

調査速報

外食需要動向（2020年4月）

外食産業売上高が記録的な落ち込みの中、洋風ファストフード業態は増収を確保

主任研究員

佐橋 官

045-225-2375

sahashi@yokohama-ri.co.jp

要約

- 2020年4月の1世帯あたり実質外食支出は全国が前月比45.5%減（前年同月比67.0%減）、関東地方も前月比52.1%減（前年同月比69.0%減）と大幅な落ち込みとなった。
- また、4月の外食産業売上高（名目値）も前年同月比39.6%減となり、調査開始以来、最大の減収率となった。
- 業態別の売上高をみると、ハンバーガー等の洋風ファストフードは同2.8%増と、増収を確保した。他方、店内飲食が中心のパブ・居酒屋（前年同月比91.4%減）やディナーレストラン（同84.0%減）は営業時間短縮や休業等の影響により、売上高が激減した。

1. 2020年4月の家計の実質外食支出は全国、関東ともに大幅減

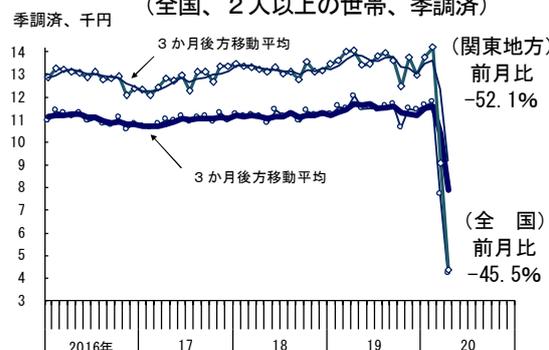
総務省「家計調査」に基づく2020年4月の1世帯あたり実質外食支出（用途別分類、2人以上の世帯、学校給食を除く、実質化および季節調整は浜銀総合研究所が実施）は、全国が前月比45.5%減（前年同月比67.0%減）、関東地方も前月比52.1%減（前年同月比69.0%減）となった（図表1）。「緊急事態宣言」の発出以降、家計の外出自粛が一段と強まったとみられ、外食支出は前月（3月）から更に落ち込んだ。

他方、「家計調査」の外食支出以外の用途別分類をみると、飲食関連では油脂・調味料、肉類、乳卵類などの支出金額が大きく増加した。臨時休校や在宅勤務によって世帯人員の在宅率が高まっており、食材を家庭内で調理する内食（うちしょく）の需要拡大が続いているとみられる。

2. 4月の外食産業売上高は調査開始以来、最大の落ち込み

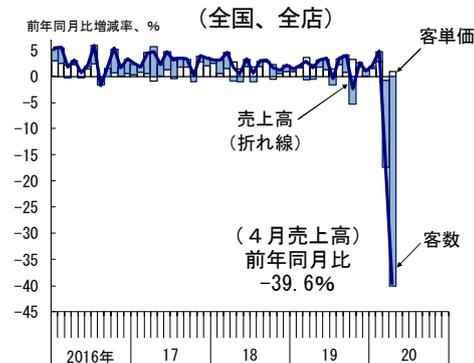
一般社団法人日本フードサービス協会が発表した「外食産業市場動向調査」によると、外食チェーンの売上高の動向を示す外食産業売上高（名目値）は4月に前年同月比39.6%減となり、前月（3月）に続いて、調査開始（1994年1月）以来、最大の落ち込みとなった（図表2）。客単価（同0.8%増）はほぼ横ばいだが、客数（同40.1%減）が大幅に減少した。顧客の外出自粛に加えて、「緊急事態宣言」発出後は営業時間の短縮を要請されたためである（営業可能な時間は、概ね朝5時から夜8時まで、酒類の提供は夜7時まで）。また、一部の店舗では1か月を超える休業を実施したことなども影響したとみられる。

図表1 家計の実質外食支出は大幅減
（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. 洋風ファストフード業態は増収を確保

