浜銀総合研究所 調査部
2020年４月７日

調 査 速 報

外食需要動向（2020年２月）

新型コロナウイルス感染拡大により、ファストフードの売上が拡大

主任研究員
佐橋 官
０４５－２２５－２３７５
sahashi@yokohama-ri.co.jp

要 約

- 2020年２月の１世帯あたり実質外食支出は全国が前月比1.4%増（前年同月比0.1%増）、関東地方も前月比3.1%増（前月同月比4.2%増）となった。
- また、２月の外食産業売上高（名目値）は前年同月比4.8%増となり、一見すると新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の感染拡大の影響が表面化していないような統計数値となっている。
- しかし、業態別の売上高をみると、テイクアウトが可能なファストフード（同9.8%増）が好調である一方、店内飲食を中心とするパブ・居酒屋（同5.5%減）やディナーレストラン（同2.6%減）の落ち込みが顕著になっており、新型コロナウイルス感染症の影響が出ていることが考えられる。

１．2020 年２月の家計の実質外食支出は全国、関東ともに前月の水準を上回った

総務省「家計調査」に基づく2020年２月の１世帯あたり実質外食支出（用途別分類、２人以上の世帯、学校給食を除く、実質化および季節調整は浜銀総合研究所が実施）は、全国が前月比1.4%増（前年同月比0.1%増）、関東地方も前月比3.1%増（前年同月比4.2%増）となった（図表１）。

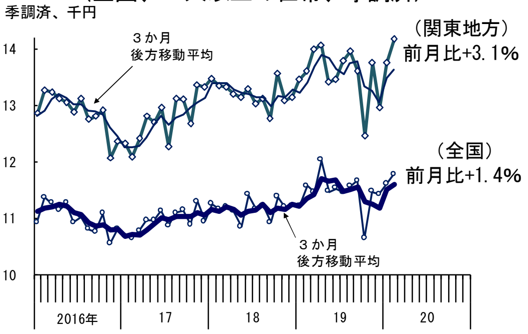
新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の感染拡大防止のため、日本政府は２月26日に全国規模のイベント等の中止、延期又は規模縮小等の対応を国民や事業者等に要請し、翌27日には小・中学校、高等学校等における全国一斉の臨時休校も要請した。家計の外出自粛の動きが外食支出に与える影響は２月後半から出始めていたと考えられるものの、家計調査が捉えた２月１か月間の家計の外出支出は前月を上回る結果となった。子どもをはじめ、世帯人員の在宅率が高まる中で、後述するようにテイクアウトや宅配の需要が拡大したと考えられる。

２．ファストフード業態の売上高の伸びが外食産業売上高の伸びを牽引した

一般社団法人日本フードサービス協会が発表した「外食産業市場動向調査」によると、外食チェーンの売上高の動向を示す外食産業売上高（名目値）は、２月に前年同月比4.8%増となった（図表２）。次頁の図表３をみると、多くの業態で売上高が前年同月の水準を下回ったものの、ファストフード業態売上高の高い伸び（同9.8%増）が外食産業全体の売上高の伸びを牽引した。

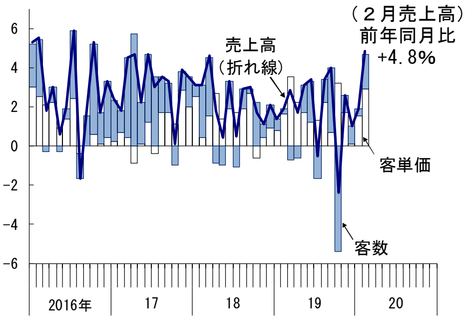
日本フードサービス協会によると、２月後半以降は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響が顕在化し、外食産業売上高が大きく落ち込み、特に２月末からは深刻な状況となっているとのことである。

