

2023年2月2日



外食市場調査（2022年12月度）

2022年12月の外食市場規模は3015億円（前年同月比+200億円・東名阪3圏域計）
外食市場規模はコロナ禍前比（2019年12月比）74.6%で前月を上回る
単価は14カ月連続で前年超え、第8波中の繁忙期は回復傾向に

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13カ月連続で前年比プラス。2019年同月比は74.6%で前月（同73.1%）を上回る
2. 単価は14カ月連続で前年超え、2019年同月比は103.0%で8カ月連続コロナ禍前同月超え

2022年12月の外食市場規模は、3圏域合計で3015億円。前年同月比（以下、前年比）は+200億円（107.1%）と13カ月連続の前年比プラスであった。当月の外食市場は新型コロナウイルスの感染第8波中に繁忙期を迎えたが、前年比の増加額や伸び率は11月を上回り、回復傾向であった。2019年比（コロナ禍前比）は、74.6%と前月の同73.1%を上回った。外食単価は14カ月連続で前年を上回り、外食実施率、頻度も19年比（コロナ禍前比）で前月からマイナス幅が縮小した。外食市場規模の食事主体業態・計は前年比105.2%（2019年比83.2%）、飲酒主体業態・計は同年113.2%（同63.9%）、2019年比はともに前月を上回った。主要16業態中では「居酒屋」等13業態で市場規模が前年比で拡大し、2019年比では「レストラン、食堂、ダイニング、洋食店」が97.4%とコロナ禍前水準に近づいている。

【3圏域計（首都圏・関西圏・東海圏）】 [P3]

- 2022年12月の外食（※1）実施率は66.4%（前月比増減+2.2pt、前年比増減+2.5pt）
 - 2022年12月の外食頻度（※2）は3.72回/月（前月比増減+0.06回、前年比増減+0.01回）
 - 2022年12月の外食単価は3,063円（前月比増減+412円、前年比増減+132円）
 - 2022年12月の外食市場規模（※3）は3015億円（前月比増減+536億円、前年比増減+200億円）
- ※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：66.1%（前年比増減+3.3pt）、関西圏：66.9%（同+2.4pt）、東海圏：66.6%（同-0.7pt）
- 外食頻度は、首都圏：3.81回/月（前年比増減-0.06回）、関西圏：3.87回/月（同+0.17回）、東海圏：3.13回/月（同-0.04回）
- 外食単価は、首都圏：3,136円（前年比増減+153円）、関西圏：3,146円（同+130円）、東海圏：2,539円（同±0円）
- 外食市場規模は、首都圏：1819億円（前年比増減+130億円）、関西圏：877億円（同+85億円）、東海圏：319億円（同-15億円）

【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+68億円）、「レストラン、食堂、ダイニング、洋食店」（同+34億円）、「フレンチ・イタリアン料理店」（同+21億円）等主要16業態中13業態で前年を上回った。
- 「居酒屋」（延べ回数+150万回、単価+59円）、「レストラン、食堂、ダイニング、洋食店」（延べ回数+70万回、単価+240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/>

2023年2月2日

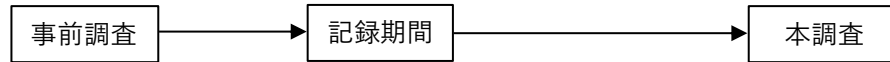
外食市場調査（2022年12月度）調査概要

- **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



- ・ 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	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11月18日（金）～ 2022年11月30日（水）	500,533件	36,689件	7.3%	15,080件	2023年1月4日（水）～ 2023年1月12日（木）	12,596件	9,767件	77.5%	9,680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		
9,680	5,598	2,618	1,464	844	931	1,193	1,066	836	827	903	1,169	1,043	870		
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
23,934	14,102	6,776	3,055
100.0	58.9	28.3	12.8

※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

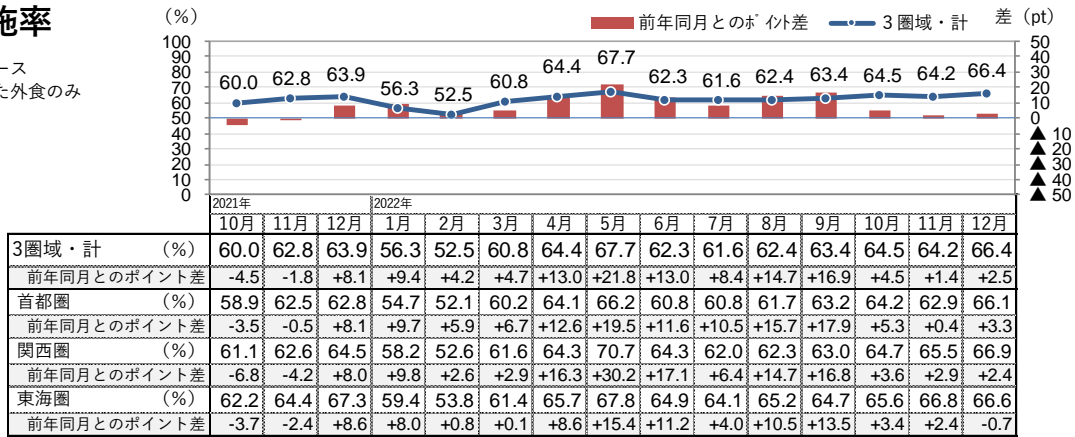
・ 外食1回につき次の26分類から当てはまるものを1つ聴取、本リリースではうち16業態を掲出。

