

2022年8月3日



外食市場調査（2022年6月度）

2022年6月の外食市場規模は2291億円（前年同月比 +946億円・東名阪3圏域計）
外食市場規模は前月比317億円減
コロナ禍前比（2019年6月比）は68.6%、前月の同80.5%から後退

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6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7カ月連続前年同月超えも、2019年同月比68.6%と前月の同80.5%から後退
2. 主要全16業態で4カ月連続して市場規模が前年超えも、2019年同月比100%超えはなし

2022年6月の外食市場規模は、3圏域合計で2291億円。前年同月比（以下、前年比）は+946億円と7カ月連続の前年比プラスであった。ただし、前月比では-317億円で、コロナ禍前の2019年同月比は68.6%と前月の同80.5%に比べるとマイナス幅が拡大した。外食実施率・頻度は前月比でマイナスとなり、新型コロナウイルスの感染再拡大の影響を感じさせる。単価は、前年比でも2019年同月比（101.8%）でも増加しており、反動消費や物価高騰が影響している可能性がありそうだ。食事主体業態・計は前年比158.1%（19年比77.5%）、飲酒主体業態・計は同254.2%（同53.4%）、軽食主体業態・計は同106.4%（同63.2%）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拡大しており、回復への道のりはまだ遠い。主要16業態全てで4カ月連続して前年同月比はプラスで推移している。

【3圏域計（首都圏・関西圏・東海圏）】 [P3]

- 2022年6月の外食（※1）実施率は62.3%（前月比増減 -5.4pt、前年比増減 +13.0pt）
 - 2022年6月の外食頻度（※2）は3.53回/月（前月比増減 -0.24回、前年比増減 +0.35回）
 - 2022年6月の外食単価は2,613円（前月比増減 +43円、前年比増減 +496円）
 - 2022年6月の外食市場規模（※3）は2291億円（前月比増減 -317億円、前年比増減 +946億円）
- ※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 +11.6pt）、関西圏：64.3%（同 +17.1pt）、東海圏：64.9%（同 +11.2pt）
- 外食頻度は、首都圏：3.69回/月（前年比増減 +0.38回）、関西圏：3.40回/月（同 +0.27回）、東海圏：3.20回/月（同 +0.37回）
- 外食単価は、首都圏：2,788円（前年比増減 +566円）、関西圏：2,493円（同 +521円）、東海圏：2,116円（同 +174円）
- 外食市場規模は、首都圏：1440億円（前年比増減 +597億円）、関西圏：586億円（同 +266億円）、東海圏：264億円（同 +82億円）

【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 +238億円）、「和食料理店」（同 +173億円）、「フレンチ・イタリアン料理店」（同 +88億円）等主要16業態全てで前年同月を上回った。
- 「居酒屋」（延べ回数 +569万回、単価 +532円）、「和食料理店」（延べ回数 +290万回、単価 +836円）、「フレンチ・イタリアン料理店」（延べ回数 +135万回、単価 +895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3日

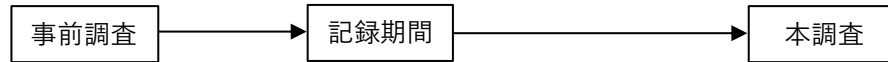
外食市場調査（2022年6月度）調査概要

- **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5月19日（木）～ 2022年5月31日（火）	463,675件	31,449件	6.8%	15,284件	2022年7月1日（金）～ 2022年7月8日（金）	12,539件	9,762件	77.9%	9,666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		
	9,666 100.0	5,590 57.8	2,614 27.0	1,462 15.1	842 8.7	929 9.6	1,191 12.3	1,064 11.0	835 8.6	826 8.5	902 9.3	1,167 12.1	1,041 10.8	869 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
21,283 100.0	12,544 58.9	5,708 26.8	3,031 14.2

※2022年4～5月度は、事前調査の回答デバイスの制限をなくしたことにより、本調査の回収率が低下した。6月度より、事前調査の回収方法を、一定期間PC限定で回収、不足セルのみスマホからの回収で補填する方法に変えたことにより、本調査の回収率は戻った。

