

2021年12月1日



外食市場調査（2021年10月度）

2021年10月の外食市場規模は2114億円（前年同月比 -413億円・東名阪3圏域計）
外食市場規模は前年同月比 83.7%、2019年比では 67.3%
飲酒主体業態・計の市場規模が2019年比 53.8%まで持ち直し

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10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 **83.7%**、**2019年比 67.3%**。**2019年比は前月の 42.6%**から改善傾向
2. 飲酒主体業態の市場規模は **2019年比 53.8%**。前月（同 **17.0%**）から大幅改善

2021年10月の外食市場規模は、3圏域合計で2114億円。前年同月比（以下、前年比）は-413億円。市場規模は5カ月連続で前年比マイナスだが、マイナス幅は前月（前年比-870億円）より縮小し、コロナ禍前の2019年10月比では67.3%と、前月（2019年比 42.6%）よりマイナス幅が大幅に縮小した。10月は全国で緊急事態宣言が解除され、飲食店の営業時間や酒類提供の制約も緩和された。市場規模は食事主体業態・計（2019年比 74.3%）、飲酒主体業態・計（同 53.8%）、軽食主体業態・計（同 65.5%）、いずれも改善傾向で、特に飲酒主体業態では前月の2019年同月比（17.0%）から大幅に改善した。主要16業態では「スナック、ナイトクラブ、キャバレー」「お好み焼き、鉄板焼き等の専門店」で市場規模が前年比プラスに転じ、延べ外食回数でも「カラオケボックス」が前年実績超えた。

【3圏域計（首都圏・関西圏・東海圏）】 [P3]

- 2021年10月の外食（※1）実施率は60.0%（前月比増減 +13.5pt、前年比増減 -4.5pt）
 - 2021年10月の外食頻度（※2）は3.54回/月（前月比増減 +0.31回、前年比増減 -0.25回）
 - 2021年10月の外食単価は2,455円（前月比増減 +233円、前年比増減 -83円）
 - 2021年10月の外食市場規模（※3）は2114億円（前月比増減 +764億円、前年比増減 -413億円）
- ※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：58.9%（前年比増減 -3.5pt）、関西圏：61.1%（同 -6.8pt）、東海圏：62.2%（同 -3.7pt）
- 外食頻度は、首都圏：3.66回/月（前年比増減 -0.24回）、関西圏：3.45回/月（同 -0.26回）、東海圏：3.28回/月（同 -0.27回）
- 外食単価は、首都圏：2,565円（前年比増減 +24円）、関西圏：2,389円（同 -293円）、東海圏：2,138円（同 -115円）
- 外食市場規模は、首都圏：1291億円（前年比増減 -155億円）、関西圏：554億円（同 -200億円）、東海圏：269億円（同 -58億円）

【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 -104億円）、「和食料理店」（同 -54億円）等主要16業態中14業態で前年を下回った。
- 「居酒屋」は単価が増加したものの（前年比増減 +25円）、延べ回数が減少し（同 -309万回）、「和食料理店」（同 延べ回数 -133万回、単価 -36円）等は延べ回数・単価ともに減少した。

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（2021年10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：調査の協力者を募集
 - 記録期間：モニターが記録用紙をダウンロード
 - 本調査：翌月頭に本調査画面をオープン
- **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

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	実施期間	配信数	回収数	回収率	有効回答数
2021年9月17日（金）～ 2021年9月30日（木）	493,268件	33,493件	6.8%	16,137件	2021年11月1日（月）～ 2021年11月8日（月）	12,103件	9,714件	80.3%	9,616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	
9,616	5,539	2,612	1,466		864	928	1,194	1,009	851	827	899	1,166	985	892	
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	
20,453	11,954	5,508	2,991	
100.0	58.4	26.9	14.6	

※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

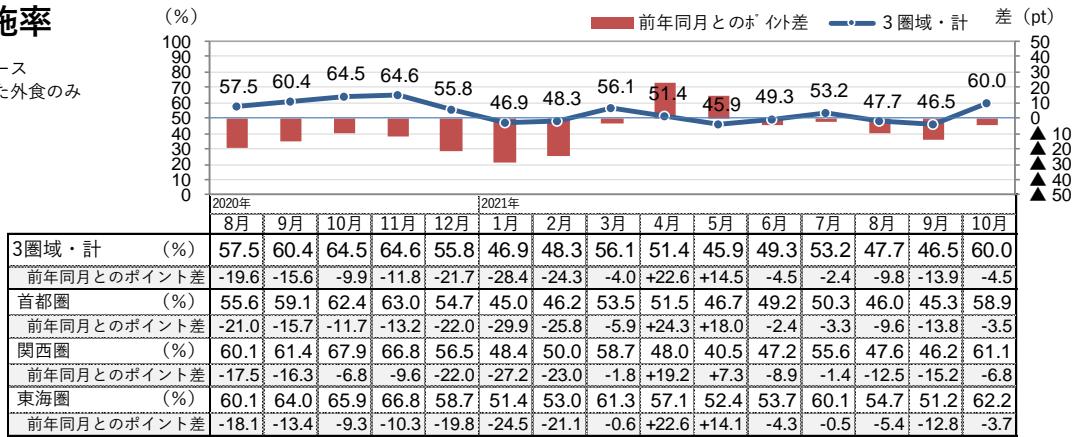
- **外食した店の業態** ・外食1回につき次の26分類から当てはまるものを1つ聴取、本リリースではうち16業態を掲出。

選 択 肢	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、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					

