

2022年5月9日



外食市場調査（2022年3月度）

2022年3月の外食市場規模は2146億円（前年同月比+358億円・東名阪3圏域計）
外食市場規模は4カ月連続で前年同月比プラス
2019年同月（コロナ禍前）比も回復傾向。主要全16業態で前年比プラス

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2022年3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4カ月連続で前年同月超え。前年同月比**120.1%**、**2019年同月比58.5%**
2. 主要**16業態**は全業態で市場規模が前年超え、**13業態**は外食単価・延べ外食回数ともに前年比プラス

2022年3月の外食市場規模は、3圏域合計で2146億円。前年同月比（以下、前年比）は+358億円。市場規模は4カ月連続で前年比プラスとなり、前々年比（2020年3月）は99.0%と、前月（2022年2月）の同52.4%よりマイナス幅が大幅に改善した。これは2020年3月がコロナ禍の影響が出始めたタイミングだったことの影響もあるが、3年前の2019年3月比でも58.5%と前月に比べマイナス幅が小さくなり回復傾向だ。食事主体業態・計（前年比119.9%）、飲酒主体業態・計（同129.2%）、軽食主体業態・計（同108.7%）と、どの中分類でも前年比は改善傾向。主要16業態では全業態で市場規模が前年比プラスとなり、外食単価・延べ外食回数ともに前年比プラスの業態も13業態あった。前年比の伸び幅が大きい業態は「和食料理店」（前年比+80億円）、「居酒屋」（同+77億円）等。

【3圏域計（首都圏・関西圏・東海圏）】 [P3]

- 2022年3月の外食（※1）実施率は60.8%（前月比増減+8.3pt、前年比増減+4.7pt）
 - 2022年3月の外食頻度（※2）は3.52回/月（前月比増減+0.28回、前年比増減+0.21回）
 - 2022年3月の外食単価は2,480円（前月比増減+152円、前年比増減+120円）
 - 2022年3月の外食市場規模（※3）は2146億円（前月比増減+543億円、前年比増減+358億円）
- ※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：60.2%（前年比増減+6.7pt）、関西圏：61.6%（同+2.9pt）、東海圏：61.4%（同+0.1pt）
- 外食頻度は、首都圏：3.66回/月（前年比増減+0.31回）、関西圏：3.51回/月（同+0.13回）、東海圏：2.99回/月（同-0.08回）
- 外食単価は、首都圏：2,559円（前年比増減+196円）、関西圏：2,455円（同-31円）、東海圏：2,179円（同+64円）
- 外食市場規模は、首都圏：1315億円（前年比増減+324億円）、関西圏：584億円（同+34億円）、東海圏：247億円（同±0億円）

【業態別】（3圏域計） [P6-8]

- 業態別の市場規模は、「和食料理店」（前年比増減+80億円）、「居酒屋」（同+77億円）、「中華料理店」（同+46億円）等主要16業態全てで前年同月を上回った。
- 「和食料理店」（延べ回数+130万回、単価+376円）、「居酒屋」（延べ回数+182万回、単価+141円）、「中華料理店」（延べ回数+156万回、単価+234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5月9日

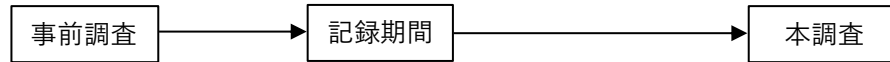
外食市場調査（2022年3月度）調査概要

- **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 |
| 2022年2月16日（水）～ 2022年2月28日（月） | 479,850件 | 33,114件 | 6.9% | 15,836件 | 2022年4月1日（金）～ 2022年4月11日（月） | 11,913件 | 9,656件 | 81.1% | 9,540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 | | |
| | 9,540 100.0 | 5,495 57.6 | 2,591 27.2 | 1,454 15.2 | 858 9.0 | 921 9.7 | 1,184 12.4 | 1,001 10.5 | 845 8.9 | 820 8.6 | 892 9.3 | 1,157 12.1 | 978 10.2 | 885 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）

| 3圏域計 | 消費圏域 | | |
|-----------------|----------------|---------------|---------------|
| | 首都圏 | 関西圏 | 東海圏 |
| 20,394 100.0 | 12,114 59.4 | 5,609 27.5 | 2,671 13.1 |

※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

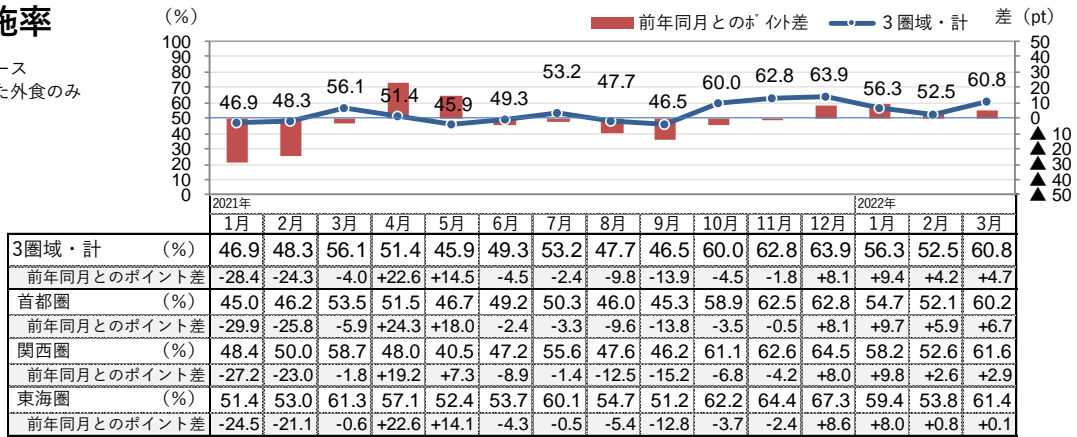
・外食1回につき次の26分類から当てはまるものを1つ聴取、本リリースではうち16業態を掲出。

| | | | | | |
|-----|--|--|-----|------------------------------------|------------------|
| 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、一品目の専売業態 | |
| | 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5月9日

