

2020年3月の市場動向、外食・中食売上は20%減

外食売上は33%減で大打撃

<外食・中食 調査レポート>

2020年5月7日

エヌピーディー・ジャパン株式会社

外食・中食市場情報サービス『CREST®^{*1}』を提供するエヌピーディー・ジャパン株式会社（東京都港区、トーマス・リンチ代表）は、外食・中食市場2020年3月の動向分析レポートを2020年5月7日に公表します。

本分析レポートでは、大きく以下のことが分かります。コロナウィルス感染拡大の影響を大きく受けた2020年3月の外食・中食市場は、売上が20.4%減少しました。外食売上は32.6%減少しました。業態別の売上は、ファストフード+セルフカフェのテイクアウト・出前が16%増で躍進。食機会別では、昼食の食機会数が最も減少しました。

外食・中食市場の2020年3月は、売上20.0%減

外食・中食市場全体の2020年3月の前年同月比（図表1）をみると、売上（金額市場規模）が20.4%減少、客数（食機会数）が12.4%減少しました。内訳として、外食（購入場所で喫食。コンビニやスーパーなどのイートイン含む）売上は32.6%減少、客数（食機会数）は28.9%減少しました。

<図表1> 外食・中食市場 成長率
2020年3月計 vs. 2019年3月計 %



*購入場所で喫食。軽減税率適用外。

*購入場所以外で喫食。軽減税率適

出典：エヌピーディー・ジャパン(株) CREST®より

ファストフード+セルフカフェのテイクアウト・出前が16%増加

業態別の3月の売上前年同月比をみると（図表2）、ファストフード+セルフカフェのテイクアウト・出前計が16%増と大幅に増加した一方で、居酒屋+バーのイートインは45%減、その他フルサービスレストランのイートインは36%減と大きく落ち込みました。



昼食は16%減で最も食機会数が減少

食機会別の食機会数シェアの変化と前年同月比をみると（図表3）、もっとも食機会数が減少したのは昼食（約1.6億機会減）で、前年同期比は16%減でした。夕食が次に減少が大きく（約1億機会減）で、同18%減でした。



3月から全国の学校が休校になったことで、子供の食事向け需要が、通常より3週間前倒しになったことを受けて、子供向けに割引やサービスを提供した外食チェーンが多くあり、特に持ち帰りの需要が増えました。一方で、月後半に東京都などが外出自粛要請を出した後、ショッピング

モールや外食店などで営業自粛（休業、時短）が拡大。特に夜の外出を控える要請が強いことから、居酒屋やフルサービスレストランが大きな打撃を受けました。

エヌピーディー・ジャパン フードサービスシニアアナリストである、東さやか（あずま・さやか）は、次のように話します。「今、外食店がやるべきこととして以下の5つが挙げられます。①コロナ後の顧客維持・回復に向けて、ブランドコミュニケーションの強化②デリバリー・テイクアウトの強化と問題点の洗い出し、オペレーションの見直し③デリバリー・テイクアウト向けの新たなサービスや提案、商品④半年～1年有効の、食事券やギフト券、割引券の販売⑤デリバリー・テイクアウトの新規顧客がまた来たくなるような施策。今は苦しいときですが、動画やSNSや通販サービスなど、支援サービスも広がっており、それらを利用するのも今後のファンを作るという意味でも検討する価値はあるでしょう。」

*1 **CREST®**

外食・中食市場において「いつ、誰が、どこで、何を、どのように食べ、どの程度満足したか」など消費者のあらゆる喫食動態データを1年365日、直接消費者から収集し、年間13万を超えるサンプル数を元に調査分析できる情報サービスです。外食市場規模、中食市場規模、客数を業態、セグメント別に把握可能です。世界13か国で実施。

詳細 URL: <http://www.npdjapan.com/service/food.html>

■ 本件に関するお問い合わせ先

エヌピーディー・ジャパン株式会社

担当：東（あずま）さやか

〒108-0074 東京都港区高輪 3-23-17 品川センタービル 8F

TEL : 03-5798-7663

FAX : 03-5798-7665

Email : npdjapan.info@npd.com

■ 会社概要

会社名 エヌピーディー・ジャパン株式会社

英名 NPD Japan Ltd.



設立年月日 2003年 3月 31日

所在地 〒108-0074 東京都 港区高輪 3-23-17品川センタービル8F

TEL (03) 5798 - 7663

FAX (03) 5798 - 7665

資本金 80,000,000円

株主 The NPD Group Inc. (100%)

代表者 トーマス・リンチ

所属団体 一般社団法人日本マーケティング・リサーチ協会