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					

2023年2月2日

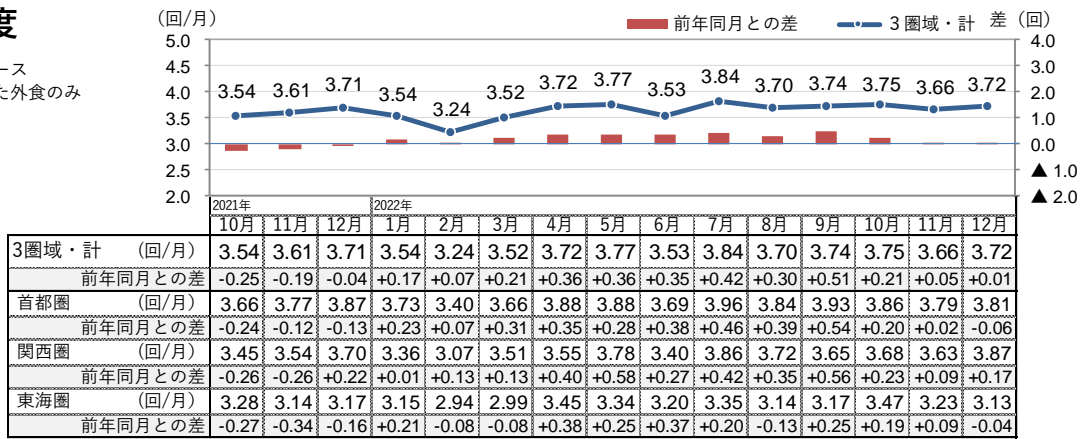
1. 外食実施率

※個人単位集計ベース
※圏域内で行われた外食のみ



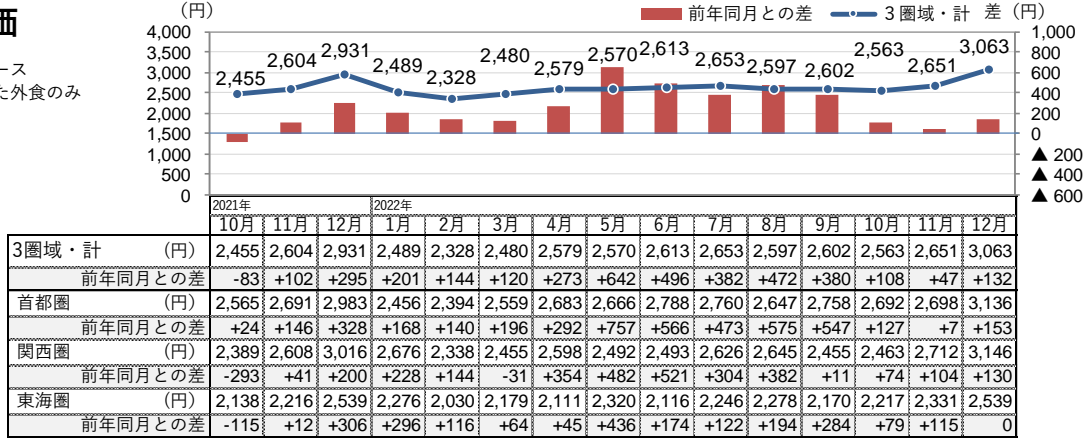
2. 外食頻度

※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

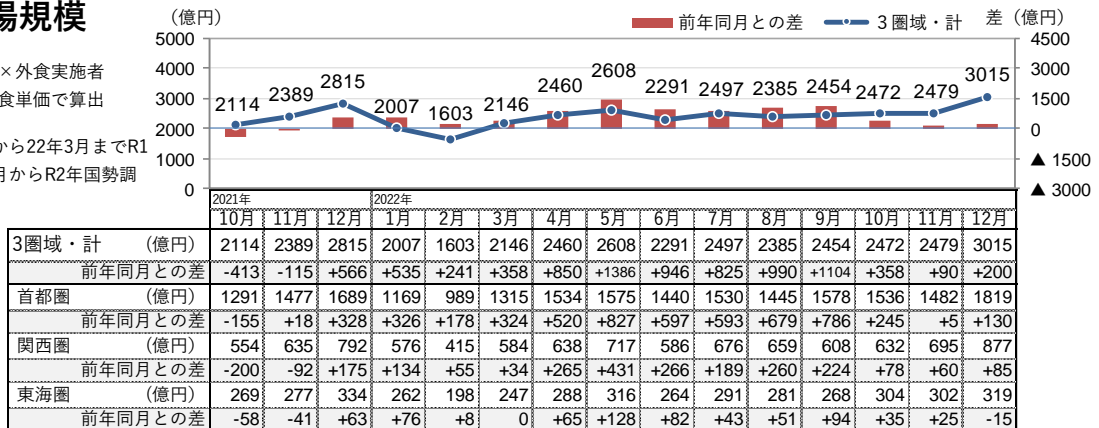
※外食単位集計ベース
※圏域内で行われた外食のみ
※外食実施者のみ



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、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



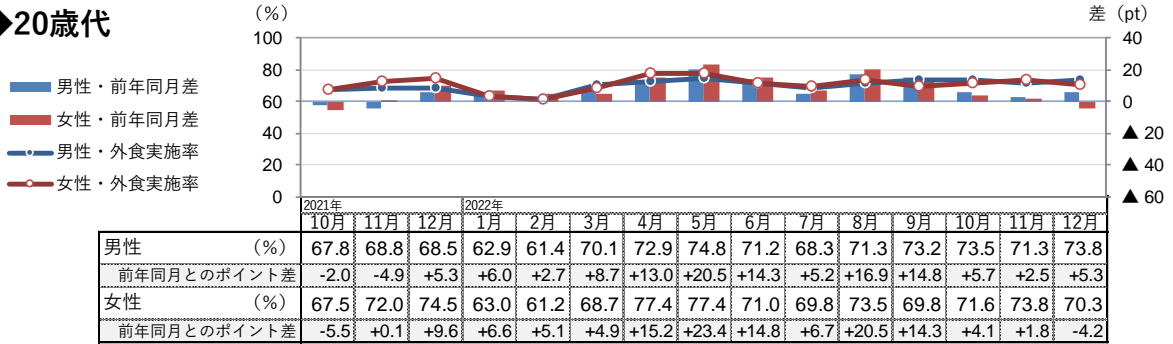
<参考>21年度
→22年度の基準人口の増減率
3圏域・計：-1.7%
首都圏：-1.3%
関西圏：-2.1%
東海圏：-2.4%