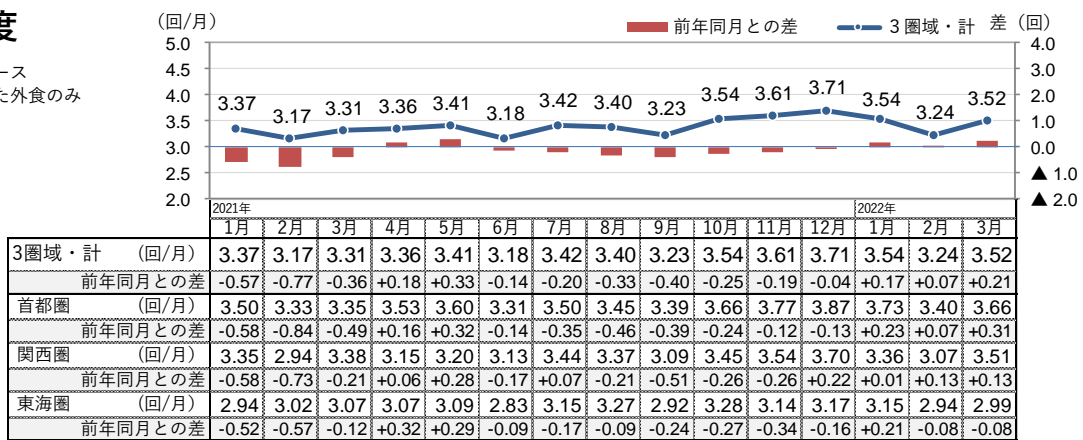
1. 外食実施率

※個人単位集計ベース
※圏域内で行われた外食のみ



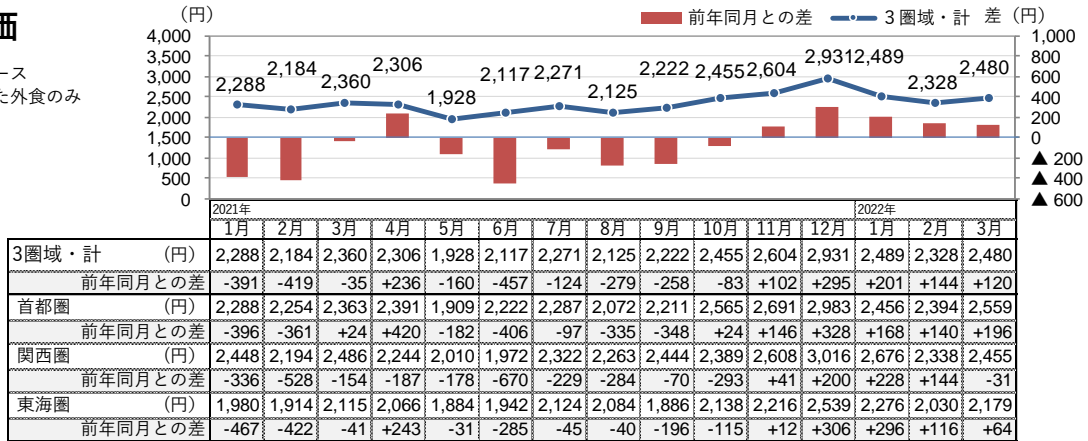
2. 外食頻度

※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



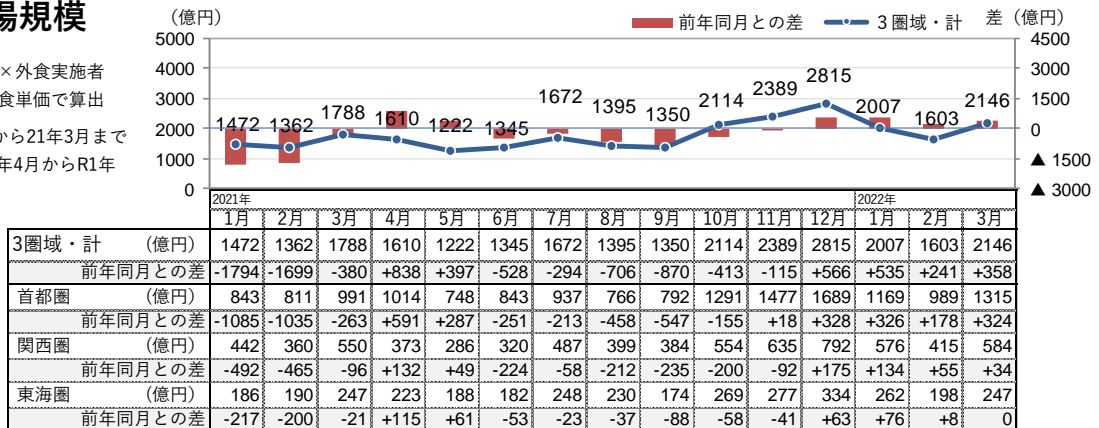
3. 外食単価

※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



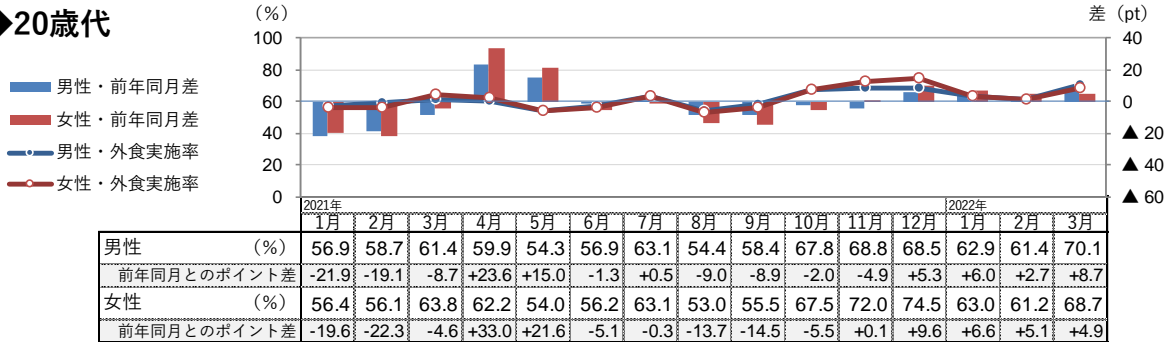
<参考>20年度
→21年度の基準人口の増減率
3圏域・計：-0.7%
首都圏：-0.4%
関西圏：-1.3%
東海圏：-0.7%

