

調査速報

外食需要動向（2020年5月）

外食産業の客数の落ち込みが続く一方、客単価は引き続き上昇

主任研究員

佐橋 官

045-225-2375

sahashi@yokohama-ri.co.jp

要約

- 2020年5月の1世帯あたり実質外食支出金額は、全国、関東地方とも、2か月連続で非常に低い水準にとどまった。「緊急事態宣言」は5月中旬以降、全国で順次解除されたものの、全国、関東地方とも、総じて家計の外出自粛の動きは強く、外食控えが続いたと推察される。
- また、5月の外食産業売上高（名目値）も前年同月比32.2%減で、前月（4月、同39.6%減）に比べると減収率は僅かに縮小したが、依然として大幅な減収となった。
- 外食産業全体で客単価は前年同月比8.5%増と高い伸びとなった。テイクアウトやデリバリーなど、他人との接触機会を低減する販売が一段と増加したことが一因と推察される。

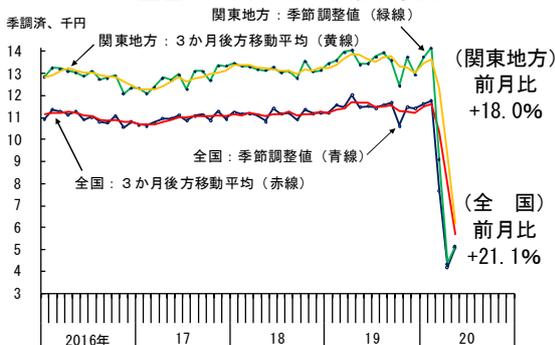
1. 2020年5月の家計の実質外食支出は全国、関東ともに2か月連続で低水準

総務省「家計調査」に基づく2020年5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、関東地方とも、前月（4月）に続いて非常に低い水準にとどまった（図表1）。前月と比べた伸び率は全国で21.1%増（前年同月比は59.6%減）、関東地方も18.0%増（同61.7%減）となったものの、前月が記録的な落ち込みとなっていたことを踏まえると回復の足取りは鈍い。4月7日に全国に発出された「緊急事態宣言」は5月14日に39県で、21日に大阪府、京都府、兵庫県で、25日に東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、北海道でそれぞれ解除されたものの、全国、関東地方とも総じて家計の外出自粛の動きは強く、外食控えが続いたと推察される。

2. 5月は外食産業の客数の落ち込みが続く一方、客単価は高い伸び

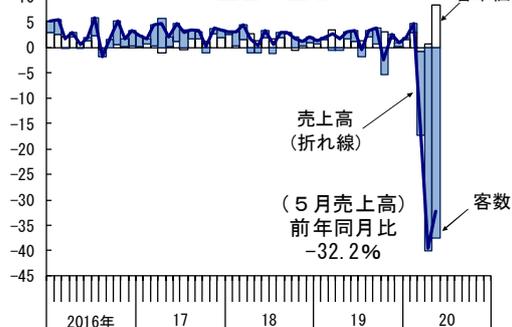
一般社団法人日本フードサービス協会が発表した「外食産業市場動向調査」によると、5月の外食チェーンの売上高の動向を示す外食産業売上高（名目値）は前年同月比32.2%減となった（図表2）。前月（4月、同39.6%減）に比べると減収率は僅かに縮小したが、依然として大幅な減収となった。5月は客数（同37.5%減）の落ち込みが続く一方、客単価（同8.5%増）は高い伸びとなった。一部の業態においてテイクアウトで複数人数分の商品を購入するケースや、一定金額以上の注文が必要となるデリバリー（宅配）の利用が一段と増加し、これらが外食産業全体の客単価の押し上げ要因になったと推察される。

図表1 家計の実質外食支出は低水準
（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 外食産業は客単価が高い伸び
（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。
注3：売上高、客数、客単価は、店内飲食だけでなく店外飲食を含む値。
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. 客数と客単価の変動は業態による違いが大きい

