

調査速報

外食需要動向（2021年1月）

「緊急事態宣言」の再発出で減速感が強まるものの、昨年4月ほどは落ち込まず

主任研究員

佐橋 官

045-225-2375

sahashi@yokohama-ri.co.jp

要約

- 2021年1月の1世帯あたり実質外食支出金額は全国が前月比15.3%減（前年同月比44.6%減）、関東地方が前月比17.0%減（前年同月比43.1%減）となった。
- 1月の外食産業売上高（名目値）も前年同月比21.0%減であったが、減収幅は2020年4月の「緊急事態宣言」発出時（同39.6%減）ほどではない。
- 業態別では、夜間の店内飲食が中心のパブ・居酒屋は外出自粛と営業時短要請によって売上高が落ち込んだ。他方、テイクアウトやデリバリーの利用が浸透し、洋風ファストフードは増収を維持した。

1. 「緊急事態宣言」の再発出の影響により、家計の実質外食支出は減少

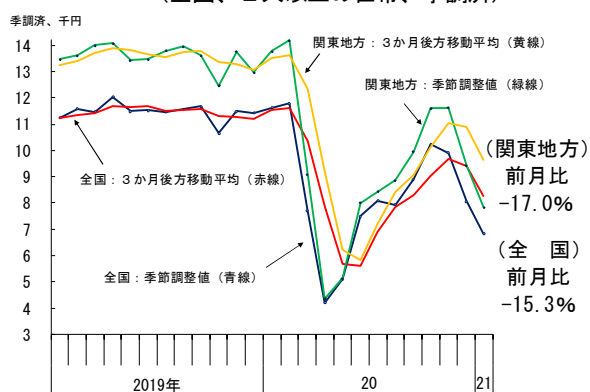
総務省「家計調査」に基づく2021年1月の1世帯あたり実質外食支出（用途別分類、2人以上の世帯、学校給食を除く、実質化および季節調整は浜銀総合研究所が実施）の水準は、全国が前月比15.3%減（前年同月比44.6%減）、関東地方が前月比17.0%減（前年同月比43.1%減）となった（図表1）。新型コロナウイルス感染症の新規感染者数の再拡大により、東京都や大阪府、愛知県など、11都府県を対象地域に「緊急事態宣言」が再び発出されたことから、対象地域はもとより、全国的にも外出や会食を控える動きが強まった。

2. 外食産業売上高の落ち込みは2020年4月の「緊急事態宣言」発出時ほどではない

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2021年1月に前年同月比21.0%減となった（図表2）。売上高を客単価と客数に分解すると、客単価は同1.1%増と前年同月の水準を上回ったものの、客数が同21.8%減となった。

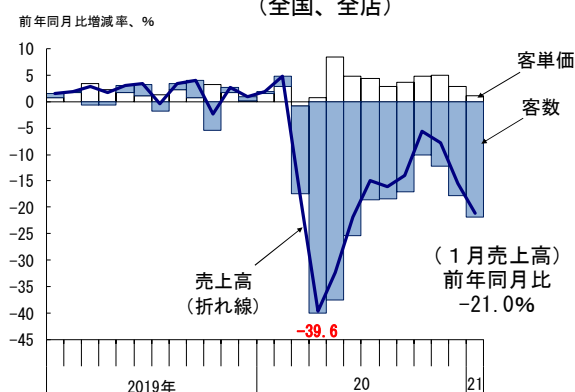
2021年1月の減収率は、昨年4月の「緊急事態宣言」発出時（前年同月比39.6%減）ほどは落ち込まなかった。客数の動きをみると、1月は同21.8%減となっており、昨年4月の同40.1%減に比べて落ち込みが緩やかであった。今回の「緊急事態宣言」の対象地域が首都圏の1都3県など11都府県に留まったことや、飲食店に対しては午後8時以降の営業の自粛が要請されたものの、百貨店や大型商業施設などに対し

図表1 家計の実質外食支出は減少
（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 外食チェーンの減収率は昨年4月ほどではない
（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」

ては休業などの要請がなかったことが背景にあらう。

また、外食業界全体としてWithコロナ環境への対応が進んでおり、外食チェーンにおいても午後8時閉店の対策として開店時間を早めるなどの対応を実施したことや、ファストフード業態を中心にテイクアウトやデリバリーの活用などが定着したことも、「緊急事態宣言」の再発出による影響を緩和しているといえよう。