2021年12月1日

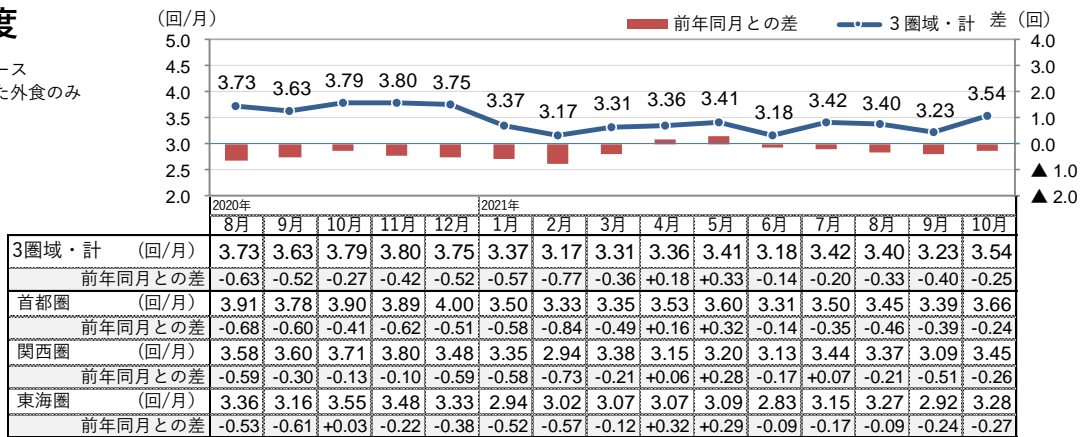
1. 外食実施率

※個人単位集計ベース
※圏域内で行われた外食のみ



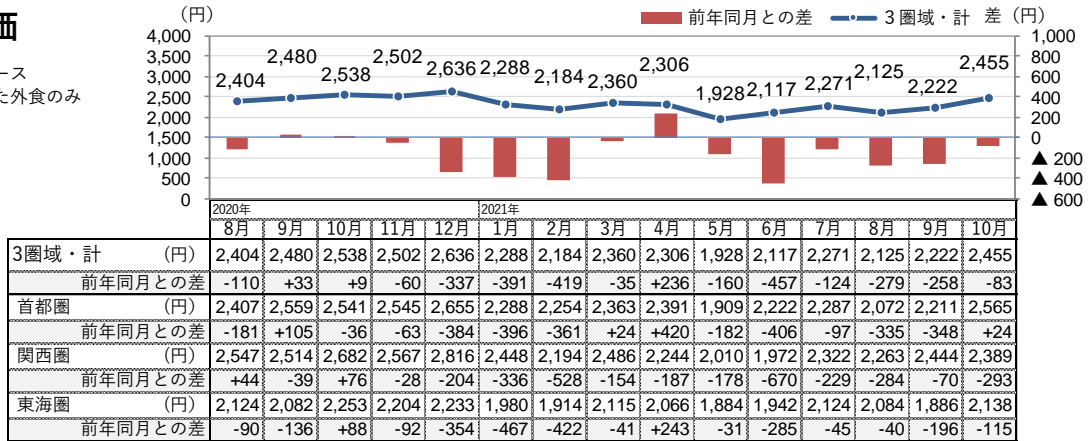
2. 外食頻度

※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



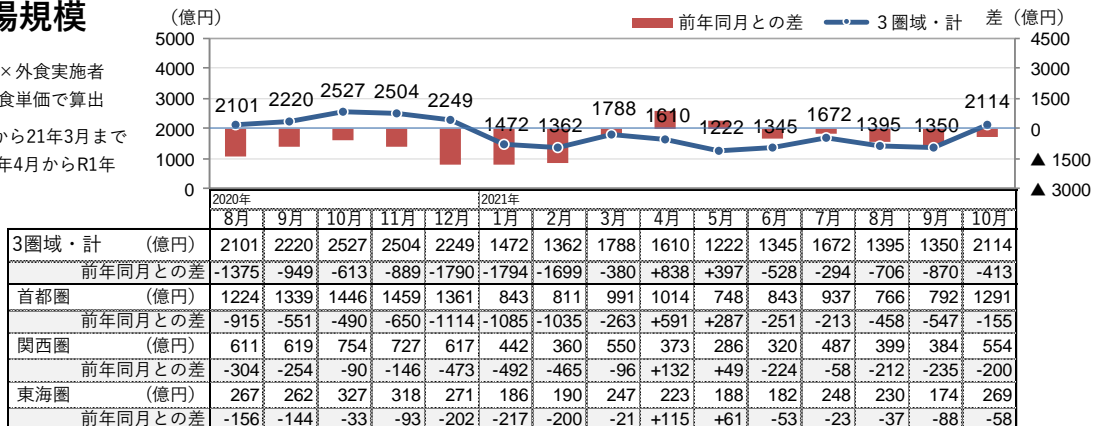
3. 外食単価

※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



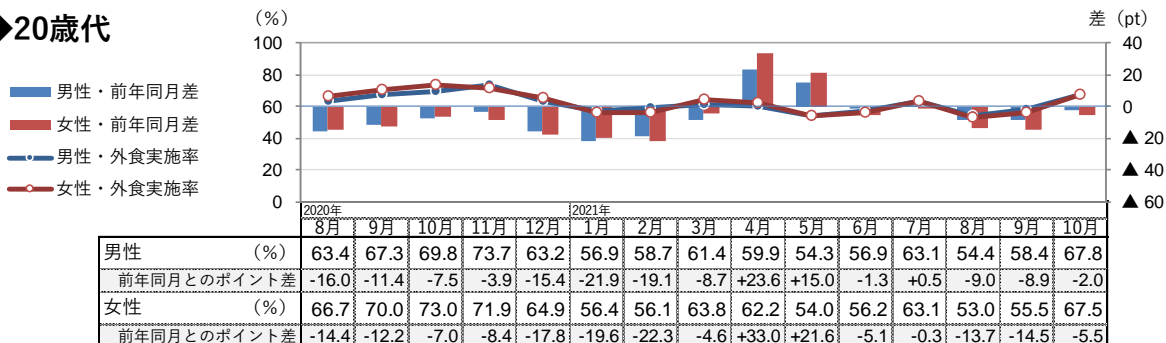
<参考>20年度
→21年度の基準人口の増減率
3圏域・計：-0.7%
首都圏：-0.4%
関西圏：-1.3%
東海圏：-0.7%

