

【TableCheck×POS+共同データ調査リリース 2021】**コロナ禍の外食行動変化
ランチ、テイクアウト、ネット予約市場が拡大**

株式会社TableCheck（本社：東京都中央区、代表取締役社長：谷口 優、以下、テーブルチェック）とポスタス株式会社（本社：東京都中央区、代表取締役社長：本田興一氏、以下、ポスタス）は、両社が提供する予約システム並びにPOSレジシステムに蓄積された予約・来店データを共同で分析し、コロナ禍で大きく変化した外食市場の動向をレポートにまとめましたので、お知らせいたします。

■ 分析データについて

- 掲載データを引用される際には、必ず「テーブルチェック／ポスタス調べ」と明記ください。
- 当社提供データは、予約・顧客管理システム「TableCheck」を利用する国内飲食店の予約・来店データを集計したものです。
- ポスタス社提供データは、同社POSレジサービスを利用する国内飲食店のPOSデータを集計したものです。
- 詳細は、当社もしくはポスタスまでお問い合わせください。

■ サマリー**01.****新規感染者数の増減と売上が反比例。自粛効果は1か月**

～緊急事態宣言発令から1か月で売上が回復。消費者の外食したい欲求が限界に～

02.**テイクアウト・デリバリー売上、コロナ前の2倍に**