3. パブ・居酒屋の売上高が急落した一方、洋風ファストフードの売上高は好調

ただし、昨年4月と同様、業態別には影響に差が生じた。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」の業態別売上高をみると、2021年1月は洋風ファストフード以外の業態では売上高の減少率が拡大（悪化）した（図表3）。特に、パブ・居酒屋の売上高は前年同月比74.9%減と、他業態に比べて落ち込みが大きい。夜間の店内飲食が中心の同業態では営業時間や酒類提供時間の短縮などの影響が大きく、大手居酒屋チェーンの中には一部の店舗を臨時休業とするケースもあった。このため、パブ・居酒屋業態の客数は同68.3%減となり、売上高を大きく押し下げた。同様に、夜間の店内飲食が中心のディナーレストランの売上高も同54.5%減と減収幅が大きい。

他方、ハンバーガーチェーンなどが該当する洋風ファストフード業態の1月の売上高は前年同月比12.2%増と増収を維持した（図表4）。増収率は前月（20年12月、同4.8%増）に比べて拡大（良化）しており、1月の売上高は堅調であった。同業態においても、店内飲食は「緊急事態宣言」の再発出に伴う顧客の外出自粛や店舗の営業時間短縮などの影響が及んだとみられる。しかし、昨年来、テイクアウトやデリバリーの利用が浸透し、店外飲食の利用増が売上高を下支えしたものとみられる。

図表3 業態別の外食産業売上高
(2021年1月、全国、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	37,475	-21.0%	-4.0%	-21.8%	1.1%
ファストフード	21,693	-1.4%	-1.6%	-11.8%	11.7%
洋 風	6,417	12.2%	-1.1%	-6.1%	19.5%
和 風	5,117	-7.5%	-0.6%	-12.1%	5.3%
麺 類	3,320	-24.0%	-2.2%	-24.9%	1.3%
持ち帰り米飯/回転寿司	4,217	-4.6%	-2.5%	-8.0%	3.7%
その他	2,622	-14.5%	-2.3%	-20.9%	8.1%
ファミリーレストラン	10,096	-34.6%	-6.1%	-36.4%	3.3%
洋 風	5,002	-38.3%	-8.6%	-40.4%	3.6%
和 風	2,474	-38.7%	-6.1%	-38.1%	-0.9%
中 華	1,154	-15.3%	1.1%	-22.9%	10.0%
焼き肉	1,466	-32.0%	-2.3%	-29.2%	-3.9%
パブ・居酒屋	2,484	-74.9%	-12.9%	-68.3%	-20.8%
パブ・ビアホール	441	-79.0%	-11.3%	-77.2%	-8.0%
居酒屋	2,043	-73.5%	-13.2%	-64.5%	-25.3%
ディナーレストラン	998	-54.5%	-8.6%	-50.3%	-8.4%
喫茶	1,962	-37.4%	-3.8%	-38.3%	1.5%
その他	242	-39.8%	-5.8%	-35.5%	-6.6%

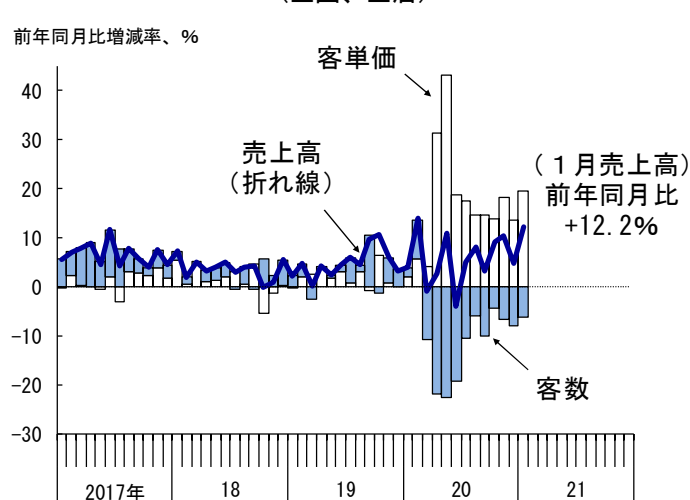
注1：全店とは、既存店と新規店の合計。

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4 洋風ファストフード業態の売上高の推移
(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」

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。