

調査速報

外食需要動向（2020年1月）

家計の実質外食支出は消費税率引き上げ前の水準にほぼ回復

主任研究員

佐橋 官

045-225-2375

sahashi@yokohama-ri.co.jp

要約

- 2020年1月の1世帯あたり実質外食支出は全国が前月比1.6%増（前年同月比1.0%増）、関東地方も同6.1%増（同2.2%増）となった。
- 2020年1月の外食産業売上高（名目値）は前年同月比1.9%増となった。内訳をみると、客単価（前年同月比1.5%増）と客数（同0.4%増）の両方が売上高の押し上げ要因となった。
- 新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の流行による外出控え等の影響は1月末から出始めていたようだが統計上は読み取れない。2月以降、その影響が顕在化する可能性が高いといえよう。

1. 2020年1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1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1.6%増（前年同月比1.0%増）、関東地方も前月比6.1%増（前年同月比2.2%増）となった（図表1）。1月は全国的に気温が平年を上回る日が多く、降雪も少なかったことなどから、外出機会の増加が家計の外食支出の押し上げ要因となったと推察される。

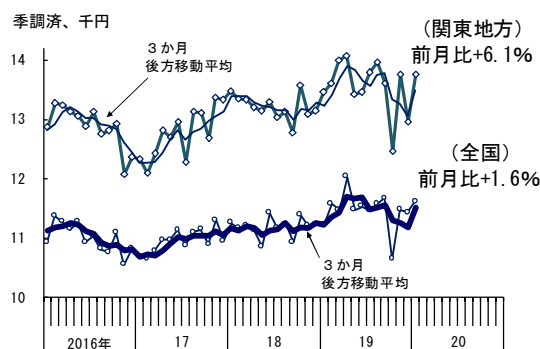
また、1月の実質外食支出金額は全国、関東地方とも、消費税率が引き上げられる前の水準にまで回復した。

2. 外食産業売上高は前年同月比プラス

他方、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、大手外食チェーンの売上高の動向を示す2020年1月の外食産業売上高（名目値）は前年同月比1.9%増となった（図表2）。売上高の内訳をみると、客単価（同1.5%増）と客数（同0.4%増）の両方が売上高を押し上げた。19年12月の客数増には一部企業の大規模キャンペーンという特殊要因があった。20年1月には、そうした一過性の要因はなかったものの、客数の伸びは前月同月比でプラスを確保しており、1月の外食産業全体の客数は堅調であったといえよう。

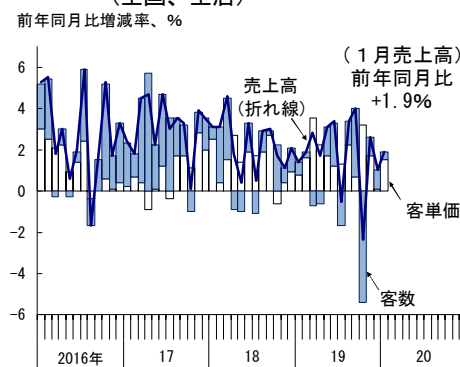
なお、日本フードサービス協会によれば新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の流行による外出控え等の影響が1月末から一部で出始めていたとのことである。

図表1 実質外食支出は消費税率引き上げ前の水準にほぼ回復（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 外食産業売上高は前年同月比プラス（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. 「ファストフード」が外食産業売上高の伸びを牽引

2020年1月の業態別売上高をみると、「ファストフード」が前年同月比3.5%増と堅調であり、引き続き、外食産業全体の売上高の伸びを牽引した（図表3）。

次いで、売上高の伸びが高かったのは「ディナーレストラン」（同2.3%増）であった。19年12月は法人等の忘年会減少の影響等で売上高は前年同月の水準を下回ったが、20年1月は天候要因等で客数が前年同月比プラスに回復し、売上高を押し上げた。

また、「居酒屋」の売上高も、2019年5月以来、8か月ぶりに前年同月の水準を上回った（図表4）。中国政府が20年1月27日から海外への団体旅行を禁止したことなどから、大手居酒屋チェーンの中には中国人団体客等の予約キャンセルが相次いだ店舗があったが、1月を通してみれば「居酒屋」の客数は前年同月の水準を上回った。