2023年2月2日

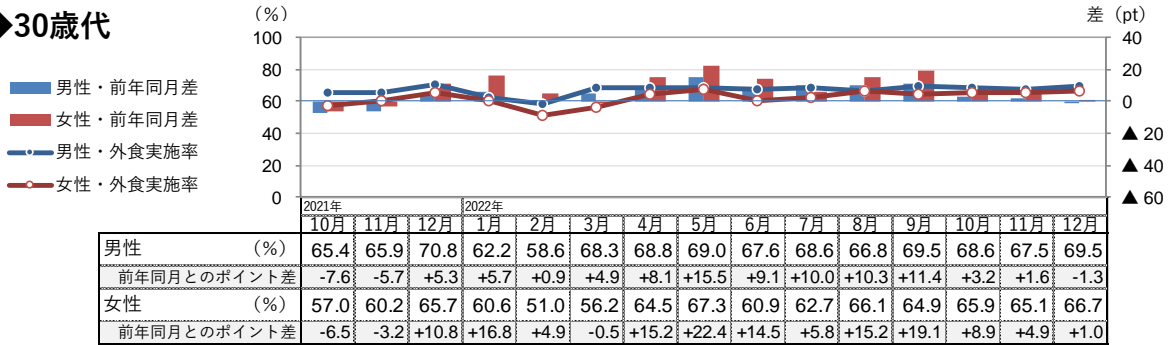
5. 性年代別 外食実施率 【3圏域・計】

※個人単位集計ベース
※圏域内で行われた外食のみ

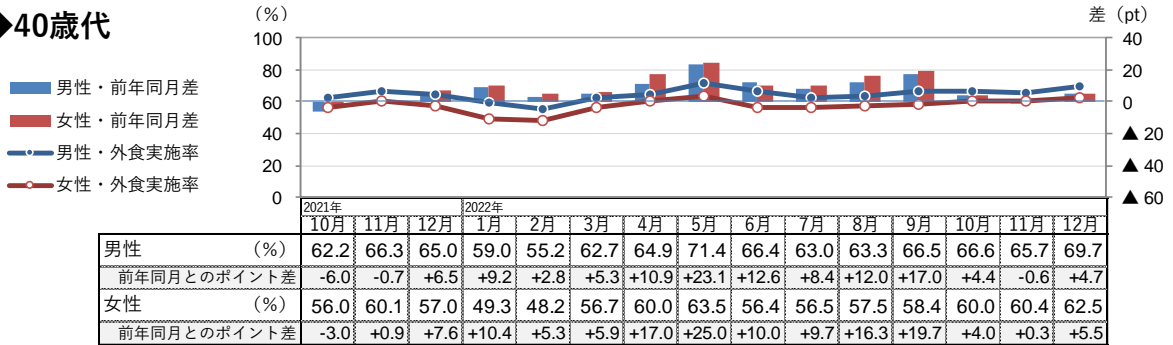
◆20歳代



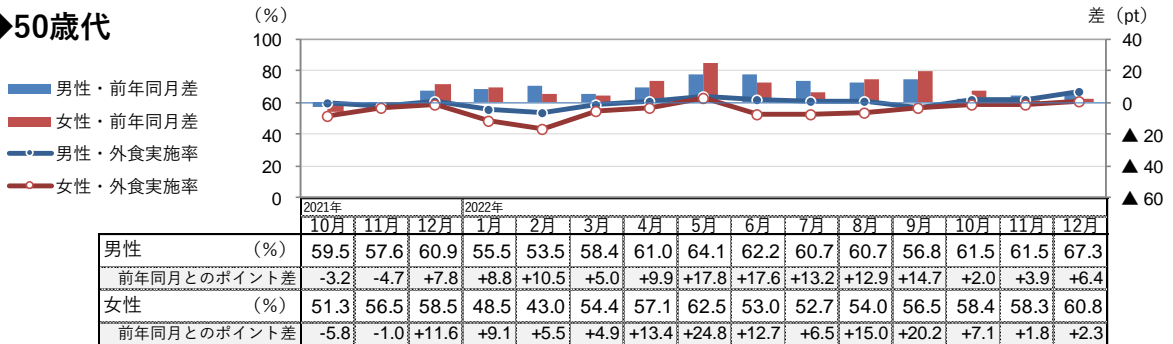
◆30歳代



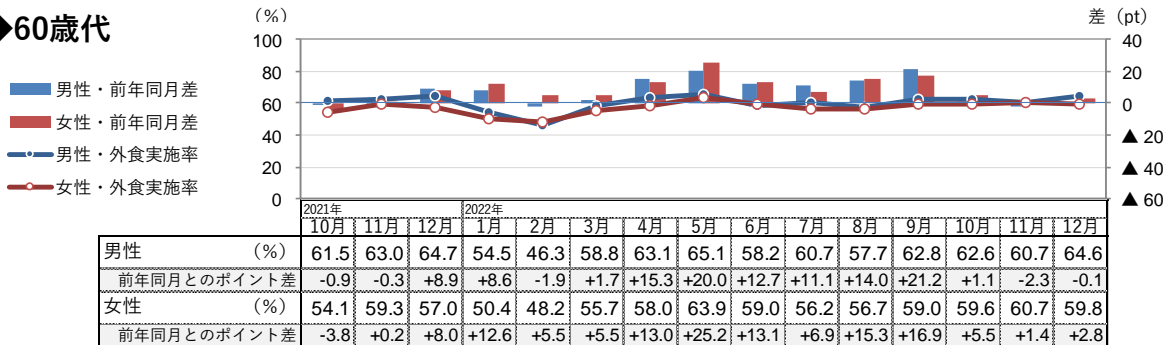
◆40歳代



◆50歳代



◆60歳代

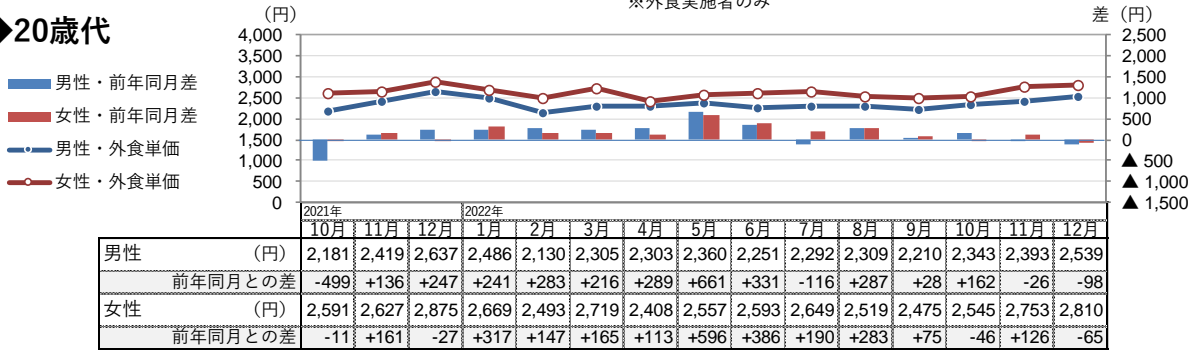


2023年2月2日

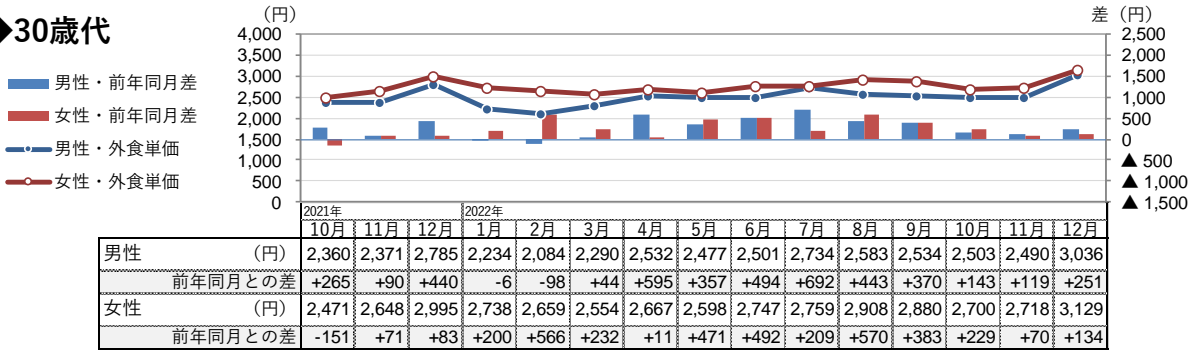
6. 性年代別 外食単価 【3圏域・計】

※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

