

調査速報

外食需要動向（2021年5月）

休業要請や酒類提供の制限などで、パブ・居酒屋業態の売上高は昨年並みの落込み

主任研究員

佐橋 官

045-225-2375

sahashi@yokohama-ri.co.jp

要約

- 2021年5月の1世帯あたり実質外食支出金額は全国が前月比10.6%減（前年同月比39.5%増）、関東地方が前月比10.3%減（前年同月比63.7%増）となった。
- 5月の外食産業売上高（名目値）は前年同月比19.8%増だが、コロナ禍による影響がなかった一昨年（2019年5月）の売上高と比較すると19.8%減となった。
- パブ・居酒屋業態の売上高は2019年5月比で88.0%減となり、1回目の「緊急事態宣言」が発出されていた2020年4月、5月並みの落ち込みとなった。

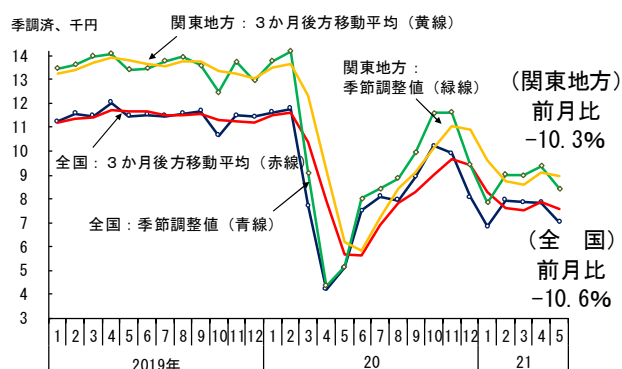
1. 2021年5月の家計の実質外食支出は全国、関東地方とも前月比マイナス

総務省「家計調査」に基づく2021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、全国が前月比10.6%減（前年同月比39.5%増）、関東地方が前月比10.3%減（前年同月比63.7%増）となった（図表1）。3回目の「緊急事態宣言」が4月25日に4都府県に発出され、5月には10都道府県に対象地域が拡大された。また、神奈川県などでは「まん延防止等重点措置」がとられた。これらの影響により、全国、関東地方とも、家計の実質外食支出金額は4月の水準を下回ったとみられる。

2. コロナ禍前の水準と比較した5月の外食産業売上高は4月並みの減少率

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月の外食産業売上高（名目値）は前年同月比19.8%増となった（次頁、図表3）。ただし、コロナ禍による影響がなかった一昨年（2019年5月）の売上高と比較すると、今年5月の外食産業売上高は19.8%減であった。2021年1月以降、外食産業売上高はコロナ禍前の8割前後（2割減）の水準で推移している（図表2）。

図表1 家計の実質外食支出は前月比マイナス
（全国、2人以上の世帯、季調済）

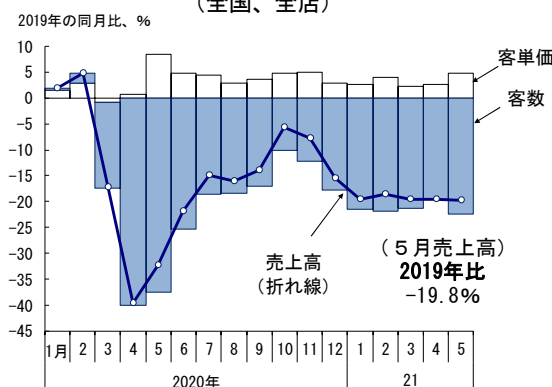


注1：総務省「家計調査」の用途別分類「一般外食」。

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」より浜銀総研作成

図表2 外食産業の減収幅は2019年比で2割減
（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。

注4：2021年1月以降の2019年比の値は、3月と4月の売上高を除いて浜銀総研が算出。

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」より浜銀総研作成

3. 外食産業売上高は「緊急事態宣言」の発出や解除によって影響されにくくなっている

今年4月を振り返ると、3月21日に2回目の「緊急事態宣言」が解除された後、4月25日に3回目の「緊急事態宣言」が発出されるまでの間は、飲食店に対する各種の自粛要請が緩和され、営業時間を伸ばすことが出来た。4月の外食チェーンの営業環境は3月に比べて改善されたものの、4月の減収率（2019年4月比19.5%減）は3月（2019年3月比19.6%減）並みであった（前頁、図表2）。