2022年5月9日

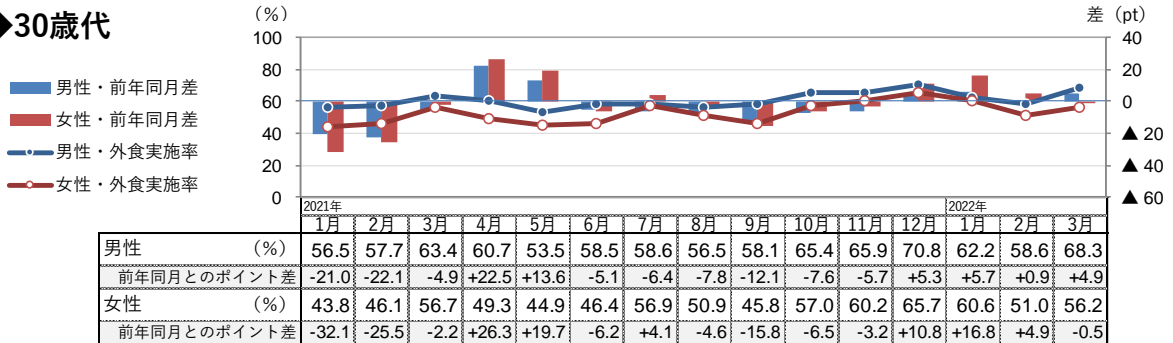
5. 性年代別 外食実施率 【3圏域・計】

※個人単位集計ベース
※圏域内で行われた外食のみ

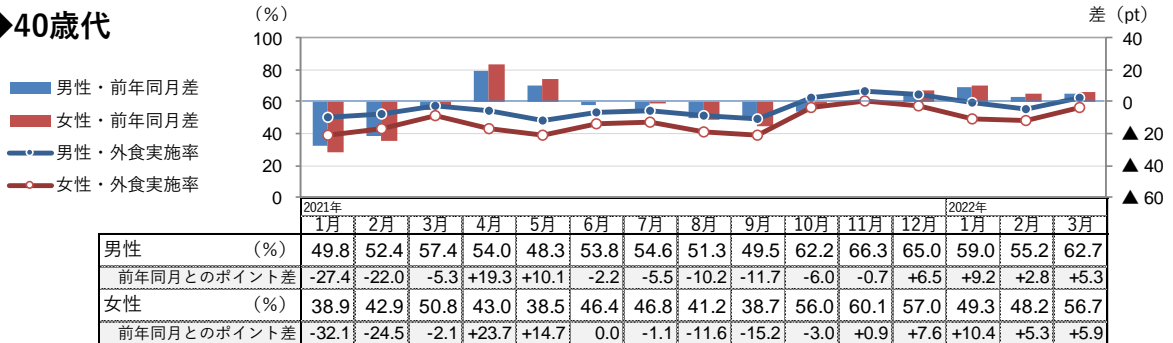
◆20歳代



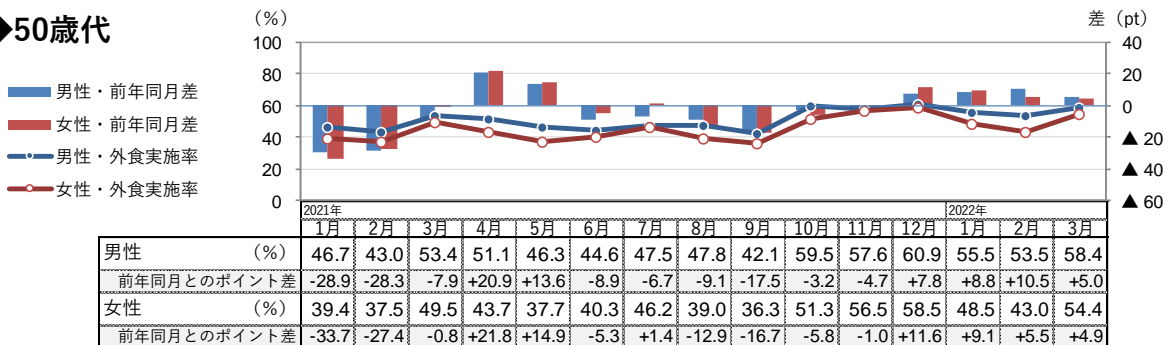
◆30歳代



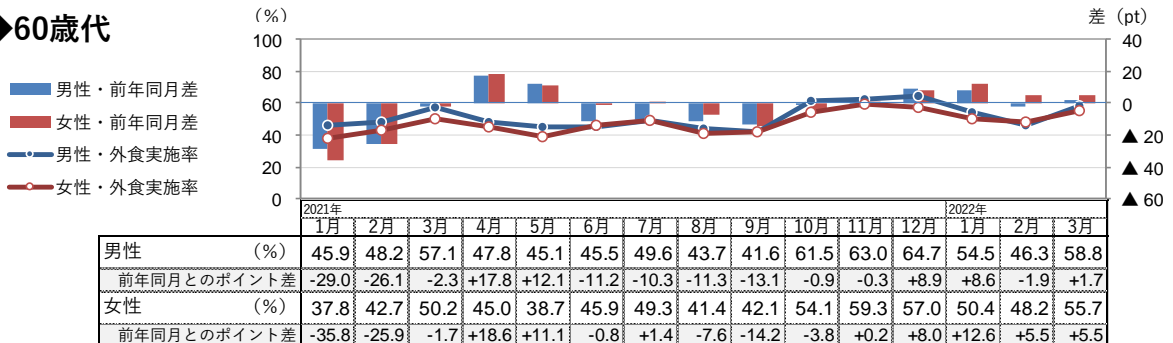
◆40歳代



◆50歳代



◆60歳代

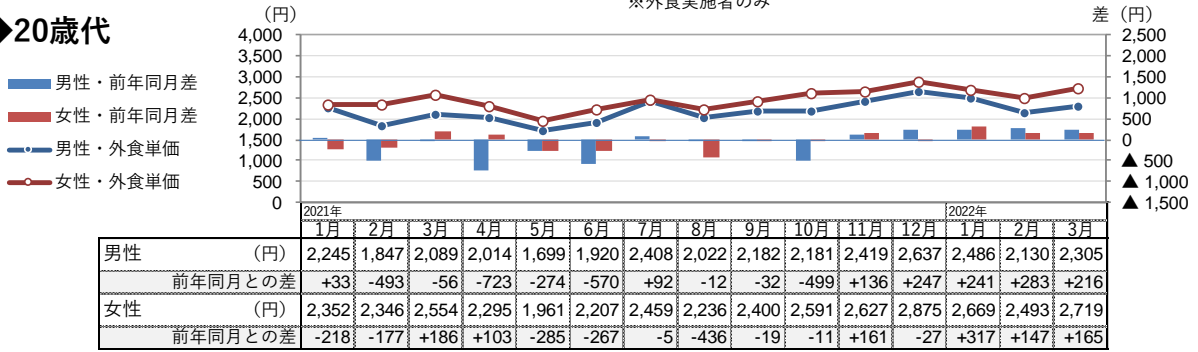


2022年5月9日

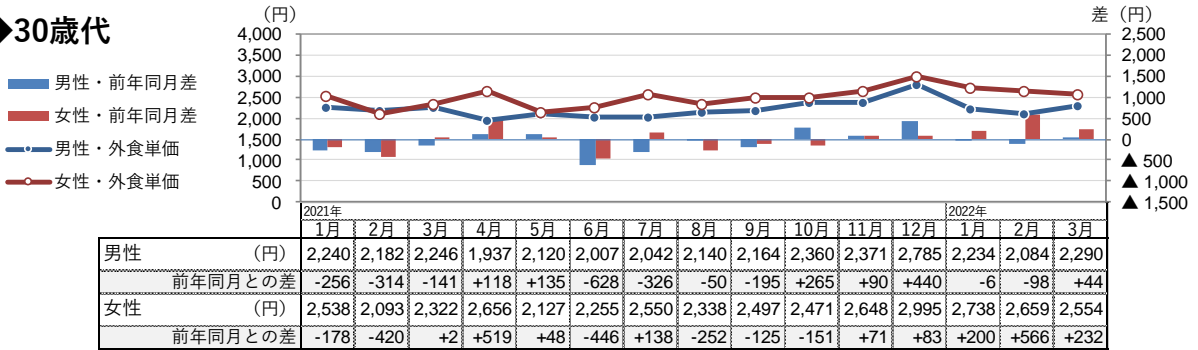
6. 性年代別 外食単価 【3圏域・計】

※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

