

調査速報

外食需要動向（2021年9月）

外食売上は概ね2019年比8割の水準で推移
 その中で、パブ・居酒屋の不振は続く

主任研究員

佐橋 官

045-225-2375

sahashi@yokohama-ri.co.jp

要約

- 2021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6.7%増（前年同月比21.5%減）、関東地方が前月比15.3%増（前年同月比12.6%減）となった。
- 9月の外食産業売上高（名目値）は前年同月比8.2%減となった。コロナ禍前の2019年9月の売上高との比較では21.7%減となり、年初から続く2019年比8割の水準で大きく変化していない。
- 但し、業態別の売上高をみると、ファストフード業態はコロナ禍前と同等の水準を確保する一方、パブ・居酒屋業態は昨年（2020年）4月、5月に次ぐ大幅な落ち込みとなった。

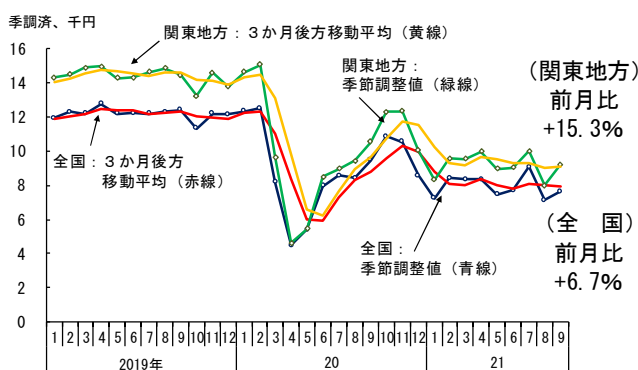
1. 全国、関東地方の3か月後方移動平均によるトレンドは横ばい

総務省「家計調査」に基づく2021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6.7%増（前年同月比21.5%減）、関東地方が前月比15.3%増（前年同月比12.6%減）となった（図表1）。全国、関東地方とも、3か月後方移動平均でみたトレンドは横ばいである。7～8月の天候や感染爆発という要因による増減が捌け、9月の実質外食支出金額は2021年年初からの平均的な水準に落ち着いた。

2. 9月の外食産業売上高はコロナ禍前の8割の水準

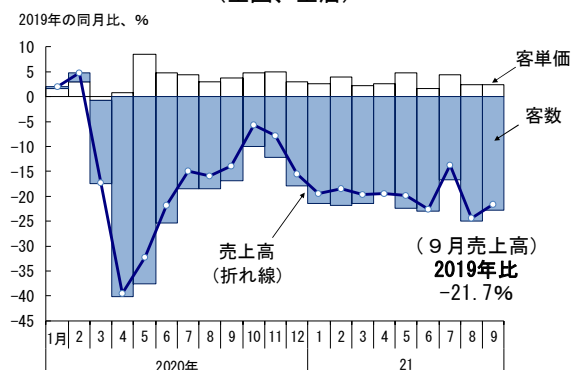
一般社団法人日本フードサービス協会が発表した「外食産業市場動向調査」によると、9月の外食産業売上高（名目値）は前年同月比8.2%減となった（次頁、図表3）。昨年（2020年）9月はGo To トラベルや四連休（シルバーウィーク）などで一部の繁華街や観光地で人出が増加したことから、外食産業売上高の水準がやや高かったことが影響したと考えられる。コロナ禍による影響がなかった一昨年（2019年）9月の売上高と比較すると、今年9月の売上高は21.7%減となった。天候要因や感染者の急増といった7～8月の特殊要因がなくなり、コロナ禍前の水準の2割減というトレンドに戻ったといえる（図表2）。

図表1 実質外食支出金額は横ばいトレンド
 （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 外食産業売上高は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：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

3. 洋風ファストフード業態の客数が増加に転じる

9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5.3%増と堅調に推移している（図表3）。特に、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が同15.7%増と高い伸びとなり、ファストフード業態全体の売上高の伸びを押し上げた。洋風ファストフード業態はデリバリやテイクアウトの普及に伴って客単価が上昇（同9.0%増）していることに加えて、客数も同6.2%増となった。

他方、パブ・居酒屋業態の9月の売上高は前年同月比80.4%減と、昨年（2020年）4月、5月に次ぐ大幅な落ち込みとなった。臨時休業などによって客数（同74.7%減）が激減していることに加え、客単価（同22.4%減）も大きく落ち込んだことが要因である。

