

調査速報

外食需要動向（2022年3月）

人流が増加したことで、家計の実質外食支出金額は3か月ぶりに前月比プラス

主任研究員

佐橋 官

045-225-2375

sahashi@yokohama-ri.co.jp

要約

- 2022年3月の1世帯あたり実質外食支出金額は全国が前月比6.5%増（前年同月比0.3%増）、関東地方が前月比10.2%増（前年同月比2.7%増）となった。全国、関東地方とも、前月比プラスは3か月ぶりである。
- 3月の外食産業売上高は前年同月比5.9%増となった。新型コロナの第6波がピークを越え、人流が増加したことで、増収率は前月（2月、同4.8%増）から加速した。
- 外食産業全体では客数増（前年同月比2.2%増）と客単価上昇（同3.6%増）の両面で、売上高を押し上げた。

1. 2022年3月の家計の実質外食支出金額は3か月ぶりに前月比プラス

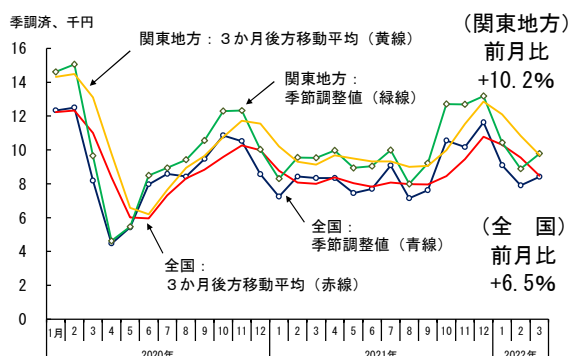
総務省「家計調査」に基づく2022年3月の1世帯あたり実質外食支出（用途別分類、2人以上の世帯、学校給食を除く、実質化および季節調整は浜銀総合研究所が実施）は、全国が前月比6.5%増（前年同月比0.3%増）、関東地方が前月比10.2%増（前年同月比2.7%増）となった（図表1）。全国、関東地方とも、前月比プラスは3か月ぶりである。新型コロナウイルス新規感染者数が減少傾向に転じたことにより、前月（2月）に比べて人流が増えたことが寄与したとみられる。

2. 2022年3月の外食産業売上高は前年同月比で増収率が拡大（良化）

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、2022年3月の外食産業売上高（名目値）は前年同月比5.9%増となり、前月（2月）の同4.8%増と比べて増収率が拡大（良化）した（図表2）。3月も客数の増加（同2.2%増）と客単価の上昇（同3.6%増）の両方が売上高を押し上げた。人流の増加により客数が増加したことに加えて、アルコール提供や営業時間の制限緩和、洋風ファストフード大手の価格改定の効果など、様々な要因により客単価が伸びたとみられる。

図表1 実質外食支出金額は前月比プラス

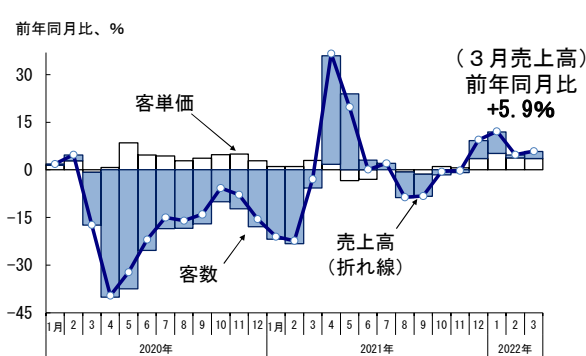
（全国、2人以上の世帯、季調済）



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 外食産業売上高は増収率が拡大（良化）

（全国、全店、前年同月比）



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」より浜銀総研作成

3. 居酒屋業態の3月の売上高は前年割れ

業態別の売上高をみると、2022年3月はほとんどの業態で前年同月の水準を上回ったが、居酒屋業態は前年同月比3.8%減と前年割れとなった（図表3）。これは、居酒屋業態の客数が同13.0%減となったことが原因である。居酒屋業態ではコロナ禍を契機に閉店や他業態への転換の動きが加速しており、3月は集計対象の店舗数が同30.9%減となって客数を下押す要因になった。既存店で見た場合には、客数は増加しているものと推察される。なお、居酒屋業態の客単価は同10.5%増となった。営業時間・酒類提供などの制限の緩和が客単価の上昇要因になったと考えられる。

前述のように、居酒屋業態ではコロナ禍で店舗閉鎖が多くなったものの、ここきて積極的に新規出店を進め、高いシェアを確保することで生き残りを図ろうとする動きも出てきている。株式会社鳥貴族¹はコロナ禍で停止していた居酒屋の新規出店を2022年4月から再開した²。また、同社は来期（2023年7月期）から計画している未出店地域への出店準備のため現地調査や物件開発を積極化している。Withコロナであっても居酒屋業態の需要が全くなくなることはない。コロナ禍が落ち着きを見せる中で、個々の企業としては縮小均衡ではなく、成長戦略、生き残り戦略を模索する動きも加速することになるだろう。

図表3 外食産業売上高（2022年3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	36,422	5.9%	-13.7%	2.2%	-19.6%	3.6%	5.9%
ファストフード	21,233	6.6%	2.6%	2.3%	-10.4%	4.2%	15.0%
洋 風	6,135	8.9%	17.4%	3.8%	-3.0%	5.0%	21.4%
和 風	5,121	7.9%	-2.4%	2.4%	-11.7%	5.4%	10.5%
麺 類	3,253	7.2%	-20.0%	4.1%	-24.1%	3.0%	6.6%
持ち帰り米飯/回転寿司	4,325	0.2%	-2.7%	-3.6%	-11.3%	3.9%	9.1%
その他	2,399	2.8%	-12.5%	1.0%	-18.8%	1.7%	7.9%
ファミリーレストラン	10,335	4.0%	-25.0%	2.2%	-30.7%	1.7%	6.6%
洋 風	4,983	2.4%	-33.7%	1.4%	-35.0%	1.0%	4.0%
和 風	2,489	2.0%	-21.0%	1.4%	-34.9%	0.6%	0.9%
中 華	1,365	7.2%	-5.6%	4.4%	-16.5%	2.7%	10.8%
焼き肉	1,498	8.4%	-14.6%	6.6%	-10.6%	1.7%	2.2%
パブ・居酒屋	1,694	4.3%	-68.5%	-1.6%	-64.0%	6.0%	-0.9%
パブ・ビアホール	414	22.8%	-63.0%	22.8%	-59.0%	0.0%	-5.2%
居酒屋	1,280	-3.8%	-71.0%	-13.0%	-67.5%	10.5%	0.6%
ディナーレストラン	1,018	8.8%	-34.6%	4.1%	-37.5%	4.6%	4.7%
喫茶	1,905	6.2%	-22.0%	0.8%	-32.9%	5.4%	11.5%
その他	237	6.6%	-13.7%	2.5%	-34.4%	4.0%	-2.4%

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

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 株式会社鳥貴族は業界団体に加盟していないため、展開する居酒屋業態「鳥貴族」は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」の調査対象には含まれていない。株式会社鳥貴族ホールディングスの投資家向け資料によると、「鳥貴族」の2022年3月の全店売上高は前年同月比25.7%増であった。

² 株式会社鳥貴族はコロナ禍1年目の2021年7月期に1年間で居酒屋14店舗を閉鎖（629店舗→615店舗）したものの、2021年8月以降の閉店数は0である。