

2022 年 8 月 31 日



外食市場調査（2022 年 7 月度）

2022 年 7 月の外食市場規模は 2497 億円（前年同月比 +825 億円・東名阪 3 圏域計）

外食市場規模は前月比 206 億円増

コロナ禍前比（2019 年 7 月比）は 71.8%、前月の同 68.6%より回復傾向

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 7 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 8 カ月連続前年超え、2019 年同月比 71.8%と前月の同 68.6%より回復傾向
2. 主要中分類（食事・飲酒・軽食）すべてで前月比が改善。感染再拡大も市場は回復傾向に

2022 年 7 月の外食市場規模は、3 圏域合計で 2497 億円。前年同月比（以下、前年比）は+825 億円と 8 カ月連続の前年比プラスであった。前月比は+206 億円で、2 カ月ぶりのプラス。コロナ禍前の 2019 年同月比は、71.8%と前月の同 68.6%に比べるとマイナス幅が縮小した。外食実施率は前月比ではマイナスだったが、外食実施率・頻度・単価の 3 指標がすべて前年実績超えした。単価は、2019 年同月比（100.8%）でも増加しており、9 カ月連続で前年実績を超えている。食事主体業態・計は前年比 142.9%（19 年比 82.8%）、飲酒主体業態・計は同 198.6%（同 54.7%）、軽食主体業態・計は同 115.6%（同 65.1%）と、どの中分類でも 19 年比でみると前月よりマイナス幅が縮小しており、新型コロナウイルスの感染再拡大にも関わらず、市場が回復傾向であったとみられる。

【3 圏域計（首都圏・関西圏・東海圏）】 [P3]

- 2022 年 7 月の外食（※1）実施率は 61.6%（前月比増減 -0.7pt、前年比増減 +8.4pt）
 - 2022 年 7 月の外食頻度（※2）は 3.84 回/月（前月比増減 +0.31 回、前年比増減 +0.42 回）
 - 2022 年 7 月の外食単価は 2,653 円（前月比増減 +40 円、前年比増減 +382 円）
 - 2022 年 7 月の外食市場規模（※3）は 2497 億円（前月比増減 +206 億円、前年比増減 +825 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：60.8%（前年比増減 +10.5pt）、関西圏：62.0%（同 +6.4pt）、東海圏：64.1%（同 +4.0pt）
- 外食頻度は、首都圏：3.96 回/月（前年比増減 +0.46 回）、関西圏：3.86 回/月（同 +0.42 回）、東海圏：3.35 回/月（同 +0.20 回）
- 外食単価は、首都圏：2,760 円（前年比増減 +473 円）、関西圏：2,626 円（同 +304 円）、東海圏：2,246 円（同 +122 円）
- 外食市場規模は、首都圏：1530 億円（前年比増減 +593 億円）、関西圏：676 億円（同 +189 億円）、東海圏：291 億円（同 +43 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 +211 億円）、「和食料理店」（同 +175 億円）、「焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店」（同 +82 億円）等主要 16 業態中 15 業態で前年同月を上回った。
- 「居酒屋」（延べ回数 +542 万回、単価 +192 円）、「和食料理店」（延べ回数 +256 万回、単価 +918 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 8 月 31 日

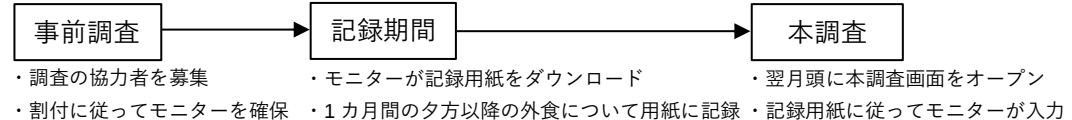
外食市場調査（2022 年 7 月度）調査概要

- 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



- 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6月21日（火）～ 2022年6月30日（木）	476,023件	29,317件	6.2%	2022年8月1日（月）～ 2022年8月9日（火）	12,428件	10,128件	81.5%	10,027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
10,027	5,799	2,712	1,517	874	964	1,236	1,104	866	856	935	1,210	1,080	901
100.0	57.8	27.0	15.1	8.7	9.6	12.3	11.0	8.6	8.5	9.3	12.1	10.8	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
23,710	13,968	6,484	3,258
100.0	58.9	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

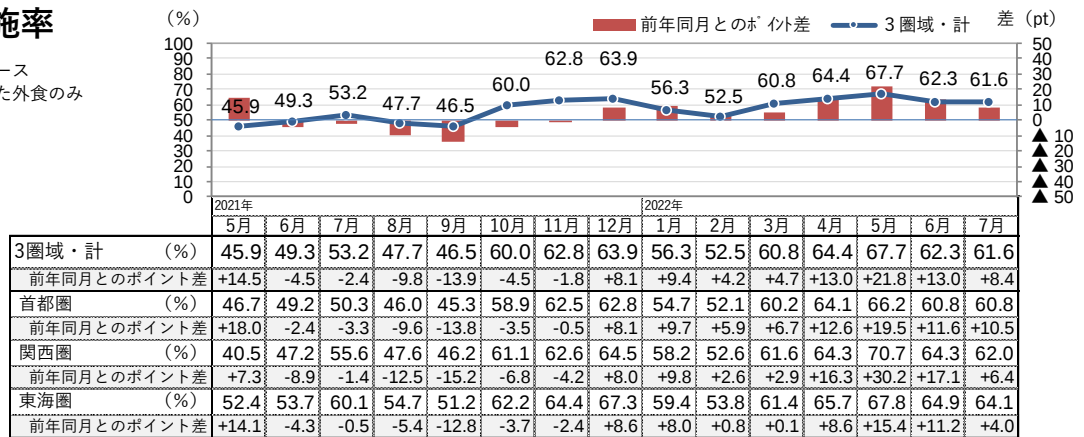
- 外食した店の業態 ・外食 1 回につき次の 26 分類から当てはまるものを 1 つ聴取、本リリースではうち 16 業態を掲出。

