

2022年10月3日



外食市場調査（2022年8月度）

2022年8月の外食市場規模は2385億円（前年同月比 +990億円・東名阪3圏域計）
外食市場規模は前月比95.5%、コロナ禍前比（2019年8月比）は68.6%
前月よりは悪化も、6月（2019年同月比68.6%）レベルにとどまる

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2022年8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. 外食市場規模は前月比 - 112億円、2019年同月比68.6%と7月より悪化も、6月（同68.6%）レベル
2. 単価は10カ月連続で前年超え、2019年同月比でも103.3%

2022年8月の外食市場規模は、3圏域合計で2385億円。前年同月比（以下、前年比）は+990億円と9カ月連続の前年比プラスであった。前月比は-112億円。コロナ禍前の2019年同月比は、68.6%と前月の同71.8%に比べるとマイナス幅が拡大したが、6月の同68.6%と同レベルで、8月の新規感染者数の増加幅を考えると後退は限定的であったともいえる。単価は10カ月連続で前年実績を超え、2019年同月比でも103.3%。本格化している外食の値上げの影響も含んでの増額と考えられる。食事主体業態・計は前年比153.7%（19年比76.0%）、飲酒主体業態・計は同324.0%（同53.0%）、軽食主体業態・計は同137.6%（同75.9%）、主要16業態は全業態で延べ外食回数と市場規模が前年比では拡大し、行動制限・営業制限のあった前年より市場環境は悪くない状況だ。

【3圏域計（首都圏・関西圏・東海圏）】 [P3]

- 2022年8月の外食（※1）実施率は62.4%（前月比増減+0.8pt、前年比増減+14.7pt）
 - 2022年8月の外食頻度（※2）は3.70回/月（前月比増減-0.14回、前年比増減+0.30回）
 - 2022年8月の外食単価は2,597円（前月比増減-56円、前年比増減+472円）
 - 2022年8月の外食市場規模（※3）は2385億円（前月比増減-112億円、前年比増減+990億円）
- ※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（2021年4月から2022年3月までR1年人口推計、2022年4月からR2年国勢調査人口）×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：-1.7%、首都圏：-1.3%、関西圏：-2.1%、東海圏：-2.4%

【圏域別】 [P3]

- 外食実施率は、首都圏：61.7%（前年比増減+15.7pt）、関西圏：62.3%（同+14.7pt）、東海圏：65.2%（同+10.5pt）
- 外食頻度は、首都圏：3.84回/月（前年比増減+0.39回）、関西圏：3.72回/月（同+0.35回）、東海圏：3.14回/月（同-0.13回）
- 外食単価は、首都圏：2,647円（前年比増減+575円）、関西圏：2,645円（同+382円）、東海圏：2,278円（同+194円）
- 外食市場規模は、首都圏：1445億円（前年比増減+679億円）、関西圏：659億円（同+260億円）、東海圏：281億円（同+51億円）

【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+274億円）、「和食料理店」（同+155億円）、「焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店」（同+93億円）等主要16業態全てで前年を上回った。
- 「居酒屋」（延べ回数+810万回、単価+151円）、「和食料理店」（延べ回数+276万回、単価+652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/>

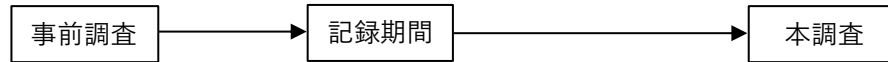
外食市場調査（2022年8月度）調査概要

- 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



- ・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R2年国勢調査人口に基づいて性別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。

※22年度は、市町村別性年代別のR2年国勢調査人口を使用して計算

●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	実施期間	配信数	回収数	回収率	有効回答数
2022年7月20日（水）～ 2022年8月1日（月）	506,605件	32,797件	6.5%	2022年9月1日（木）～ 2022年9月12日（月）	12,522件	10,220件	81.6%	10,116件

●個人単位

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		
	10,116 100.0	5,850 57.8	2,736 27.0	1,530 15.1	882 8.7	973 9.6	1,247 12.3	1,114 11.0	874 8.6	864 8.5	944 9.3	1,221 12.1	1,090 10.8	909 9.0	

上段：件数（件）、下段：構成比（%）

●外食単位

（圏域内での外食のみ）

3圏域計	消費圏域		
	首都圏	関西圏	東海圏
23,336 100.0	13,870 59.4	6,332 27.1	3,133 13.4

※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

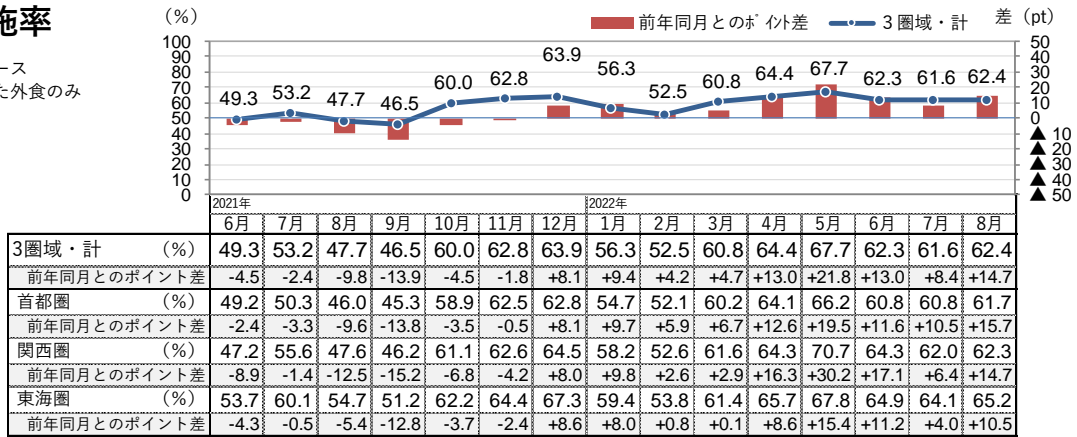
・外食1回につき次の26分類から当てはまるものを1つ聴取、本リリースではうち16業態を掲出。

