

調査速報

# 外食需要動向(2022年7月)

## 感染再拡大(第7波)の時期においても、 家計の外食支出は前月比で増加となった

主任研究員  
佐橋 官  
045-225-2375  
sahashi@yokohama-ri.co.jp

### 要約

- 2022年7月の1世帯あたり実質外食支出金額は、全国が前月比1.5%増(前年同月比14.6%増)、関東地方が前月比2.5%増(前年同月比21.3%増)と、増加傾向を維持した。
- 7月の外食産業売上高は、客数、客単価ともに伸びたことで、前年同月比14.5%増であった。
- 7月は中旬以降が、新型コロナウイルスの感染再拡大(第7波)の時期にあたる。しかし、地方自治体等による休業要請などはなく、家計の外食支出は前月比で増加し、外食産業売上高への影響は限定的であった。

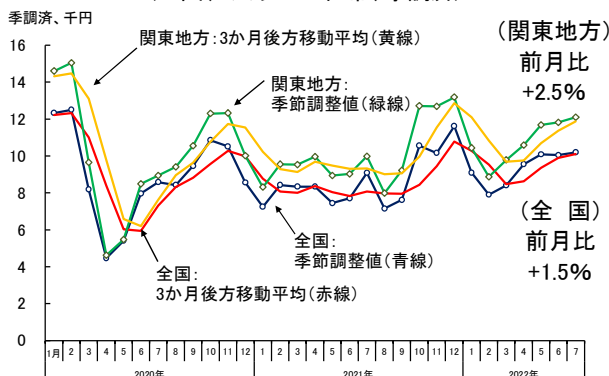
### 1. 2022年7月の家計の実質外食支出金額は前月比プラス

総務省「家計調査」に基づく2022年7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1.5%増(前年同月比14.6%増)、関東地方が前月比2.5%増(前年同月比21.3%増)となった(図表1)。7月は中旬以降が、新型コロナウイルスの陽性者数が急激に増加した時期(第7波)にあたるが、三連休や夏季休暇などの人出は堅調であったことなどから、家計の外食機会も増加したとみられる。

### 2. 7月も外食産業は、客数、客単価ともに前年同月比で増加を維持

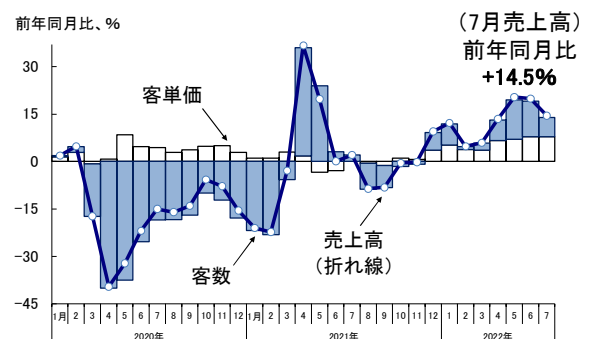
一般社団法人日本フードサービス協会が発表した「外食産業市場動向調査」によると、2022年7月の外食産業売上高(名目値)は前年同月比14.5%増となった(図表2)。増収率は6月(同19.9%増)に比べて鈍化したものの、7月も高い伸びを維持した。客単価の伸び(同7.8%増)は6月並みであり、客数の伸び(同6.1%増)は6月(同11.3%増)から鈍化した。新型コロナウイルスの感染が再拡大した時期(第7波)にあたるものの、地方自治体による休業要請はなく、感染対策と社会経済活動の両立が進んだ。そのため、陽性者数が増加しても外食産業売上高への影響は限定的であったとみられる。

図表1 実質外食支出金額は前月比で増加  
(全国、2人以上の世帯、季調済)



注1:総務省「家計調査」の用途分類「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 外食産業売上高は高い伸びを維持  
(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. 感染対策と社会経済活動の両立が進むも、パブ・居酒屋は依然として陽性者増の影響を受けやすい

業態別の状況をみると、7月も6月に続いて調査対象の全ての業態において前年同月比で増収となり、感染対策と社会経済活動の両立が進む状況がみられる（図表3）。

振り返ると、昨年（2021年）7月は新型コロナウイルス陽性者数の増加（第5波）で緊急事態宣言の発出などがあり、酒類を提供する飲食店に休業や営業時間短縮などの要請が行われていた。他方、自宅での五輪観戦に伴う「巣ごもり需要」の拡大などでテイクアウトやデリバリーなどの利用が増加しており、ファストフード業態の売り上げが押し上げられた。このような前年の状況と比べて、今年（2022年）7月の増収は感染再拡大（第7波）により陽性者数は昨年を大きく上回っていたものの、外食需要は堅調に推移したといえよう。