2021年12月1日

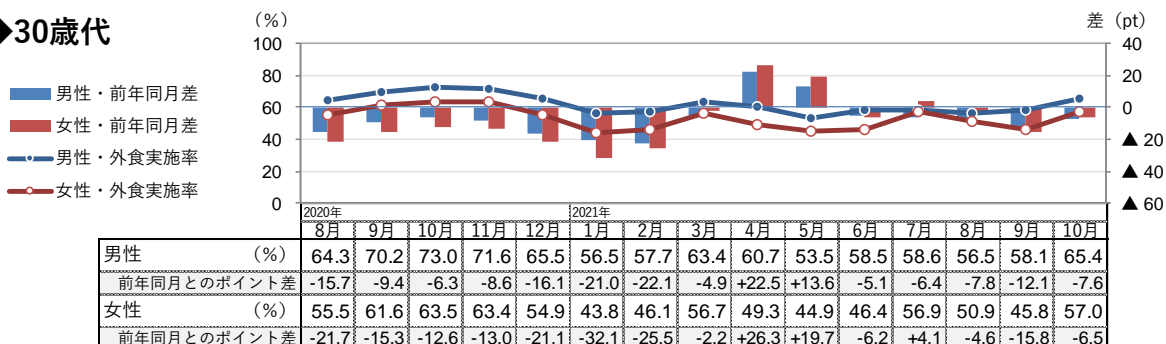
5. 性年代別 外食実施率 【3圏域・計】

※個人単位集計ベース
※圏域内で行われた外食のみ

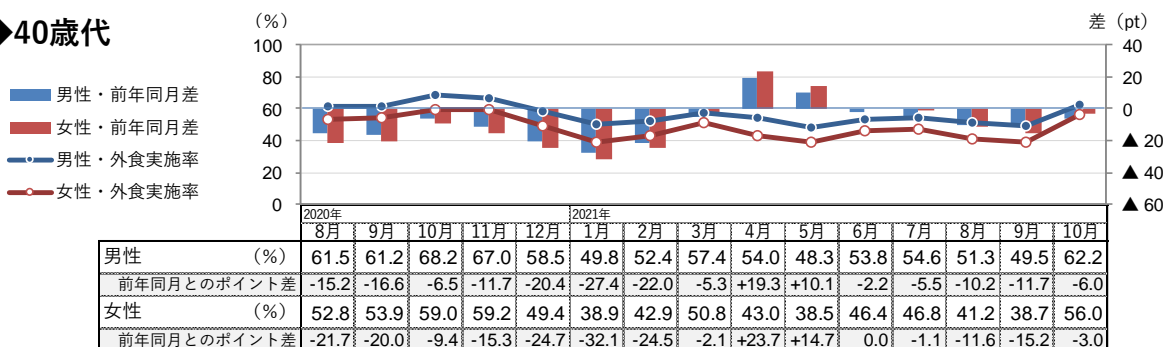
◆20歳代



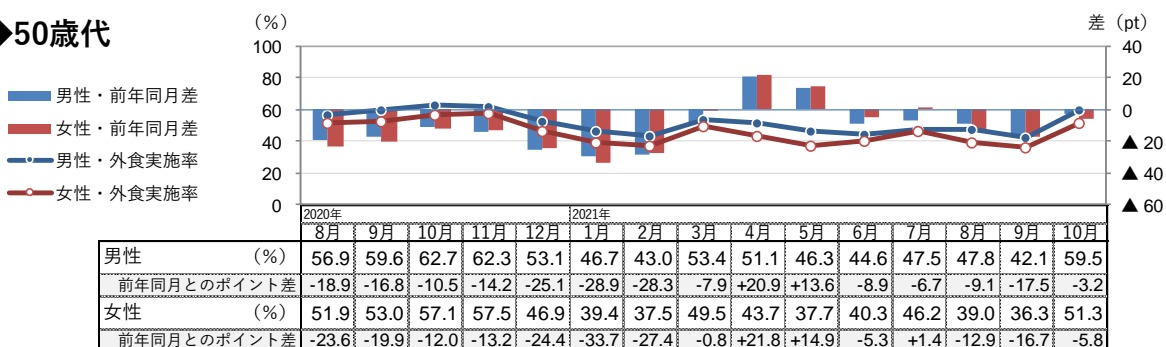
◆30歳代



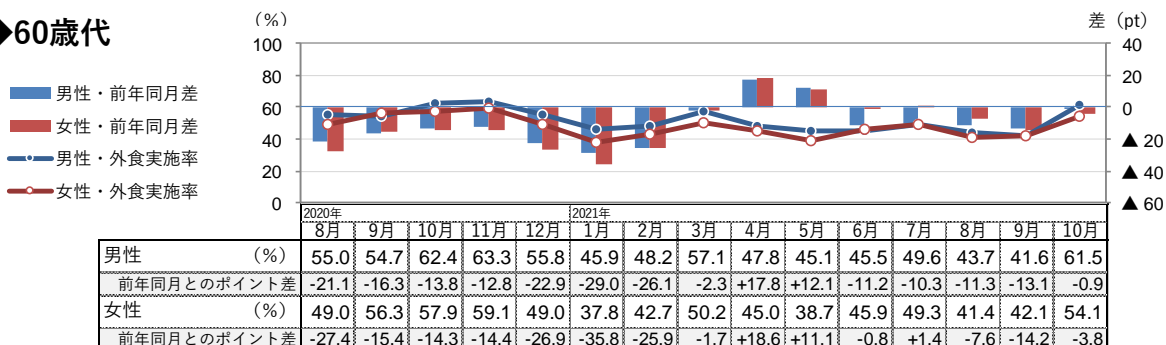
◆40歳代



◆50歳代



◆60歳代

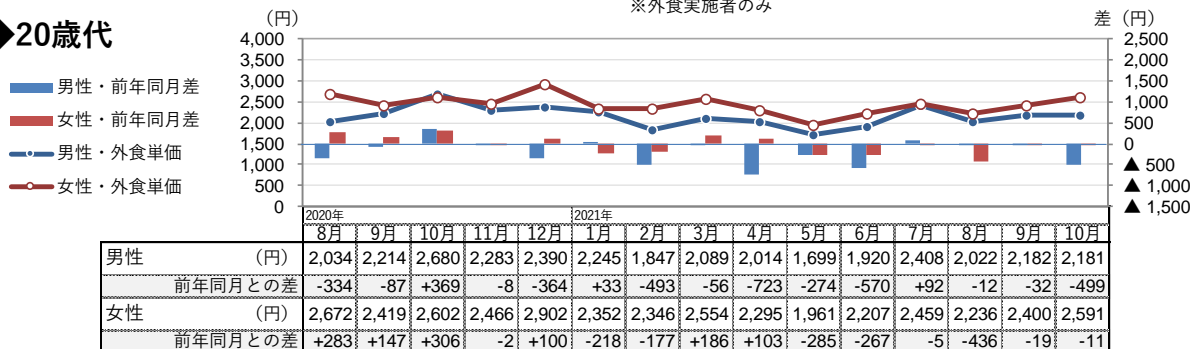


2021年12月1日

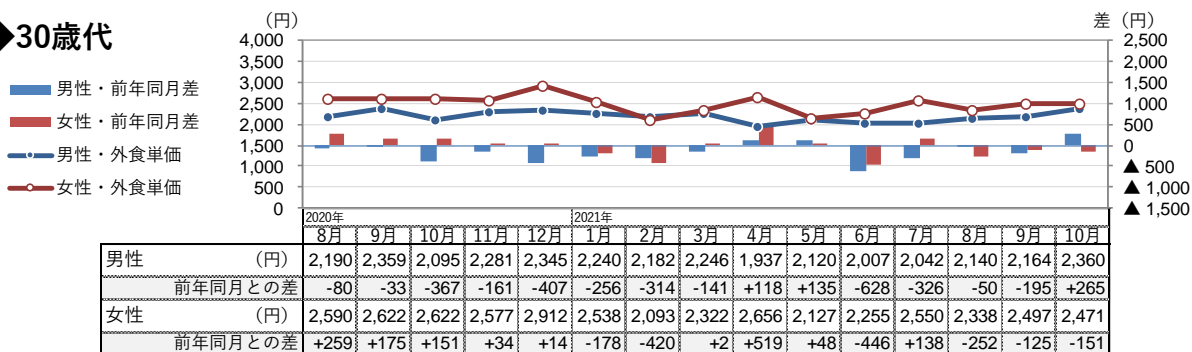
6. 性年代別 外食単価 【3圏域・計】

※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