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）	
	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、パスタ、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10月3日

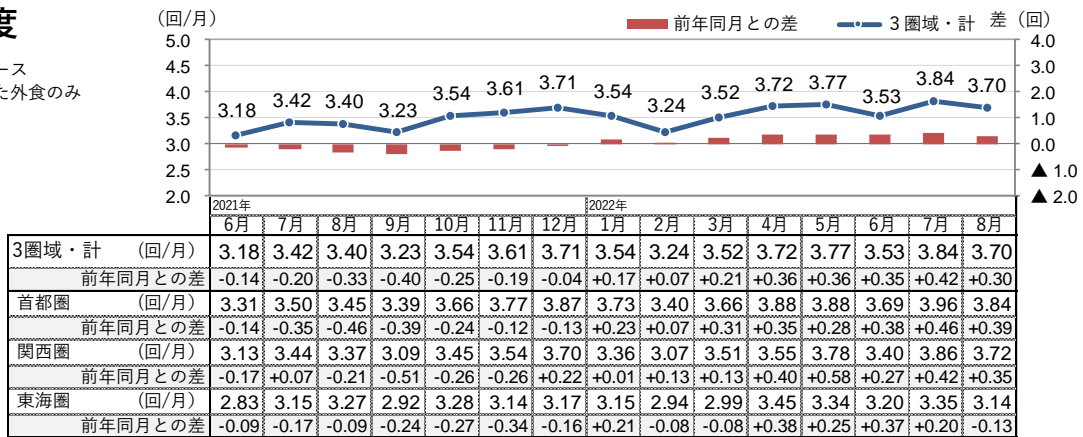
1. 外食実施率

※個人単位集計ベース
※圏域内で行われた外食のみ



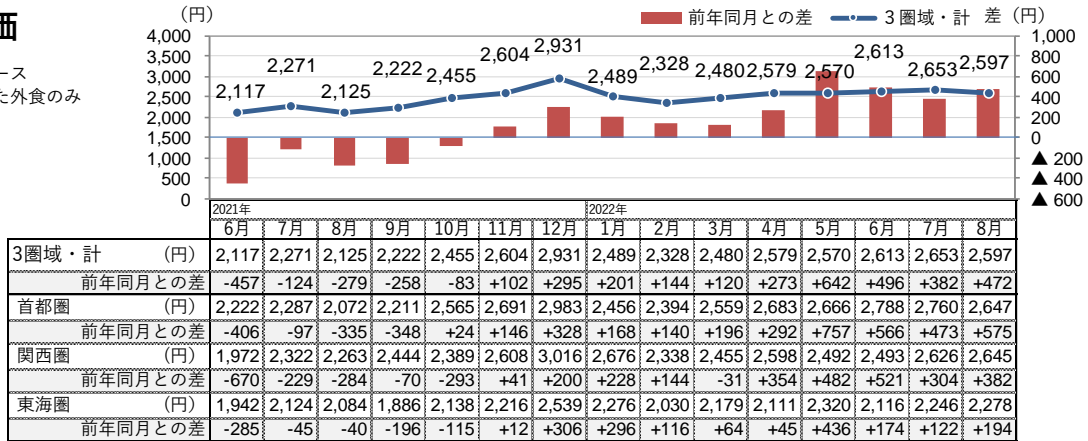
2. 外食頻度

※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

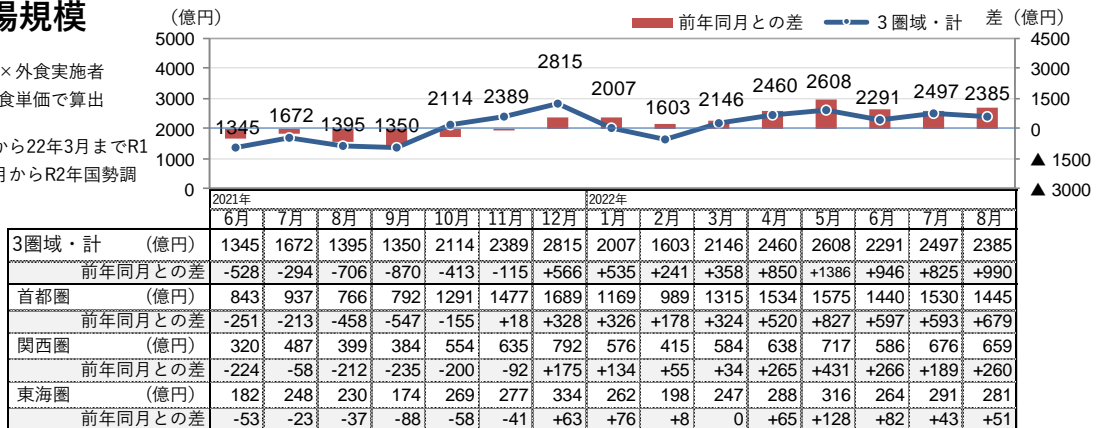
※外食単位集計ベース
※圏域内で行われた外食のみ
※外食実施者のみ



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、21年4月から22年3月までR1年人口推計、22年4月からR2年国勢調査人口を使用