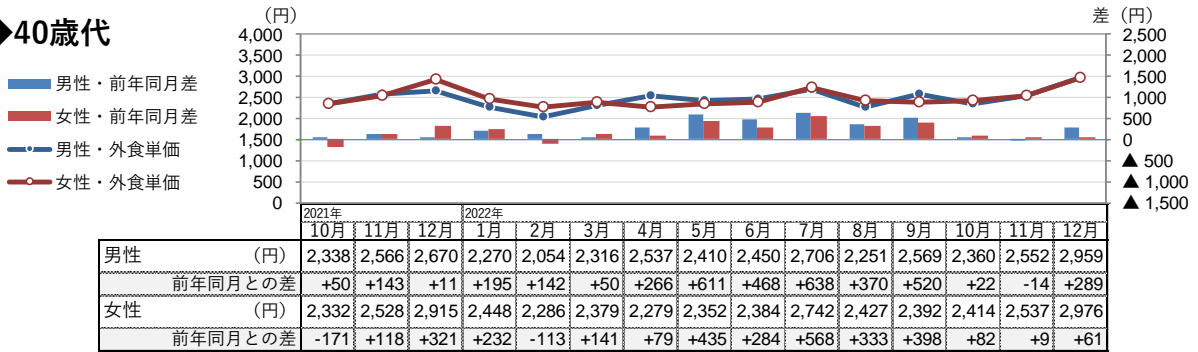
◆20歳代



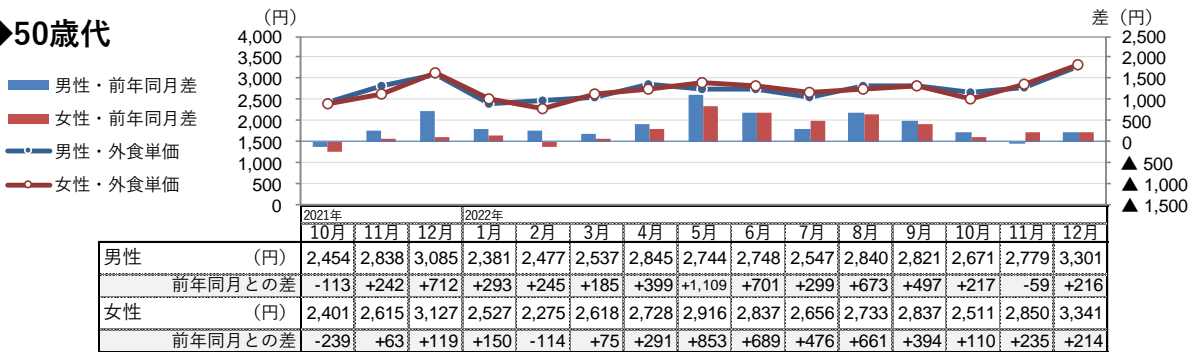
◆30歳代



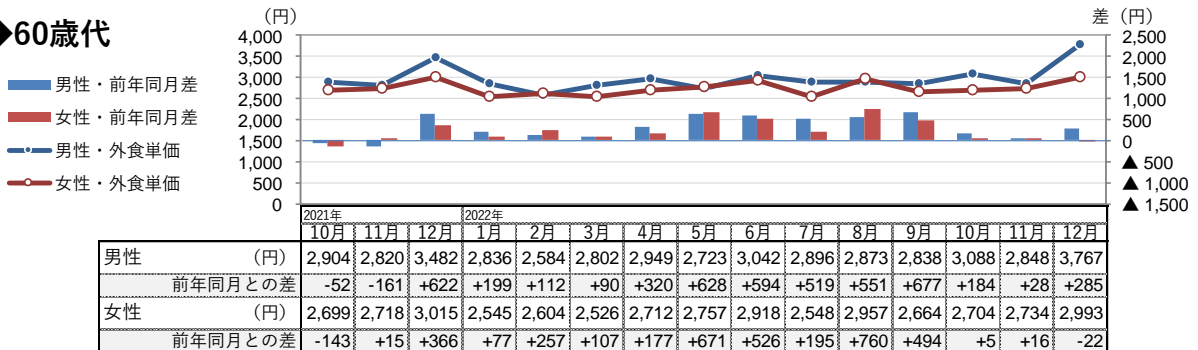
◆40歳代



◆50歳代



◆60歳代

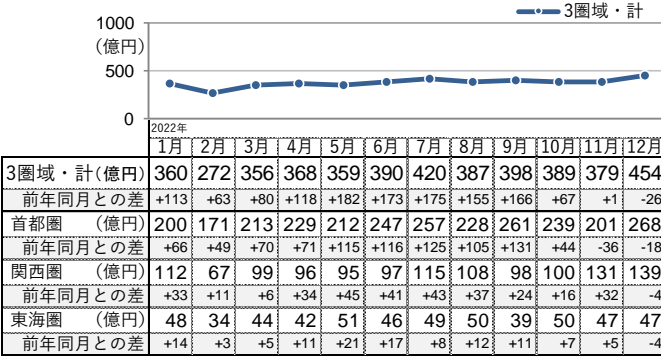


2023年2月2日

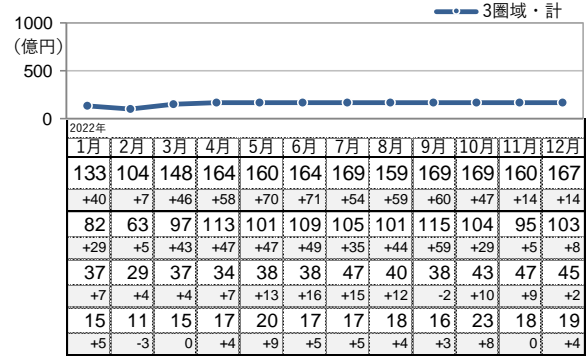
7.業態別 外食市場規模

※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、小数点第一位で四捨五入され0になったもの

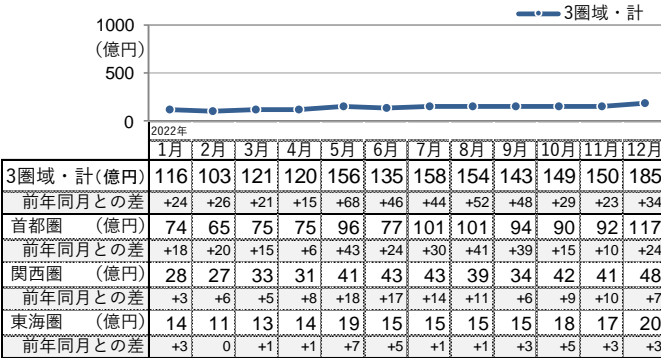