他方、今年5月は「緊急事態宣言」と「まん延防止等重点措置」により、営業時間の短縮や酒類の提供時間を制約された飲食店が増加した。特に、「緊急事態宣言」の対象地域では、酒類を提供する飲食店等に対し、酒類の提供の自粛もしくは休業が要請された。このように、5月の外食チェーンの営業環境は4月に比べて悪化したにもかかわらず、5月の減収率（2019年5月比19.8%減）は4月（2019年4月比19.5%減）からほとんど変化しなかった。

これらを踏まえると、度重なる「緊急事態宣言」の発出・解除などは、「宣言慣れ」や「自粛疲れ」などを引き起こし、人々の行動変容のきっかけにはなっていない。「緊急事態宣言」の発出・解除などにも関わらず、足元における外食産業売上高はコロナ禍前の水準の8割前後で安定している。今後も、従来と同じようなコロナ対応が続くのであれば、外食産業売上高はこの水準で推移するものと考えられる。

4. パブ・居酒屋業態の売上高は、1回目の「緊急事態宣言」発出時並みの落ち込み

コロナ禍の発生から1年を経て、「緊急事態宣言」が再発出されても外食産業売上高全体があまり大きく変動しなくなっている中で、パブ・居酒屋業態だけは、強く影響を受けている。当業態の5月の売上高はコロナ禍前の2019年5月と比較すると88.0%減となり（図表3）、4月（2019年4月比73.5%減）から減収幅が拡大（悪化）した。この減収率は、1回目の「緊急事態宣言」が発出されていた2020年4月（2019年4月比91.4%減）、5月（2019年5月比90.0%減）に並ぶ落ち込み幅である（次頁、図表4）。

図表3 業態別の外食産業売上高（2021年5月、全国、全店）

業 態	店舗数	売上高		客数		客単価	
		前年比	2019年比	前年比	2019年比	前年比	2019年比
全 体	36,600	19.8%	-19.8%	24.0%	-22.5%	-3.4%	4.8%
ファストフード	21,093	13.3%	3.9%	19.0%	-12.1%	-4.8%	16.7%
洋 風	6,048	10.3%	24.9%	24.6%	-3.6%	-11.5%	26.8%
和 風	5,086	12.1%	-4.5%	7.4%	-9.5%	4.3%	4.9%
麵 類	3,088	41.9%	-26.9%	46.3%	-32.6%	-3.1%	6.3%
持ち帰り米飯/回転寿司	4,298	10.6%	-1.0%	9.7%	-6.9%	0.8%	6.8%
その他	2,573	10.7%	-13.2%	11.9%	-29.3%	-1.1%	23.3%
ファミリーレストラン	10,204	29.1%	-36.2%	30.6%	-37.3%	-1.1%	4.2%
洋 風	5,037	26.6%	-39.0%	30.4%	-40.9%	-2.9%	3.1%
和 風	2,638	45.8%	-41.5%	42.7%	-41.4%	2.2%	0.7%
中 華	1,123	12.9%	-15.1%	17.0%	-23.8%	-3.5%	10.0%
焼き肉	1,406	35.5%	-34.6%	36.1%	-26.6%	-0.5%	-5.9%
パブ・居酒屋	2,302	2.7%	-88.0%	-6.1%	-89.1%	9.4%	-5.9%
パブ・ビアホール	341	97.9%	-92.7%	161.3%	-91.1%	-24.3%	-7.2%
居酒屋	1,961	-4.1%	-86.8%	-16.0%	-87.9%	14.2%	-8.8%
ディナーレストラン	1,012	68.1%	-50.3%	69.9%	-54.1%	-1.0%	4.4%
喫茶	1,815	99.3%	-35.9%	100.0%	-36.8%	-0.3%	4.7%

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：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。

