

外食業界はコロナ禍を契機に変わるか

<要旨>

新型コロナの感染拡大により外食業界の売上高は一時大きく落ち込んだ。ワクチン接種の進展に伴って足元は回復基調にあるとはいえ、新型変異株も発生しており、当面は感染再拡大を警戒しながらの事業運営が続くことになる。

外食業界は損益分岐点売上高比率が高く、減収への耐性が低い業界である。従来から生産性向上が課題であったところに、コロナ禍に見舞われ多くの企業が赤字転落することとなった。感染者数が落ち着き売上は回復局面にあるが、経済再開で食材費・人件費の高騰が再燃しており、外食業界を取り巻く環境は引続き厳しい。

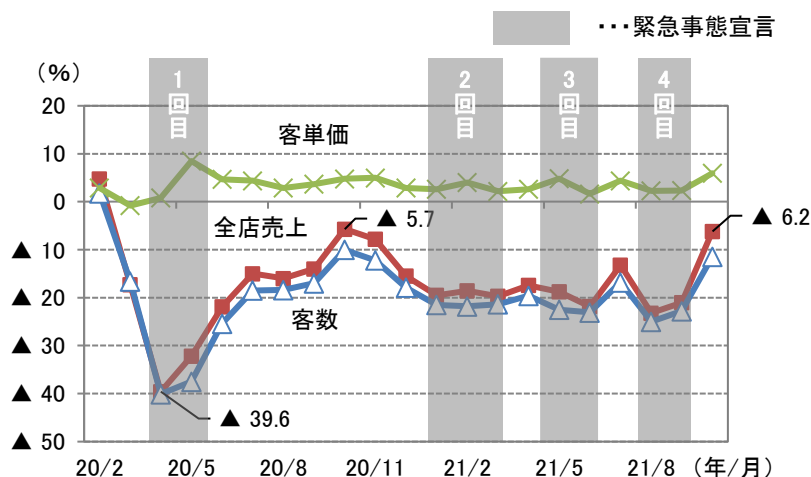
コロナ禍における行動自粛や営業制限を受け、外食企業はデジタル化やテイクアウト・デリバリー強化、深夜営業の廃止に取組まざるを得なくなった。しかし、その効果はコロナ禍への適応に留まらず、人件費や賃料の削減、従業員の労働環境改善による人手不足解消等、外食業界が従来から抱える課題への打ち手ともなり得る。

生産性向上については従来から課題認識されていたものの、利用客の反応に対する不安感や初期投資費用が大きいこと、既存の手法で収益が獲得できたことから、抜本的な取組には至ってこなかったと見られる。コロナ禍は奇しくも、外食企業が目を逸らしてきた課題と向き合う契機となっており、取組の成否が今後の外食企業間の収益格差を生む要因となるだろう。

1. コロナ禍における外食業界の状況

2020年春、新型コロナの感染拡大に伴い1回目の緊急事態宣言が発令されると、休業や時短営業の要請による客数減少の影響を受け、同年4月の外食業界の売上高は2019年同月比▲39.6%まで大きく落ち込んだ(図表1)。

図表1 業界全体の全店売上高・客数・客単価(2019年同月比)



(資料) 日本フードサービス協会「外食産業市場動向調査」

その後、感染者数減少による自粛緩和ムードや Go To EAT 等の政府による消費支援策を背景に客数・売上高は回復基調にあったが、年末頃からの感染再拡大と度々の宣言発令により市況は再度悪化し、2021年は年初から回復停滞が続いていた。

一方、2021年春頃からワクチン接種が進展した結果、9月には感染者数が急減し、宣言が全国的に解除された。10月の外食業界の売上高は2019年同月比▲6.2%まで回復しており、感染状況も落ち着きを見せていることから、危機的状況はひとまず脱したと言える。

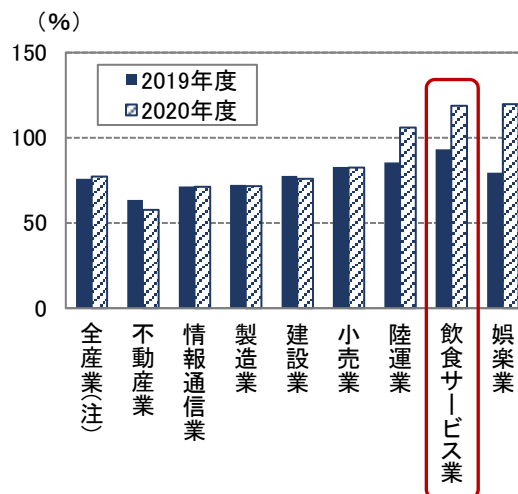
とはいえ、足元では新型変異株(オミクロン株)が発生しており、ワクチン接種効果の減衰も指摘されていることから、感染収束が見通せているとは言い難い。当面は感染再拡大を警戒しながらの事業運営が続くことになるだろう。