～2020年2月の1店舗あたり平均売上は15万円、2021年5月には33万円まで上昇～

03.**ネット予約市場拡大、新興勢Google、Instagram急拡大**

～ネット予約増加の要因はGo To Eat。予約サイト連携でGoogle、Instagramの利用者が増加～

04.**コロナ禍の価格帯、二極化。1,000円前後と6,000円以上が好調**

～少人数利用で感染リスクが低い低単価の価格帯と貴重な外食機会を楽しむ高単価の価格帯～

05.**夜営業の時短要請長期化、ディナー3/4消失、ランチ市場が拡大**

～2019年1-6月の1店舗あたり平均来店人数は31.8人/月、2021年同期比は8.0人/月まで減少～

06.**自粛中ほどリピーター比率増。顧客管理の重要性高まる**

～1か月に2回以上利用のお客様、2019年1月は全体の22%、2021年5月は31%に増加～

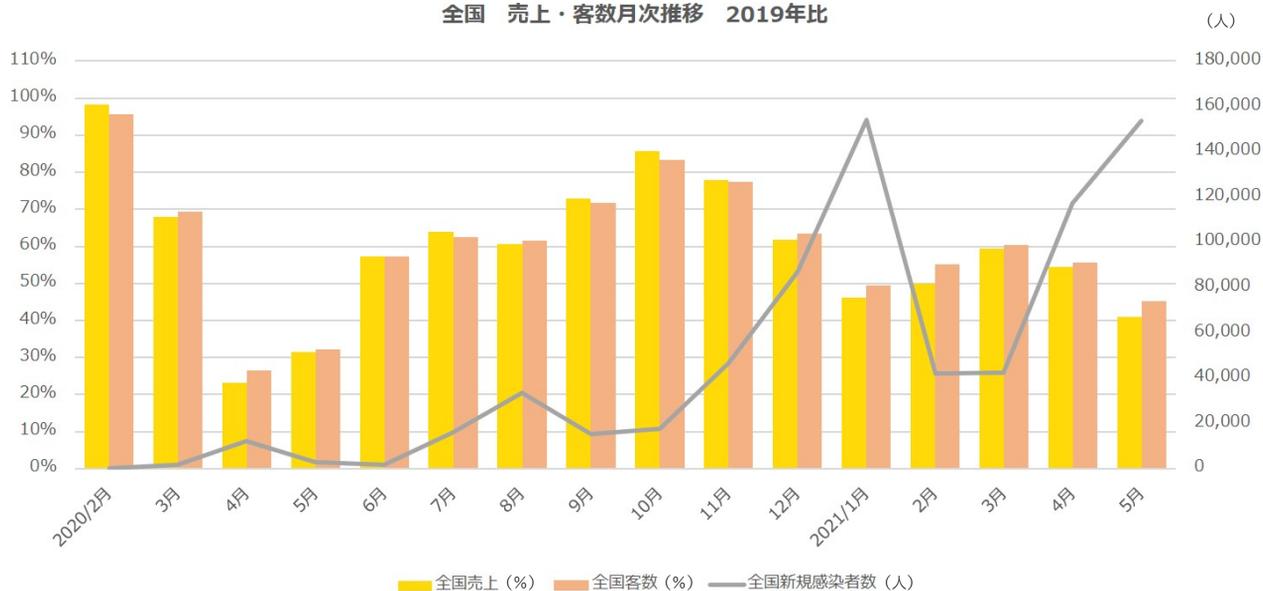
07.**親しい人との「プライベート」「ハレの日」利用の傾向強く**

～デート・家族行事・記念日での利用が増加し、会食やグループでの利用が減少～

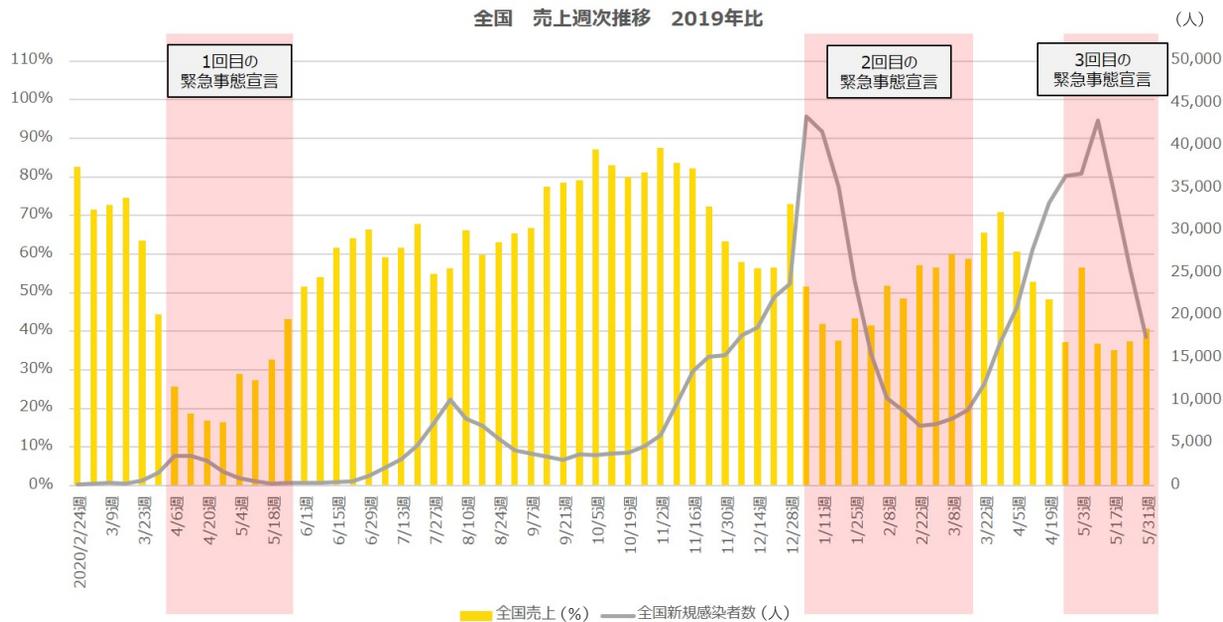
01.

