

調査速報

外食需要動向（2021年6月）

酒類提供の制限や営業時間の短縮で、パブ・居酒屋業態の客単価が低下している

主任研究員

佐橋 官

045-225-2375

sahashi@yokohama-ri.co.jp

要約

- 2021年6月の1世帯あたり実質外食支出金額は全国が前月比3.5%増（前年同月比6.3%減）、関東地方が前月比0.8%増（前年同月比6.0%増）となり、関東地方の前月比増加率は全国を下回った。
- 6月の外食産業売上高（名目値）は、1回目の「緊急事態宣言」解除後の前年同月と比べて0.1%増だが、コロナ禍による影響がなかった一昨年（2019年6月）の売上高と比較すると22.6%減となった。
- パブ・居酒屋業態の客単価は2019年6月比で21.9%減となり、前月（5月）に比べて下落幅が拡大した。「緊急事態宣言」や「まん防」で酒類提供の制限や営業時間の短縮があった影響と考えられる。

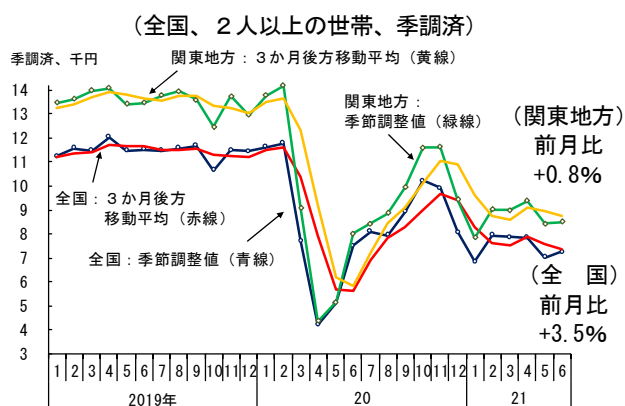
1. 2021年6月の家計の実質外食支出の前月比増加率は関東地方が全国を下回った

総務省「家計調査」に基づく2021年6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3.5%増（前年同月比6.3%減）、関東地方が前月比0.8%増（前年同月比6.0%増）となり、関東地方の前月比増加率は全国を下回った（図表1）。6月は関東地方では東京都で3回目の「緊急事態宣言」が発出されていた。また、神奈川県では「まん延防止等重点措置」が実施されており、6月下旬には、千葉、埼玉が「まん延防止等重点措置」の適用地域となった。これらを踏まえると、関東地方では全国に比べて外出自粛が強く求められており、外食を控える動きも強かったとみられる。

2. コロナ禍前の水準と比較した外食産業売上高の減少率は2021年1月以降、大きく変化せず

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、6月の外食産業売上高（名目値）は1回目の「緊急事態宣言」が解除された前年同月と比べて0.1%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6月）の売上高と比較すると、今年6月の外食産業売上高は22.6%減であった（図表2）。2021年1月以降、2019年比の減収率はあまり変化せず、外食産業売上高はコロナ禍前の8割程度（2割減）で推移している。

図表1 関東地方の実質外食支出が伸び悩む

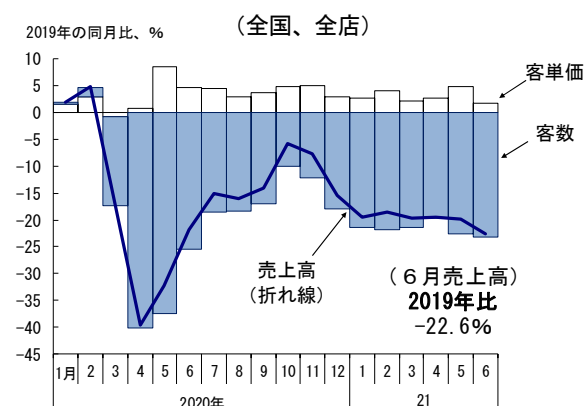


注1：総務省「家計調査」の用途別分類「一般外食」。

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 外食産業売上高は2019年比で2割減



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、3～6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. 6月の外食産業の客数の減少率は5月から大きく変化せず

