

調査速報

外食需要動向（2020年9月）

外食チェーン売上高はWithコロナに於ける常態的な水準を試す過程に

主任研究員

佐橋 官

045-225-2375

sahashi@yokohama-ri.co.jp

要約

- 2020年9月の1世帯あたり実質外食支出金額は全国が前月比12.3%増（前年同月比23.4%減）、関東地方が前月比12.1%増（前年同月比23.7%減）となった。全国、関東地方とも、8月に比べて大きく伸長したものの、実質外食支出金額の水準は前年同月の75%強に留まった。
- 9月の外食産業売上高（名目値）は前年同月比14.0%減となった。減収率は7月以降ほぼ横ばいであり、外食産業売上高はWithコロナに於ける常態的な水準を試す過程に入ったとみることも出来よう。
- ディナーレストランやファミリーレストランではGo To トラベルや四連休などの影響で客数回復の増勢が強まったが、他方、居酒屋では店舗数の純減が進んだ。

1. 家計の実質外食支出は大きく伸長したものの、その金額水準は前年同月の75%強に留まる

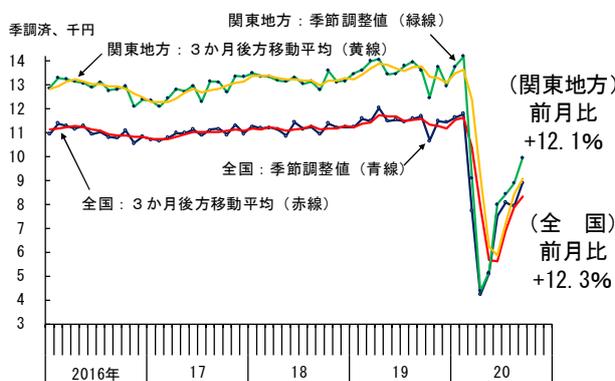
総務省「家計調査」に基づく2020年9月の1世帯あたり実質外食支出（用途別分類、2人以上の世帯、学校給食を除く、実質化および季節調整は浜銀総合研究所が実施）は、全国が前月比12.3%増（前年同月比23.4%減）、関東地方が前月比12.1%増（前年同月比23.7%減）となった（図表1）。全国、関東地方とも、実質外食支出金額は8月に比べて大きく伸長した。Go To トラベルや四連休（シルバーウィーク）などで繁華街や観光地の人出が増加し、8月に比べて家計の外食機会が増えたことが一因と考えられる。ただし、これらの押し上げ要因にもかかわらず、9月の外食支出金額の水準は前年同月の75%強に留まった。

2. 外食チェーンの売上高はWithコロナに於ける常態的な水準を試す過程に

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、外食チェーン売上高の動向を示す外食産業売上高（名目値）は9月に前年同月比14.0%減となった。（図表2）。減収率は8月に縮小の動きが一服しており、9月も8月並みの減収率となった。4～5月を底とする減収率の縮小が止まったことから、外食チェーン全体の売上高はWithコロナに於ける常態的な水準を試す過程に入ったとみることも出来よう。売上高を客数と客単価に分解すると、客数は同17.0%減となり、客数の減少率は7月以降、ほぼ横ばいである。他方、客単価は同3.7%増となり、9月も前年同月の水準を上回った。

図表1 家計の実質外食支出は前年水準に及ばず

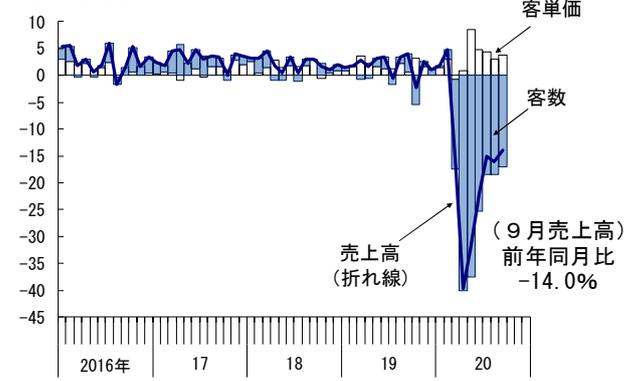
（全国、2人以上の世帯、季調済）



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 外食チェーンの減収率の縮小が止まる

（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。
 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」