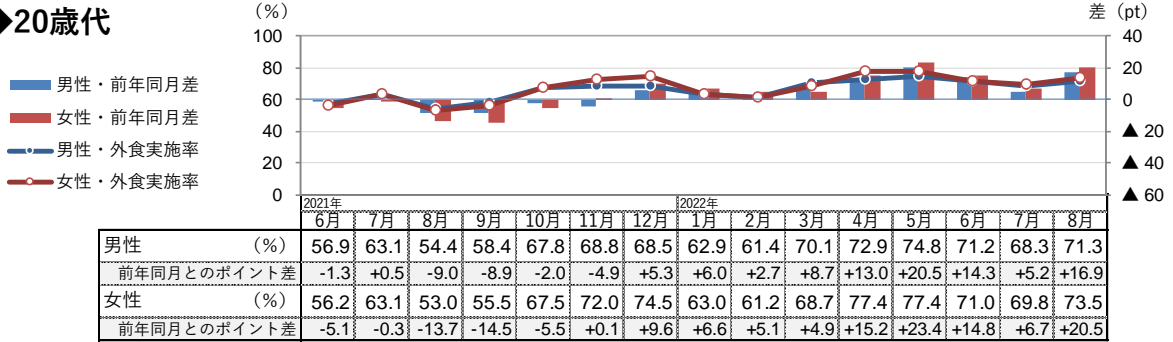
<参考>21年度
→22年度の基準人口の増減率
3圏域・計：-1.7%
首都圏：-1.3%
関西圏：-2.1%
東海圏：-2.4%