※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

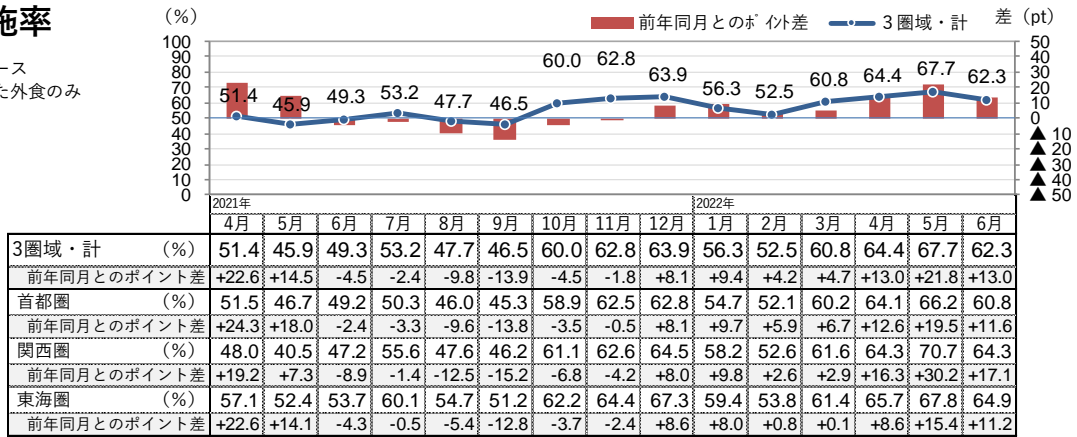
・ 外食1回につき次の26分類から当てはまるものを1つ聴取、本リリースではうち16業態を掲出。