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		
	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）		そ の 他
		25	旅行・出張先のホテルや旅館					
		26	その他					

2022年8月31日

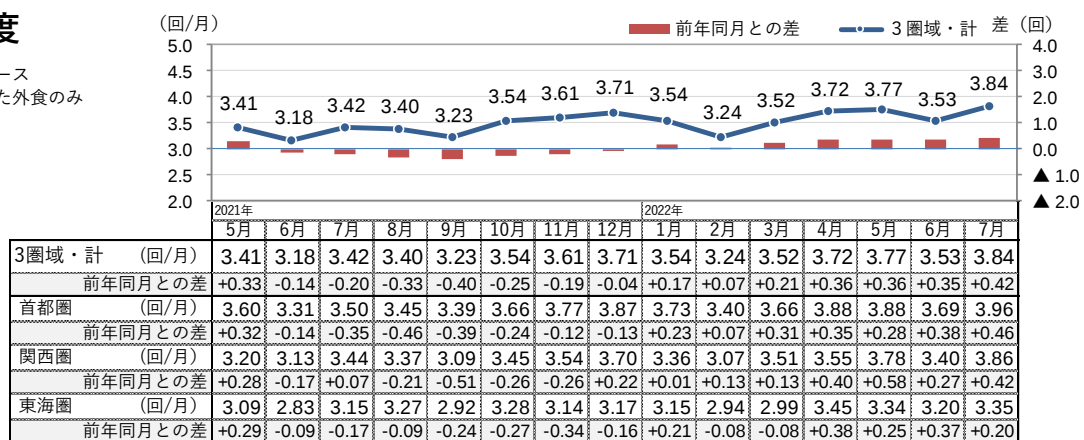
1. 外食実施率

※個人単位集計ベース
※圏域内で行われた外食のみ



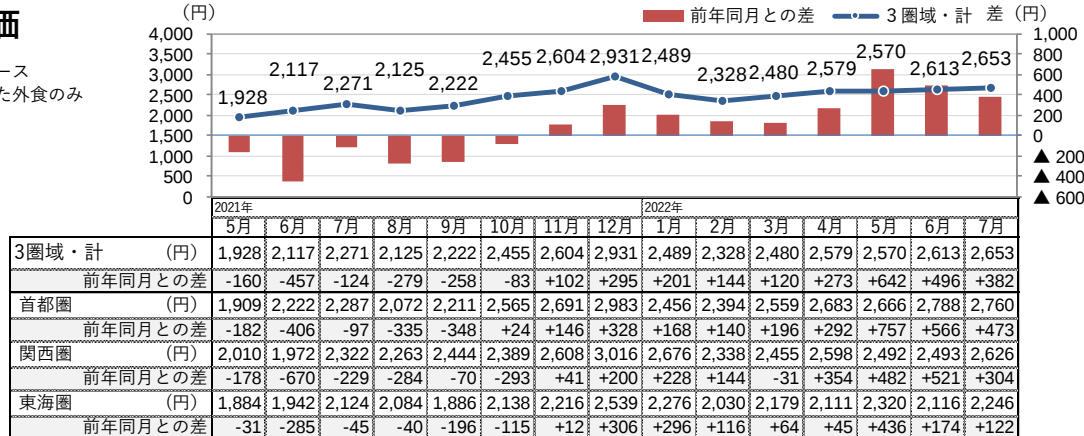
2. 外食頻度

※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



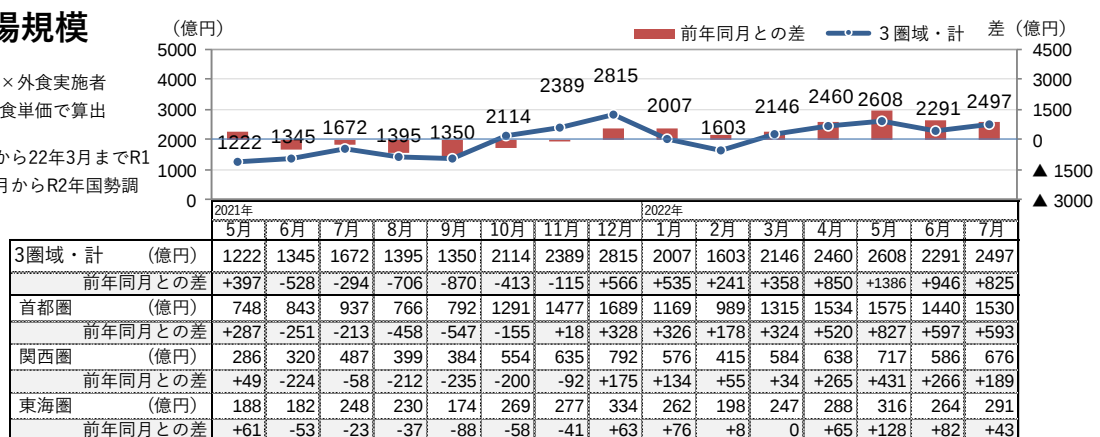
3. 外食単価

※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



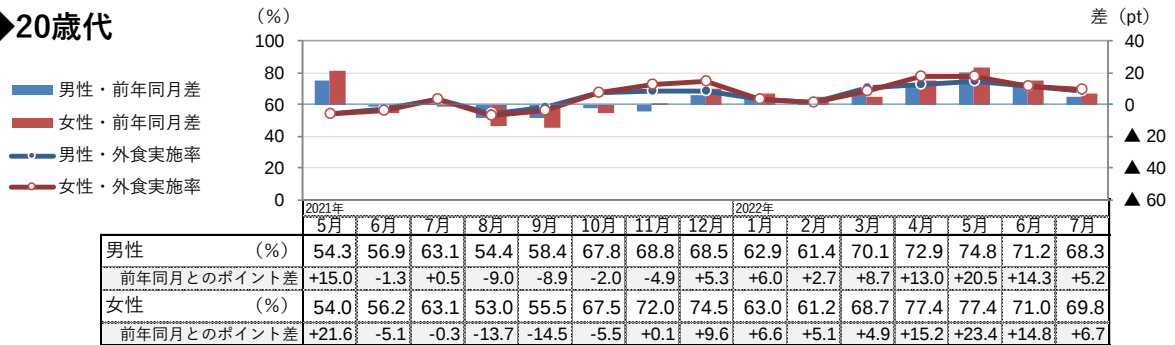
<参考>21年度
→22年度の基準人口の増減率
3圏域・計:-1.7%
首都圏:-1.3%
関西圏:-2.1%
東海圏:-2.4%