図表１　実質外食支出は前月比プラス
（全国、２人以上の世帯、季調済）



注１：総務省「家計調査」の用途別分類「一般外食」。
注２：実質化と季節調整は浜銀総合研究所が実施。
出所：総務省「家計調査」より浜銀総合研究所作成

図表２　外食産業売上高は高い伸び
（全国、全店）



注１：全店とは、既存店と新規店の合計。
注２：売上高と客単価は名目ベースの税抜き価格による比較。
出所：一般社団法人日本フードサービス協会「外食産業市場動向調査」

３. 店内飲食中心のパブ・居酒屋とディナーレストランの客数が減少

外食チェーンにおける新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響は、業態によって明暗が分かれたと考えられる。2020年２月の業態別売上高をみると、ファストフード業態は前年同月比9.8%増と高い伸びとなった（図表３)。洋風ファストフードを中心にテイクアウトや宅配、ドライブスルーなど店内飲食以外の利用が大幅に増加したとみられる。また、牛丼チェーンやセルフ式のうどんチェーンなどでキャッシュレス決済によるポイント還元率引き上げのキャンペーンが実施されたことも、売上高を押し上げた。

他方、店内飲食が主体となっているパブ・居酒屋業態の売上高は前年同月比5.5%減、ディナーレストラン業態の売上高は同2.6%減となった。両業態とも、対前年同月比でみた客数の減少幅が大きく、一般社団法人日本フードサービス協会によると、特に観光地の店舗や法人の宴会需要が中心の店舗などで客数減が目立ったとのことである。新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の感染拡大の影響により、海外からの訪日外国人の減少にとどまらず、感染拡大を防止する目的で企業や個人の宴会需要、会食機会が減少したことによる客数の減少が売上高を押し下げたと推察される。

また、ファミリーレストラン業態の売上高は同2.0%増と前年同月の水準を上回ったものの、同業態のうち、「洋風」と「和風」の売上高は前年同月比マイナス、「中華」と「焼き肉」の売上高は前年同月比プラスであった。このような傾向は2019年初め頃から生じていたが、家計の外出控えにより、両者の売上高の増減の方向性の差が一段と鮮明になったといえよう。

図表３　業態別の外食産業売上高（2020年２月、全店）

（前年同月比増減率）

業態			店舗数	売上高	店舗数	客数	客単価
全体			39,662	4.8%	−0.7%	1.8%	2.9%
	ファストフード		22,261	9.8%	−1.0%	4.9%	4.7%
		洋風	6,337	14.0%	−0.3%	8.0%	5.6%
		和風	5,312	8.6%	0.9%	3.8%	4.5%
		麺類	3,583	4.7%	−1.1%	3.3%	1.3%
		持ち帰り米飯/回転寿司	4,386	5.8%	−5.3%	−0.6%	6.4%
		その他	2,643	8.5%	0.0%	5.5%	2.9%
	ファミリーレストラン		10,534	2.0%	1.8%	−0.6%	2.7%
		洋風	5,428	−3.0%	2.9%	−3.7%	0.7%
		和風	2,201	−3.9%	−2.4%	−4.0%	1.1%
		中華	1,467	7.7%	3.0%	7.2%	0.5%
		焼き肉	1,438	24.4%	3.1%	27.2%	−2.2%
	パブ・居酒屋		2,771	−5.5%	−2.3%	−5.5%	−0.1%
		パブ・ビアホール	329	−9.6%	−2.1%	−7.7%	−2.1%
		居酒屋	2,442	−4.8%	−2.4%	−4.9%	0.1%
	ディナーレストラン		1,071	−2.6%	−1.2%	−3.2%	0.7%
	喫茶		1,876	−1.1%	0.3%	−5.4%	4.6%
	その他		1,149	−13.5%	−10.0%	−20.0%	8.2%

注１：全店とは、既存店と新規店の合計。
注２：売上高と客単価は名目ベースの税抜き価格による比較。
注３：店舗数は実数（店）、それ以外は前年同月比増減率。
出所：一般社団法人日本フードサービス協会「外食産業市場動向調査」

本レポートの目的は情報の提供であり、売買の勧誘ではありません。本レポートに記載されている情報は、浜銀総合研究所・調査部が信頼できると考える情報源に基づいたものですが、その正確性、完全性を保証するものではありません。