注4：客数の2019年比の値は浜銀総研が算出。

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」より浜銀総研作

前述のとおり、3回目の「緊急事態宣言」下では1回目の宣言時と同様に、酒類を提供する飲食店の休業が要請されている（酒類を提供しなければ時短での営業は可能である。また、2回目の宣言時は時短ながら酒類の提供は可能だった）。そのため、パブ・居酒屋業態の今年5月の客数は2019年5月比89.1%減（前年同月比6.1%減）となった。酒類の提供を主としない他業態の5月の売上高は、昨年の1回目の「緊急事態宣言」の発出時ほどの落ち込みとはならず、前月比でも改善傾向にある。パブ・居酒屋業態における酒類提供の制限とそのための休業要請は影響が大きいことを再確認することとなった。

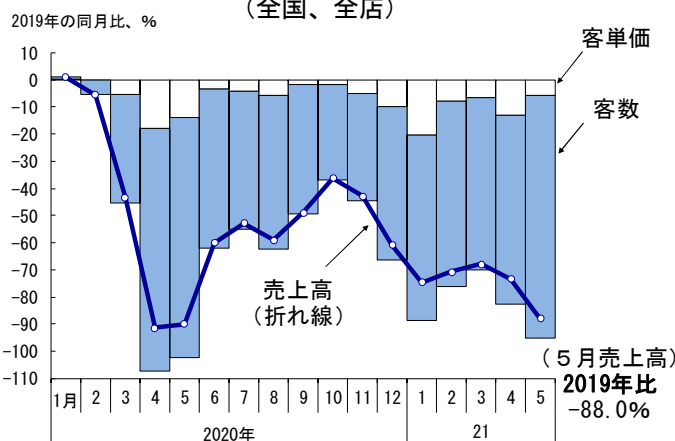
5. 洋風ファストフード業態は客数の伸びが売上高を下支え

洋風ファストフード業態の売上高は前年同月比で10.3%増となり（前頁、図表3）、4月（前年同月比10.0%増）並みの伸びを維持した。また、同業態の売上高を2019年5月と比較しても24.9%増となり、コロナ禍前の水準を大きく上回った（図表5）。

ただし、洋風ファストフード業態では客単価が今年4月に前年同月比10.4%減、5月に前年同月比11.9%減と2か月連続で前年同月の水準を下回った。前月号¹で指摘したように、コロナ禍2年目となり、テイクアウトやデリバリー等の利用拡大による客単価の上昇が一巡したことが確認できる。

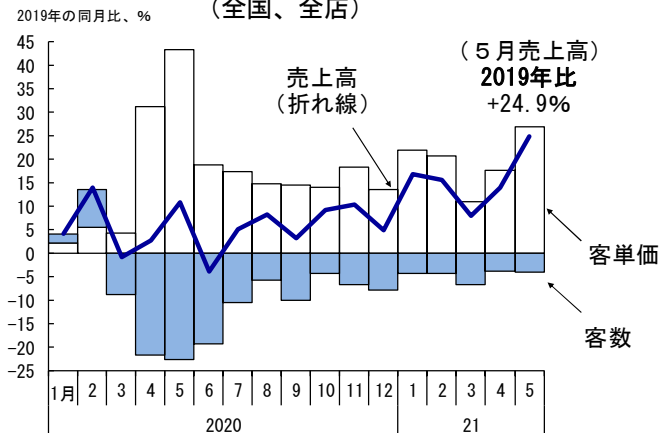
他方、同業態の今年5月の客数は前年同月比で24.6%増となった（前頁、図表3）。コロナ禍前の2019年5月の客数の水準と比較しても3.6%減にとどまっており、外食産業全体の客数の減少率（2019年5月比22.5%減）に対して軽微な減少だった。5月は「緊急事態宣言」の対象地域が拡大し、「まん延防止等重点措置」が取られていたにも関わらず、洋風ファストフード業態の客数は大きな影響を受けなかった。客単価上昇の一巡により、今後の同業態の売上高の増勢は鈍化するものとみている。しかし、5月は客数の伸びが下支えとなり、高い増収率を維持した形になった。

図表4 パブ・居酒屋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。
注4：2021年1月以降の2019年比の値は、3月と4月の売上高を除いて浜銀総研が算出。
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」より
浜銀総研作成

図表5 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。
注4：2021年1月以降の2019年比の値は、3月と4月の売上高を除いて浜銀総研が算出。
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」より
浜銀総研作成

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。

¹ 株式会社浜銀総合研究所「調査速報『外食需要動向（2020年4月）洋風ファストフード業態における客単価の上昇が一巡』」