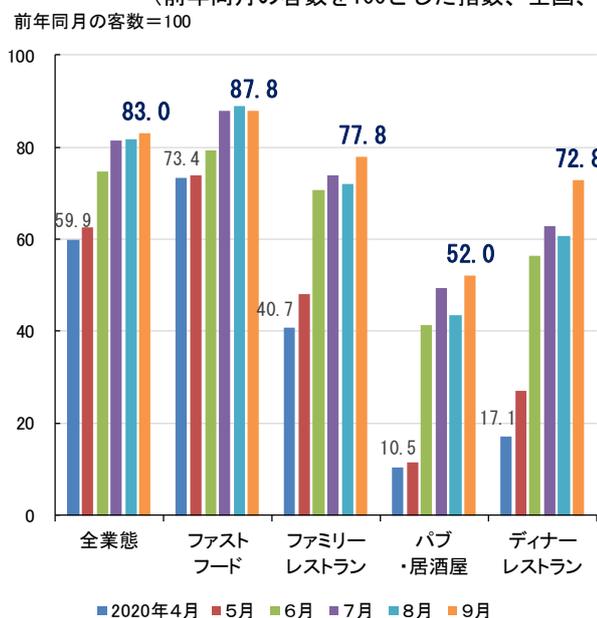
3. Go Toトラベルがディナーレストランの客数を押し上げ

9月の外食チェーンの客数の水準は前年同月を100とした指数で83.0と、7月以降、ほぼ横ばいで推移している(図表3)。主要業態の客数の水準をみると、ファストフード業態は同87.8で、7月から足踏み状態にある。引き続き、繁華街やオフィス街などの店舗で客数の戻りが鈍いようである。ただし、店内飲食では一定の間隔を開けて座席やテーブルを配置する必要があり、店舗の収容可能な人数が減少していることなどを踏まえると、客数は既にWithコロナに於ける天井に近い水準まで回復した可能性もある¹。

他方、ディナーレストランの客数の指数は同72.8、ファミリーレストランは同77.8と、ファストフードと比較して低く、まだ上昇の余地があるとみられる。事実、9月はディナーレストランの指数が前月比12.0ポイント上昇(60.8→72.8)、ファミリーレストランは同5.9ポイント上昇(71.9→77.8)となり、客数の増勢が強まった。一般社団法人日本フードサービス協会によると、ディナーレストランは「Go Toトラベルの旅行客など、立地によって集客の差がみられるものの、宴会需要ではなく小規模の会食を中心に少しずつ回復」とのことであり、Go Toトラベルが客数の押し上げの一因とみられる。また、今年のシルバーウィークは四連休で、昨年の三連休に比べて連休の日数が1日多かったことなどから、ファミリーレストランでは客数の回復が進んだチェーンもあったようである。

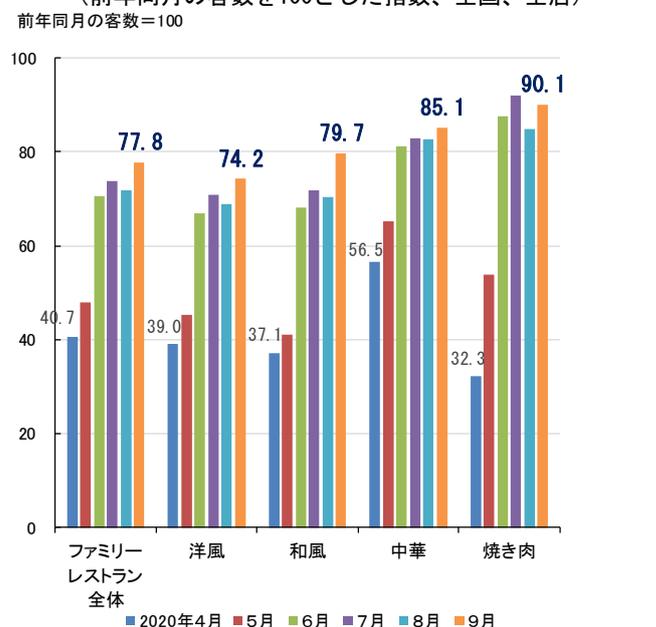
なお、ファミリーレストランは業態による客数の水準に差がみられる(図表4)。「焼き肉」の客数は前年同月比で90.1であった。前述の店舗の収容可能な人数が減少していることなどを踏まえれば、「焼き肉」の客数は既にWithコロナの常態的な水準にまで回復しているとみるべきであろう。また、テイクアウトやデリバリーに注力している「中華」の客数も85.1となり、外食チェーン全体の指数(83.0)を上回った。

図表3 主要業態の客数の水準の推移
(前年同月の客数を100とした指数、全国、全店)



注1：全店とは、既存店と新規店の合計。
注2：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4 ファミリーレストラン業態の客数の水準の推移
(前年同月の客数を100とした指数、全国、全店)



注1：全店とは、既存店と新規店の合計。
注2：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」

¹ 店舗数の増加や、テイクアウトやデリバリーなど店外飲食の注文数を増やすことによる客数増加を志向する可能性も考えられる。

4. 居酒屋の店舗数の純減が進む

パブ・居酒屋の9月の客数の水準は、前年同月を100とした指数で52.0となり（前頁、図表3）8月に比べて8.4ポイント上昇（43.6→52.0）した。その要因として、東京都などの自治体が酒類を提供する飲食店に対する夜間の営業自粛の再要請を解除した影響が大きいと考えられる。