前述のように、2020年4月の外食チェーン全体の売上高は記録的な落ち込みとなったが、その減収率は業態によって差がみられる（図表3）。4月の業態別売上高をみると、テイクアウトや宅配、ドライブスルーなど、店外飲食が可能なファストフードの売上高は前年同月比15.6%減となり、他業態と比べて落ち込みの程度は小さい。とりわけ、同業態の中でもハンバーガーチェーン等の洋風ファストフードは増収（同2.8%増）を確保したことは特筆すべきであろう（図表4）。洋風ファストフードは客単価（同31.3%増）が急増した。テイクアウトなどの店外飲食で家族を含めた複数人数分の商品を購入するケースが増え、来店客1人当たりの購入点数が増加したと推察される。また、宅配サービス利用時は一定金額以上の注文が必要であることも、客単価の上昇要因になったと考えられる。同時に、客数（同21.7%減）の減少率も他業態に比べると比較的軽微に留まった。大手ハンバーガーチェーンなどでは、新型コロナウイルス感染症の流行以前から、配達事業者との連携による宅配サービスの拡充や、顧客が来店前にスマートフォンで注文・支払いを済ませ、来店時にカウンターで商品を受け取るだけのサービス（モバイルオーダー）の導入などを進めていた。このような他人との接触機会を削減する販売方式が客数の減少を抑制する一因になった可能性があると考えられる。

他方、パブ・居酒屋業態の売上高は前年同月比91.4%減、ディナーレストラン業態の売上高は同84.0%減と激減した。両業態は夜間の飲酒を伴う店内飲食が中心であるため、営業の自粛、特に酒類の提供時間短縮の影響による客数の減少が大きく、1か月を超える休業に踏み切る店舗も多かったとみられる。既に一部の居酒屋チェーンでは、今後の顧客の外食行動の変化などを見据えて、閉店や業態転換などの計画を発表する企業も出てきている。このような動きが他の外食チェーンに広がれば、この先、外食産業全体における構造変化の引き金となることも考えられる。

図表3 業態別の外食産業売上高（2020年4月、全店）

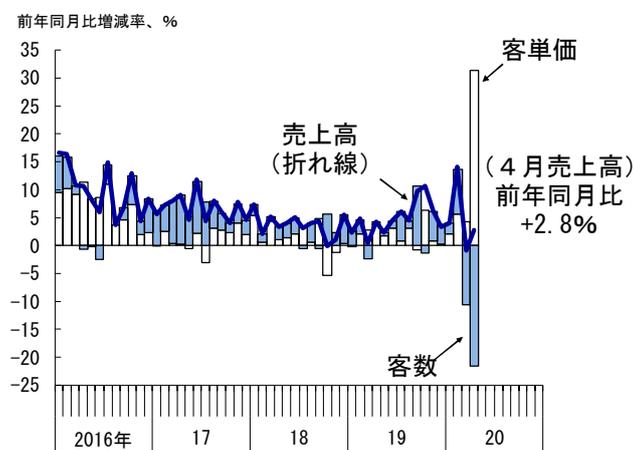
業 態	（前年同月比増減率）				
	店舗数	売上高	店舗数	客数	客単価
全 体	37,982	-39.6%	-1.1%	-40.1%	0.8%
ファストフード	21,821	-15.6%	-1.2%	-26.6%	15.0%
洋 風	6,381	2.8%	-0.5%	-21.7%	31.3%
和 風	5,232	-15.8%	1.0%	-15.5%	-0.3%
麵 類	3,304	-54.6%	-0.2%	-56.7%	5.0%
持ち帰り米飯/回転寿司	4,339	-21.6%	-5.6%	-22.3%	0.9%
その他	2,565	-31.3%	-1.0%	-39.5%	11.3%
ファミリーレストラン	10,376	-59.1%	-0.3%	-59.3%	0.6%
洋 風	5,334	-59.2%	-1.1%	-61.0%	4.6%
和 風	2,474	-64.9%	-1.9%	-62.9%	-5.4%
中 華	1,136	-37.5%	3.7%	-43.5%	10.6%
焼き肉	1,432	-69.1%	2.7%	-67.7%	-4.4%
パブ・居酒屋	2,476	-91.4%	-4.3%	-89.5%	-17.8%
パブ・ビアホール	347	-96.9%	-0.9%	-96.9%	0.6%
居酒屋	2,129	-90.3%	-4.8%	-87.4%	-23.2%
ディナーレストラン	1,114	-84.0%	-1.2%	-82.9%	-6.3%
喫茶	2,004	-72.6%	-1.3%	-67.0%	-16.4%
その他	191	-50.2%	9.1%	-58.2%	19.1%

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」

図表4 洋風ファストフードの売上高推移（全店）



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。