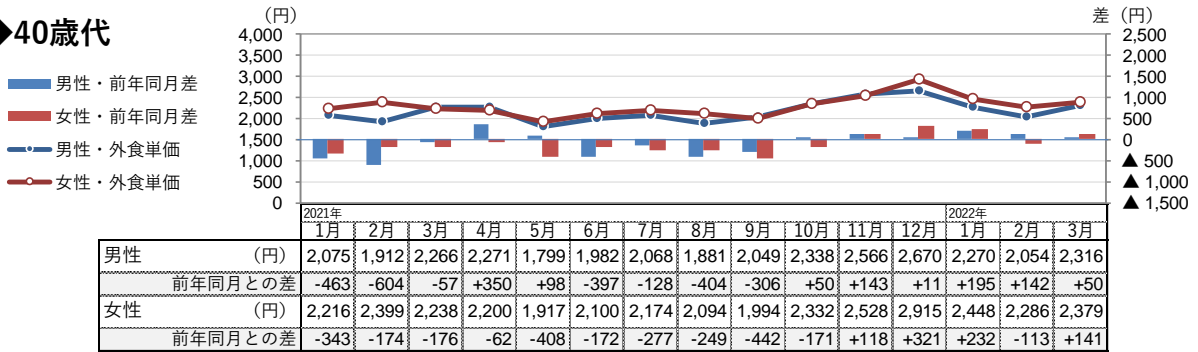
◆20歳代



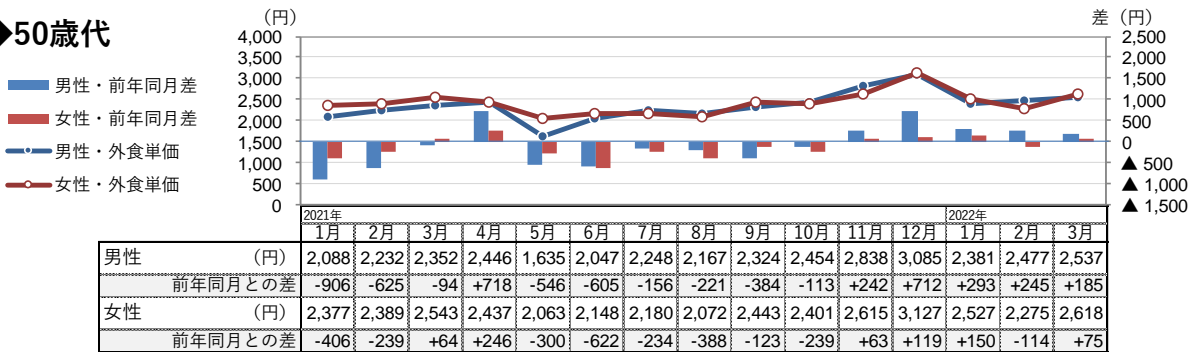
◆30歳代



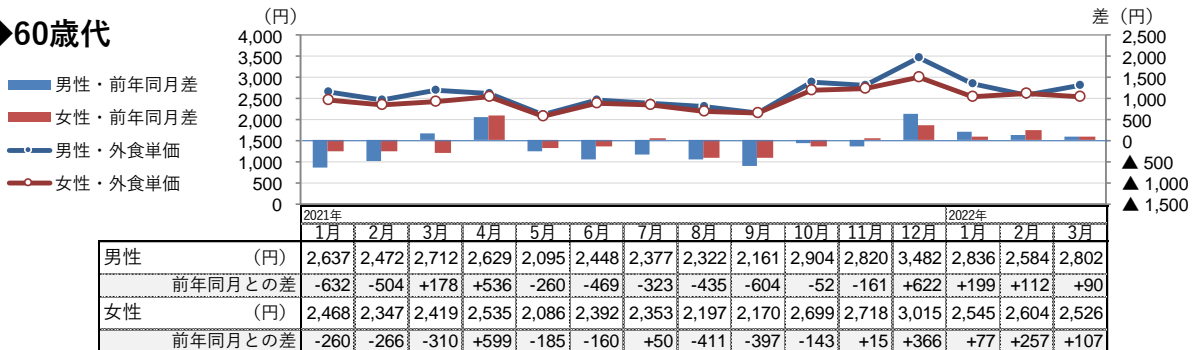
◆40歳代



◆50歳代



◆60歳代



2022年5月9日

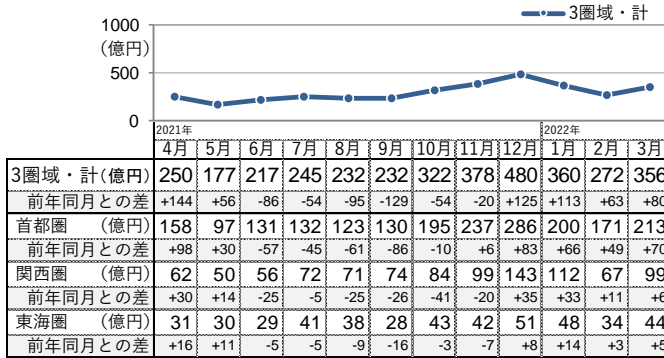
7.業態別 外食市場規模

※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

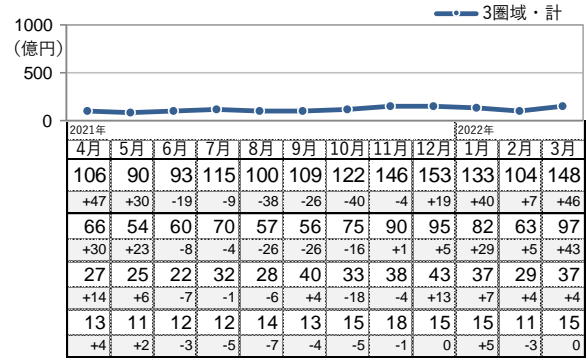
※業態は、26分類のうち16業態を掲出

※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