2022 年 8 月 31 日

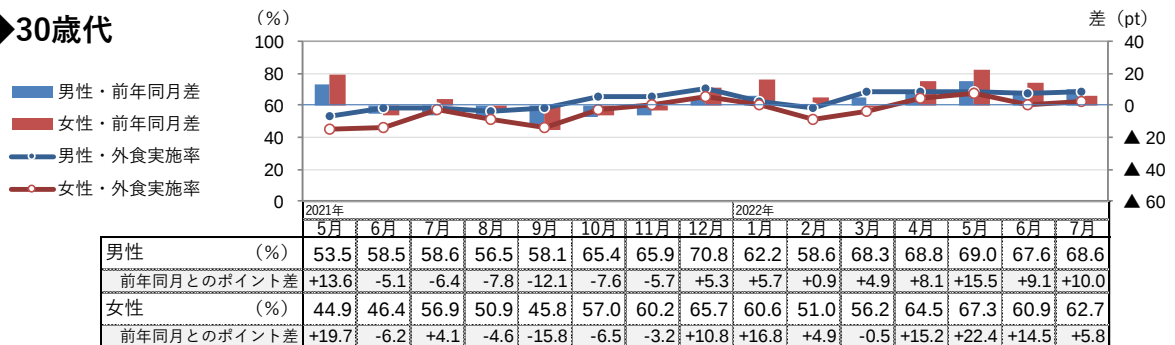
5. 性年代別 外食実施率 【3圏域・計】

※個人単位集計ベース
※圏域内で行われた外食のみ

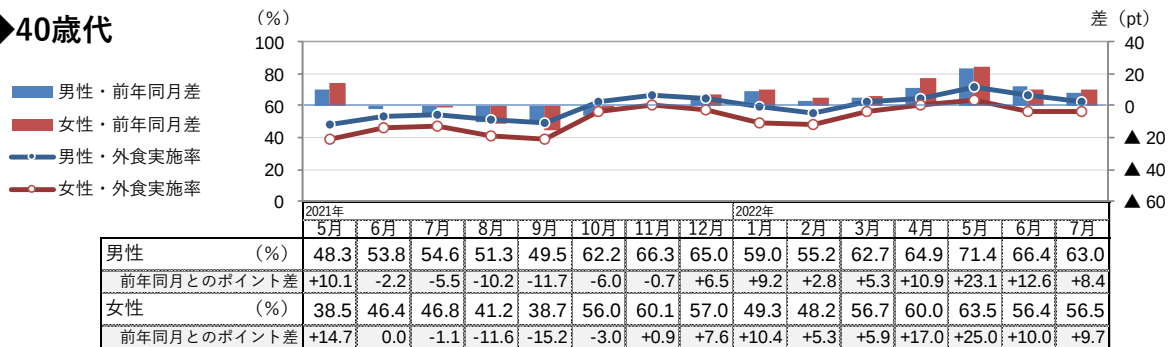
◆20歳代



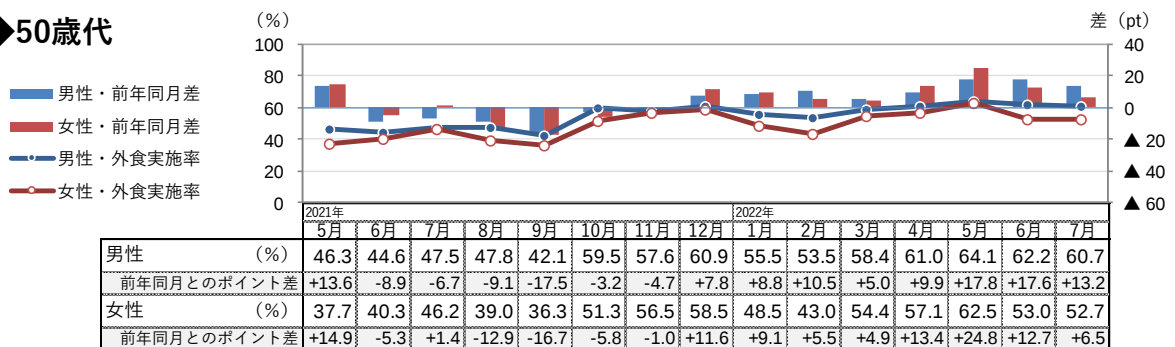
◆30歳代



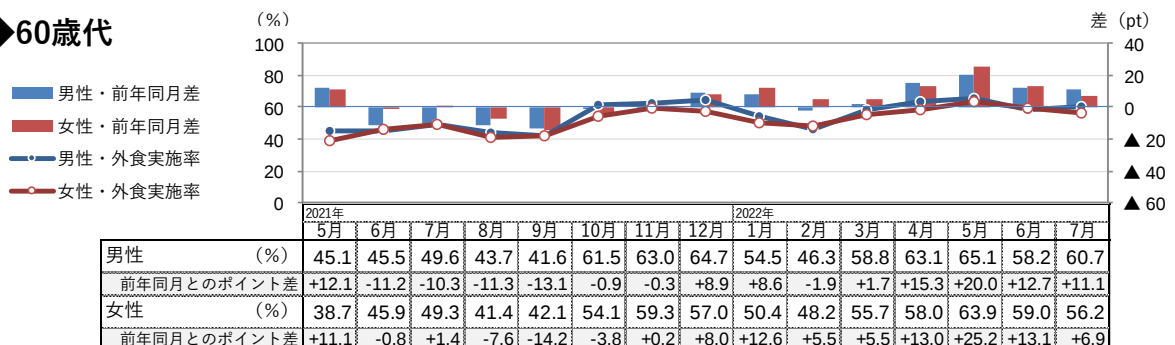
◆40歳代



◆50歳代



◆60歳代

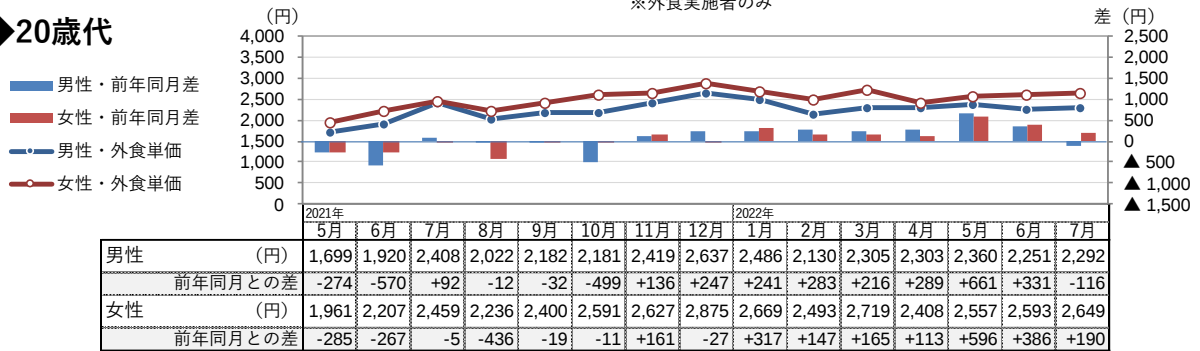