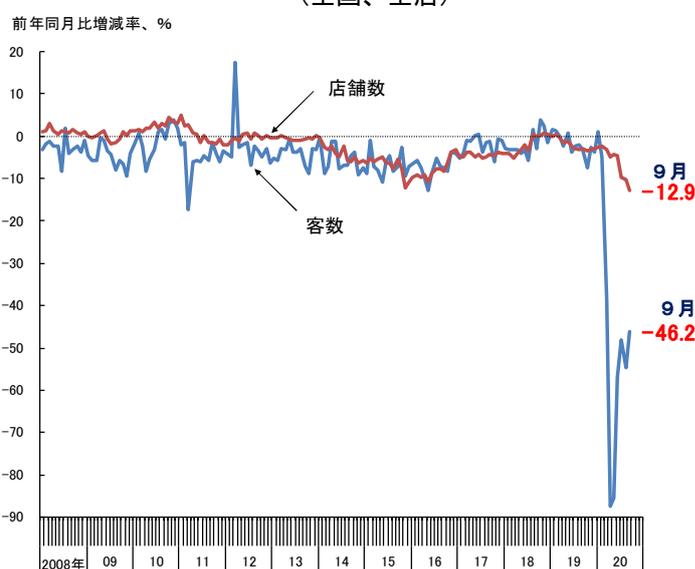
また、同業態のうち、居酒屋の9月の店舗数は前年同月比12.9%減となった（図表5）。前月号で述べた通り、居酒屋業態では4～5月の「緊急事態宣言」の発出中に臨時休業や営業時間の短縮などを強いられたことから急速に業績が悪化しており、既に一部のチェーンは不採算店舗の閉鎖や統合などを開始している。事実、9月は8月（同10.3%減）に比べて居酒屋業態の店舗数の減少率が拡大した。同業態では、2014年から2018年にかけて不採算店舗の閉鎖や他業態への転換などが進んだが、この先、そのような動きが再燃する可能性も考えられよう（図表6）。

図表5 業態別の外食産業売上高
(2020年9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	38,669	-14.0%	-2.7%	-17.0%	3.7%
ファストフード	22,093	-4.5%	-1.3%	-12.2%	8.8%
洋 風	6,343	3.3%	-0.2%	-9.9%	14.6%
和 風	5,148	-7.2%	0.6%	-10.3%	3.4%
麺 類	3,595	-15.4%	-0.1%	-20.2%	6.0%
持ち帰り米飯/回転寿司	4,362	-6.0%	-6.2%	-9.9%	4.3%
その他	2,645	-16.4%	-0.7%	-18.9%	3.1%
ファミリーレストラン	10,692	-19.7%	-2.7%	-22.2%	3.2%
洋 風	5,410	-24.3%	-3.5%	-25.8%	2.0%
和 風	2,482	-22.3%	-4.5%	-20.3%	-2.4%
中 華	1,337	-8.7%	2.6%	-14.9%	7.3%
焼き肉	1,463	-8.3%	-1.4%	-9.9%	1.8%
パブ・居酒屋	2,539	-48.9%	-12.0%	-48.0%	-1.6%
パブ・ビアホール	324	-55.6%	-5.3%	-53.5%	-4.6%
居酒屋	2,215	-47.2%	-12.9%	-46.2%	-1.9%
ディナーレストラン	1,126	-28.7%	-7.7%	-27.2%	-2.1%
喫茶	2,055	-27.5%	-1.8%	-31.1%	5.2%
その他	164	-19.9%	-5.7%	-20.8%	1.1%

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。
 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6 居酒屋業態の客数と店舗数の推移
(全国、全店)



注：全店とは、既存店と新規店の合計。
 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. 個人経営の飲食店にも政府のキャンペーン効果の波及が期待される

9月の外食チェーン全体の売上高の水準は前年同月比を100とした指数で86.0（前年同月比14.0%減、図表5）であるのに対して、1頁で述べた家計の全国の実質外食支出金額の水準は同76.6（前年同月比23.4%減）に留まる。これまでは大手外食チェーンに比べ、中小規模の飲食店の回復が遅れていたことが考えられる。ただし、8月からの変化をみると、外食チェーンの2ポイント改善（84.0→86.0）に対して、家計の実質外食支出金額は13.1ポイント改善（63.5→76.6）となった。Go To Travelなどにより、繁華街や観光地の個人経営の飲食店などにも恩恵が及びつつあると考えられる。10月からはGo To Eatなどの外食需要の喚起策も順次開始されており、大手外食チェーンだけでなく、個人経営の飲食店などにもキャンペーン効果が波及することが期待される。

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。