図表3 業態別の外食産業売上高（2020年1月、全店）

業 態	店舗数	(前年同月比増減率)			
		売上高	店舗数	客数	客単価
全 体	35,001	1.9%	-0.6%	0.4%	1.5%
ファストフード	18,957	3.5%	0.0%	2.0%	1.4%
洋 風	6,159	4.1%	-0.6%	1.9%	2.1%
和 風	5,157	4.2%	1.0%	3.1%	1.1%
麺 類	3,204	2.7%	0.1%	1.7%	1.0%
持ち帰り米飯/回転寿司	1,846	1.5%	-1.0%	0.8%	0.7%
その他	2,591	2.3%	0.1%	-0.2%	2.5%
ファミリーレストラン	9,556	0.2%	-0.1%	-1.8%	2.1%
洋 風	4,885	-0.6%	-0.7%	-3.1%	2.5%
和 風	1,832	-3.8%	-1.8%	-4.6%	0.8%
中 華	1,432	3.8%	1.8%	3.6%	0.2%
焼き肉	1,407	5.0%	2.6%	4.0%	1.0%
パブ・居酒屋	2,326	1.0%	-2.3%	0.6%	0.4%
パブ・ビアホール	334	-0.1%	-0.9%	-0.6%	0.6%
居酒屋	1,992	1.2%	-2.5%	1.0%	0.2%
ディナーレストラン	983	2.3%	-2.0%	1.2%	1.1%
喫茶	2,042	1.3%	0.6%	-3.4%	4.9%
その他	1,137	-5.0%	-12.5%	-6.5%	1.7%

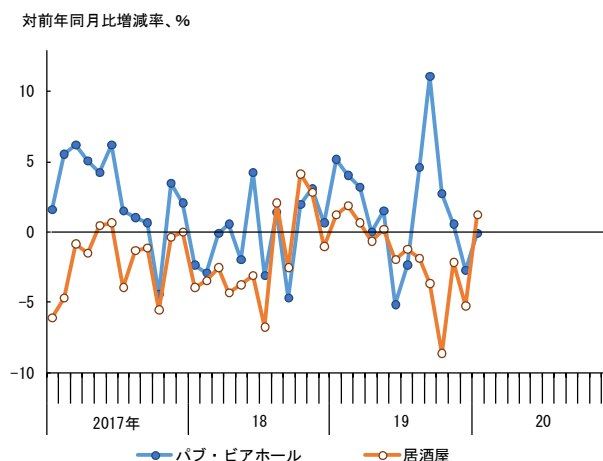
注1：全店とは、既存店と新規店の合計。

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」

図表4 パブ・居酒屋の売上高の推移（全店）



注1：全店とは、既存店と新規店の合計。

注2：売上高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」

4. 2月以降の統計において新型コロナウイルス感染症の流行による外出控えの影響が顕在化する可能性

前述のとおり、一般社団法人日本フードサービス協会によれば新型コロナウイルス感染症の流行による外出控え等の影響が1月末から一部で出始めていたようだが、1月を通してみれば外食産業売上高は前年同月の水準を上回った。しかしながら、2月以降の統計において、その影響は顕在化する可能性が高いといえよう。

中国政府が2020年1月27日から海外への団体旅行の禁止を発表しており、20年2月以降、観光地等の飲食店を中心に訪日外国人による来店客数が大きく減少したとみられる。

また、日本政府は2020年2月26日に全国的なスポーツ、文化イベント等の中止、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業も要請した。これらを受けて、日本国内においても宴会や会合等の自粛や不要不急の外出を抑制する気運が急速に高まった。足元において、筆者の周辺では繁忙時間帯に店内に空席が目立つ店舗もいくつか見受けら

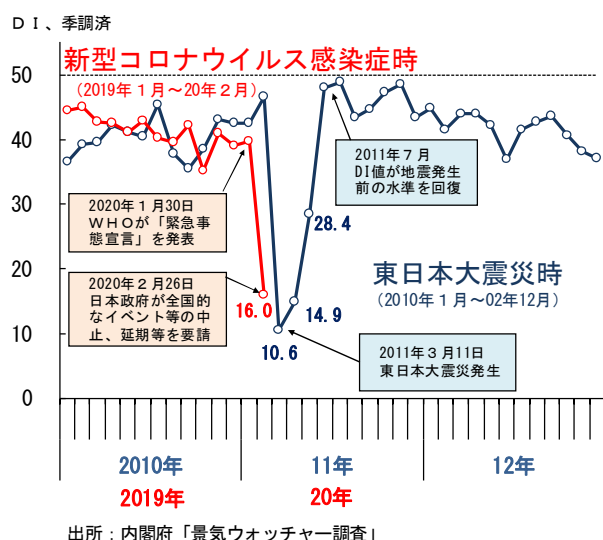
れ、また、店舗の臨時休業や営業時間短縮を実施するケースも出ている。その一方で、都市部を中心に「Uber Eats」等の食事のデリバリーやテイクアウトの需要が急拡大しているとの声も聞かれる。

足元の飲食店経営者らの景況感是非常に厳しい状況にある。内閣府「景気ウォッチャー調査（2月調査）」によると、飲食店経営者らの景況感を示す飲食関連の2月の現況判断D Iは16.0と前月（1月）から23.0ポイント悪化し、2011年3月の東日本大震災時のD I値（10.6）に近い水準にまで落ち込んだ（図表5）。