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					

2022年 8月 3日

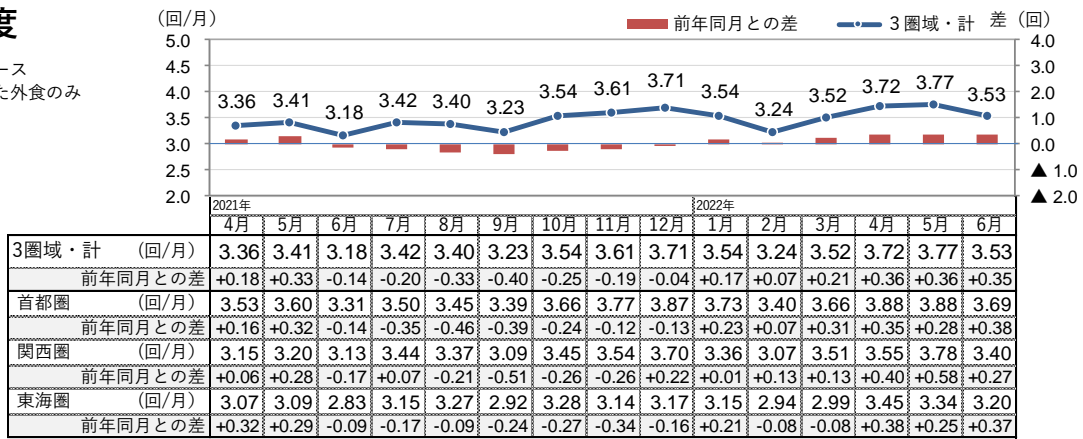
1. 外食実施率

※個人単位集計ベース
※圏域内で行われた外食のみ



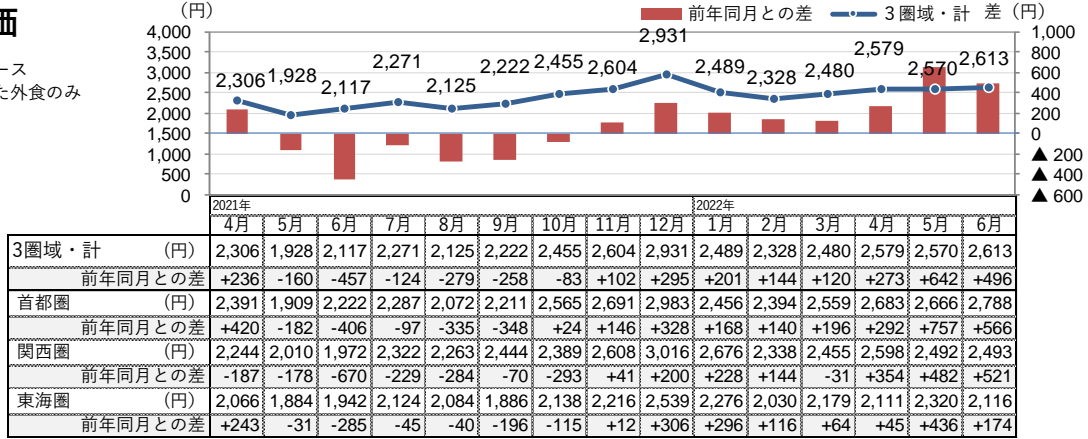
2. 外食頻度

※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

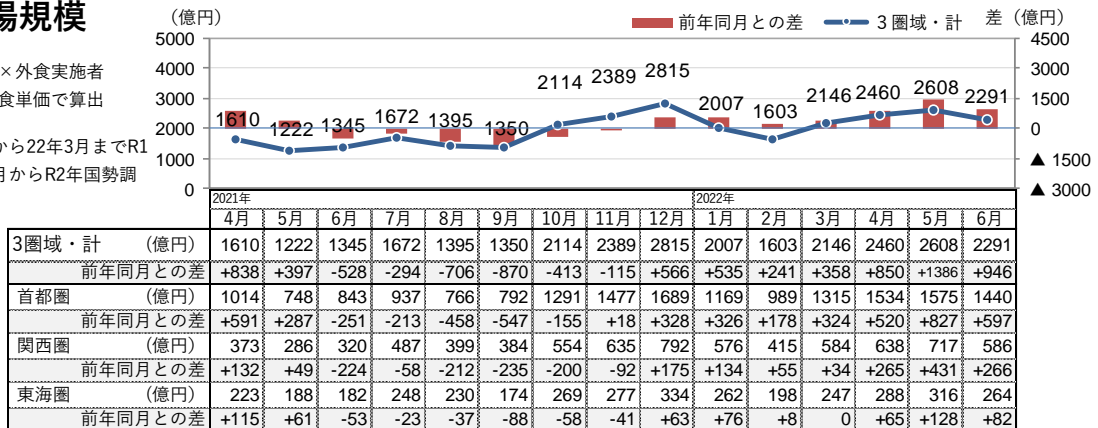
※外食単位集計ベース
※圏域内で行われた外食のみ
※外食実施者のみ



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



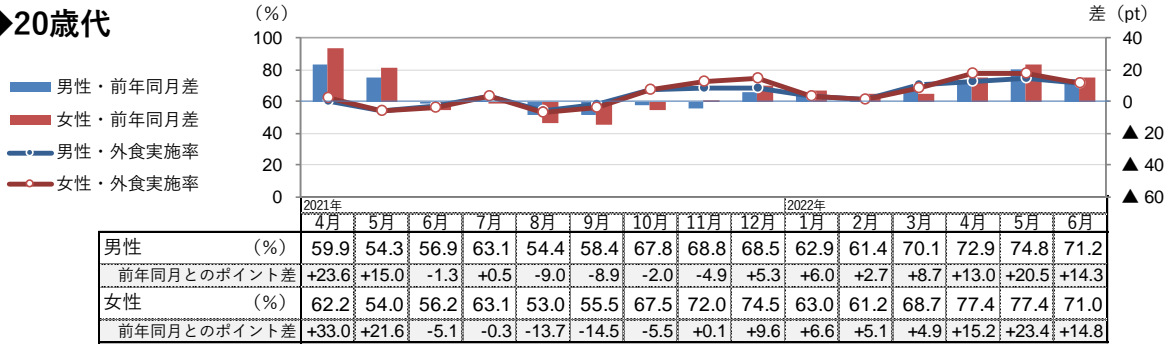
<参考>21年度
→22年度の基準人口の増減率
3圏域・計：-1.7%
首都圏：-1.3%
関西圏：-2.1%
東海圏：-2.4%