前月号で述べたとおり、度重なる「緊急事態宣言」と「まん延防止等重点措置」の発出・解除などは、「宣言慣れ」や「自粛疲れ」などを引き起こすこととなり、昨春のような人々の行動変容が生じ難くなっている。今年6月の外食産業全体の客数も2019年6月比で23.1%減となり(図表3)、5月(2019年5月比、22.5%減)と比べて大きく変化しなかった(前頁、図表2)。

7月12日には東京に4回目の「緊急事態宣言」が発出され、8月には「緊急事態宣言」の対象地域、「まん延防止等重点措置」の適用地域が追加された。しかし、従来と同じようなコロナ対応が続くのであれば、外食産業全体の客数への影響は大きくならない可能性がある。

図表3 業態別の外食産業売上高(2021年6月、全国、全店)

業 態	店舗数	(増減率)					
		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	36,772	0.1%	-22.6%	3.1%	-23.1%	-2.9%	1.7%
ファストフード	21,545	9.1%	-3.2%	7.7%	-14.6%	1.3%	12.7%
洋 風	6,369	13.6%	9.0%	12.4%	-9.2%	1.0%	20.0%
和 風	5,097	4.1%	-7.0%	1.1%	-14.6%	3.0%	5.8%
麺 類	3,240	16.5%	-26.8%	20.4%	-29.3%	-3.3%	4.6%
持ち帰り米飯/回転寿司	4,317	2.9%	-5.1%	0.3%	-8.7%	2.7%	5.0%
その他	2,522	-0.7%	-13.9%	-2.9%	-21.3%	2.2%	9.7%
ファミリーレストラン	10,145	-11.6%	-35.8%	-9.3%	-36.0%	-2.5%	1.6%
洋 風	5,000	-6.1%	-34.6%	-7.3%	-38.0%	1.2%	2.7%
和 風	2,588	-12.7%	-38.7%	-11.0%	-39.3%	-2.0%	-2.0%
中 華	1,148	-18.0%	-27.1%	-7.9%	-25.3%	-0.1%	7.4%
焼き肉	1,409	-27.5%	-38.3%	-22.6%	-32.3%	-6.4%	-5.1%
パブ・居酒屋	2,108	-58.7%	-84.1%	-48.9%	-78.9%	-19.2%	-21.9%
パブ・ビアホール	354	-62.9%	-87.6%	-60.0%	-85.6%	-7.3%	-12.5%
居酒屋	1,754	-57.6%	-83.0%	-45.1%	-76.3%	-22.8%	-25.9%
ディナーレストラン	1,002	-14.9%	-59.4%	-7.9%	-45.2%	-7.6%	-6.8%
喫茶	1,809	11.2%	-31.2%	8.7%	-33.3%	2.3%	3.3%

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。

注4：客数と客単価の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」より浜銀総研作成

4. パブ・居酒屋業態の客単価の下落幅が拡大

ただし、「緊急事態宣言」と「まん延防止等重点措置」に伴う飲食店の酒類提供の制限や営業時間短縮は、パブ・居酒屋業態に大きな影響を及ぼしている。同業態の6月の売上高はコロナ禍前の2019年6月と比較すると84.1%減と(図表3)、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)に近い落ち込み幅となった(図表4)。

一般社団法人日本フードサービス協会によると、「緊急事態宣言」が一旦解除された6月には「『パブ・ビアホール』は、緊急事態宣言の対象外地域で営業を再開できたところもあった」、「『居酒屋』も、酒類が提供できる日数が増えた」とのことである。そのため、客数については、6月は2019年6月比78.9%減となり、減少幅が5月(2019年5月比、89.1%減)に比べて縮小(良化)した。

しかし、客単価をみると、6月は2019年6月比21.9%減となり、下落幅が5月(2019年5月比、6.0%減)から拡大(悪化)した。一般的に、パブ・居酒屋業態では顧客の店内滞在時間が長く、飲み物や料理