自粛期間、売上・客数大幅減 外食抑制効果は、1か月

全国 売上・客数月次推移 2019年比



全国 売上週次推移 2019年比



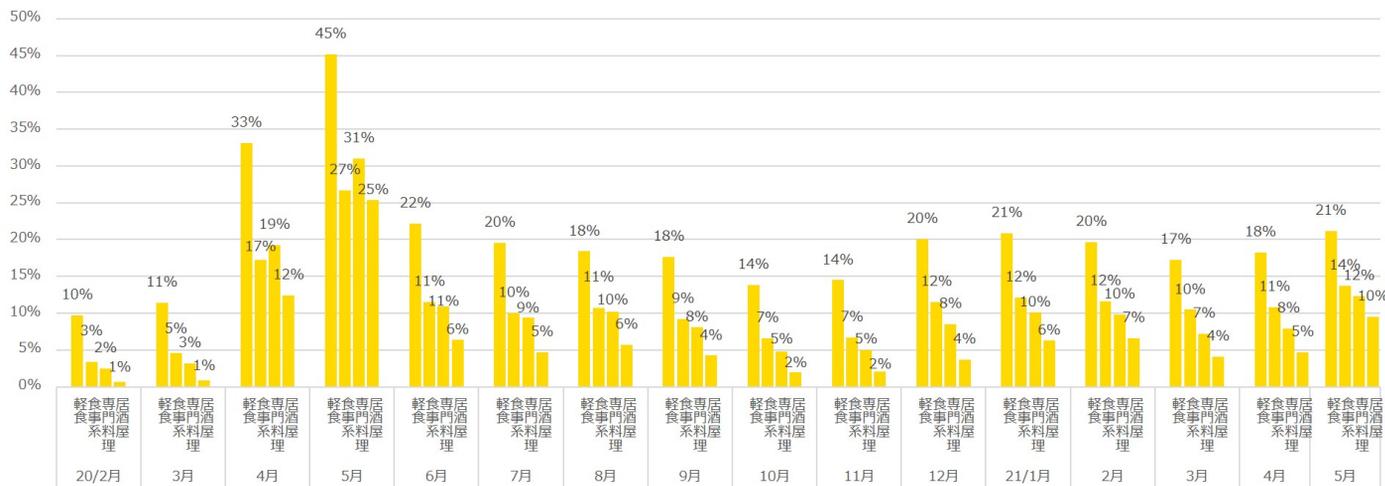
新規感染者数の増減と売上が反比例。緊急事態宣言発令から1か月で回復へ

国内でコロナの感染者が出始めた2020年2月からの売上推移を見ると、新規感染者数の増加と反比例して飲食店の売上が減少しており、両者には相関関係があると言える。総じて、緊急事態宣言発令直後には売上が落ち込むが、1か月ほど経過して新規感染者数が減少すると回復に転じる。消費者の外食したい欲求が抑えきれず、我慢も最初の1か月が限度となっている模様だ。なお、緊急事態宣言発令による売上の減少度合いは、1回目>3回目>2回目の順になっている。3回目は、酒類を提供する飲食店への休業要請で、2回目よりも居酒屋とパールの売上が落ち込み全体を押し下げた。緊急事態宣言下では、売上に比べ客数の減少が抑えられており、営業時間短縮による滞在時間の縮小や日中利用の増加が要因と考えられる。

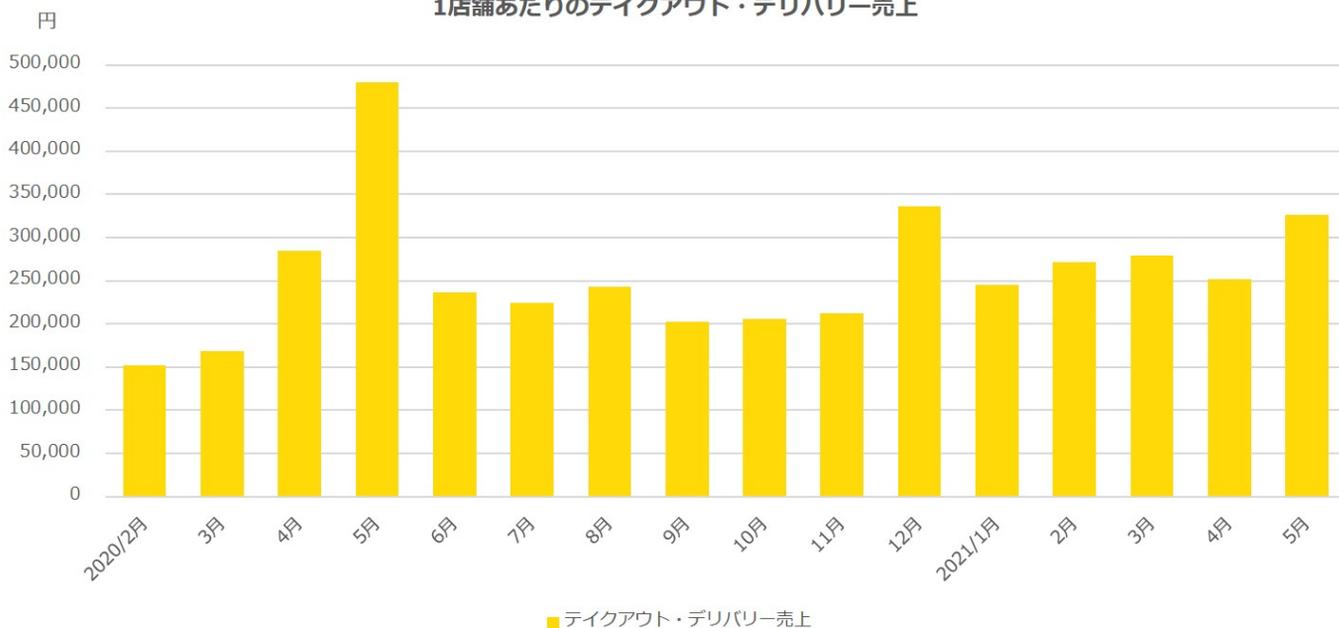
02.