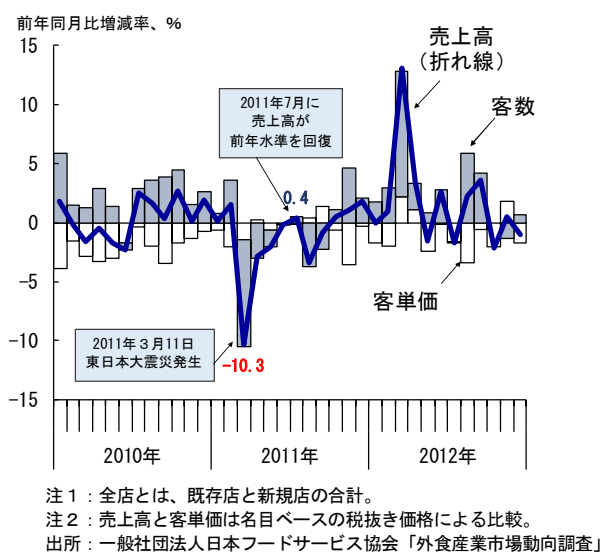
なお、東日本大震災直後はイベントや宴会等が自粛されただけでなく、店舗の倒壊や電気・水道・ガス、通信、物流機能等のライフラインの停止によって、実際に飲食店が営業できない状況も生じた。そのため、店舗やライフラインの復旧が必要であったものの、東北応援キャンペーンの実施や復興に向けた需要喚起もあり、飲食関連の現状判断D Iは4か月後の11年7月に地震発生前の水準を回復した。また、外食産業売上高は大震災が発生した11年3月に前年同月比10.3%減と落ち込んだものの、4か月後の11年7月に地震発生前の水準を回復した（図表6）。

これに対して、今般の新型コロナウイルス感染症の流行に関しては、現時点（3月10日時点）で収束時期の見通しが立っておらず、イベントや宴会の自粛や外出控え等の影響の先行きは不透明である。仮に、この先、感染症の流行が拡大または長期化し、外食需要がさらに減退することになれば、外食産業の業績に甚大な影響を及ぼす可能性があるだろう。

図表5 飲食店経営者らの足元の景況感
（飲食関連の現状判断D I、全国）



図表6 東日本大震災時の外食産業売上高
（全国、全店）



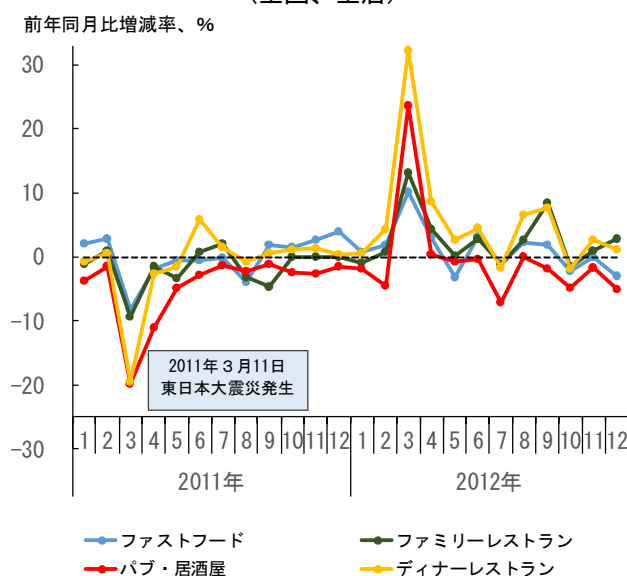
5. 流行が拡大または長期化した場合には、業界構造が変化する可能性も

今回の新型コロナウイルス感染症の流行による外出控え等の影響は大きなものになると考えられるが、そのインパクトは業態や企業によって異なると推察される。ちなみに、東日本大震災時の2011年3月の外食産業の業態別売上高をみると、「ファストフード」と「ファミリーレストラン」は前年同月比9%前後の減少であったのに対して、「パブ・居酒屋」と「ディナーレストラン」は同20%前後の落ち込みとなった（次頁、図表7）。電力の供給不足等から、夕方から夜間に来店客が多い業態では営業再開が難しく、客足が大きく落ち込んだ。また、外出控え等は自宅での飲酒（いわゆる「家呑み」）を一段と後押しすることとなった。大手居酒屋チェーンでは大震災で遠退いた客足の回復が鈍く、12年後半以降に「居酒屋」が不

採算店舗の閉鎖や業態転換、新業態開発の動きを進める一因ともなった。

今回の新型コロナウイルス感染症の流行に関しては、業態や企業における訪日外国人客の占める割合や、デリバリーやテイクアウトへの対応状況等によってインパクトの大きさが異なり、また、その影響は外食産業の雇用面にも及ぶと考えられる。既に、一部の外食チェーンでは店舗の臨時休業や営業短縮等によって店内で接客を担当するパート・アルバイトが離職する動きが出ている一方、デリバリー需要の急増によって食事を配達する従業員が不足するという状況が生じているようである。仮に、流行が拡大または長期化すれば、外食産業全体の業績が悪化するだけでなく、店内飲食からデリバリーやテイクアウトへのシフトといった業界構造の変化を促すきっかけにもなり得る点に注意が必要であろう。

図表7 東日本大震災時の業態別の外食産業売上高
(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」

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。