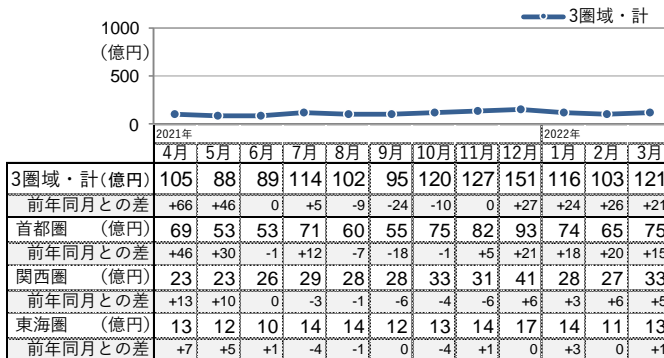
◆和食料理店（すし、割烹、料亭、郷土料理専門店等）



◆中華料理店（ラーメン専門店を除く）

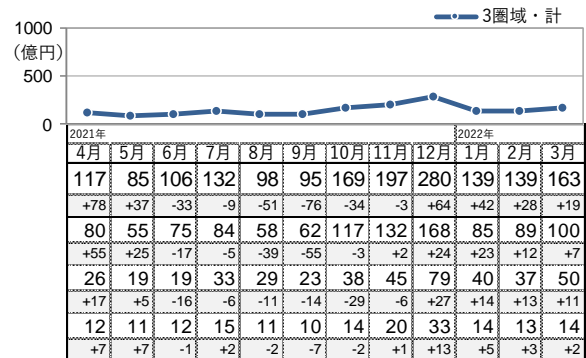


◆レストラン、食堂、ダイニング、洋食店



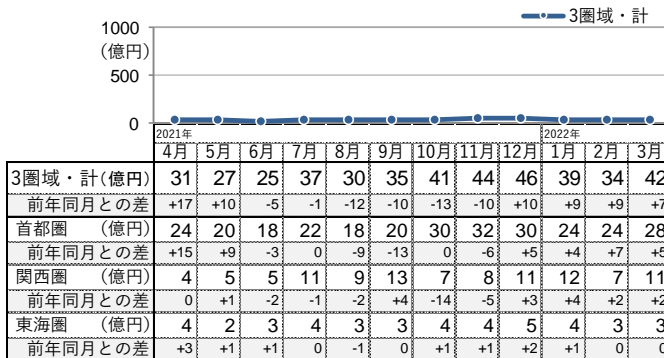
※ファミリーレストラン以外、フレンチ・イタリアン以外

◆フレンチ・イタリアン料理店

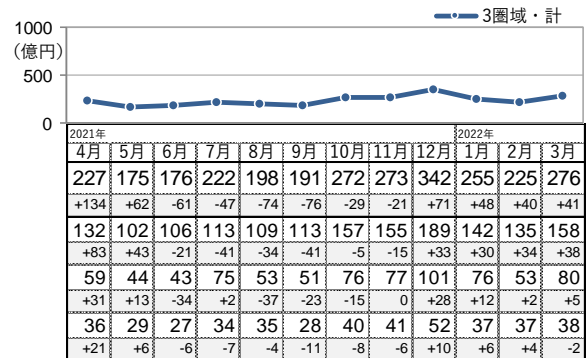


※ファミリーレストラン以外

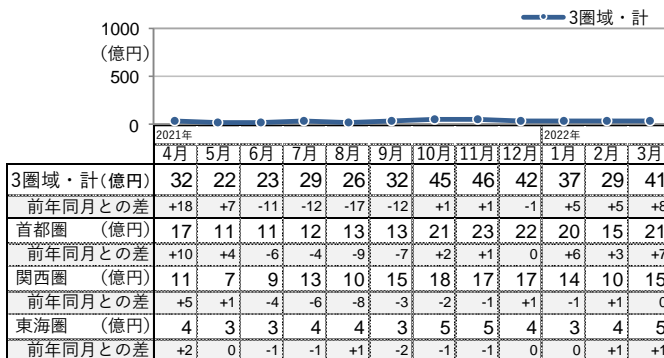
◆アジア料理店



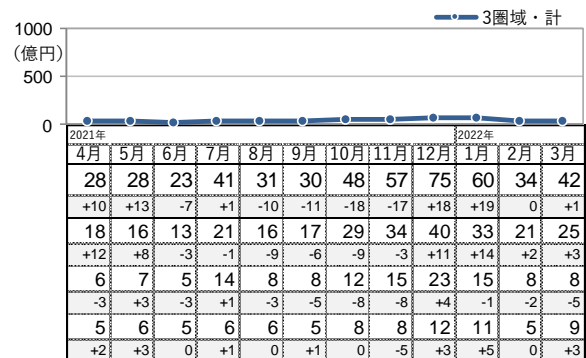
◆焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店