2. 従来から外食企業が抱える課題

外食企業は損益分岐点売上高比率が高く、減収への耐性が低い業界である。飲食サービス業のコロナ前(2019年度)の損益分岐点売上高比率は93%であり、全産業の同比率76%と比較すると高い水準にある(図表2)。コロナ禍による減収で、2020年度の同比率は119%へと悪化した。

中期的にコスト上昇圧力が高まる中、各社は生産性改善策を模索してきたが、突如コロナ禍による大幅減収に見舞われ、2020年度決算では多くの外食企業が赤字を計上した。赤字転落によって、外食業界の生産性改善の必要性が一層浮き彫りとなった。

図表2 業種別の損益分岐点売上高比率



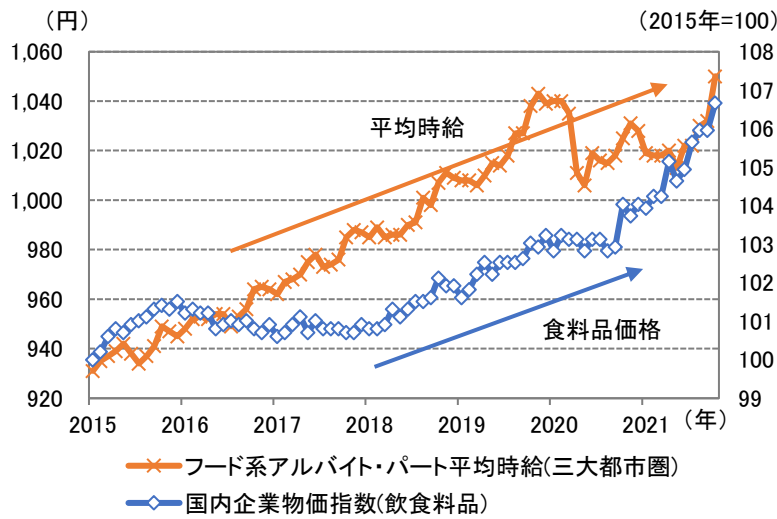
(注)「全産業(除く金融保険業)」を使用。

(資料)財務省

外食企業の損益分岐点売上高比率を一層押し上げようとしているのが、主要コストである食材費と人件費の中期的な上昇である。

次頁図表3を見ると、飲食料品の物価指数とフード系アルバイト・パートの平均時給は上昇基調にあることが分かる。世界人口の増加とそれに伴う食糧需要の増大を背景に、食料品価格は今後も上昇が見込まれる。また、外食業界は従業員の非正社員比率が高く、慢性的に人手不足の傾向があり、国内労働人口の減少や働き手の労働環境・待遇に対する要求の高まりを背景に、平均時給についても上昇が続く可能性が高い。

図表3 フード系アルバイト・パート平均時給及び飲食料品の物価指数



(資料) ㈱リクルート HP「アルバイト・パート募集時平均時給調査」、日本銀行

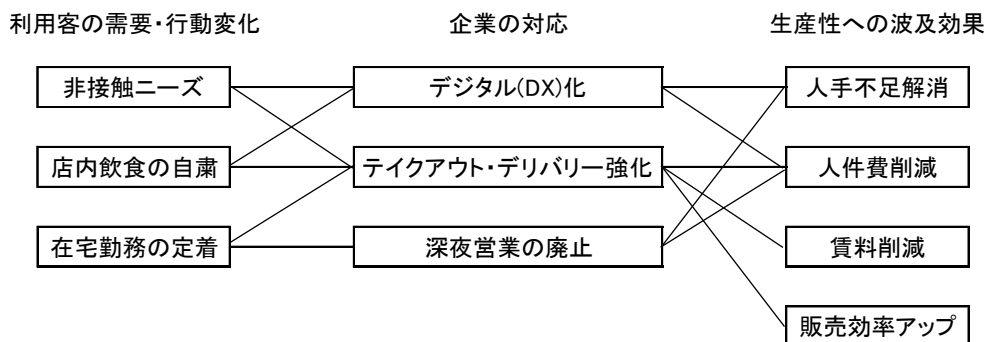
また、コロナ禍以降は度重なる緊急事態宣言による休業や時短営業で一時的に人手不足が緩和していたが、2021年10月の宣言全面解除による営業再開で人手不足が再燃しているようだ。フード系アルバイト・パートの平均時給は10月に1,050円(前月比+18円)へ急上昇し、過去最高水準となった。食料品価格も、米国や中国の経済活動再開による需給逼迫や輸送コスト上昇を背景に高騰している。