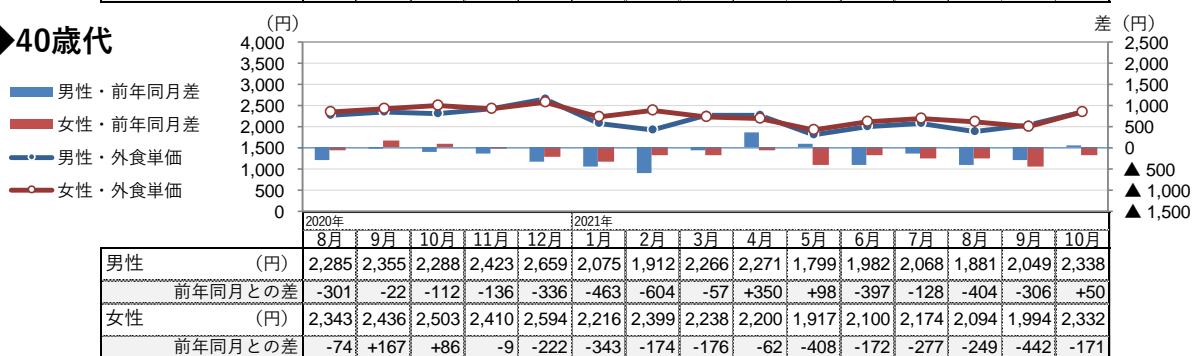
◆20歳代



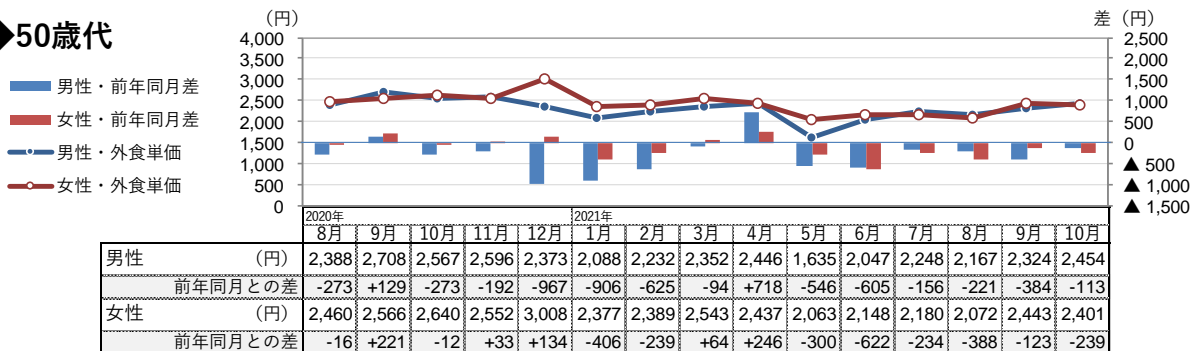
◆30歳代



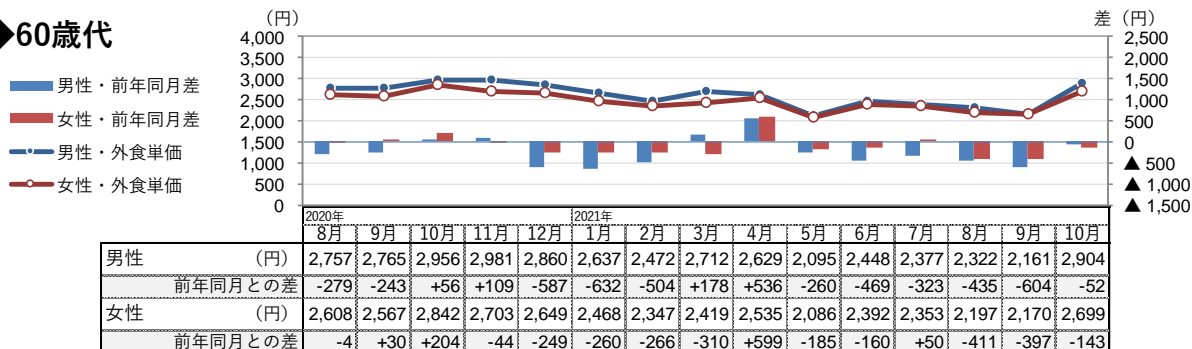
◆40歳代



◆50歳代



◆60歳代

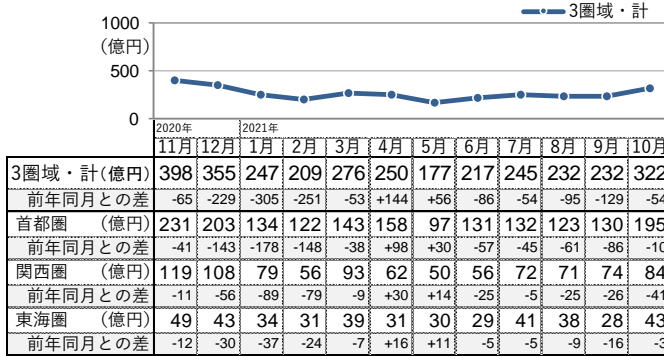


2021年12月1日

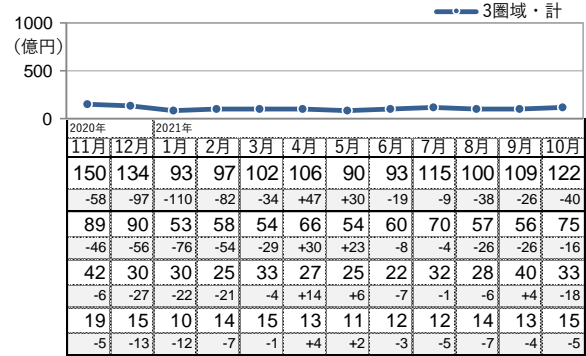
7.業態別 外食市場規模

※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

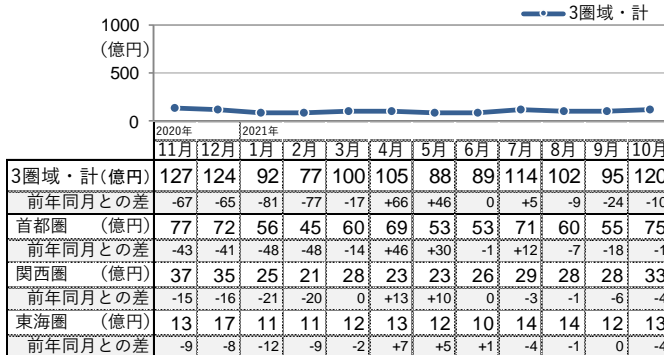
◆和食料理店（すし、割烹、料亭、郷土料理専門店等）