前述のとおり、2020年5月は外食産業全体で客数の落ち込みが続く一方、客単価は高い伸びとなったが、客数と客単価の変動は業態による違いが大きい（図表3）。

5月の業態別の状況をみると、パブ・居酒屋業態は客数の減少率が前年同月比88.4%減と他業態に比べて極めて大きかった。同業態は夜間の飲酒を伴う店内飲食が中心であるため、臨時休業や酒類の提供時間短縮などといった営業の自粛が大きく影響したとみられる。

これに対して、ファストフード業態では客数の減少率が同26.1%減と他業態に比べて低く、客単価の伸びは同22.6%増と他業態を大きく上回った。同業態ではテイクアウトやデリバリー、ドライブスルーなど、他人との接触機会を低減する店外飲食が可能である。店外飲食を推進することで同業態全体の客数減少が抑制されたとみられる。同時に、テイクアウトでは1回の注文で家族や友人など複数人数分を購入するケースが少なくなく、デリバリーでは一定金額以上を注文する必要があることから、店外飲食の推進が客単価の押し上げ要因にもなったと考えられる。

また、ファミリーレストラン業態の客数の減少率は同52.0%減となり、客単価は若干の伸び（同5.4%増）となった。顧客の外出自粛や、「三密」を避けるための店舗運営による客数減の一方で、客単価の上昇も限定的であった。同業態は昼間の営業が中心であり、営業時間短縮の影響は比較的軽微であったと考えられる。繁華街やオフィス街、観光地などに立地する店舗は外出自粛の影響で客数が大きく減少したが、郊外や住宅地域などに立地する店舗では外出自粛期間中における飲食手段の選択肢の一つとして利用されたケースもあったと推察される。

図表3 業態別の外食産業売上高（2020年5月、全国、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	38,960	-32.2%	-1.4%	-37.5%	8.5%
ファストフード	21,703	-9.3%	-1.5%	-26.1%	22.6%
洋 風	6,239	10.9%	-0.7%	-22.6%	43.3%
和 風	5,147	-15.2%	0.7%	-15.7%	0.6%
麺 類	3,359	-49.4%	0.0%	-54.9%	9.7%
持ち帰り米飯/回転寿司	4,350	-10.0%	-6.3%	-15.1%	6.0%
その他	2,608	-21.2%	-1.5%	-36.8%	24.7%
ファミリーレストラン	11,654	-49.4%	-0.6%	-52.0%	5.4%
洋 風	5,335	-51.9%	-1.4%	-54.7%	6.2%
和 風	2,502	-59.5%	-2.2%	-58.9%	-1.5%
中 華	1,485	-25.8%	2.3%	-34.9%	14.0%
焼き肉	2,332	-49.1%	2.3%	-46.1%	-5.4%
パブ・居酒屋	2,332	-90.0%	-4.3%	-88.4%	-14.0%
パブ・ビアホール	328	-95.9%	-3.2%	-96.6%	22.6%
居酒屋	2,004	-88.5%	-4.4%	-85.6%	-20.1%
ディナーレストラン	1,182	-71.5%	-3.0%	-73.0%	5.5%
喫茶	1,886	-66.8%	-0.2%	-60.4%	5.0%
その他	203	-32.1%	3.6%	-40.7%	32.3%

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：売上高、客数、客単価は、店内飲食だけでなく店外飲食も含む値。