2022 年 8 月 31 日

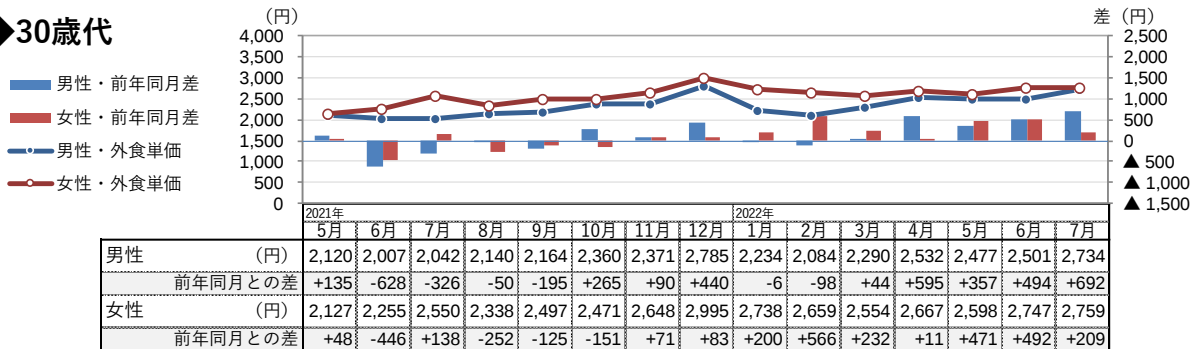
6. 性年代別 外食単価 【3圏域・計】

※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

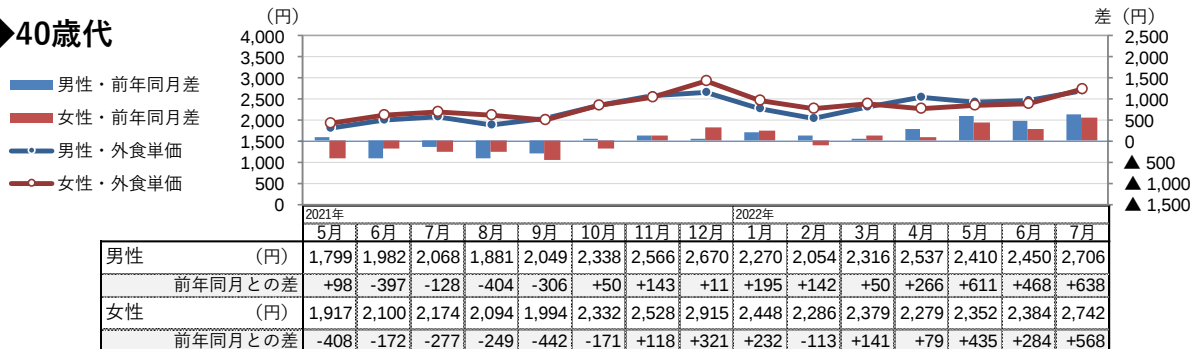
◆20歳代



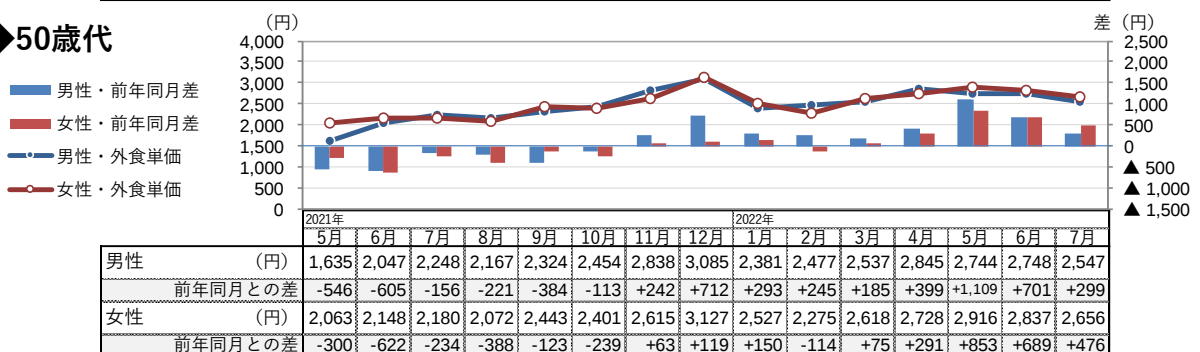
◆30歳代



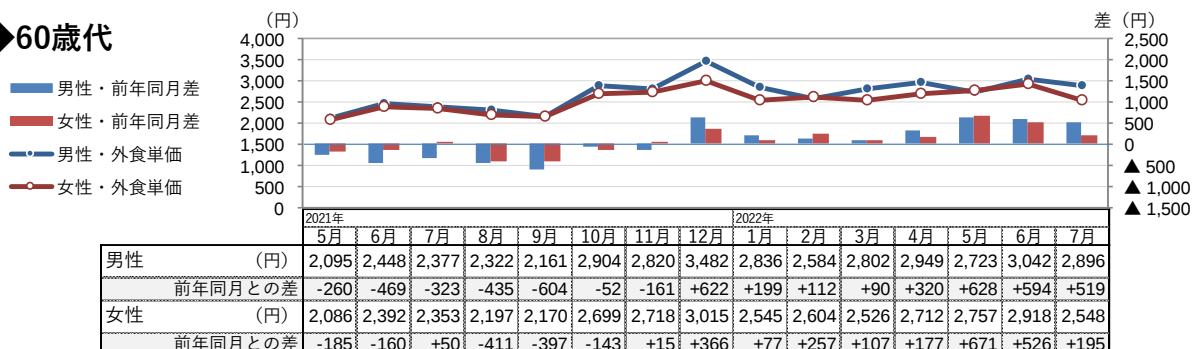
◆40歳代



◆50歳代



◆60歳代