◆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



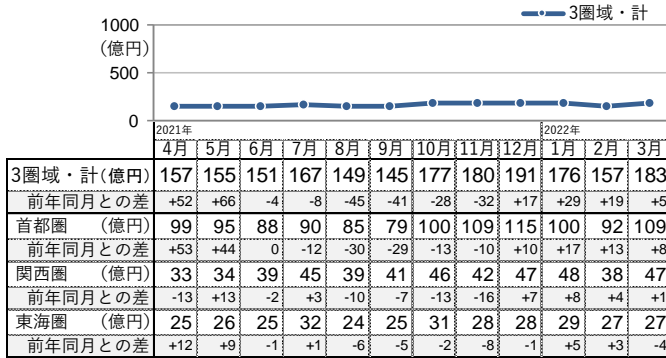
2022年5月9日

※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

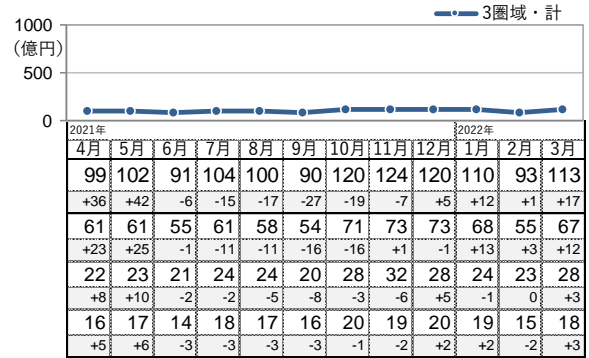
※業態は、26分類のうち16業態を掲出

※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

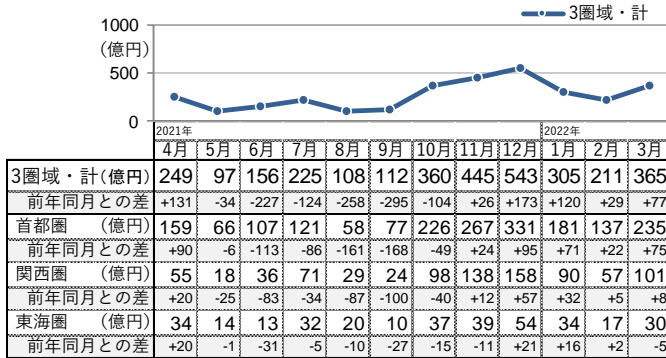
◆ファミリーレストラン、回転すし等



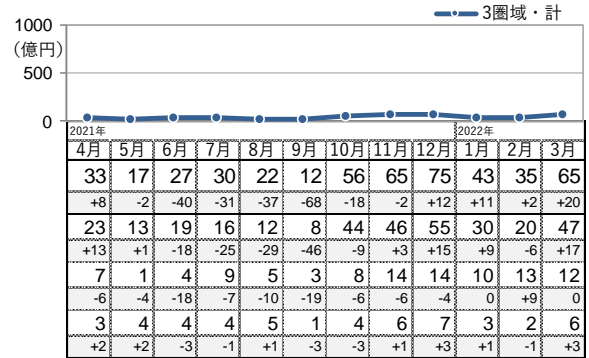
◆ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店



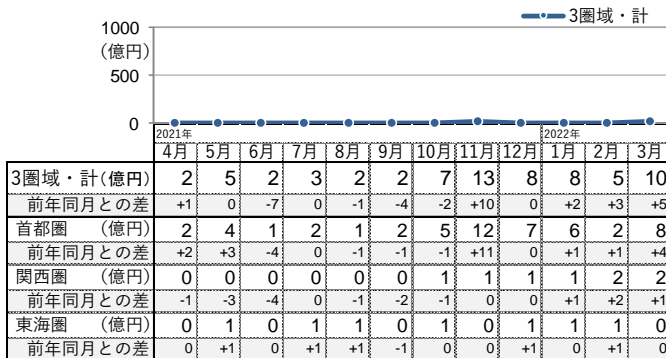
◆居酒屋 (焼鳥、串焼き、串揚げ等、飲酒メインの業態を含む)



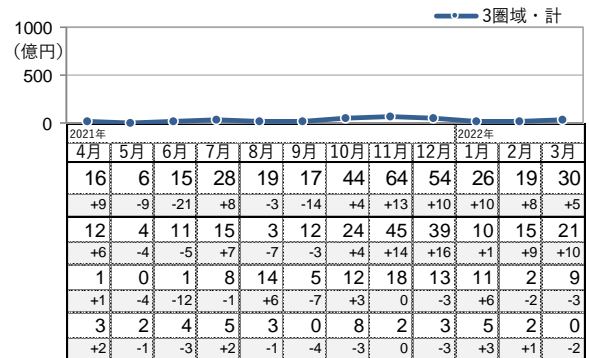
◆バー、バル、ワインバー、ビアホール、パブ



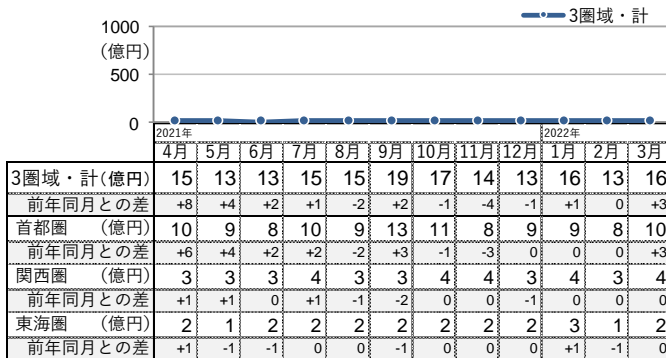
◆カラオケボックス



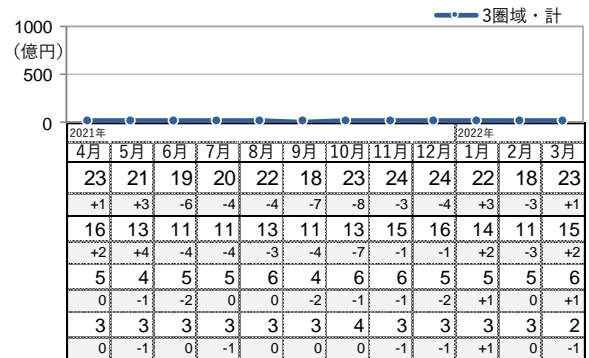
◆スナック、ナイトクラブ、キャバレー



◆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5月9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