◆和食料理店（すし、割烹、料亭、郷土料理専門店等）



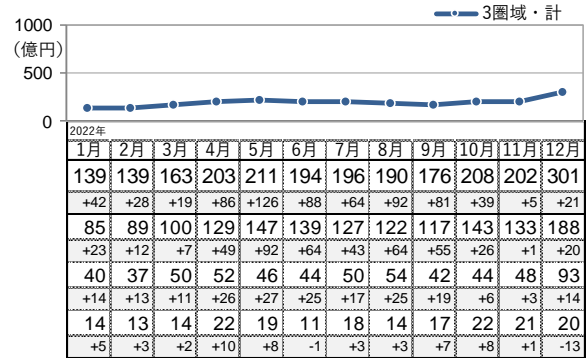
◆中華料理店（ラーメン専門店を除く）



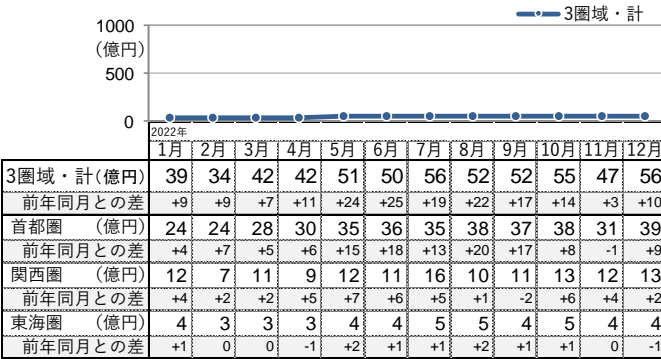
◆レストラン、食堂、ダイニング、洋食店



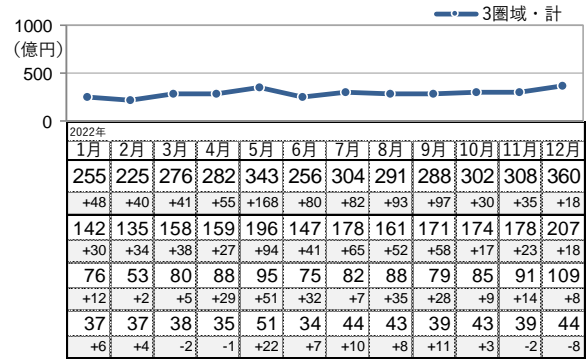
◆フレンチ・イタリアン料理店



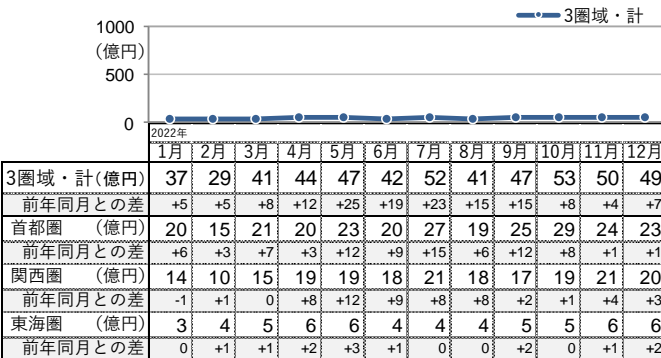
◆アジア料理店



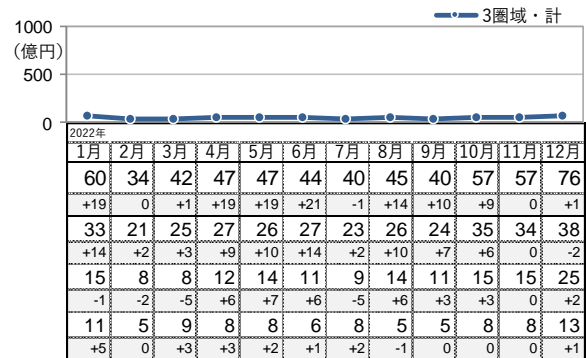
◆焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店



◆お好み焼き、鉄板焼き等の専門店