◆中華料理店（ラーメン専門店を除く）

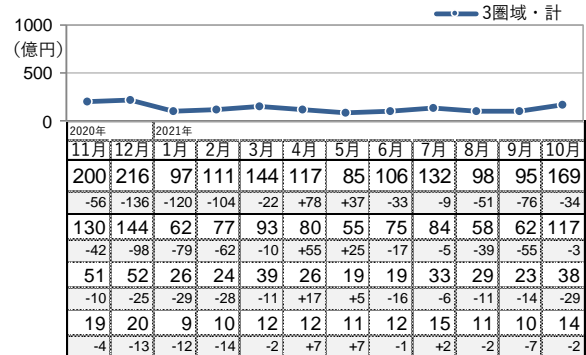


◆レストラン、食堂、ダイニング、洋食店



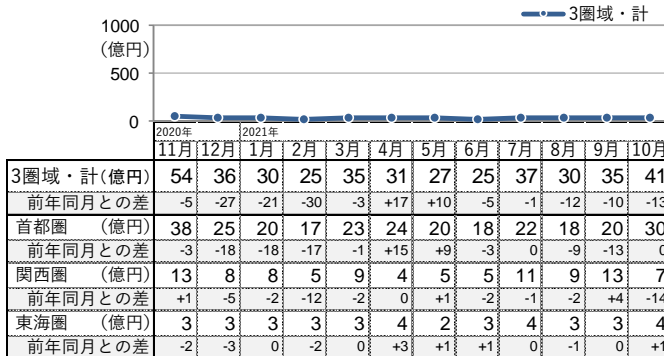
※ファミリーレストラン以外、フレンチ・イタリアン以外

◆フレンチ・イタリアン料理店

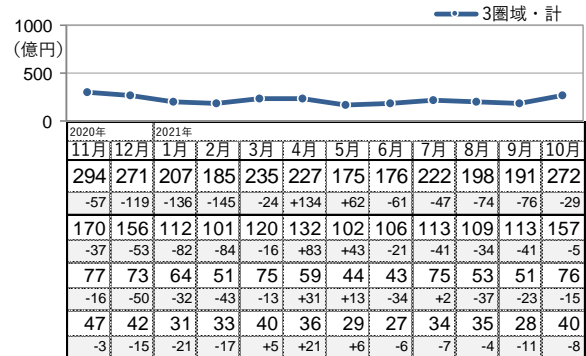


※ファミリーレストラン以外

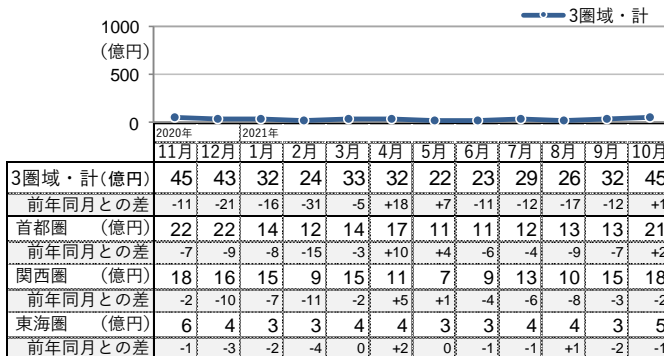
◆アジア料理店



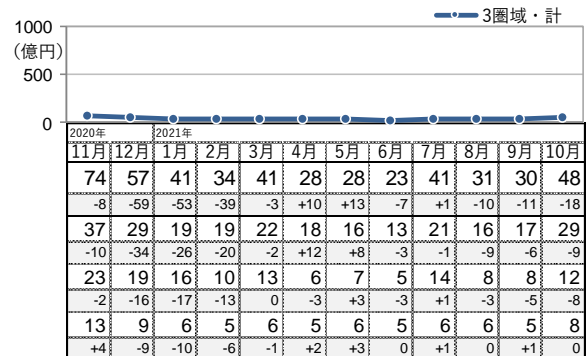
◆焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店