| | 2022年3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(ラーメン専門店を除く) | 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 | ファミリーレストラン | ラーメン、そば、うどん、回転寿司等 | ラーメン、そば、うどん、回転寿司等 | 居酒屋(焼鳥、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) | 356 | 148 | 121 | 163 | 42 | 276 | 41 | 42 | 183 | 113 | 365 | 65 | 10 | 30 | 16 | 23 |
| 前年同月との差 | +80 | +46 | +21 | +19 | +7 | +41 | +8 | +1 | +5 | +17 | +77 | +20 | +5 | +5 | +3 | +1 |
| 外食単価(円) | 3,881 | 2,200 | 2,050 | 4,296 | 2,664 | 3,503 | 2,668 | 3,309 | 1,488 | 1,062 | 3,590 | 4,235 | 3,347 | 6,396 | 834 | 733 |
| 前年同月との差 | +376 | +234 | +58 | +92 | +260 | +221 | +376 | +80 | -4 | +8 | +141 | +307 | +582 | -1,966 | +35 | +10 |
| 延べ外食回数(万回) | 917 | 673 | 592 | 380 | 157 | 788 | 154 | 126 | 1,229 | 1,060 | 1,018 | 153 | 30 | 48 | 188 | 314 |
| 前年同月との差 | +130 | +156 | +92 | +37 | +10 | +72 | +9 | -1 | +38 | +154 | +182 | +39 | +12 | +18 | +21 | +13 |

↑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 | | | | | | | | | | 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(ラーメン専門店を除く) | 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 | ファミリーレストラン | ラーメン、そば、うどん、回転寿司等 | ラーメン、そば、うどん、回転寿司等 | 居酒屋(焼鳥、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) | 213 | 97 | 75 | 100 | 28 | 158 | 21 | 25 | 109 | 67 | 235 | 47 | 8 | 21 | 10 | 15 |
| 前年同月との差 | +70 | +43 | +15 | +7 | +5 | +38 | +7 | +3 | +8 | +12 | +75 | +17 | +4 | +10 | +3 | +2 |
| 外食単価(円) | 4,161 | 2,436 | 2,131 | 4,334 | 2,732 | 3,579 | 3,099 | 3,149 | 1,516 | 1,034 | 3,678 | 4,455 | 4,024 | 7,226 | 850 | 705 |
| 前年同月との差 | +721 | +427 | +69 | -43 | +316 | +321 | +619 | -66 | -51 | -15 | +180 | +374 | -401 | -2,355 | +78 | -17 |
| 延べ外食回数(万回) | 511 | 397 | 352 | 230 | 101 | 441 | 67 | 81 | 716 | 643 | 639 | 104 | 19 | 30 | 114 | 217 |
| 前年同月との差 | +95 | +128 | +61 | +17 | +5 | +74 | +12 | +13 | +72 | +116 | +181 | +31 | +10 | +18 | +21 | +31 |

↑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 | | | | | | | | | | 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(ラーメン専門店を除く) | 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 | ファミリーレストラン | ラーメン、そば、うどん、回転寿司等 | ラーメン、そば、うどん、回転寿司等 | 居酒屋(焼鳥、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) | 99 | 37 | 33 | 50 | 11 | 80 | 15 | 8 | 47 | 28 | 101 | 12 | 2 | 9 | 4 | 6 |
| 前年同月との差 | +6 | +4 | +5 | +11 | +2 | +5 | 0 | -5 | +1 | +3 | +8 | 0 | +1 | -3 | 0 | +1 |
| 外食単価(円) | 3,808 | 1,888 | 1,945 | 4,382 | 2,646 | 3,699 | 2,368 | 2,972 | 1,505 | 1,112 | 3,439 | 3,376 | 2,242 | 5,081 | 823 | 800 |
| 前年同月との差 | -61 | -45 | -21 | +387 | +125 | +155 | +115 | -169 | +62 | +28 | +184 | -211 | +952 | -2,822 | -16 | +80 |
| 延べ外食回数(万回) | 259 | 195 | 171 | 113 | 41 | 217 | 65 | 26 | 314 | 253 | 293 | 37 | 10 | 18 | 51 | 72 |
| 前年同月との差 | +17 | +25 | +30 | +16 | +5 | +5 | -4 | -16 | -4 | +24 | +7 | +4 | +1 | +3 | +3 | +4 |

↑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 | | | | | | | | | | 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(ラーメン専門店を除く) | 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 | ファミリーレストラン | ラーメン、そば、うどん、回転寿司等 | ラーメン、そば、うどん、回転寿司等 | 居酒屋(焼鳥、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) | 44 | 15 | 13 | 14 | 3 | 38 | 5 | 9 | 27 | 18 | 30 | 6 | 0 | 0 | 2 | 2 |
| 前年同月との差 | +5 | 0 | +1 | +2 | 0 | -2 | +1 | +3 | -4 | +3 | -5 | +3 | 0 | -2 | 0 | -1 |
| 外食単価(円) | 3,027 | 1,794 | 1,900 | 3,785 | 2,239 | 2,923 | 2,259 | 4,376 | 1,360 | 1,097 | 3,458 | 4,977 | 1,548 | 4,701 | 780 | 778 |
| 前年同月との差 | -14 | -98 | +150 | +74 | +208 | -16 | +326 | +878 | +11 | +66 | -348 | +1,032 | -593 | -1,798 | -40 | +48 |
| 延べ外食回数(万回) | 146 | 82 | 70 | 36 | 15 | 130 | 22 | 20 | 199 | 163 | 85 | 12 | 1 | 0 | 23 | 25 |
| 前年同月との差 | +16 | +3 | +1 | +3 | +1 | -6 | +1 | +3 | -30 | +13 | -8 | +3 | 0 | -4 | -3 | -22 |