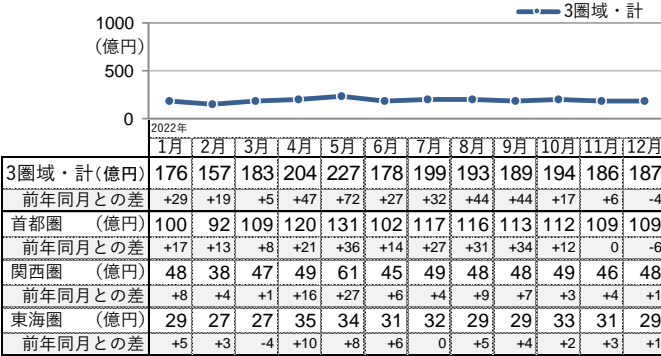
◆すき焼き、しゃぶしゃぶ、鍋、おでん等の専門店



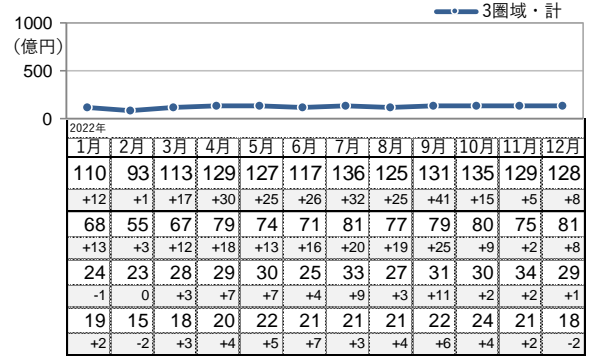
2023年2月2日

※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、小数点第一位で四捨五入され0になったもの

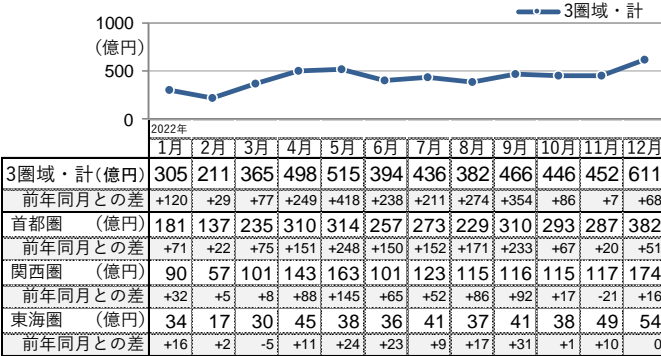
◆ファミリーレストラン、回転すし等



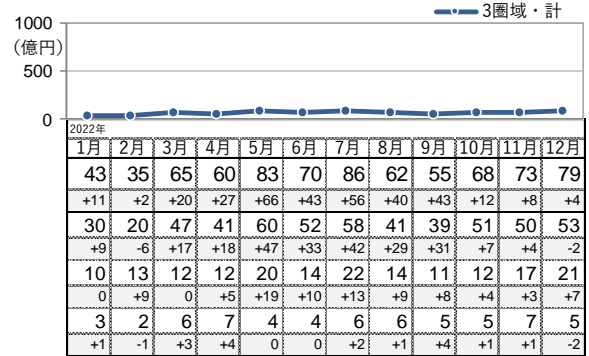
◆ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店



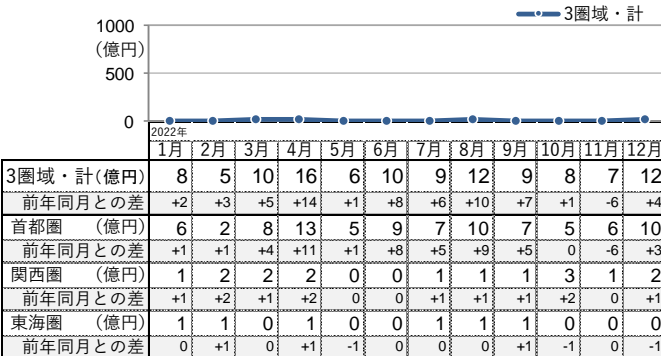
◆居酒屋(焼鳥、串焼き、串揚げ等、飲酒メインの業態を含む)