足元は感染状況が落ち着き売上は回復局面にあるが、食材費や人件費の上昇による利益への下押し圧力は強まっており、外食業界を取り巻く環境は引続き厳しい。

3. 外食企業のコロナ対応と生産性改善効果

コロナ禍における感染症対策や行動自粛の要請によって、外食利用客の需要や行動圏は変化しており、外食企業は新たな変化に適応すべく、デジタル化やテイクアウト・デリバリー強化、深夜営業の廃止に取り組まざるを得なくなった。これらの取組みの一義的な目的はコロナ禍への適応であるが、生産性改善の波及効果もあることから、2.に見たような外食業界が従来から抱える課題への打ち手となることが期待される(図表4)。

図表4 コロナ禍における利用客の需要・行動変化と企業の対応及び生産性への波及効果



(1) デジタル(DX)化

利用客の感染症対策への意識が高まっており、店内飲食を自粛する動きや、対面接客を極力避けたいという非接触ニーズが生まれている。外食企業側は、注文や配膳、会計等のフロアサービスの一部又は全部をデジタル化することで、店内利用客を呼び込みたい考えである。デジタル化により、ホールスタッフが少人数で済むため、人手不足解消や人件費削減の効果も期待できる。

但し、初期投資費用が大きくなるケースもあり、取組みへのハードルは必ずしも低いわけではない。また、手厚い接客サービスも来店目的の一つとなる高価格帯のレストラン業態等では顧客満足度の低下を招く虞があり、馴染みにくい方法と言える。従来から受付案内機や注文パネル等を導入してセルフサービスが浸透している回転寿司チェーンでは、入店から退店までを完全非接触とするデジタル店舗への改修が進んでいる。コロナ禍を受けて、注文パネルや配膳ロボット等、一部サービスのデジタル化から着手する企業が多い。

(2) テイクアウト・デリバリー強化

コロナ禍で店内飲食を控える動きや在宅勤務が定着する中、各社とも高まるテイクアウト・デリバリー需要の取込みに注力している。テイクアウト・デリバリーは客席キャパシティーに縛られず売上を伸ばすことができ、販売効率の改善に繋がる。また、テイクアウト・デリバリー専門店であれば、接客スペースやホールスタッフが不要で賃料・人件費を削減することが出来、効率的な店舗運営が可能となるため、積極的に新規出店を進める外食企業もある。

イートインを前提としてきた外食企業では、衛生管理や配達・持ち帰り時間を考慮したメニューやテイクアウト容器等の開発が必要となる場合もあるだろう。しかし、汁物等の一見テイクアウト・デリバリーに不向きな業態であっても、ヒット商品を生み出した企業もある。各社の商品開発力が成否を握る鍵となる。

(3) 深夜営業の廃止

深夜帯の利用客の主な来店目的は、残業後の飲食や宴会後の2次会利用であったが、コロナ禍を通じて在宅勤務が浸透したことにより、アフターコロナにおいても深夜利用の需要は減少するものと見込んで、日をまたぐ深夜営業を廃止する企業が増えている。もとより、働き方改革の影響で深夜帯の利用客は減少しており、外食企業側も深夜帯の人手不足が深刻化する中で、24時間営業を廃止する動きはあった。コロナ禍以降は利用客の行動変容を受けて、更に踏み込んだ営業時間の見直しが行われている。深夜営業や24時間営業を廃止することで、従業員の負担の軽減や人件費の合理化が期待できる。

4. 終わりに

外食業界において生産性向上は従来から課題認識されていたものの、利用客の反応に対する不安感や初期投資費用が大きいこと、既存の手法で収益が獲得できたことから、抜本的な取組には至ってこなかったと見られる。コロナ禍は外食企業に赤字転落を経験させ構造改革に取組まざるを得ない状況に追い込んだ。しかし同時に、利用客の需要変化を引き起こし、外食企業にとって構造改革に取組みやすい環境を整えた側面もある。外食企業はコロナ禍を契機に、課題と向き合い自らを変革できるかどうか問われている。その取組の成否は、今後の外食企業間の収益格差を生む要因となるだろう。

(調査部 産業調査第二チーム 菅原 由佳子:Sugahara_Yukako@smtb.jp)

※ 調査月報に掲載している内容は作成時点で入手可能なデータに基づき経済・金融情報を提供するものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。また、執筆者個人の見解であり、当社の公式見解を示すものではありません。