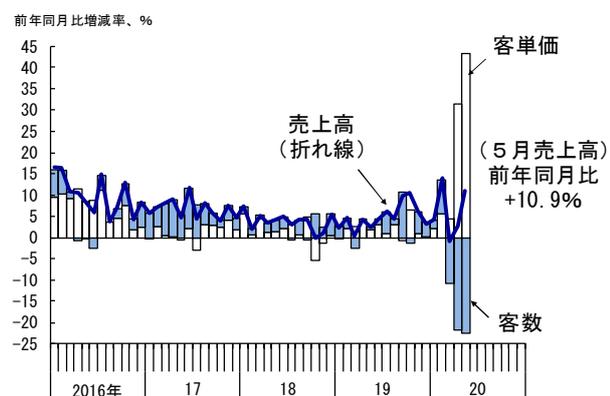
出所：一般社団法人日本フードサービス協会「外食産業市場動向調査」

4. 洋風ファストフード業態は客単価の大幅な上昇により、2か月連続で増収を確保

5月の業態別の動きで注目すべきは、ハンバーガーチェーン等の洋風ファストフード業態の客単価の大幅な上昇である。洋風ファストフード業態の客単価の伸びは前年同月比43.3%増と非常に高く、かつ前月（4月）の同31.3%増から加速した（図表4）。大手ハンバーガーチェーンの中には緊急事態宣言の発令中、店内客席の利用を終日中止した企業があったが、テイクアウトやデリバリーなどの店外飲食を推進することで客単価が大幅に上昇したと考えられる。その背景には、配達事業者との連携や、顧客が来店前にスマートフォンで注文・支払いを済ませて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）など、ITを活用した店外飲食の利用ツールなども貢献したと考えられる。洋風ファストフード業態では客単価の上昇率（同43.3%増）が客数の減少率（同22.6%減）を大きく上回り、2か月連続で増収を確保した。

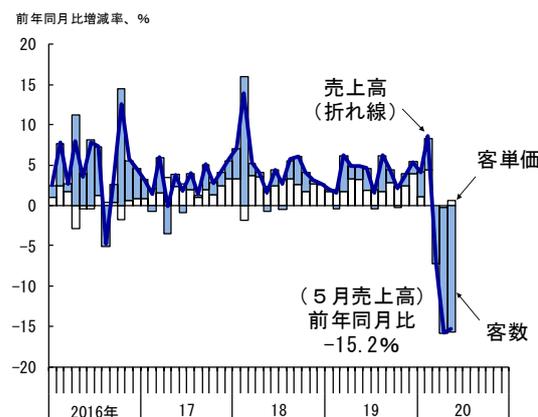
他方、店外飲食が可能なファストフード業態の中でも、牛丼等の和風ファストフード業態は客単価が前年同月比同0.6%増とほぼ横ばいであったが、客数の減少率は同15.7%減と他業態に比べて軽微にとどまった。臨時休業や営業時間短縮を実施した店舗があり、店内の利用可能な客席数を制限した例もあったものの、営業時間中に店内飲食を中止したチェーンはなかった。他のファストフード業態やファミリーレストラン業態等が営業を自粛する中で、和風ファストフード業態の利用頻度が相対的に高まった可能性もある。ただ、新型コロナウイルス感染症の流行以前のような1人で来店して1人分の注文をする顧客の行動様式は変わらず、客単価の上昇はなかったと考えられる。

図表4 洋風ファストフードの売上高推移（全店）



注1：全店とは、既存店と新規店の合計。
 注2：売上高と客単価は名目ベースの税抜き価格による比較。
 注3：売上高、客数、客単価は、店内飲食だけでなく店外飲食も含む値。
 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5 和風ファストフードの売上高推移（全店）



注1：全店とは、既存店と新規店の合計。
 注2：売上高と客単価は名目ベースの税抜き価格による比較。
 注3：売上高、客数、客単価は、店内飲食だけでなく店外飲食も含む値。
 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」

5. 飲食店の営業再開後、利用可能な座席数の制限が客数回復の足かせに

このように、5月の外食産業売上高は店外飲食への取り組み状況が大きく影響したと考えられる。緊急事態宣言の解除後は全国で飲食店の営業再開の動きが徐々に広がりつつあり、家計の外出自粛の反動から店内飲食の客数が一時的に回復に向かう可能性も考えられる。ただし、業界団体等が策定したガイドラインによると、飲食店では客席間隔を一定以上確保することや、客席を横並びで配置すること、テーブル上にアクリル板等の区切りのパーティションを設ける等、店内でソーシャルディスタンスを確保する工夫が求められている。利用可能な客席数の制限は、この先、客数回復の足かせとなるであろう。

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。