2022年 8月 3日

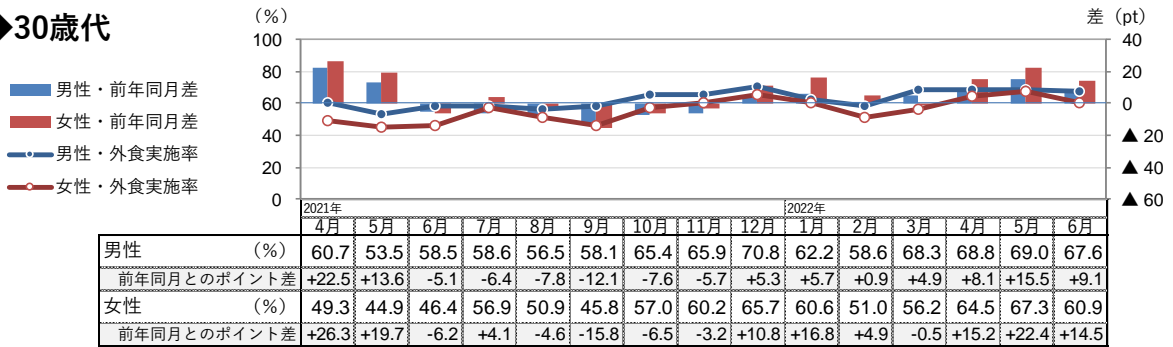
5. 性年代別 外食実施率 【3圏域・計】

※個人単位集計ベース
※圏域内で行われた外食のみ

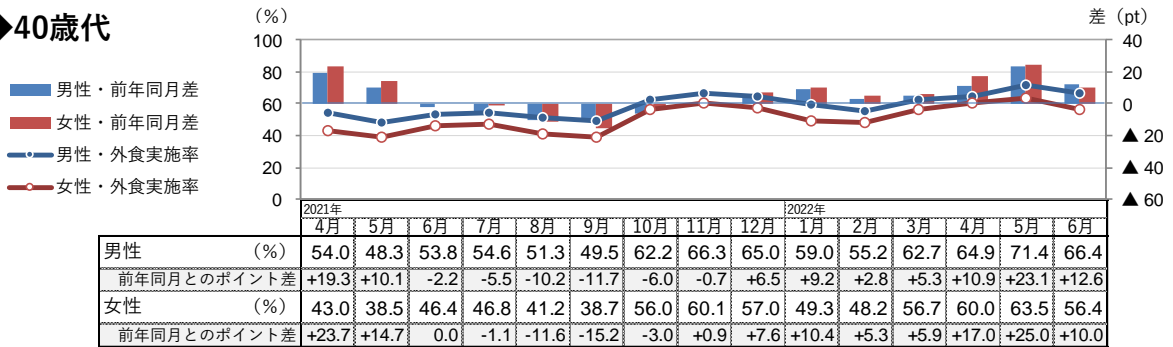
◆20歳代



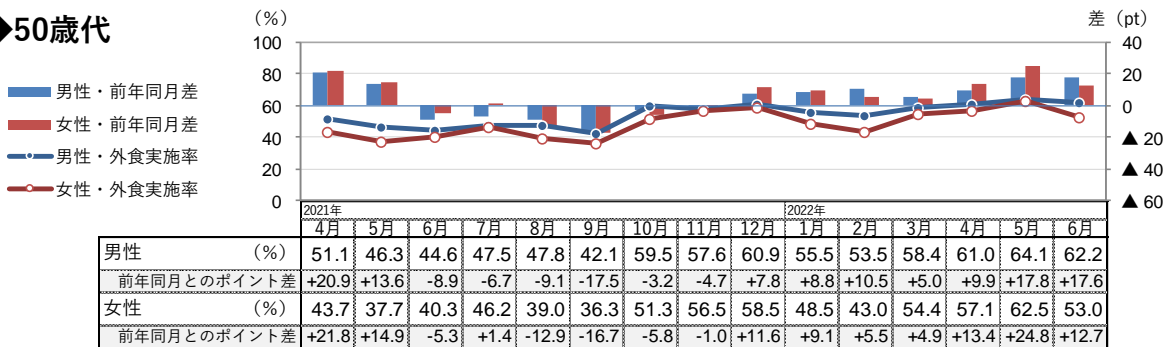
◆30歳代



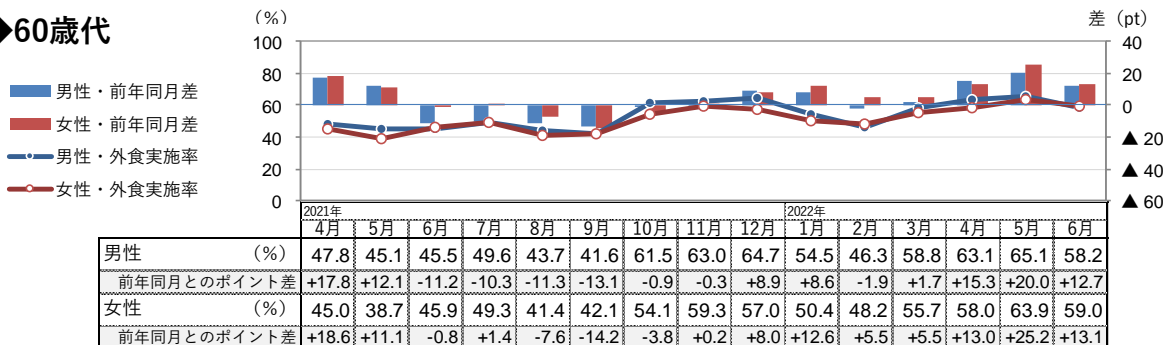
◆40歳代



◆50歳代



◆60歳代

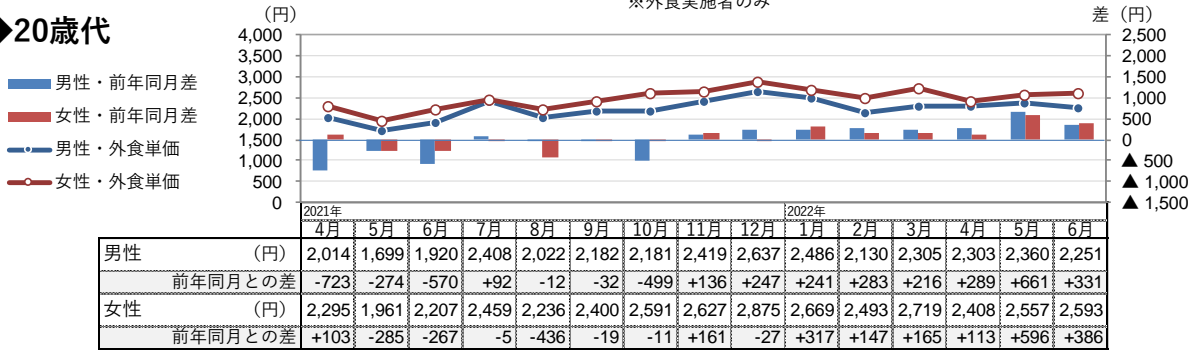


2022年 8月 3日

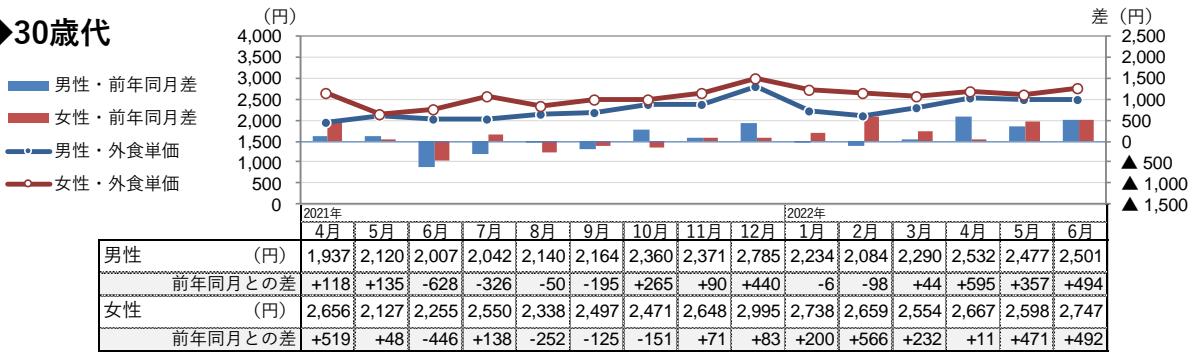
6. 性年代別 外食単価 【3圏域・計】

※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

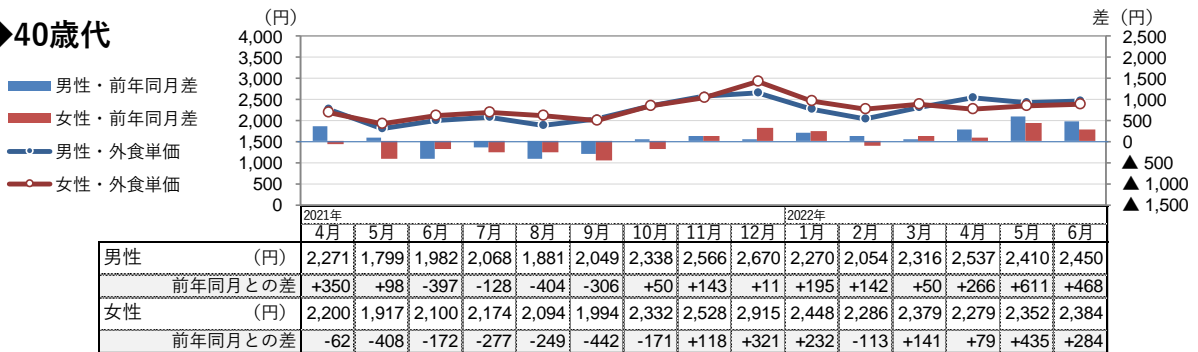
◆20歳代



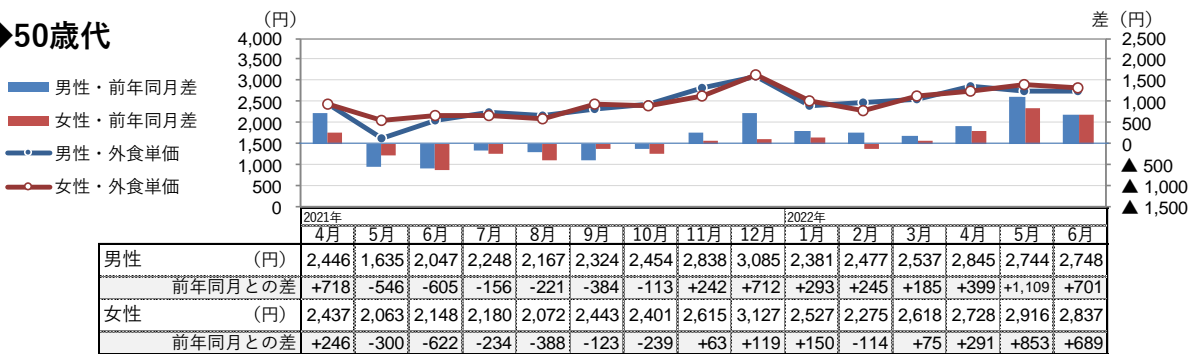
◆30歳代



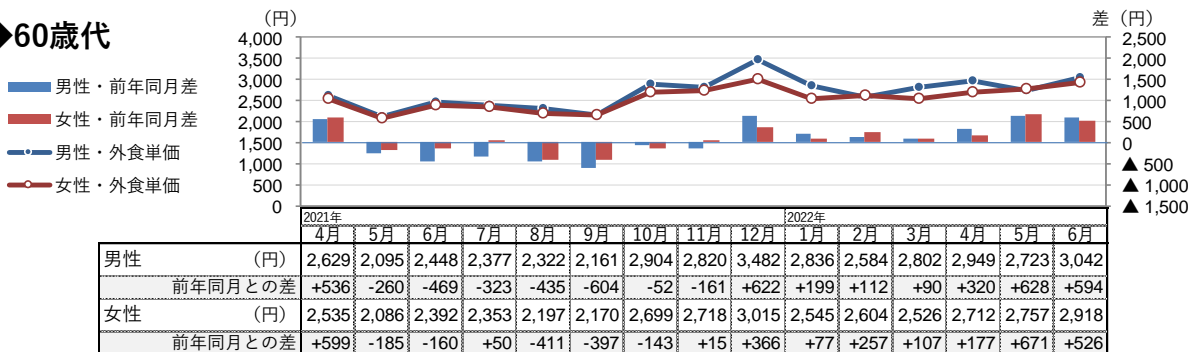
◆40歳代



◆50歳代



◆60歳代



2022年8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
 ※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6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、弁当、洋食店を除く)	