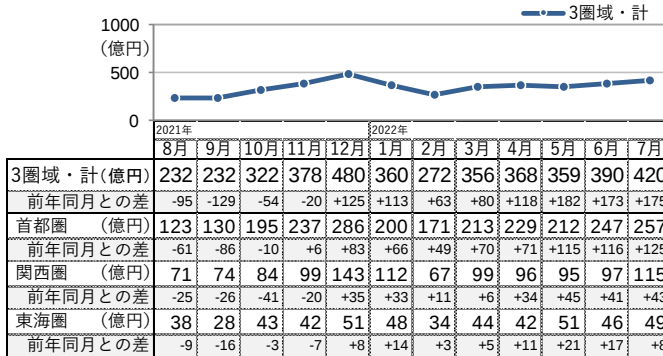


2022 年 8 月 31 日

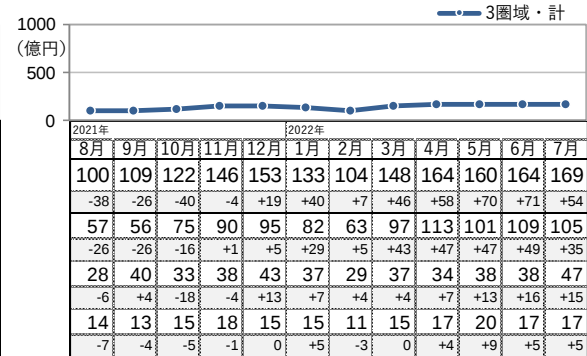
7.業態別 外食市場規模

※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

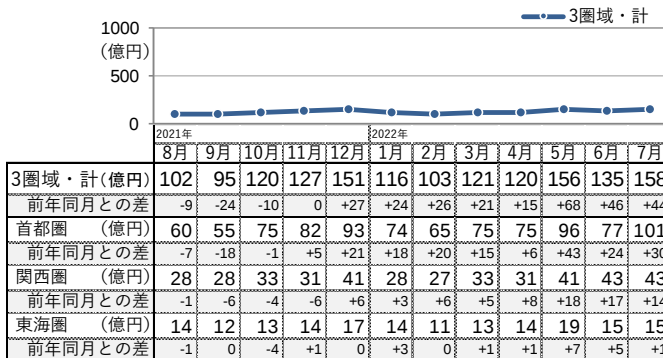
◆和食料理店（すし、割烹、料亭、郷土料理専門店等）



◆中華料理店（ラーメン専門店は除く）

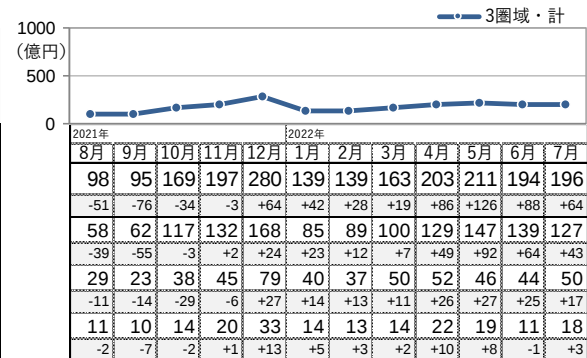