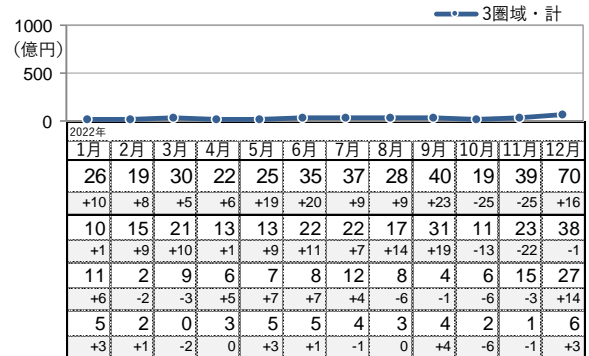
◆バー、バル、ワインバー、ビアホール、パブ



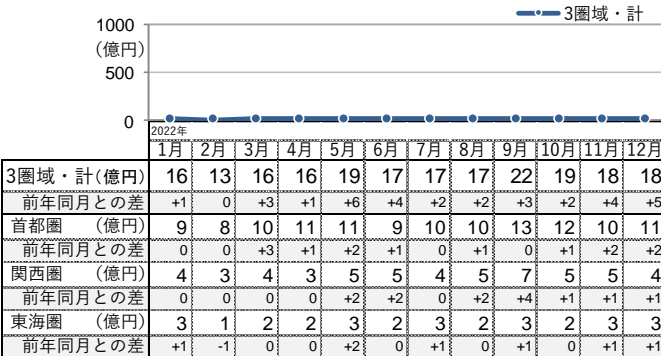
◆カラオケボックス



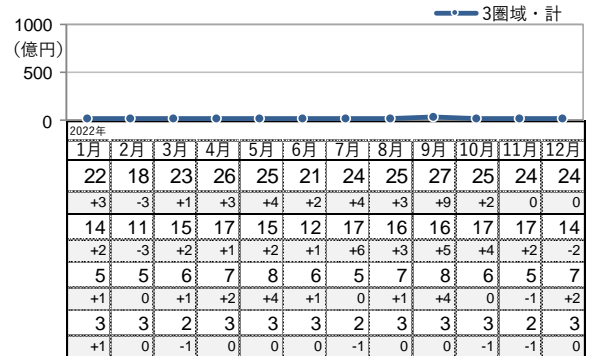
◆スナック、ナイトクラブ、キャバレー



◆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



2023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
 ※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

【3圏域・計】	2022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(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
外食市場規模 (億円)	454	167	185	301	56	360	49	76	187	128	611	79	12	70	18	24
前年同月との差	-26	+14	+34	+21	+10	+18	+7	+1	-4	+8	+68	+4	+4	+16	+5	0
外食単価 (円)	4,366	2,444	2,590	5,710	3,102	4,159	2,949	4,351	1,590	1,163	3,944	4,268	3,806	11,324	910	775
前年同月との差	-103	+52	+240	+284	+357	+265	+125	+498	+56	+50	+59	+53	+331	+3,566	+103	+23
延べ外食回数 (万回)	1041	683	713	527	181	866	166	174	1176	1103	1548	184	32	62	200	305
前年同月との差	-34	+45	+70	+12	+14	-12	+16	-21	-67	+21	+150	+6	+8	-8	+33	-10

↑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】	2022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(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
外食市場規模 (億円)	268	103	117	188	39	207	23	38	109	81	382	53	10	38	11	14
前年同月との差	-18	+8	+24	+20	+9	+18	+1	-2	-6	+8	+51	-2	+3	-1	+2	-2
外食単価 (円)	4,684	2,619	2,886	5,771	3,138	4,273	3,704	3,833	1,593	1,167	4,023	4,532	4,220	13,596	927	767
前年同月との差	+44	-11	+445	+350	+422	+241	+481	+300	+49	+22	+71	-198	+374	+4,511	+117	-8
延べ外食回数 (万回)	573	393	405	326	124	484	62	98	687	698	949	118	24	28	119	184
前年同月との差	-44	+32	+23	+16	+14	+16	-6	-15	-58	+64	+111	+3	+7	-14	+9	-17

↑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】	2022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(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
外食市場規模 (億円)	139	45	48	93	13	109	20	25	48	29	174	21	2	27	4	7
前年同月との差	-4	+2	+7	+14	+2	+8	+3	+2	+1	+1	+16	+7	+1	+14	+1	+2
外食単価 (円)	4,380	2,295	2,171	5,861	3,180	4,271	2,500	5,030	1,668	1,178	3,767	3,709	2,680	9,345	765	764
前年同月との差	-150	+97	-114	+611	+486	+234	-87	+540	+102	+90	+67	+706	-62	+3,024	-49	+79
延べ外食回数 (万回)	317	195	219	159	42	255	81	50	288	243	463	56	6	28	54	91
前年同月との差	+2	0	+41	+9	+1	+4	+17	-1	-13	-16	+37	+9	+2	+7	+18	+18

↑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】	2022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(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
外食市場規模 (億円)	47	19	20	20	4	44	6	13	29	18	54	5	0	6	3	3
前年同月との差	-4	+4	+3	-13	-1	-8	+2	+1	+1	-2	0	-2	-1	+3	+1	0
外食単価 (円)	3,124	2,028	2,273	4,685	2,546	3,500	2,503	4,973	1,467	1,124	3,997	4,251	2,179	9,970	1,137	857
前年同月との差	-474	+223	+200	-1,249	-522	+236	+321	+991	+21	+84	-59	+192	-248	+5,845	+362	+102
延べ外食回数 (万回)	151	96	88	42	14	127	23	27	200	162	136	11	2	6	27	30
前年同月との差	+8	+14	+6	-13	-2	-33	+4	-3	+3	-28	+3	-5	0	-1	+6	-12

