

# 調査速報

## 外食需要動向（2021年8月）

8月はコロナ感染者数の急拡大もあって、  
店内飲食を控える動きが強まる

主任研究員

佐橋 官

045-225-2375

[sahashi@yokohama-ri.co.jp](mailto:sahashi@yokohama-ri.co.jp)

### 要約

- 2021年8月の1世帯あたり実質外食支出金額は全国が前月比21.3%減（前年同月比14.7%減）、関東地方が前月比19.9%減（前年同月比15.2%減）となった。
- 8月の外食産業売上高（名目値）は前年同月比8.6%減となった。コロナ禍前の2019年8月の売上高との比較では24.4%減となり、減収率は7月に比べて拡大（悪化）した。
- 多くの外食業態が減収となる中、ファストフード業態は増収を確保した。テイクアウトやデリバリーなどの利用割合の上昇が下支えになったとみられる。

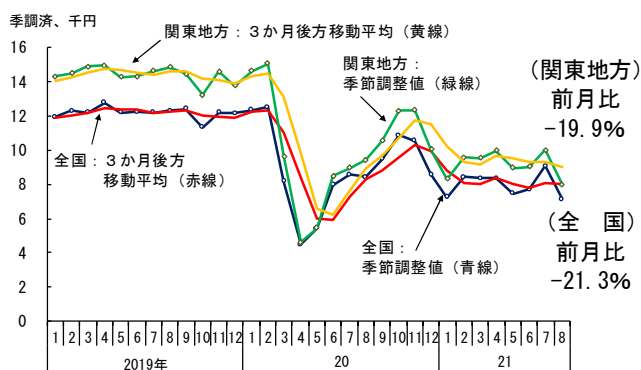
### 1. 2021年8月の家計の実質外食支出は全国、関東地方とも前月比マイナス

総務省「家計調査」に基づく2021年8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21.3%減（前年同月比14.7%減）、関東地方が前月比19.9%減（前年同月比15.2%減）となった（図表1）。8月中旬まで、国内の新型コロナウイルス（COVID-19）の新規感染者数が記録的に増加していたことから、外出を控える動きや店内飲食を避ける動きが強まったと考えられる。また、台風の上陸や接近、前線の停滞による長雨などの天候要因で、8月後半は外食の機会が減少したことも影響したとみられる。

### 2. 8月の外食産業売上高は前年同月比マイナス

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、8月の外食産業売上高（名目値）は前年同月比8.6%減となり（次頁、図表3）、今年3月以来の減収に転じた。新型コロナウイルスの新規感染者数の急増などによる客数の減少が押し下げ要因となったと同時に、昨年8月はコロナ禍が小康状態になっており、外食産業売上高の水準が高まっていたことも影響した。

図表1 実質外食支出金額は前月比マイナス  
（全国、2人以上の世帯、季節調整済）

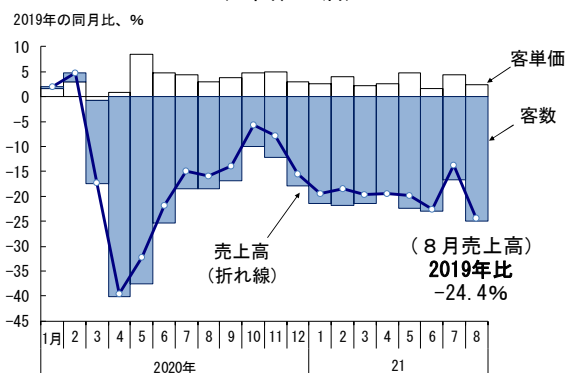


注1：総務省「家計調査」の用途別分類「一般外食」。

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 外食産業売上高減少率は2019年比で拡大（悪化）  
（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：客数、客単価の2021年1月以降の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

また、コロナ禍による影響がなかった一昨年（2019年）8月の売上高と比較しても、今年8月の減収率（2019年8月比24.4%減）は7月（2019年7月比13.7%減）に比べて拡大（悪化）した（前頁、図表2）。

台風の上陸などで2019年7月の外食産業売上高の水準が低かったことなどにより、今年の7月は2019年比でみた減収率の縮小（改善）が実態以上の改善を示していたとみられる。今年8月の2019年比でみた減収率は7月に比べて拡大（悪化）したものの、実態は4～6月と比べてと大きく変化していないとみることもできよう。

### 3. ファストフード業態の売上高が高い伸びを維持

8月の「外食産業市場動向調査」の業態別売上高をみると、ファストフード業態が前年同月比1.0%増となった。同業態の売上高の伸びを客数と客単価の増減率に分解すると、客数は同3.8%減と前年同月の水準を下回った。他方、客単価は同5.0%増となっており、客単価の伸びが売上高を押し上げたことが確認できる。新規感染者数の記録的な増加による顧客の外出や店内飲食の手控え、店舗の営業時間短縮などで来店客数は減少し、イートイン（店内飲食）の利用割合は低下したものの、テイクアウトやデリバリの利用割合は上昇したと考えられる。新規感染者数が急増したことで、店外飲食の利用が進んでいるファストフード業態はその強みを発揮したといえよう。