◆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



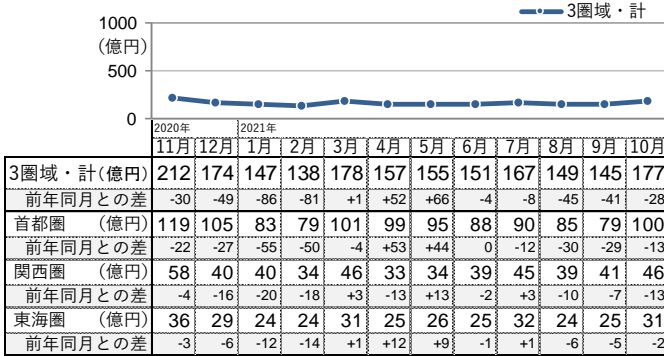
2021年12月1日

※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

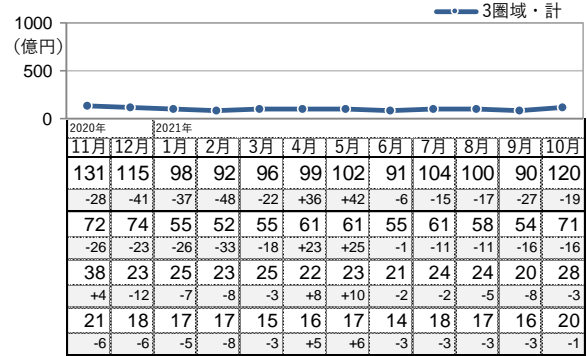
※業態は、26分類のうち16業態を掲出

※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

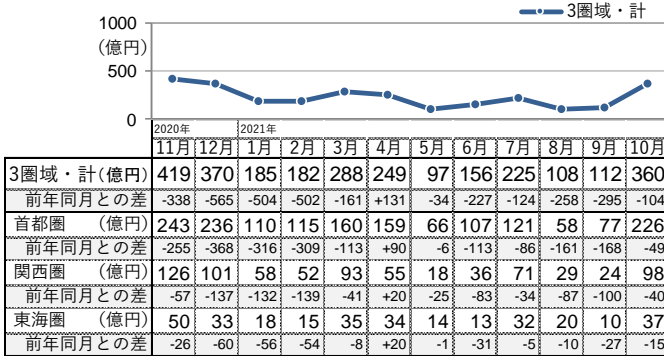
◆ファミリーレストラン、回転すし等



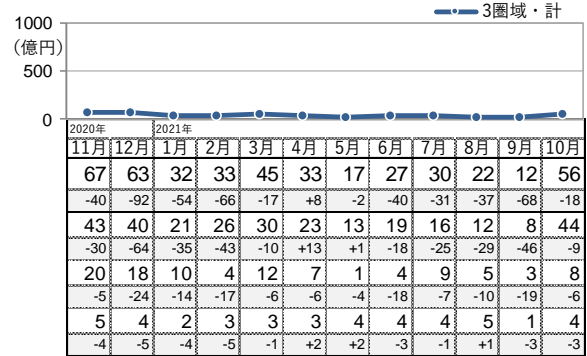
◆ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店