◆レストラン、食堂、ダイニング、洋食店



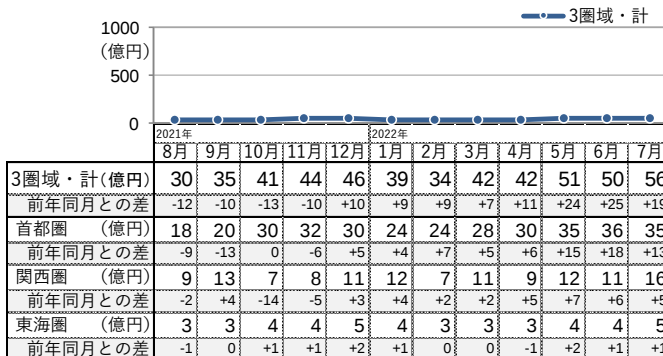
※ファミリーレストラン以外、フレンチ・イタリアン以外

◆フレンチ・イタリアン料理店

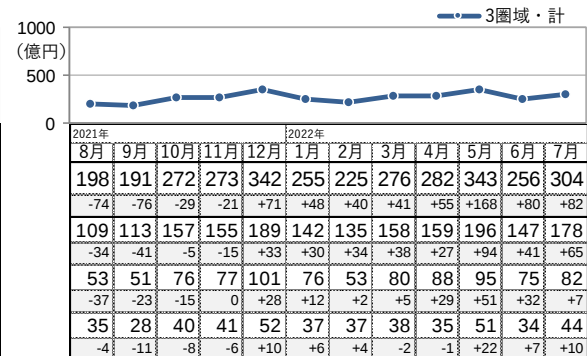


※ファミリーレストラン以外

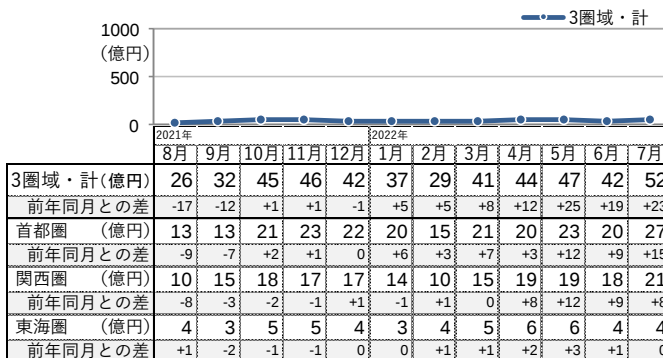
◆アジア料理店



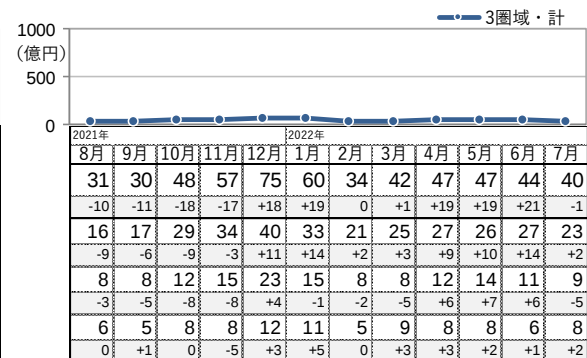
◆焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店