テイクアウト・デリバリー売上、 コロナ前の2倍に

業態別 テイクアウト・デリバリー売上 構成比



1店舗あたりのテイクアウト・デリバリー売上



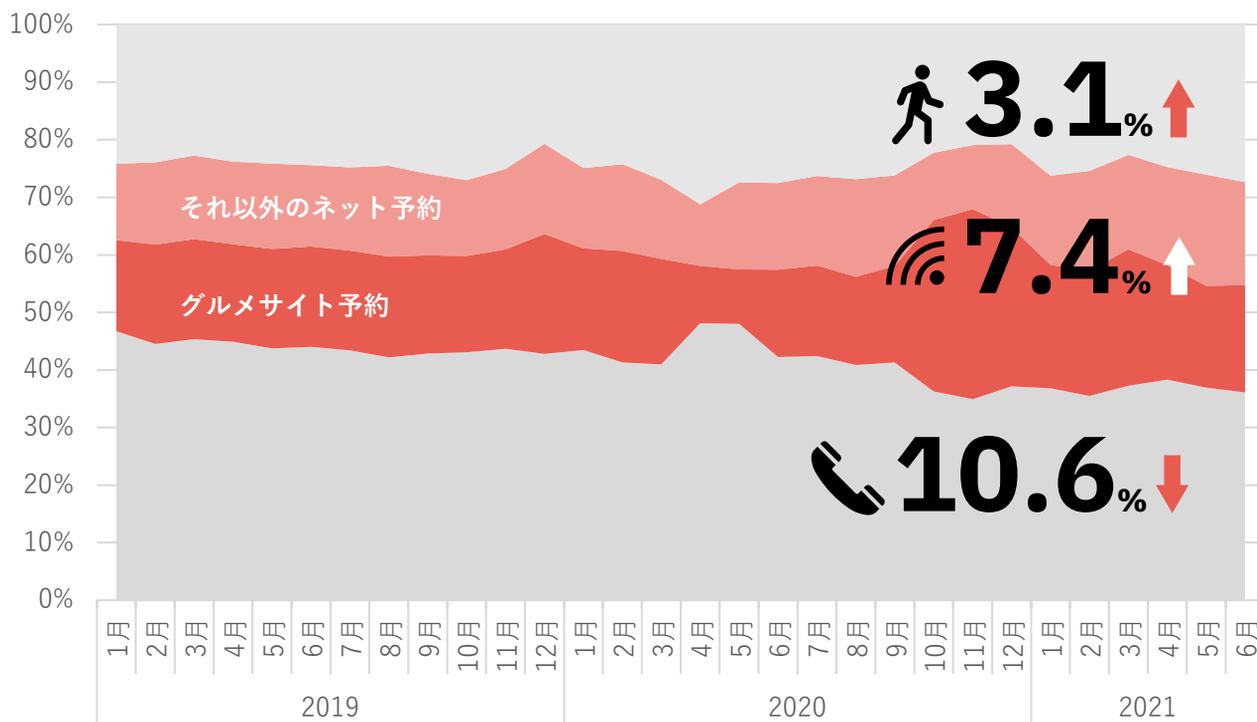
全業態で売上構成比が伸長。1店舗あたり売上金額はコロナ前の約2倍

業態別に見ると、テイクアウト・デリバリーの売上構成比が1番高いのは軽食系の業態で、食事系、専門料理、居酒屋の順となった。まだコロナの影響が少なかった2020年2月に比べると、すべての業態で構成比が伸びていることが分る。