図表3 業態別の外食産業売上高（2021年9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	36,354	-8.2%	-21.7%	-7.0%	-22.8%	-1.3%	2.4%
ファストフード	21,422	5.3%	0.3%	0.0%	-12.2%	5.4%	14.7%
洋 風	6,361	15.7%	19.8%	6.2%	-4.3%	9.0%	24.9%
和 風	5,116	-1.3%	-8.3%	-1.9%	-12.0%	0.7%	4.2%
麺 類	3,227	-10.1%	-26.8%	-10.6%	-28.7%	0.6%	6.6%
持ち帰り米飯/回転寿司	4,319	-0.5%	-7.1%	-1.0%	-10.8%	0.6%	4.9%
その他	2,399	-7.3%	-22.9%	-11.2%	-28.0%	4.4%	7.6%
ファミリーレストラン	9,989	-24.6%	-40.0%	-21.6%	-39.0%	-3.8%	-0.7%
洋 風	4,998	-24.2%	-43.2%	-21.4%	-41.7%	-3.5%	-1.6%
和 風	2,433	-28.3%	-42.4%	-26.4%	-41.3%	-2.6%	-5.8%
中 華	1,160	-15.0%	-22.0%	-15.0%	-27.7%	0.0%	7.3%
焼き肉	1,398	-29.6%	-40.3%	-24.0%	-31.5%	-7.4%	-5.7%
パブ・居酒屋	1,961	-80.4%	-90.5%	-74.7%	-86.8%	-22.4%	-23.6%
パブ・ビアホール	416	-73.3%	-88.7%	-75.1%	-88.4%	7.4%	2.5%
居酒屋	1,545	-83.2%	-91.4%	-74.5%	-86.3%	-34.1%	-35.4%
ディナーレストラン	923	-29.3%	-51.1%	-23.3%	-44.2%	-7.8%	-9.7%
喫茶	1,831	-12.7%	-39.7%	-11.0%	-38.7%	-1.9%	3.2%
その他	228	-17.5%	-37.0%	-17.3%	-34.5%	-0.3%	0.8%

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. コロナ禍からの回復が遅れているパブ・居酒屋業態

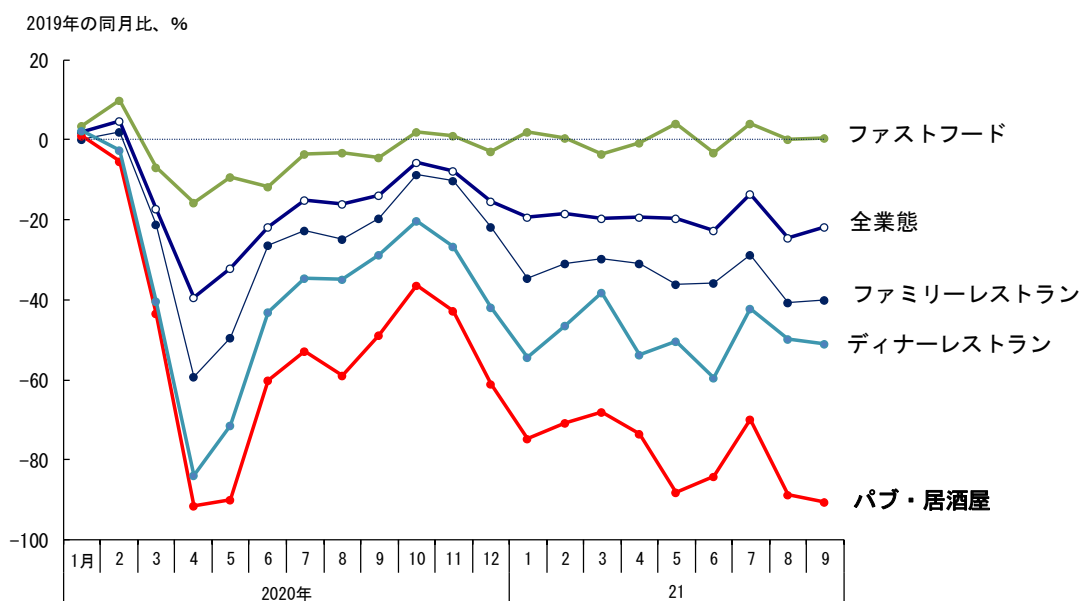
2021年の年初以来、数度に渡る新型コロナの感染拡大という逆風の中で、外食産業売上高はコロナ禍前（2019年）の8割程度の水準で安定的に推移している。その背景には、ファストフード業態を筆頭に、テイクアウトやデリバリの活用、メニューの刷新、弁当販売などを含めた昼間営業の強化などで、コロナ禍に対応した顧客の取り込み活動を強化していることが挙げられる。ただし、そのような中で、パブ・居酒屋業態については売上高の落ち込みが顕著であり、9月までの段階では底入れの兆しも見えていない（図表4）。

パブ・居酒屋業態の不振は、直接的には酒類の提供制限や営業時間の規制によるものである。夜間を中心に酒席を囲む場を提供している同業態にとって、これらの制限や規制は営業を強く制約するものであった。しかし、それだけであろうか。

と言うのは、特に、「外食産業市場動向調査」の対象となるような全国展開するような「居酒屋チェーン」に関しては、コロナ禍の下で他の業態と同じように昼間営業の強化やデリバリの活用などで対応したケースはほとんどなかったとみられるからである。その原因には、「居酒屋チェーン」が提供するサービスのうちの飲酒以外の部分、とりわけ、「食事」の競争力が弱かったことがあるのではないだろうか。このため、ファストフード業態やファミリーレストラン業態と競合する昼間営業やデリバリ、テイクアウトにおいて、「居酒屋チェーン」は十分な展開ができなかったと考える。

こうした「居酒屋チェーン」の「食事」の競争力の弱さは、コロナ禍前から生じていた「居酒屋チェーン」の長期的な低迷の原因の1つと考えられる。そして、コロナ禍という有事が、この「居酒屋チェーン」の弱点を顕在化させたともいえよう。

図表4 業態別の外食産業売上高の推移（全国、全店）



注1：全店とは、既存店と新規店の合計。
 注2：名目ベースの税抜き価格による比較。
 注3：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」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。