◆お好み焼き、鉄板焼き等の専門店



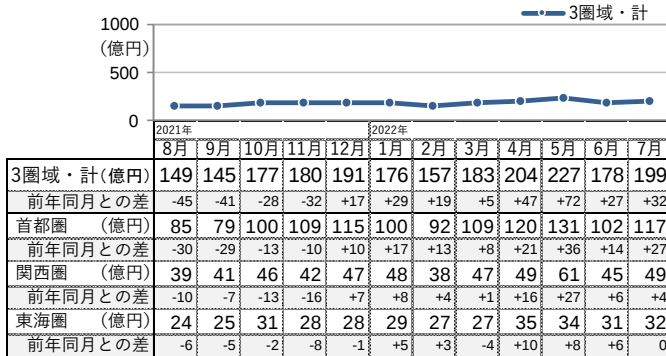
◆すき焼き、しゃぶしゃぶ、鍋、おでん等の専門店



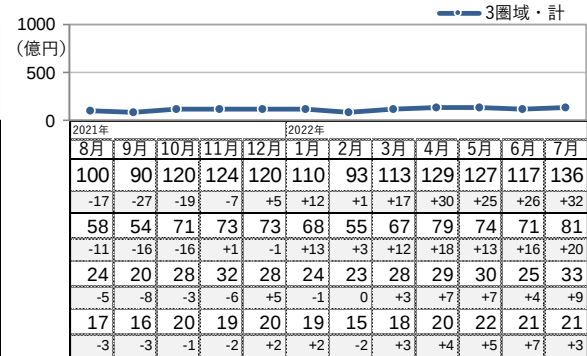
2022年8月31日

※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、小数点第一位で四捨五入され0になったもの

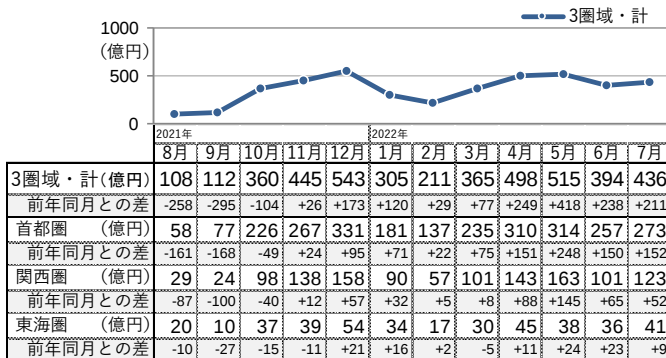
◆ファミリーレストラン、回転すし等



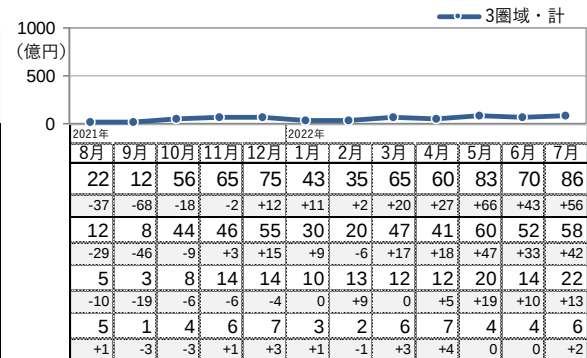
◆ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店



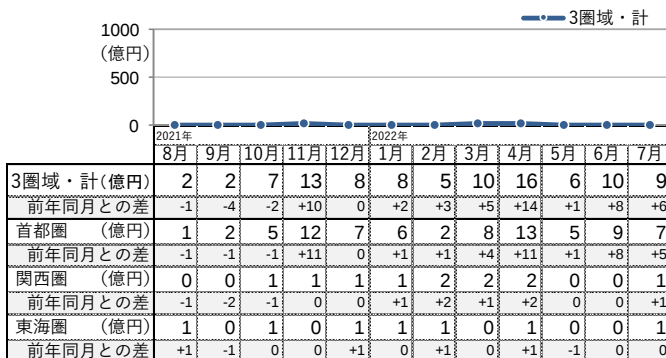
◆居酒屋 (焼鳥、串焼き、串揚げ等、飲酒メインの業態を含む)