2022年10月3日

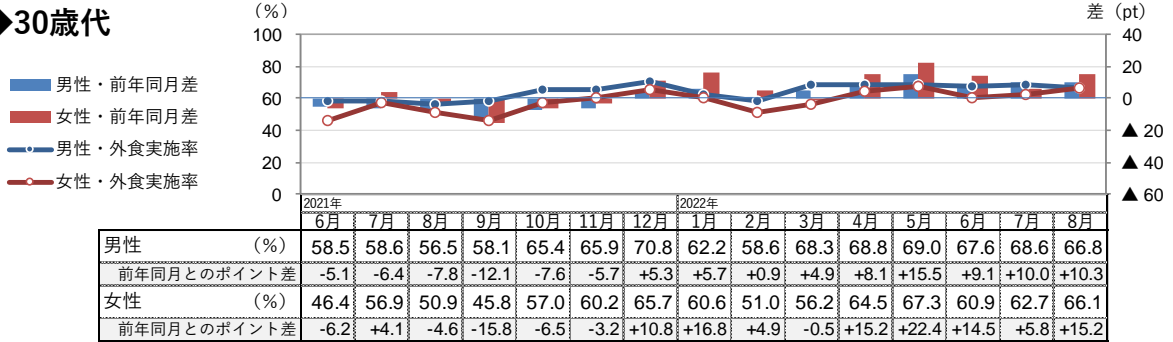
5. 性年代別 外食実施率 【3圏域・計】

※個人単位集計ベース
※圏域内で行われた外食のみ

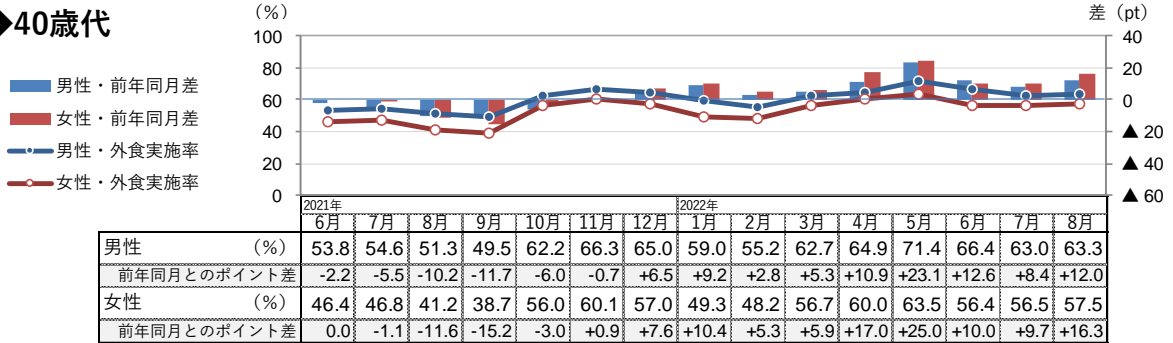
◆20歳代



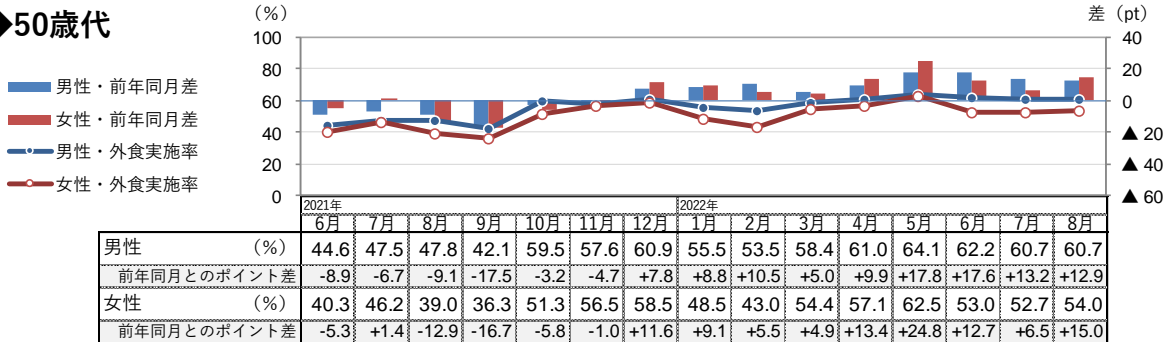
◆30歳代



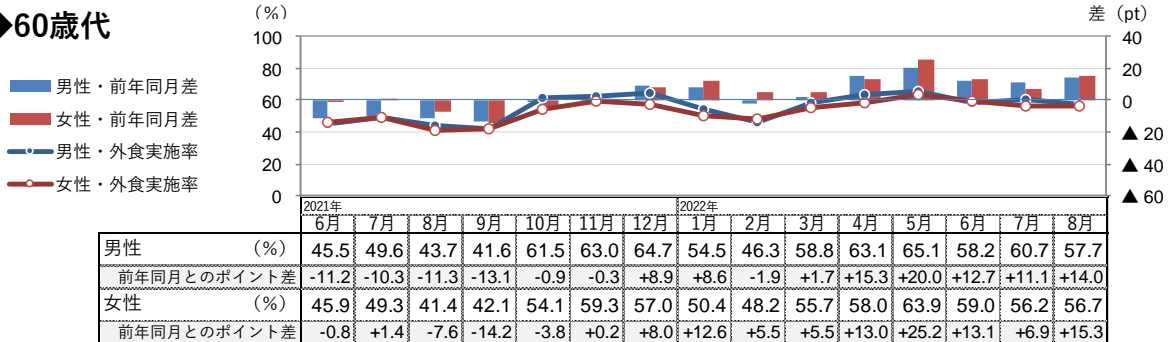
◆40歳代



◆50歳代



◆60歳代

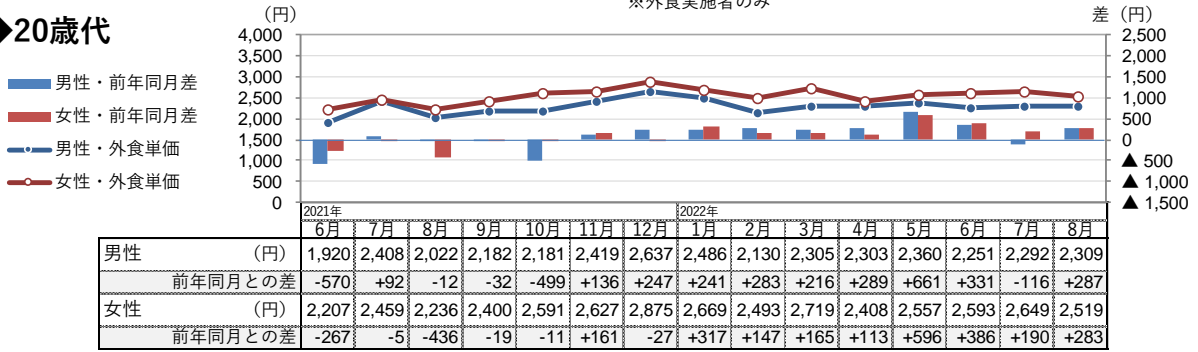


2022年 10月 3日

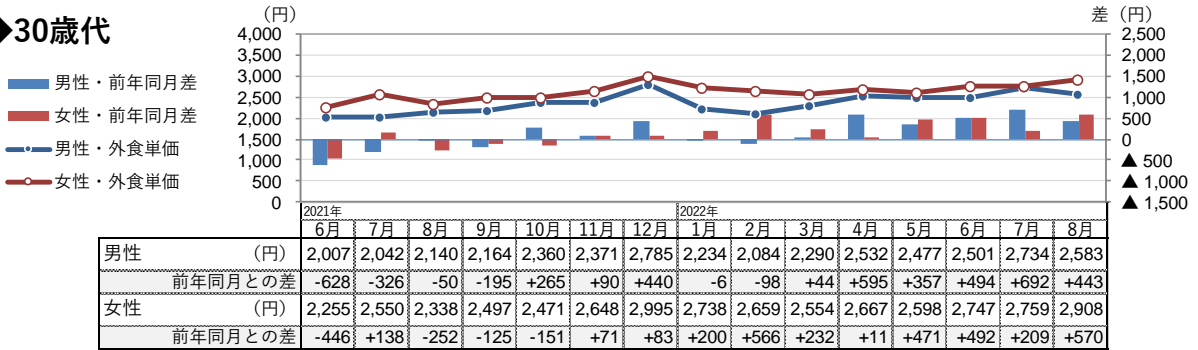
6. 性年代別 外食単価 【3圏域・計】

※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

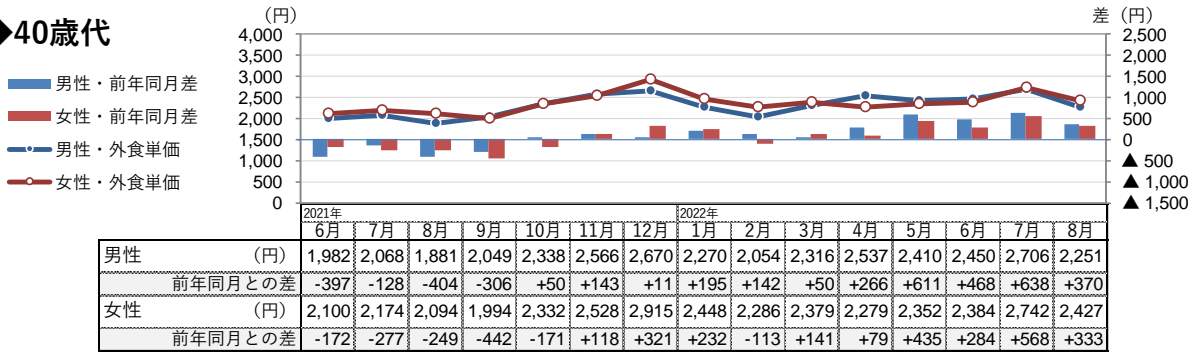
◆20歳代



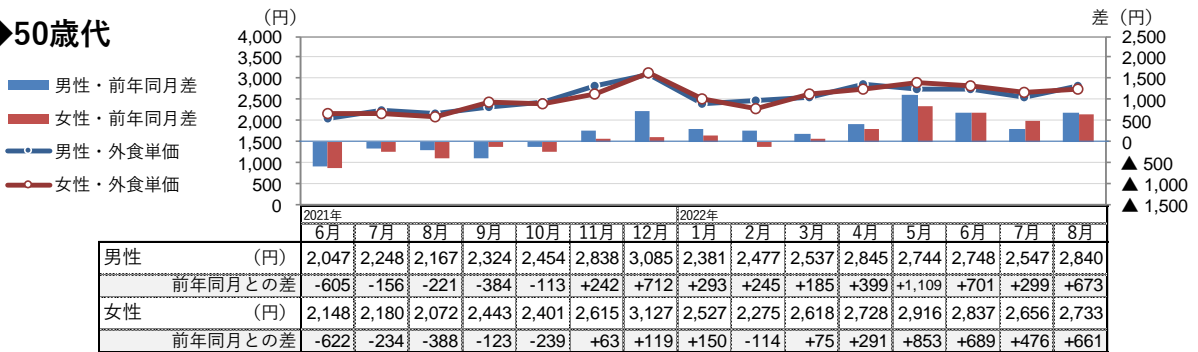