2023年2月2日

<参考>過去調査の調査概要

		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	2022年 3月度	2022年 4月度		
事前調査	実施期間	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)	22/2/16 (水) ~2/28 (月)	22/3/22 (火) ~3/30 (水)		
	配信数(件)	493,268	482,052	484,500	486,896	487,824	479,850	377,588		
	回収数(件)	33,493	34,247	32,349	32,116	32,812	33,114	46,042		
	回収率	6.8%	7.1%	6.7%	6.6%	6.7%	6.9%	12.2%		
	本調査対象者数(件)	16,137	16,755	15,916	15,195	15,748	15,836	16,817		
本調査	実施期間	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)	22/4/1 (金) ~4/11 (月)	22/5/2 (月) ~5/16 (月)		
	配信数(件)	12,103	12,158	12,093	11,941	11,905	11,913	12,690		
	回収数(件)	9,714	9,736	9,813	9,561	9,689	9,656	5,632		
	回収率	80.3%	80.1%	81.1%	80.1%	81.4%	81.1%	44.4%		
	有効回答数(件)	9,616	9,627	9,735	9,466	9,590	9,540	5,565		
集計サンプル数	個人単位	居住圏	3圏域計(件)	9,616	9,627	9,735	9,466	9,590	9,540	5,565
		首都圏(件)	5,539	5,545	5,607	5,452	5,524	5,495	3,218	
		関西圏(件)	2,612	2,615	2,644	2,571	2,604	2,591	1,505	
		東海圏(件)	1,466	1,467	1,484	1,443	1,462	1,454	842	
	外食単位	消費圏	3圏域計(件)	20,453	21,812	23,094	18,856	16,311	20,394	13,334
		首都圏(件)	11,954	13,054	13,617	11,125	9,791	12,114	7,993	
		関西圏(件)	5,508	5,789	6,315	5,035	4,209	5,609	3,432	
		東海圏(件)	2,991	2,969	3,163	2,696	2,311	2,671	1,908	

※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月度	2022年 6月度	2022年 7月度	2022年 8月度	2022年 9月度	2022年 10月度	2022年 11月度		
事前調査	実施期間	22/4/19 (火) ~4/28 (木)	22/5/19 (木) ~5/31 (火)	22/6/21 (火) ~6/30 (木)	22/7/20 (水) ~8/1 (月)	22/8/19 (金) ~9/1 (木)	22/9/20 (火) ~9/30 (金)	22/10/18 (火) ~10/31 (月)		
	配信数(件)	318,983	463,675	476,023	506,605	500,752	507,998	503,149		
	回収数(件)	44,211	31,449	29,317	32,797	34,249	32,570	32,378		
	回収率	13.9%	6.8%	6.2%	6.5%	6.8%	6.4%	6.4%		
	本調査対象者数(件)	15,888	15,284	14,747	14,789	14,197	14,741	14,474		
本調査	実施期間	22/6/1 (水) ~6/13 (月)	22/7/1 (金) ~7/8 (金)	22/8/1 (月) ~8/9 (火)	22/9/1 (木) ~9/12 (月)	22/9/30 (金) ~10/11 (火)	22/11/1 (火) ~11/8 (火)	22/12/1 (木) ~12/8 (木)		
	配信数(件)	12,602	12,539	12,428	12,522	12,448	12,593	12,726		
	回収数(件)	6,298	9,762	10,128	10,220	10,037	9,870	9,816		
	回収率	50.0%	77.9%	81.5%	81.6%	80.6%	78.4%	77.1%		
	有効回答数(件)	6,239	9,666	10,027	10,116	9,939	9,790	9,731		
集計サンプル数	個人単位	居住圏	3圏域計(件)	6,239	9,666	10,027	10,116	9,939	9,790	9,731
		首都圏(件)	3,608	5,590	5,799	5,850	5,748	5,662	5,628	
		関西圏(件)	1,687	2,614	2,712	2,736	2,688	2,648	2,632	
		東海圏(件)	944	1,462	1,517	1,530	1,503	1,481	1,472	
	外食単位	消費圏	3圏域計(件)	15,903	21,283	23,710	23,336	23,548	23,716	22,862
		首都圏(件)	9,260	12,544	13,968	13,870	14,283	14,033	13,427	
		関西圏(件)	4,506	5,708	6,484	6,332	6,179	6,308	6,266	
		東海圏(件)	2,137	3,031	3,258	3,133	3,086	3,375	3,170	

※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

2023年2月2日

<参考>コロナ禍前（2019年）との比較

1.延べ外出回数

	2022年 1月	2022年 2月	2022年 3月	2022年 4月	2022年 5月	2022年 6月	2022年 7月	2022年 8月	2022年 9月	2022年 10月	2022年 11月	2022年 12月
3圏域・計 (万回)	8064	6885	8653	9539	10148	8766	9414	9183	9432	9644	9353	9843
対19年比	64.9%	56.3%	62.3%	72.5%	76.6%	67.4%	71.2%	66.4%	72.8%	77.7%	70.6%	72.5%

2.外食単価

	2022年 1月	2022年 2月	2022年 3月	2022年 4月	2022年 5月	2022年 6月	2022年 7月	2022年 8月	2022年 9月	2022年 10月	2022年 11月	2022年 12月
3圏域・計 (円)	2,489	2,328	2,480	2,579	2,570	2,613	2,653	2,597	2,602	2,563	2,651	3,063
対19年比	95.4%	90.3%	94.0%	99.1%	105.1%	101.8%	100.8%	103.3%	106.3%	101.4%	103.4%	103.0%

3.外食市場規模

	2022年 1月	2022年 2月	2022年 3月	2022年 4月	2022年 5月	2022年 6月	2022年 7月	2022年 8月	2022年 9月	2022年 10月	2022年 11月	2022年 12月
3圏域・計 (億円)	2007	1603	2146	2460	2608	2291	2497	2385	2454	2472	2479	3015
対19年比	61.9%	50.8%	58.5%	71.8%	80.5%	68.6%	71.8%	68.6%	77.4%	78.7%	73.1%	74.6%

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。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/>