↑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5月9日

<参考>過去調査の調査概要

| | | 2021年 1月度 | 2021年 2月度 | 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 | | |
|---------|------------|-------------------------|----------------------|----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------|--------|--------|
| 事前調査 | 実施期間 | 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) | 21/4/19 (月) ~4/30 (金) | 21/5/19 (水) ~5/31 (月) | 21/6/18 (金) ~7/1 (木) | | |
| | 配信数(件) | 506,069 | 484,472 | 496,521 | 498,407 | 498,902 | 484,599 | 481,637 | | |
| | 回収数(件) | 32,937 | 33,269 | 33,663 | 32,483 | 32,904 | 32,910 | 32,691 | | |
| | 回収率 | 6.5% | 6.9% | 6.8% | 6.5% | 6.6% | 6.8% | 6.8% | | |
| | 本調査対象者数(件) | 16,073 | 16,549 | 16,075 | 16,065 | 16,105 | 16,055 | 15,347 | | |
| 本調査 | 実施期間 | 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) | 21/6/1 (火) ~6/10 (木) | 21/7/1 (木) ~7/12 (月) | 21/8/2 (月) ~8/11 (水) | | |
| | 配信数(件) | 12,485 | 12,461 | 12,436 | 12,200 | 12,109 | 12,153 | 12,305 | | |
| | 回収数(件) | 10,393 | 10,334 | 10,194 | 10,251 | 9,996 | 10,113 | 9,671 | | |
| | 回収率 | 83.2% | 82.9% | 82.0% | 84.0% | 82.6% | 83.2% | 78.6% | | |
| | 有効回答数(件) | 10,264 | 10,198 | 10,089 | 10,125 | 9,851 | 10,007 | 9,564 | | |
| 集計サンプル数 | 個人単位 | 居住圏 | 3圏域計(件) | 10,264 | 10,198 | 10,089 | 10,125 | 9,851 | 10,007 | 9,564 |
| | | 首都圏(件) | 5,893 | 5,856 | 5,793 | 5,832 | 5,674 | 5,764 | 5,509 | |
| | | 関西圏(件) | 2,806 | 2,788 | 2,758 | 2,750 | 2,675 | 2,718 | 2,597 | |
| | | 東海圏(件) | 1,565 | 1,555 | 1,538 | 1,543 | 1,501 | 1,525 | 1,458 | |
| | 外食単位 | 消費圏 | 3圏域計(件) | 16,198 | 15,600 | 18,745 | 17,459 | 15,431 | 15,709 | 17,399 |
| | | 首都圏(件) | 9,277 | 9,007 | 10,377 | 10,604 | 9,530 | 9,382 | 9,677 | |
| | | 関西圏(件) | 4,551 | 4,106 | 5,476 | 4,153 | 3,466 | 4,013 | 4,960 | |
| | | 東海圏(件) | 2,370 | 2,488 | 2,892 | 2,701 | 2,434 | 2,314 | 2,762 | |

※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 8月度 | 2021年 9月度 | 2021年 10月度 | 2021年 11月度 | 2021年 12月度 | 2022年 1月度 | 2022年 2月度 | | |
|---------|------------|----------------------|------------------------|-----------------------|------------------------|-------------------------|-------------------------|-----------------------|--------|--------|
| 事前調査 | 実施期間 | 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) | 21/12/15 (水) ~12/28 (火) | 22/1/19 (水) ~1/31 (月) | | |
| | 配信数(件) | 497,678 | 482,122 | 493,268 | 482,052 | 484,500 | 486,896 | 487,824 | | |
| | 回収数(件) | 33,581 | 34,386 | 33,493 | 34,247 | 32,349 | 32,116 | 32,812 | | |
| | 回収率 | 6.7% | 7.1% | 6.8% | 7.1% | 6.7% | 6.6% | 6.7% | | |
| | 本調査対象者数(件) | 15,347 | 16,515 | 16,137 | 16,755 | 15,916 | 15,195 | 15,748 | | |
| 本調査 | 実施期間 | 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) | 22/2/1 (火) ~2/9 (水) | 22/3/1 (火) ~3/9 (水) | | |
| | 配信数(件) | 11,860 | 12,231 | 12,103 | 12,158 | 12,093 | 11,941 | 11,905 | | |
| | 回収数(件) | 10,268 | 9,994 | 9,714 | 9,736 | 9,813 | 9,561 | 9,689 | | |
| | 回収率 | 86.6% | 81.7% | 80.3% | 80.1% | 81.1% | 80.1% | 81.4% | | |
| | 有効回答数(件) | 10,146 | 9,873 | 9,616 | 9,627 | 9,735 | 9,466 | 9,590 | | |
| 集計サンプル数 | 個人単位 | 居住圏 | 3圏域計(件) | 10,146 | 9,873 | 9,616 | 9,627 | 9,735 | 9,466 | 9,590 |
| | | 首都圏(件) | 5,844 | 5,687 | 5,539 | 5,545 | 5,607 | 5,452 | 5,524 | |
| | | 関西圏(件) | 2,755 | 2,681 | 2,612 | 2,615 | 2,644 | 2,571 | 2,604 | |
| | | 東海圏(件) | 1,546 | 1,505 | 1,466 | 1,467 | 1,484 | 1,443 | 1,462 | |
| | 外食単位 | 消費圏 | 3圏域計(件) | 16,456 | 14,822 | 20,453 | 21,812 | 23,094 | 18,856 | 16,311 |
| | | 首都圏(件) | 9,267 | 8,735 | 11,954 | 13,054 | 13,617 | 11,125 | 9,791 | |
| | | 関西圏(件) | 4,423 | 3,836 | 5,508 | 5,789 | 6,315 | 5,035 | 4,209 | |
| | | 東海圏(件) | 2,765 | 2,251 | 2,991 | 2,969 | 3,163 | 2,696 | 2,311 | |

※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 5 月 9 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/>