◆30歳代



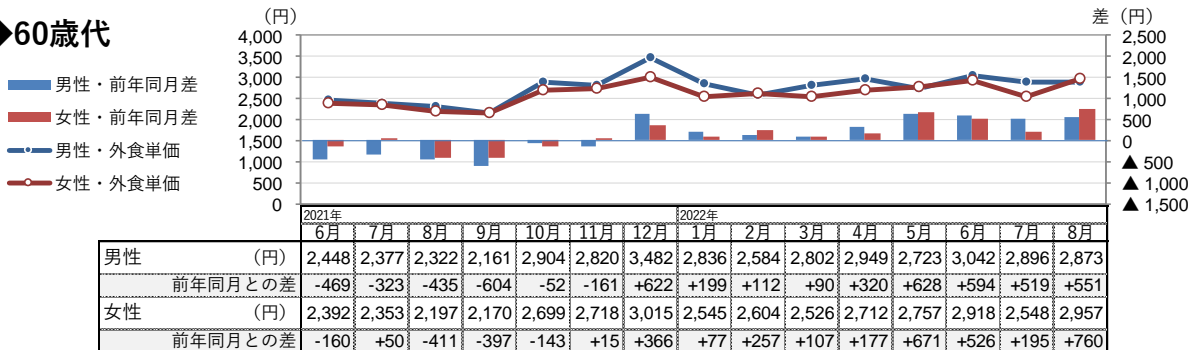
◆40歳代



◆50歳代



◆60歳代

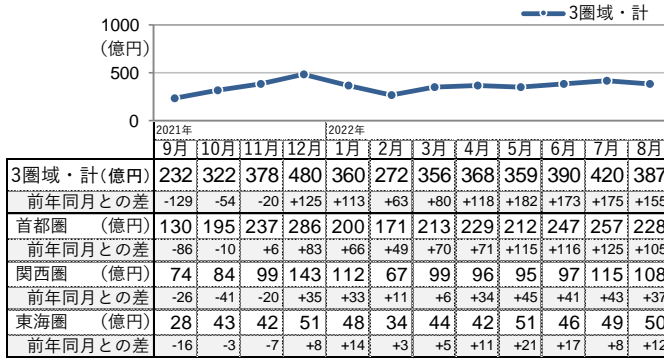


2022年10月3日

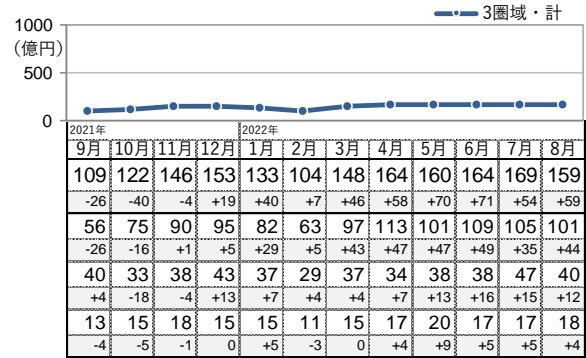
7.業態別 外食市場規模

※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、小数点第一位で四捨五入され0になったもの

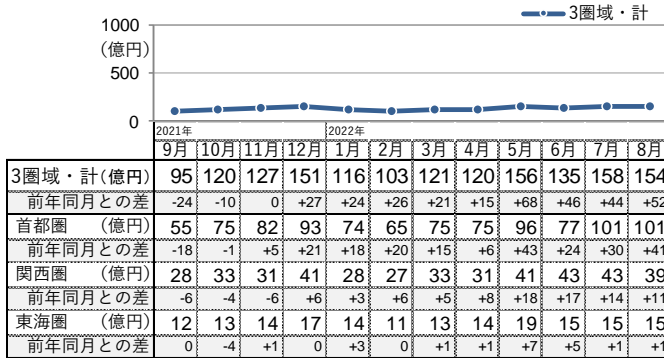
◆和食料理店（すし、割烹、料亭、郷土料理専門店等）



◆中華料理店（ラーメン専門店を除く）

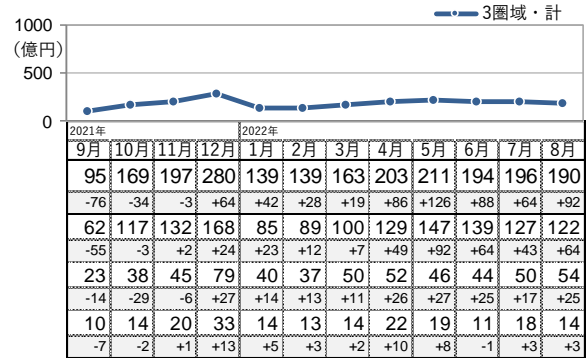


◆レストラン、食堂、ダイニング、洋食店



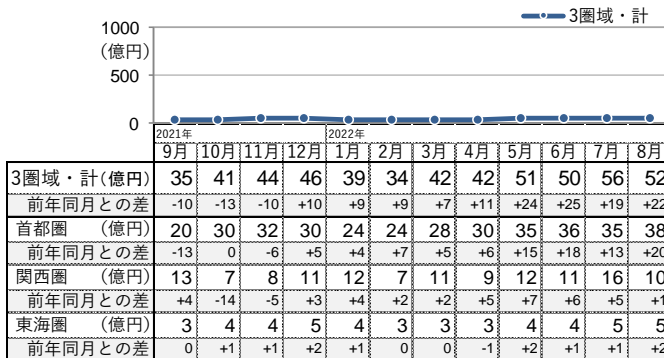
※ファミリーレストラン以外、フレンチ・イタリアン以外

◆フレンチ・イタリアン料理店