図表3 業態別の外食産業売上高（2021年8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        |
| <b>全 体</b>        | <b>37,603</b> | <b>-8.6%</b>  | <b>-24.4%</b> | <b>-8.1%</b>  | <b>-25.0%</b> | <b>-0.6%</b>  | <b>2.3%</b>   |
| <b>ファストフード</b>    | <b>21,556</b> | <b>1.0%</b>   | <b>-2.3%</b>  | <b>-3.8%</b>  | <b>-14.4%</b> | <b>5.0%</b>   | <b>14.0%</b>  |
| 洋 風               | 6,350         | 6.0%          | 14.9%         | -2.6%         | -8.2%         | 8.9%          | 24.9%         |
| 和 風               | 5,173         | -0.1%         | -8.2%         | -1.2%         | -12.1%        | 1.1%          | 4.6%          |
| 麺 類               | 3,246         | -11.6%        | -29.9%        | -11.5%        | -30.6%        | -0.1%         | 3.0%          |
| 持ち帰り米飯/回転寿司       | 4,391         | 1.1%          | -9.3%         | -1.5%         | -11.5%        | 2.7%          | 5.1%          |
| その他               | 2,396         | -8.2%         | -13.9%        | -10.0%        | -23.8%        | 2.0%          | 8.6%          |
| <b>ファミリーレストラン</b> | <b>10,305</b> | <b>-20.6%</b> | <b>-40.8%</b> | <b>-16.9%</b> | <b>-40.3%</b> | <b>-4.4%</b>  | <b>-0.2%</b>  |
| 洋 風               | 5,061         | -19.0%        | -43.4%        | -16.3%        | -42.3%        | -3.3%         | -0.5%         |
| 和 風               | 2,654         | -24.7%        | -46.4%        | -20.4%        | -44.0%        | -5.5%         | -4.9%         |
| 中 華               | 1,154         | -12.9%        | -20.1%        | -13.0%        | -28.1%        | 0.0%          | 8.5%          |
| 焼き肉               | 1,436         | -26.6%        | -38.2%        | -20.9%        | -32.9%        | -7.2%         | -6.4%         |
| <b>パブ・居酒屋</b>     | <b>2,503</b>  | <b>-68.8%</b> | <b>-88.8%</b> | <b>-61.9%</b> | <b>-83.4%</b> | <b>-18.1%</b> | <b>-22.9%</b> |
| パブ・ビアホール          | 465           | -73.6%        | -90.7%        | -68.9%        | -87.9%        | -15.2%        | -20.6%        |
| 居酒屋               | 2,038         | -67.0%        | -88.1%        | -58.8%        | -81.3%        | -20.0%        | -25.4%        |
| <b>ディナーレストラン</b>  | <b>940</b>    | <b>-24.5%</b> | <b>-49.8%</b> | <b>-17.1%</b> | <b>-49.6%</b> | <b>-8.9%</b>  | <b>-2.3%</b>  |
| <b>喫茶</b>         | <b>2,100</b>  | <b>-8.5%</b>  | <b>-38.1%</b> | <b>-9.5%</b>  | <b>-40.7%</b> | <b>1.1%</b>   | <b>4.6%</b>   |

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. この先、政府のコロナ対策の需要喚起策に期待

8月下旬以降、新型コロナウイルスの新規感染者数が国内でも減少に転じ、対応する病床等のひっ迫状況も緩和されたことから、政府は10月1日に全ての地域における「緊急事態宣言」と「まん延防止等重点措置」を解除した。これにより、感染症対策に関する要件を満たした飲食店等では営業時間の延長や酒類の提供などが可能となった<sup>1</sup>。その一方で、政府や各自治体は、引き続き多くの感染症対策の実施を求めている。消費者が自主的に行動を抑制する状況は続いている。

「外食需要動向（2021年5月）」で述べたように、2021年1月以降、外食産業売上高はコロナ禍前の水準の8割前後で推移しており、「緊急事態宣言」等の発出や解除といった形式的な指示による対応の影響は表面化しなくなっている（1頁、図表2）。今後も、現状の延長線上での対応が続く限り、外食の需要は、コロナ禍前の8割程度の水準で推移する可能性があるだろう。

他方、この先、政府のコロナ対策が新たな局面を迎える可能性もある。国内でのワクチン接種が進んだことに伴って、政府はワクチン接種済証や陰性証明書等（「ワクチン・検査パッケージ」）を活用した行動制限緩和を実施し、感染再拡大期にいかなる経済活動が継続できるかに関する技術実証<sup>2</sup>を10月から実施している。技術実証の結果によっては、この先、顧客は飲食店等の利用時に「ワクチン・検査パッケージ」を提示することになる可能性がある。このような施策は外食時の感染リスクを軽減し、一定の安全性を担保することなどで客数の回復を後押しする側面がある。他方、顧客が「ワクチン・検査パッケージ」に対する煩わしさや差別意識などを感じるのであれば、客数の回復の阻害要因として作用する可能性も考えられる。

こうした新しい仕組みと、昨年実施して効果が上がった「GoTo」キャンペーンなどとを組み合わせることによって需要を喚起する施策が出て来るようであれば、外食産業の状況が好転するきっかけとなろう。

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。

<sup>1</sup> 都道府県によって詳細内容が異なる点もある。

<sup>2</sup> 飲食店、ライブハウス・小劇場、大規模イベント、観光等の分野において、感染防止対策を継続したうえでワクチン接種歴の確認やワクチン検査歴の確認、事前の検査のオペレーション等を検証する。このうち、飲食店に関しては神奈川、千葉、埼玉など12道府県で実施される。