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(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)	390	164	135	194	50	256	42	44	178	117	394	70	10	35	17	21
前年同月との差	+173	+71	+46	+88	+25	+80	+19	+21	+27	+26	+238	+43	+8	+20	+4	+2
外食単価 (円)	4,035	2,448	2,207	4,719	2,639	3,650	2,594	3,883	1,474	1,076	3,735	3,731	4,628	8,128	818	735
前年同月との差	+836	+538	+353	+895	+479	+449	+126	+995	+33	+49	+532	-539	+2,511	-13,309	+61	+8
延べ外食回数 (万回)	967	669	613	411	191	701	163	113	1208	1091	1055	188	21	43	206	286
前年同月との差	+290	+182	+132	+135	+73	+151	+68	+33	+157	+208	+569	+125	+11	+36	+36	+19

↑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、弁当、洋食店を除く)	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(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)	247	109	77	139	36	147	20	27	102	71	257	52	9	22	9	12
前年同月との差	+116	+49	+24	+64	+18	+41	+9	+14	+14	+16	+150	+33	+8	+11	+1	+1
外食単価 (円)	4,340	2,754	2,367	4,936	2,684	3,869	2,853	4,227	1,513	1,066	3,823	3,874	5,240	9,599	776	761
前年同月との差	+886	+727	+347	+1,001	+420	+611	+184	+1,385	+79	+46	+523	-470	+2,784	-19,255	-7	+55
延べ外食回数 (万回)	570	395	325	282	133	380	70	63	673	667	672	134	17	23	118	159
前年同月との差	+190	+101	+61	+92	+53	+54	+27	+17	+62	+124	+349	+90	+11	+19	+11	-1

↑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、弁当、洋食店を除く)	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(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)	97	38	43	44	11	75	18	11	45	25	101	14	0	8	5	6
前年同月との差	+41	+16	+17	+25	+6	+32	+9	+6	+6	+4	+65	+10	0	+7	+2	+1
外食単価 (円)	3,734	2,093	2,150	4,523	2,709	3,630	2,470	3,638	1,479	1,090	3,587	3,275	1,116	5,195	891	649
前年同月との差	+777	+394	+482	+1,116	+831	+230	+110	+703	-11	+50	+646	+198	-1,683	+967	+162	-96
延べ外食回数 (万回)	261	184	200	97	39	206	72	30	307	231	282	44	2	15	60	90
前年同月との差	+72	+55	+46	+42	+15	+80	+36	+11	+44	+29	+161	+30	+1	+13	+21	+24

↑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、弁当、洋食店を除く)	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(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)	46	17	15	11	4	34	4	6	31	21	36	4	0	5	2	3
前年同月との差	+17	+5	+5	-1	+1	+7	+1	+1	+6	+7	+23	0	0	+1	0	0
外食単価 (円)	3,341	1,831	1,745	3,420	2,159	2,963	2,147	3,155	1,353	1,096	3,569	3,625	2,719	10,549	837	830
前年同月との差	+615	+33	+131	-467	+116	+209	-17	+190	-41	+58	+351	-3,056	+1,716	-11,088	+149	+52
延べ外食回数 (万回)	136	90	88	32	18	115	21	20	228	193	101	10	2	5	28	37
前年同月との差	+28	+26	+25	+1	+5	+17	+6	+4	+50	+55	+59	+5	-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