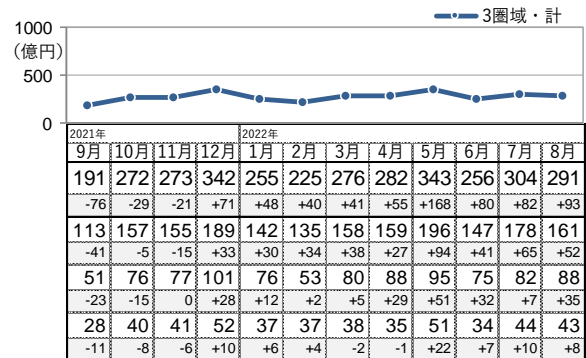


※ファミリーレストラン以外

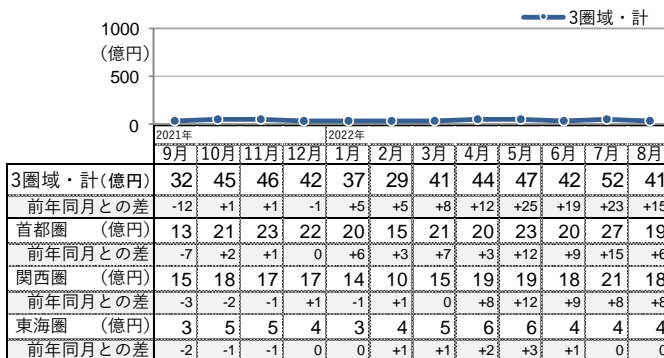
◆アジア料理店



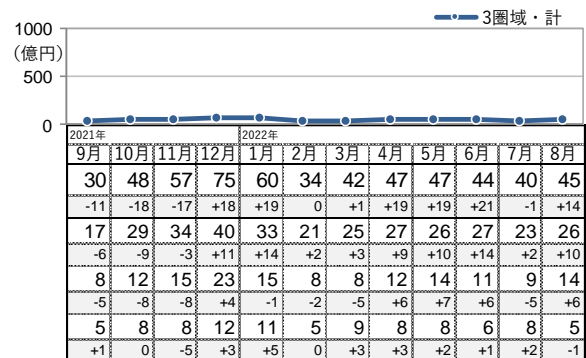
◆焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店



◆お好み焼き、鉄板焼き等の専門店

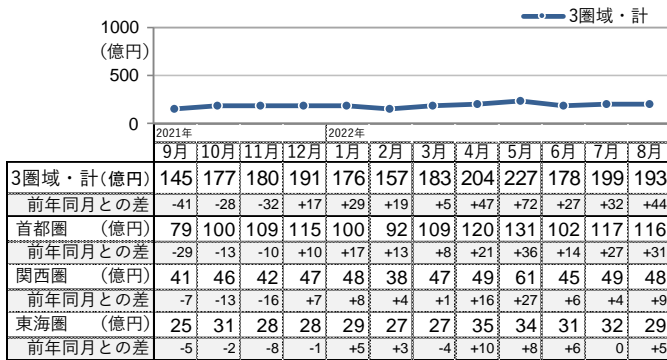


◆すき焼き、しゃぶしゃぶ、鍋、おでん等の専門店

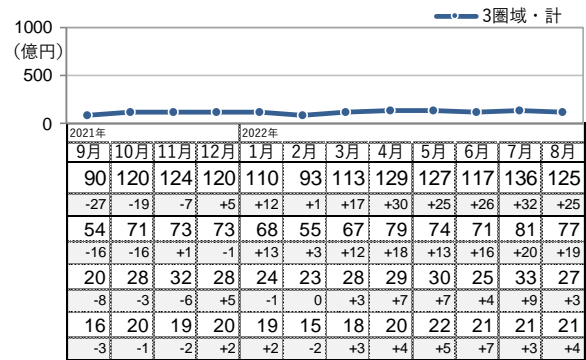


2022年 10月 3日

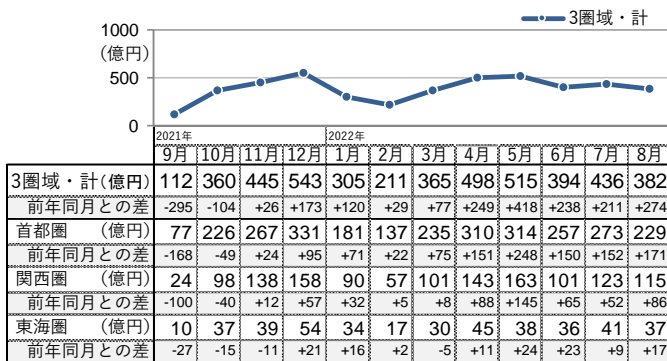
◆ファミリーレストラン、回転すし等



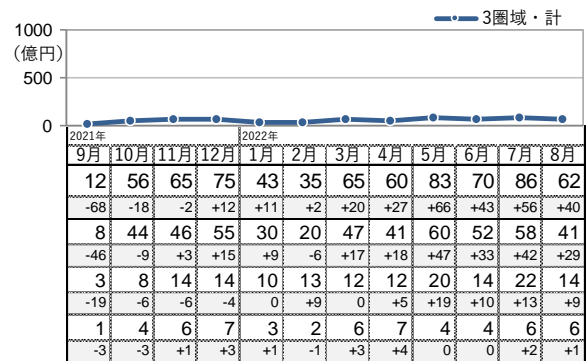
◆ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店



