

調査速報

外食需要動向（2020年3月）

外食産業売上高は調査開始以来、最大の落ち込み

主任研究員

佐橋 官

045-225-2375

sahashi@yokohama-ri.co.jp

要約

- 2020年3月の1世帯あたり実質外食支出は全国が前月比34.5%減（前年同月比33.2%減）、関東地方も前月比35.9%減（前年同月比35.0%減）となった。
- また、3月の外食産業売上高（名目値）は前年同月比17.3%減となり、1994年1月の調査開始以来、最大の落ち込みとなった。
- 業態別の売上高をみると、店内飲食が中心のパブ・居酒屋（前年同月比43.3%減）やディナーレストラン（同40.5%減）の落ち込みが顕著である一方、テイクアウトが可能なファストフードは同6.9%減に留まった。

1. 2020年3月の家計の実質外食支出は全国、関東ともに前月比3割超の大幅減

総務省「家計調査」に基づく2020年3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34.5%減（前年同月比33.2%減）、関東地方も前月比35.9%減（前年同月比35.0%減）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、家計が外出を自粛したことで、外食支出は大幅減となった。

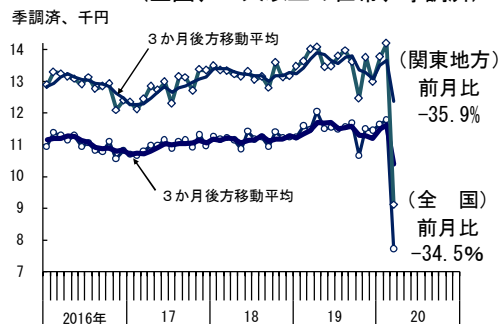
他方、「家計調査」の外食支出以外の用途別分類をみると、飲食関連では穀類や油脂・調味料、飲料などの支出金額が増加した。臨時休校や在宅勤務によって世帯人員の在宅率が高まり、食材を家庭内で調理する内食（うちしょく）の需要が伸長したとみられる。

2. 3月の外食産業売上高は調査開始以来、最も大きな落ち込みとなった

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、3月に前年同月比17.3%減となり、1994年1月の調査開始以来、最大の落ち込みを記録した（図表2）。全ての業態で売上高が前年同月の水準を下回り、新型コロナウイルス感染症の影響が外食チェーン全体に及んだ（次頁、図表3）。

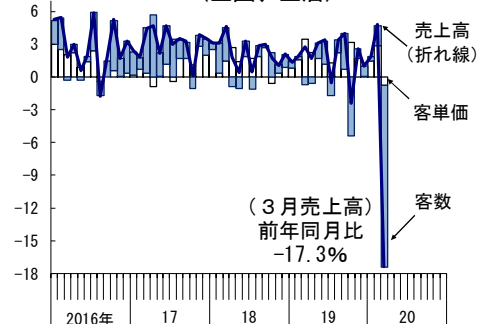
なお、日本フードサービス協会によると、4月7日の政府による「緊急事態宣言」の発出以降、店舗の「休業」や「営業時間短縮」が相次いでおり、4月の外食産業売上高の対前年同月比増減率は3月以上の落ち込みが予想されるとのことである。

図表1 実質外食支出は前月比3割超の減少  
（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 外食産業売上高は記録的な落ち込み  
（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. パブ・居酒屋やディナーレストランの売上高が大きく落ち込む

前述のように、感染拡大防止のために家計が外出を自粛した影響は外食チェーン全体に及んだが、業態によって濃淡がある。2020年3月の業態別売上高をみると、店内飲食が中心のパブ・居酒屋業態とディナーレストラン業態は前年同月比で4割超の減少となった。両業態とも、企業や個人が送別会等の宴会や会食を自粛したために客数が大幅減となり、売上高を大きく押し下げた。

これらに対して、ファストフード業態の売上高は同6.9%減であった。特に、ハンバーガー類の「洋風」の売上高は同0.9%減に留まった。店内飲食の客数は減少したものの、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増加したとみられる。加えて、「洋風」では客単価の上昇（同8.7%増）が売上高を下支えした。これは、テイクアウトなどの店内以外の利用において、家族や友人らを含めた複数人数分の商品を購入する来店客が増え、来店客1人当たりの購入点数が増加したためと推察される。

また、ファミリーレストラン業態の売上高は前年同月比で2割超の減少だが、同業態のうち、「焼き肉」は同6.7%減、「中華」は同9.6%減であった。「焼き肉」は大手チェーンが食べ放題の肉のグレードアップを実施したことや、テレビ番組でチェーン店の特集が組まれたことなどもあり、他業態に比べて客数の落ち込みが小さかった。一方、「中華」は餃子などのテイクアウトの利用増が店内飲食の客数減の一部を補ったとみられる。

図表3 業態別の外食産業売上高（2020年3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	39,165	-17.3%	-0.5%	-16.6%	-0.8%
ファストフード	21,552	-6.9%	-0.9%	-10.7%	4.2%
洋 風	6,223	-0.9%	-0.4%	-8.8%	8.7%
和 風	5,223	-7.2%	1.1%	-7.2%	0.0%
麺 類	3,225	-18.6%	0.2%	-19.9%	1.6%
持ち帰り米飯/回転寿司	4,245	-11.7%	-5.1%	-12.1%	0.5%
その他	2,636	-9.3%	-0.3%	-13.6%	4.9%
ファミリーレストラン	10,395	-21.2%	2.0%	-22.6%	1.8%
洋 風	5,447	-25.0%	3.1%	-24.9%	-0.1%
和 風	2,047	-30.4%	-2.3%	-29.4%	-1.4%
中 華	1,468	-9.6%	3.5%	-11.8%	2.4%
焼き肉	1,433	-6.7%	2.9%	-8.5%	2.0%
パブ・居酒屋	2,849	-43.3%	-2.9%	-40.1%	-5.3%
パブ・ビアホール	335	-53.5%	-0.2%	-45.7%	-14.5%
居酒屋	2,514	-41.6%	-3.2%	-38.7%	-4.4%
ディナーレストラン	1,177	-40.5%	-0.5%	-39.1%	-2.3%
喫茶	2,049	-24.7%	0.0%	-25.4%	1.0%
その他	1,143	-38.3%	-10.1%	-33.3%	-7.4%

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。