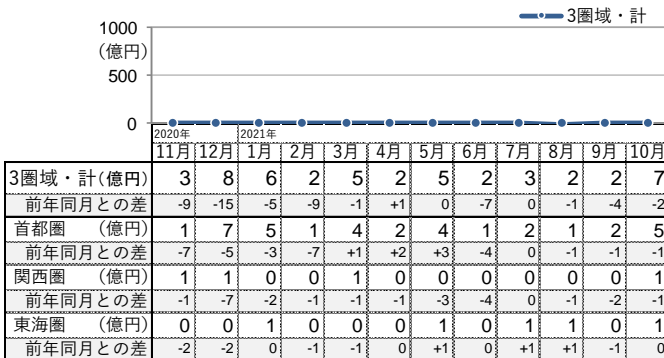
◆居酒屋 (焼鳥、串焼き、串揚げ等、飲酒メインの業態を含む)



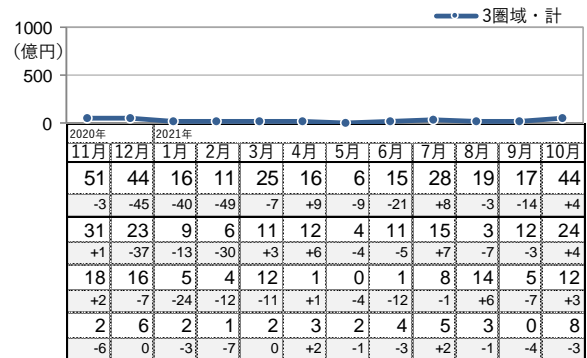
◆バー、バル、ワインバー、ビアホール、パブ



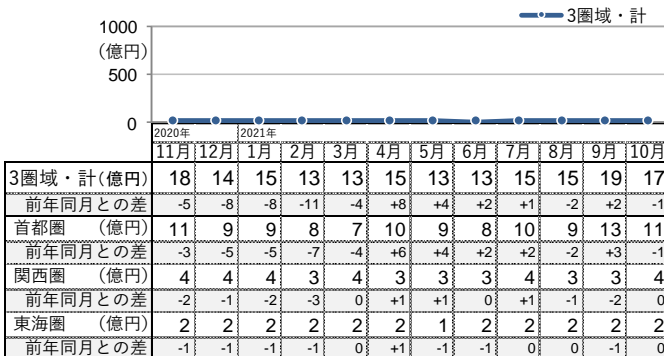
◆カラオケボックス



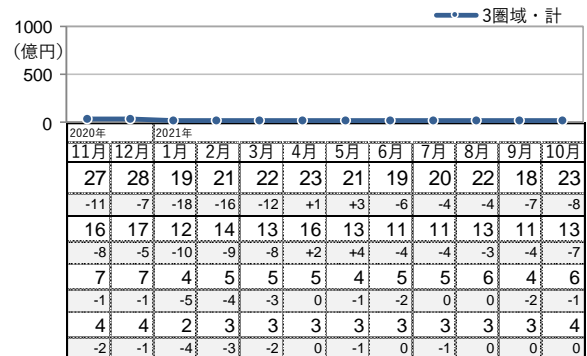
◆スナック、ナイトクラブ、キャバレー



◆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



2021年12月1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10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、そ 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 バレー	ファス トフー ド(ﾊﾝ ﾊﾞｰｶﾞｰ、 ｶｯﾄｲｯｼ 等)	牛丼、カ レー等、 一品も の専売 業態
外食市場規模 (億円)	322	122	120	169	41	272	45	48	177	120	360	56	7	44	17	23
前年同月との差	-54	-40	-10	-34	-13	-29	+1	-18	-28	-19	-104	-18	-2	+4	-1	-8
外食単価 (円)	3,760	1,968	2,127	4,280	2,564	3,532	2,836	3,407	1,444	1,089	3,464	3,886	2,475	9,435	812	727
前年同月との差	-36	-292	-101	+33	-508	-55	+132	-362	-27	-6	+25	-78	-1,402	+965	-2	-27
延べ外食回数 (万回)	856	622	566	395	161	770	158	142	1,223	1,099	1,040	144	29	47	207	313
前年同月との差	-133	-95	-16	-83	-16	-69	-6	-33	-168	-167	-309	-44	+6	0	-18	-101

↑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10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、そ 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 バレー	ファス トフー ド(ﾊﾝ ﾊﾞｰｶﾞｰ、 ｶｯﾄｲｯｼ 等)	牛丼、カ レー等、 一品も の専売 業態
外食市場規模 (億円)	195	75	75	117	30	157	21	29	100	71	226	44	5	24	11	13
前年同月との差	-10	-16	-1	-3	0	-5	+2	-9	-13	-16	-49	-9	-1	+4	-1	-7
外食単価 (円)	4,019	2,169	2,264	4,456	2,624	3,585	2,939	3,430	1,419	1,107	3,567	4,198	2,592	11,960	809	730
前年同月との差	+97	-57	+27	+290	+59	+19	-387	-337	-77	-15	-13	-60	-3,322	+2,725	-42	-21
延べ外食回数 (万回)	485	345	329	263	113	437	72	83	705	642	633	104	21	20	136	180
前年同月との差	-38	-64	-11	-25	-3	-16	+15	-18	-52	-135	-134	-20	+11	-1	-2	-90