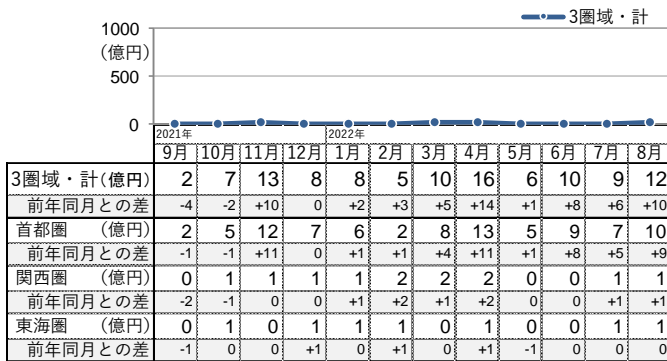
◆居酒屋(焼鳥、串焼き、串揚げ等、飲酒メインの業態を含む)



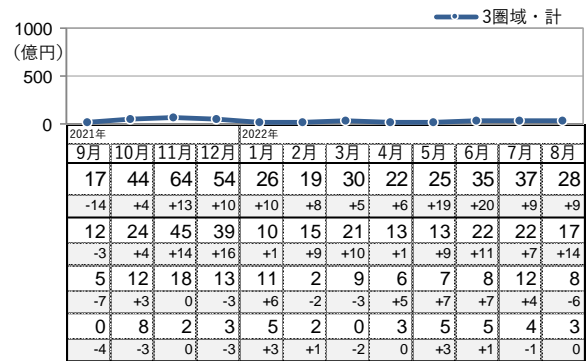
◆バー、バル、ワインバー、ビアホール、パブ



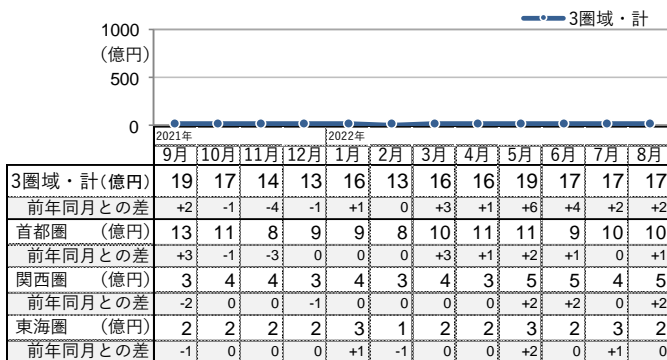
◆カラオケボックス



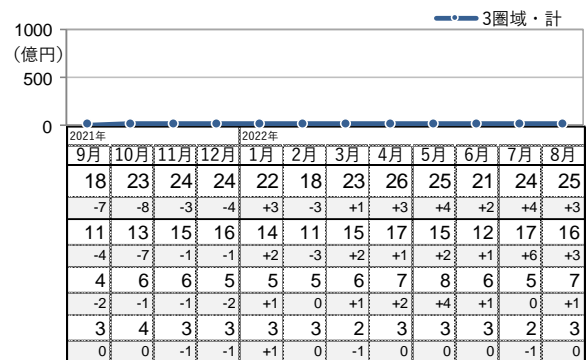
◆スナック、ナイトクラブ、キャバレー



◆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10月3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】	2022年8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、専門店は除く)	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	ファミリーストラ、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、キャバレー	ファストフード(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
外食市場規模 (億円)	387	159	154	190	52	291	41	45	193	125	382	62	12	28	17	25
前年同月との差	+155	+59	+52	+92	+22	+93	+15	+14	+44	+25	+274	+40	+10	+9	+2	+3
外食単価 (円)	3,905	2,330	2,525	5,074	2,778	3,608	2,675	3,385	1,493	1,124	3,329	3,934	3,317	7,938	822	753
前年同月との差	+652	+396	+441	+1,163	+472	+434	+337	+294	+66	+122	+151	-765	+1,392	-7,248	-32	+1
延べ外食回数 (万回)	990	684	611	374	188	807	152	133	1293	1112	1148	157	35	36	206	333
前年同月との差	+276	+167	+122	+124	+56	+184	+40	+33	+251	+115	+810	+111	+27	+23	+36	+45

↑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】	食事主体の店															
	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、専門店は除く)	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	ファミリーストラ、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、キャバレー	ファストフード(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
外食市場規模 (億円)	228	101	101	122	38	161	19	26	116	77	229	41	10	17	10	16
前年同月との差	+105	+44	+41	+64	+20	+52	+6	+10	+31	+19	+171	+29	+9	+14	+1	+3
外食単価 (円)	4,001	2,536	2,952	5,178	2,857	3,636	2,819	3,362	1,480	1,121	3,353	4,295	3,766	8,188	821	730
前年同月との差	+684	+561	+783	+1,331	+557	+429	+172	+222	+68	+127	+173	-386	+1,830	-2,804	-50	-30
延べ外食回数 (万回)	571	397	341	235	131	442	68	78	783	687	684	95	27	21	124	214
前年同月との差	+201	+106	+62	+84	+51	+101	+20	+25	+179	+99	+502	+70	+23	+19	+18	+41

↑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】	食事主体の店															
	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、専門店は除く)	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	ファミリーストラ、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、キャバレー	ファストフード(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
外食市場規模 (億円)	108	40	39	54	10	88	18	14	48	27	115	14	1	8	5	7
前年同月との差	+37	+12	+11	+25	+1	+35	+8	+6	+9	+3	+86	+9	+1	-6	+2	+1
外食単価 (円)	4,057	2,083	2,018	5,254	2,705	3,810	2,624	3,523	1,555	1,103	3,202	3,251	1,557	7,747	811	783
前年同月との差	+738	+218	-19	+1,130	+288	+451	+557	+459	+97	+99	+65	-2,380	+78	-17,667	+28	+78
延べ外食回数 (万回)	267	194	193	103	37	230	67	39	312	246	361	45	5	10	57	84
前年同月との差	+52	+42	+57	+33	+2	+72	+21	+13	+44	+4	+268	+36	+4	+5	+16	+5