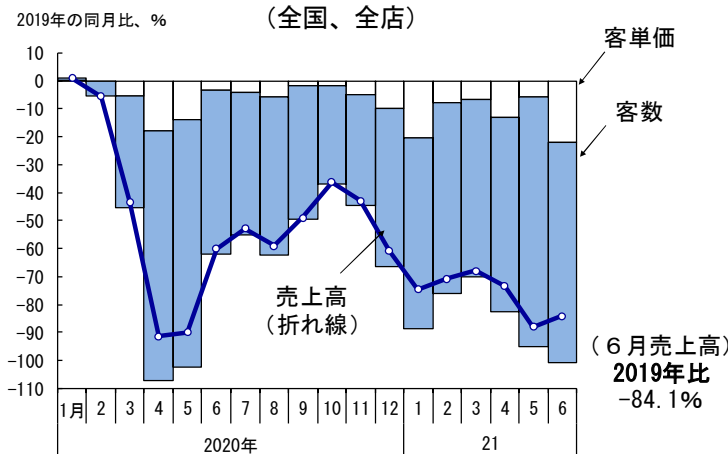
の追加注文を受けることによって客単価を高めるビジネスモデルであることが多い。「緊急事態宣言」により酒類提供を停止、または「まん延防止等重点措置」により提供時間を午後7時（または午後8時）までに制限していたことから、ラストオーダーの時刻が早まることで客単価が大きく下がったものと考えられる。

5. 洋風ファストフード業態の客単価は大きく変化していないとみられる

他方、ハンバーガーチェーン等の洋風ファストフード業態の売上高は好調を維持している。6月の売上高は前年同月比で13.6%増となり（前頁、図表3）、5月（前年同月比10.3%増）の伸びを上回った。また、同業態の売上高は2019年6月と比較しても9.0%増となり（図表5）、調査対象業態の中で、唯一、コロナ禍前の水準を上回った。

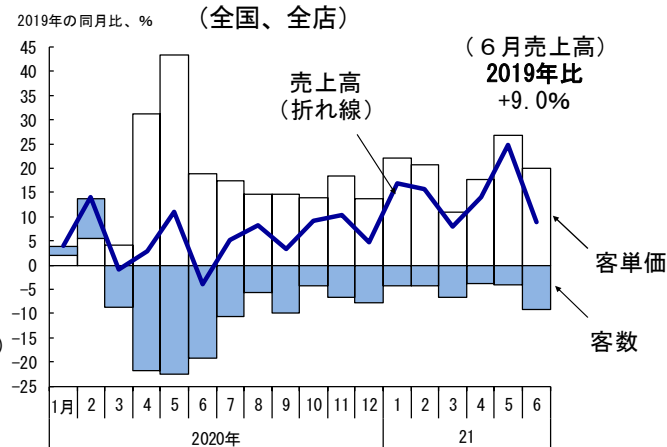
洋風ファストフード業態の客単価の水準は、昨年6月以降、大きく変化していないとみられる。今年6月の客単価も、前年同月比1.0%増（前頁、図表3）となった。当業態の客単価の推移をみると、昨年4月、5月は1回目の「緊急事態宣言」時のテイクアウトやデリバリー等の利用拡大により、客単価が大きく上昇した。昨年6月以降は伸び率が2019年比2割前後で落ち着いており、今年4月（前年同月比10.4%減）、5月（前年同月比11.9%減）は、1回目の「緊急事態宣言」発出時の急拡大時の「ウラ」が出ているとみる。洋風ファストフード業態では、昨年6月以降、店内飲食（イートイン）の利用に戻った顧客がいる一方、一部の顧客は店外飲食（テイクアウトやデリバリー）を利用する動きも続いている。こうした洋風ファストフード業態の利用の仕方が定着しつつあると考えられよう。

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、3～6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、3～6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。