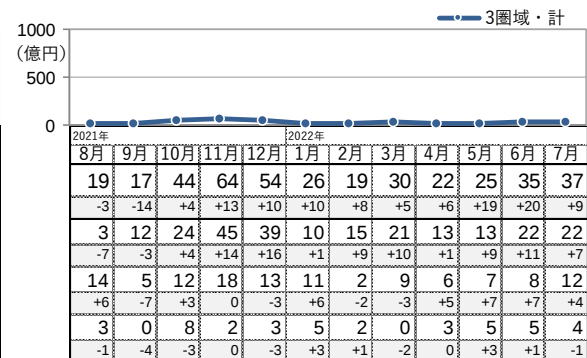
◆バー、バル、ワインバー、ビアホール、パブ



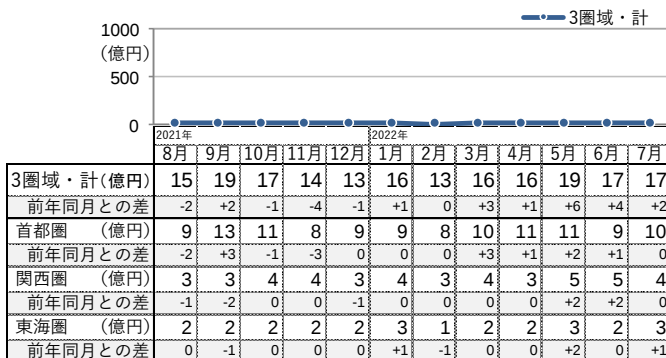
◆カラオケボックス



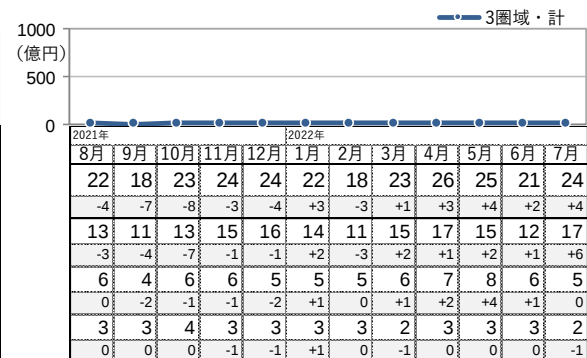
◆スナック、ナイトクラブ、キャバレー



◆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8月31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7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 タリアン料理 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 リレー 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 ール、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、 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)	420	169	158	196	56	304	52	40	199	136	436	86	9	37	17	24
前年同月との差	+175	+54	+44	+64	+19	+82	+23	-1	+32	+32	+211	+56	+6	+9	+2	+4
外食単価 (円)	4,172	2,342	2,335	4,527	2,657	3,735	2,897	3,546	1,548	1,120	3,667	4,551	3,508	9,377	806	786
前年同月との差	+918	+337	+109	+298	+280	+434	+491	-202	+101	+87	+192	+1,125	+1,399	+283	-17	+46
延べ外食回数 (万回)	1008	721	676	432	209	813	179	114	1284	1212	1189	189	25	40	214	308
前年同月との差	+256	+149	+165	+119	+52	+141	+56	+6	+128	+206	+542	+102	+13	+9	+27	+37

↑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	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 タリアン料理 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 リレー 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 ール、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、 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)	257	105	101	127	35	178	27	23	117	81	273	58	7	22	10	17
前年同月との差	+125	+35	+30	+43	+13	+65	+15	+2	+27	+20	+152	+42	+5	+7	0	+6
外食単価 (円)	4,482	2,463	2,611	4,603	2,672	3,814	3,516	3,419	1,556	1,110	3,830	4,776	4,046	11,668	846	782
前年同月との差	+1,238	+305	+199	+371	+450	+560	+644	-15	+89	+91	+301	+1,506	+1,718	+1,908	+20	+61
延べ外食回数 (万回)	573	427	386	277	132	466	77	68	751	733	712	121	18	19	123	215
前年同月との差	+167	+103	+90	+79	+34	+120	+34	+8	+135	+134	+368	+71	+11	+4	+5	+58

↑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	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 タリアン料理 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 リレー 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 ール、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、 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)	115	47	43	50	16	82	21	9	49	33	123	22	1	12	4	5
前年同月との差	+43	+15	+14	+17	+5	+7	+8	-5	+4	+9	+52	+13	+1	+4	0	0
外食単価 (円)	4,065	2,253	2,072	4,361	2,614	3,831	2,503	3,665	1,611	1,164	3,348	4,102	2,020	6,442	705	792
前年同月との差	+698	+425	-5	+204	-35	+173	+359	-933	+146	+98	+109	+314	+742	+395	-121	+44
延べ外食回数 (万回)	284	209	206	115	60	215	84	25	307	285	367	53	5	18	59	67
前年同月との差	+70	+33	+69	+35	+18	+10	+23	-5	-1	+57	+147	+29	+3	+5	+15	-6

↑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	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 タリアン料理 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 リレー 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 ール、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、 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)	49	17	15	18	5	44	4	8	32	21	41	6	1	4	3	2
前年同月との差	+8	+5	+1	+3	+1	+10	0	+2	0	+3	+9	+2	0	-1	+1	-1
外食単価 (円)	3,204	1,953	1,718	4,485	2,687	3,298	2,131	3,814	1,433	1,090	3,686	4,246	2,641	12,985	839	799
前年同月との差	+108	+204	-61	+108	+77	+458	-78	+368	+63	+55	-193	+905	+457	-6,207	+36	+3
延べ外食回数 (万回)	152	85	85	41	17	132	18	21	227	194	110	14	2	3	31	26
前年同月との差	+20	+14	+7	+6	+1	+11	-1	+2	-4	+16	+28	+1	-1	0	+6	-15

↑ファミリレストラン以外、フレンチ・イタリアン以外

2022 年 8 月 31 日

<参考>過去調査の調査概要

			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	個人単位 居住圏域	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
	外食単位 消費圏域	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

			2021年 12月度	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
事前調査	実施期間		21/11/19 (金) ~11/30 (火)	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)
	配信数(件)		484,500	486,896	487,824	479,850	377,588	318,983	463,675
	回収数(件)		32,349	32,116	32,812	33,114	46,042	44,211	31,449
	回収率		6.7%	6.6%	6.7%	6.9%	12.2%	13.9%	6.8%
	本調査対象者数(件)		15,916	15,195	15,748	15,836	16,817	15,888	15,284
本調査	実施期間		22/1/4 (火) ~1/12 (水)	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)
	配信数(件)		12,093	11,941	11,905	11,913	12,690	12,602	12,539
	回収数(件)		9,813	9,561	9,689	9,656	5,632	6,298	9,762
	回収率		81.1%	80.1%	81.4%	81.1%	44.4%	50.0%	77.9%
	有効回答数(件)		9,735	9,466	9,590	9,540	5,565	6,239	9,666
集計サンプル数	個人単位 居住圏域	3圏域計(件)	9,735	9,466	9,590	9,540	5,565	6,239	9,666
		首都圏(件)	5,607	5,452	5,524	5,495	3,218	3,608	5,590
		関西圏(件)	2,644	2,571	2,604	2,591	1,505	1,687	2,614
		東海圏(件)	1,484	1,443	1,462	1,454	842	944	1,462
	外食単位 消費圏域	3圏域計(件)	23,094	18,856	16,311	20,394	13,334	15,903	21,283
		首都圏(件)	13,617	11,125	9,791	12,114	7,993	9,260	12,544
		関西圏(件)	6,315	5,035	4,209	5,609	3,432	4,506	5,708
		東海圏(件)	3,163	2,696	2,311	2,671	1,908	2,137	3,031

※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 8 月 31 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、メディア&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。

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/>