↑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】	食事主体の店															
	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、専門店は除く)	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	ファミリーストラ、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、キャバレー	ファストフード(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
外食市場規模 (億円)	50	18	15	14	5	43	4	5	29	21	37	6	1	3	2	3
前年同月との差	+12	+4	+1	+3	+2	+8	0	-1	+5	+4	+17	+1	0	0	0	0
外食単価 (円)	3,274	1,966	1,907	3,876	2,380	3,169	2,300	3,170	1,449	1,168	3,618	3,718	2,083	7,205	851	825
前年同月との差	+314	+51	+56	+138	+277	+320	+81	+169	+20	+139	+384	-355	-5	+1,245	-47	+8
延べ外食回数 (万回)	152	93	77	36	19	135	17	16	199	179	103	17	3	4	24	35
前年同月との差	+23	+18	+3	+6	+2	+11	-2	-5	+29	+12	+40	+5	0	-1	+2	-1

↑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10月3日

<参考>過去調査の調査概要

		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	2021年 12月度		
事前調査	実施期間	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)	21/11/19 (金) ~11/30 (火)		
	配信数(件)	484,599	481,637	497,678	482,122	493,268	482,052	484,500		
	回収数(件)	32,910	32,691	33,581	34,386	33,493	34,247	32,349		
	回収率	6.8%	6.8%	6.7%	7.1%	6.8%	7.1%	6.7%		
	本調査対象者数(件)	16,055	15,347	15,347	16,515	16,137	16,755	15,916		
本調査	実施期間	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)	22/1/4 (火) ~1/12 (水)		
	配信数(件)	12,153	12,305	11,860	12,231	12,103	12,158	12,093		
	回収数(件)	10,113	9,671	10,268	9,994	9,714	9,736	9,813		
	回収率	83.2%	78.6%	86.6%	81.7%	80.3%	80.1%	81.1%		
	有効回答数(件)	10,007	9,564	10,146	9,873	9,616	9,627	9,735		
集計サンプル数	個人単位	居住圏	3圏域計(件)	10,007	9,564	10,146	9,873	9,616	9,627	9,735
		首都圏(件)	5,764	5,509	5,844	5,687	5,539	5,545	5,607	
		関西圏(件)	2,718	2,597	2,755	2,681	2,612	2,615	2,644	
		東海圏(件)	1,525	1,458	1,546	1,505	1,466	1,467	1,484	
	外食単位	消費圏	3圏域計(件)	15,709	17,399	16,456	14,822	20,453	21,812	23,094
		首都圏(件)	9,382	9,677	9,267	8,735	11,954	13,054	13,617	
		関西圏(件)	4,013	4,960	4,423	3,836	5,508	5,789	6,315	
		東海圏(件)	2,314	2,762	2,765	2,251	2,991	2,969	3,163	

※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月度	2022年 2月度	2022年 3月度	2022年 4月度	2022年 5月度	2022年 6月度	2022年 7月度		
事前調査	実施期間	21/12/15 (水) ~12/28 (火)	22/1/19 (水) ~1/31 (月)	22/2/16 (水) ~2/28 (月)	22/3/22 (火) ~3/30 (水)	22/4/19 (火) ~4/28 (木)	22/5/19 (木) ~5/31 (火)	22/6/21 (火) ~6/30 (木)		
	配信数(件)	486,896	487,824	479,850	377,588	318,983	463,675	476,023		
	回収数(件)	32,116	32,812	33,114	46,042	44,211	31,449	29,317		
	回収率	6.6%	6.7%	6.9%	12.2%	13.9%	6.8%	6.2%		
	本調査対象者数(件)	15,195	15,748	15,836	16,817	15,888	15,284	14,747		
本調査	実施期間	22/2/1 (火) ~2/9 (水)	22/3/1 (火) ~3/9 (水)	22/4/1 (金) ~4/11 (月)	22/5/2 (月) ~5/16 (月)	22/6/1 (水) ~6/13 (月)	22/7/1 (金) ~7/8 (金)	22/8/1 (月) ~8/9 (火)		
	配信数(件)	11,941	11,905	11,913	12,690	12,602	12,539	12,428		
	回収数(件)	9,561	9,689	9,656	5,632	6,298	9,762	10,128		
	回収率	80.1%	81.4%	81.1%	44.4%	50.0%	77.9%	81.5%		
	有効回答数(件)	9,466	9,590	9,540	5,565	6,239	9,666	10,027		
集計サンプル数	個人単位	居住圏	3圏域計(件)	9,466	9,590	9,540	5,565	6,239	9,666	10,027
		首都圏(件)	5,452	5,524	5,495	3,218	3,608	5,590	5,799	
		関西圏(件)	2,571	2,604	2,591	1,505	1,687	2,614	2,712	
		東海圏(件)	1,443	1,462	1,454	842	944	1,462	1,517	
	外食単位	消費圏	3圏域計(件)	18,856	16,311	20,394	13,334	15,903	21,283	23,710
		首都圏(件)	11,125	9,791	12,114	7,993	9,260	12,544	13,968	
		関西圏(件)	5,035	4,209	5,609	3,432	4,506	5,708	6,484	
		東海圏(件)	2,696	2,311	2,671	1,908	2,137	3,031	3,258	

※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 10月 3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、一人ひとり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、マッチング&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、60を超える国・地域で事業を展開しています。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、一人ひとり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。