5,789
		東海圏(件)	2,434	2,314	2,762	2,765	2,251	2,991	2,969

※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 2 月 2 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、ここにはない、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/>