↑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10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、そ 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 バレー	ファス トフー ド(ﾊﾝ ﾊﾞｰｶﾞｰ、 ｶｯﾄｲｯｼ 等)	牛丼、カ レー等、 一品も の専売 業態
外食市場規模 (億円)	84	33	33	38	7	76	18	12	46	28	98	8	1	12	4	6
前年同月との差	-41	-18	-4	-29	-14	-15	-2	-8	-13	-3	-40	-6	-1	+3	0	-1
外食単価 (円)	3,655	1,748	2,075	3,986	2,267	3,717	2,729	3,213	1,533	1,079	3,199	2,885	2,259	6,732	858	717
前年同月との差	-325	-706	-417	-801	-2,555	-218	+336	-896	+48	+18	+54	-289	+142	+176	+116	-28
延べ外食回数 (万回)	231	188	161	95	33	204	67	36	297	264	305	28	6	18	43	84
前年同月との差	-82	-19	+12	-45	-11	-27	-16	-12	-98	-26	-133	-17	-1	+5	-14	-12

↑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10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、そ 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 バレー	ファス トフー ド(ﾊﾝ ﾊﾞｰｶﾞｰ、 ｶｯﾄｲｯｼ 等)	牛丼、カ レー等、 一品も の専売 業態
外食市場規模 (億円)	43	15	13	14	4	40	5	8	31	20	37	4	1	8	2	4
前年同月との差	-3	-5	-4	-2	+1	-8	-1	0	-2	-1	-15	-3	0	-3	0	0
外食単価 (円)	3,035	1,649	1,643	3,800	2,759	3,070	2,817	3,625	1,404	1,042	3,609	3,493	2,074	9,644	752	734
前年同月との差	+31	-358	-131	+572	+765	-63	+497	+470	+33	+3	+25	-467	-430	+409	-24	-51
延べ外食回数 (万回)	140	89	76	37	15	129	19	23	221	194	101	12	3	8	28	49
前年同月との差	-14	-12	-17	-14	-2	-25	-5	-3	-19	-5	-44	-7	-2	-4	-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

2021年12月1日

<参考>過去調査の調査概要

		2020年 8月度	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		
事前調査	実施期間	20/7/22 (水) ~8/3 (月)	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)		
	配信数(件)	499,406	518,612	484,830	504,139	502,057	506,069	484,472		
	回収数(件)	32,365	33,588	32,518	32,768	32,419	32,937	33,269		
	回収率	6.5%	6.5%	6.7%	6.5%	6.5%	6.5%	6.9%		
	本調査対象者数(件)	16,245	16,114	15,738	15,701	15,973	16,073	16,549		
本調査	実施期間	20/9/1 (火) ~9/8 (火)	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)		
	配信数(件)	12,604	12,686	11,336	12,123	11,460	12,485	12,461		
	回収数(件)	10,364	10,107	9,093	9,944	9,707	10,393	10,334		
	回収率	82.2%	79.7%	80.2%	82.0%	84.7%	83.2%	82.9%		
	有効回答数(件)	10,260	9,994	9,008	9,851	9,597	10,264	10,198		
集計サンプル数	個人単位	居住圏	3圏域計(件)	10,260	9,994	9,008	9,851	9,597	10,264	10,198
		首都圏(件)	5,891	5,738	5,172	5,656	5,510	5,893	5,856	
		関西圏(件)	2,804	2,732	2,462	2,693	2,623	2,806	2,788	
		東海圏(件)	1,564	1,524	1,373	1,502	1,463	1,565	1,555	
	外食単位	消費圏	3圏域計(件)	21,998	21,951	21,997	24,184	20,085	16,198	15,600
		首都圏(件)	12,801	12,829	12,578	13,852	12,064	9,277	9,007	
		関西圏(件)	6,037	6,040	6,209	6,840	5,161	4,551	4,106	
		東海圏(件)	3,160	3,082	3,210	3,491	2,860	2,370	2,488	

※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 3月度	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		
事前調査	実施期間	21/2/17 (水) ~3/1 (月)	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)		
	配信数(件)	496,521	498,407	498,902	484,599	481,637	497,678	482,122		
	回収数(件)	33,663	32,483	32,904	32,910	32,691	33,581	34,386		
	回収率	6.8%	6.5%	6.6%	6.8%	6.8%	6.7%	7.1%		
	本調査対象者数(件)	16,075	16,065	16,105	16,055	15,347	15,347	16,515		
本調査	実施期間	21/4/1 (木) ~4/12 (月)	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)		
	配信数(件)	12,436	12,200	12,109	12,153	12,305	11,860	12,231		
	回収数(件)	10,194	10,251	9,996	10,113	9,671	10,268	9,994		
	回収率	82.0%	84.0%	82.6%	83.2%	78.6%	86.6%	81.7%		
	有効回答数(件)	10,089	10,125	9,851	10,007	9,564	10,146	9,873		
集計サンプル数	個人単位	居住圏	3圏域計(件)	10,089	10,125	9,851	10,007	9,564	10,146	9,873
		首都圏(件)	5,793	5,832	5,674	5,764	5,509	5,844	5,687	
		関西圏(件)	2,758	2,750	2,675	2,718	2,597	2,755	2,681	
		東海圏(件)	1,538	1,543	1,501	1,525	1,458	1,546	1,505	
	外食単位	消費圏	3圏域計(件)	18,745	17,459	15,431	15,709	17,399	16,456	14,822
		首都圏(件)	10,377	10,604	9,530	9,382	9,677	9,267	8,735	
		関西圏(件)	5,476	4,153	3,466	4,013	4,960	4,423	3,836	
		東海圏(件)	2,892	2,701	2,434	2,314	2,762	2,765	2,251	

※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 12 月 1 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/>