ただし、パブ・居酒屋業態では、再び感染拡大の影響を受けた。コロナ禍前（2019年）との比較でみると、パブ・居酒屋業態の2022年7月の減収率（46.7%減）は前月（6月、41.7%減）に比べて拡大（悪化）し、2022年春からの減収率の縮小（良化）傾向が止まった（図表4）。

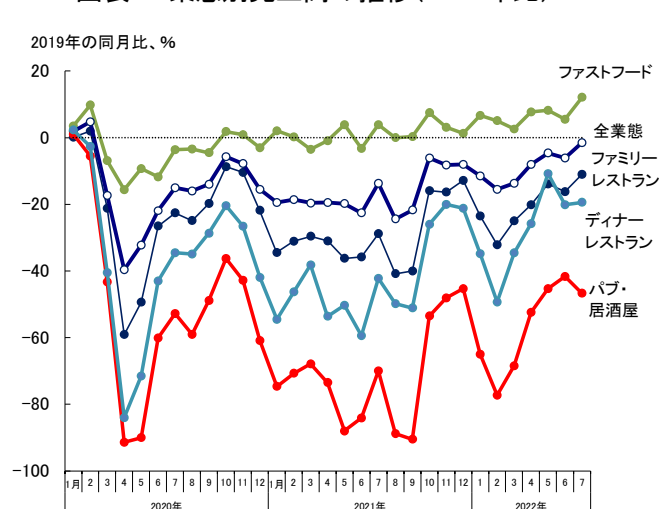
パブ・居酒屋業態の客足も一定程度は戻ったものの、夜間の外出や飲酒を伴う会食を控える動きが依然として続いている。また、陽性者数の増減とともにその傾向の強弱を繰り返しており、コロナ禍下の消費者の行動変容の結果とみることができる。

図表3 外食産業売上高(2022年7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
<b>全体</b>	<b>36,882</b>	<b>14.5%</b>	<b>-1.5%</b>	<b>6.1%</b>	<b>-11.6%</b>	<b>7.8%</b>	<b>10.9%</b>
<b>ファストフード</b>	<b>21,287</b>	<b>7.8%</b>	<b>12.1%</b>	<b>2.9%</b>	<b>-3.8%</b>	<b>4.8%</b>	<b>17.7%</b>
洋風	6,181	8.0%	30.8%	3.3%	8.1%	4.5%	25.0%
和風	5,123	10.2%	7.6%	1.9%	-9.5%	8.1%	13.3%
種類	3,214	10.5%	-11.3%	5.0%	-14.3%	5.3%	7.8%
持ち帰り米飯/回転寿司	4,366	2.6%	-0.3%	0.4%	-9.8%	2.2%	9.0%
その他	2,403	8.2%	-1.8%	4.9%	-10.6%	3.1%	13.8%
<b>ファミリーレストラン</b>	<b>10,842</b>	<b>20.6%</b>	<b>-11.0%</b>	<b>11.9%</b>	<b>-23.5%</b>	<b>7.8%</b>	<b>10.6%</b>
洋風	5,262	17.7%	-17.0%	10.9%	-26.6%	6.1%	9.2%
和風	2,539	21.9%	-15.9%	8.6%	-28.4%	12.2%	10.2%
中華	1,374	18.9%	9.4%	15.8%	-7.2%	2.7%	13.8%
焼き肉	1,467	31.7%	5.6%	25.0%	-5.1%	5.4%	2.7%
<b>パブ・居酒屋</b>	<b>1,832</b>	<b>137.6%</b>	<b>-46.7%</b>	<b>96.9%</b>	<b>-45.7%</b>	<b>20.6%</b>	<b>10.4%</b>
パブ・ビアホール	433	165.8%	-42.0%	119.8%	-52.5%	20.9%	17.0%
居酒屋	1,399	123.2%	-49.2%	83.5%	-45.5%	21.6%	8.1%
<b>ディナーレストラン</b>	<b>990</b>	<b>33.2%</b>	<b>-19.4%</b>	<b>24.5%</b>	<b>-29.5%</b>	<b>7.0%</b>	<b>8.7%</b>
<b>喫茶</b>	<b>1,900</b>	<b>18.1%</b>	<b>-18.2%</b>	<b>7.8%</b>	<b>-26.4%</b>	<b>7.7%</b>	<b>13.1%</b>
<b>その他</b>	<b>231</b>	<b>21.0%</b>	<b>-8.7%</b>	<b>10.9%</b>	<b>-9.9%</b>	<b>9.1%</b>	<b>14.9%</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

図表4 業態別売上高の推移(2019年比)



注1: 調査対象は全国の全店（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」

本レポートは、浜銀総合研究所・調査部が信頼できると判断した情報に基づいて作成したものです。その正確性、完全性を保証するものではありません。また、本レポートに記載した内容は、レポート執筆時の情報に基づくものであり、レポート発行後に予告なく変更されることがあります。ご利用の際は、最新の情報をご確認ください。よろしくお願いいたします。