2022年8月3日

<参考>過去調査の調査概要

		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	2021年 10月度		
事前調査	実施期間	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)	21/9/17 (金) ~9/30 (木)		
	配信数(件)	498,407	498,902	484,599	481,637	497,678	482,122	493,268		
	回収数(件)	32,483	32,904	32,910	32,691	33,581	34,386	33,493		
	回収率	6.5%	6.6%	6.8%	6.8%	6.7%	7.1%	6.8%		
	本調査対象者数(件)	16,065	16,105	16,055	15,347	15,347	16,515	16,137		
本調査	実施期間	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)	21/11/1 (月) ~11/8 (月)		
	配信数(件)	12,200	12,109	12,153	12,305	11,860	12,231	12,103		
	回収数(件)	10,251	9,996	10,113	9,671	10,268	9,994	9,714		
	回収率	84.0%	82.6%	83.2%	78.6%	86.6%	81.7%	80.3%		
	有効回答数(件)	10,125	9,851	10,007	9,564	10,146	9,873	9,616		
集計サンプル数	個人単位	居住圏域	3圏域計(件)	10,125	9,851	10,007	9,564	10,146	9,873	9,616
			首都圏(件)	5,832	5,674	5,764	5,509	5,844	5,687	5,539
			関西圏(件)	2,750	2,675	2,718	2,597	2,755	2,681	2,612
			東海圏(件)	1,543	1,501	1,525	1,458	1,546	1,505	1,466
	外食単位	消費圏域	3圏域計(件)	17,459	15,431	15,709	17,399	16,456	14,822	20,453
			首都圏(件)	10,604	9,530	9,382	9,677	9,267	8,735	11,954
			関西圏(件)	4,153	3,466	4,013	4,960	4,423	3,836	5,508
			東海圏(件)	2,701	2,434	2,314	2,762	2,765	2,251	2,991

※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 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	2022年 5月度		
事前調査	実施期間	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)	22/4/19 (火) ~4/28 (木)		
	配信数(件)	482,052	484,500	486,896	487,824	479,850	377,588	318,983		
	回収数(件)	34,247	32,349	32,116	32,812	33,114	46,042	44,211		
	回収率	7.1%	6.7%	6.6%	6.7%	6.9%	12.2%	13.9%		
	本調査対象者数(件)	16,755	15,916	15,195	15,748	15,836	16,817	15,888		
本調査	実施期間	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)	22/6/1 (水) ~6/13 (月)		
	配信数(件)	12,158	12,093	11,941	11,905	11,913	12,690	12,602		
	回収数(件)	9,736	9,813	9,561	9,689	9,656	5,632	6,298		
	回収率	80.1%	81.1%	80.1%	81.4%	81.1%	44.4%	50.0%		
	有効回答数(件)	9,627	9,735	9,466	9,590	9,540	5,565	6,239		
集計サンプル数	個人単位	居住圏域	3圏域計(件)	9,627	9,735	9,466	9,590	9,540	5,565	6,239
			首都圏(件)	5,545	5,607	5,452	5,524	5,495	3,218	3,608
			関西圏(件)	2,615	2,644	2,571	2,604	2,591	1,505	1,687
			東海圏(件)	1,467	1,484	1,443	1,462	1,454	842	944
	外食単位	消費圏域	3圏域計(件)	21,812	23,094	18,856	16,311	20,394	13,334	15,903
			首都圏(件)	13,054	13,617	11,125	9,791	12,114	7,993	9,260
			関西圏(件)	5,789	6,315	5,035	4,209	5,609	3,432	4,506
			東海圏(件)	2,969	3,163	2,696	2,311	2,671	1,908	2,137

※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 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。

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/>