また、1店舗あたりのテイクアウト・デリバリー売上で見ると、同じく2020年2月から現在ではほぼ2倍になっている。特に、緊急事態宣言中は売上が伸びる傾向にあることから、日ごろから商品開発に取り組むことをおすすめしたい。また、営業時間の変化に左右されない通販チャネルの活用や、飲食ついでに購入できる物販商品の開発で客単価UPなどの施策も効果的と考えられる。

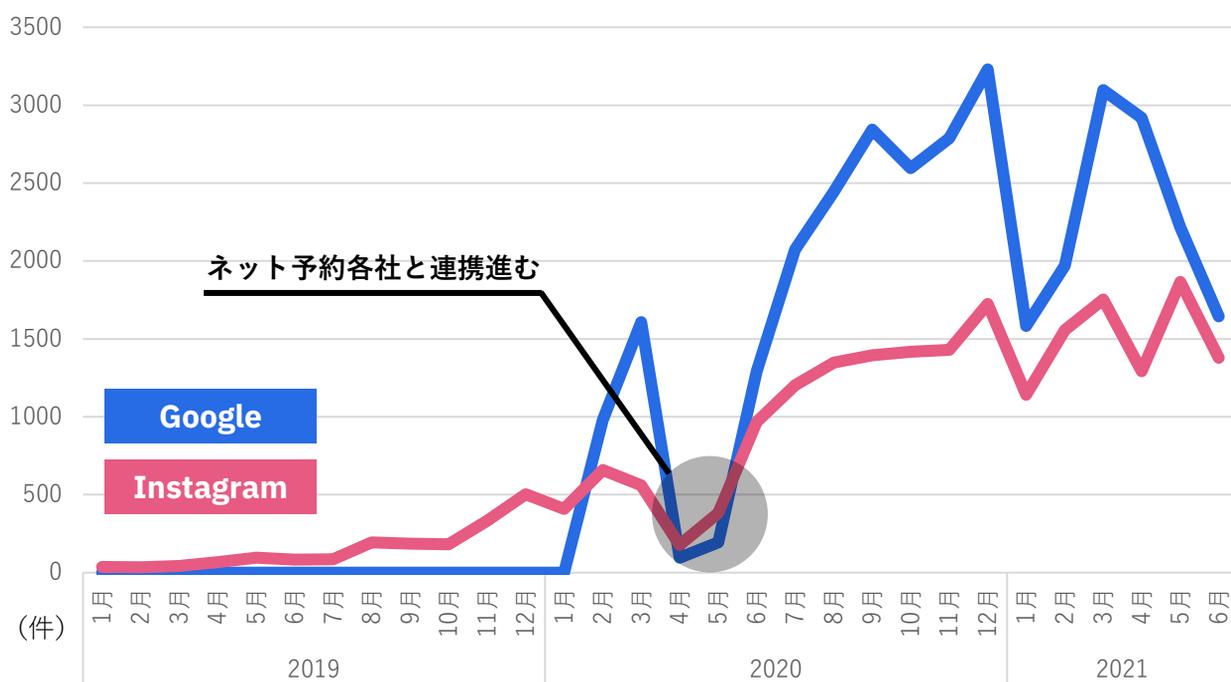
03.

ネット予約市場拡大、 新興勢Google、Instagram急拡大

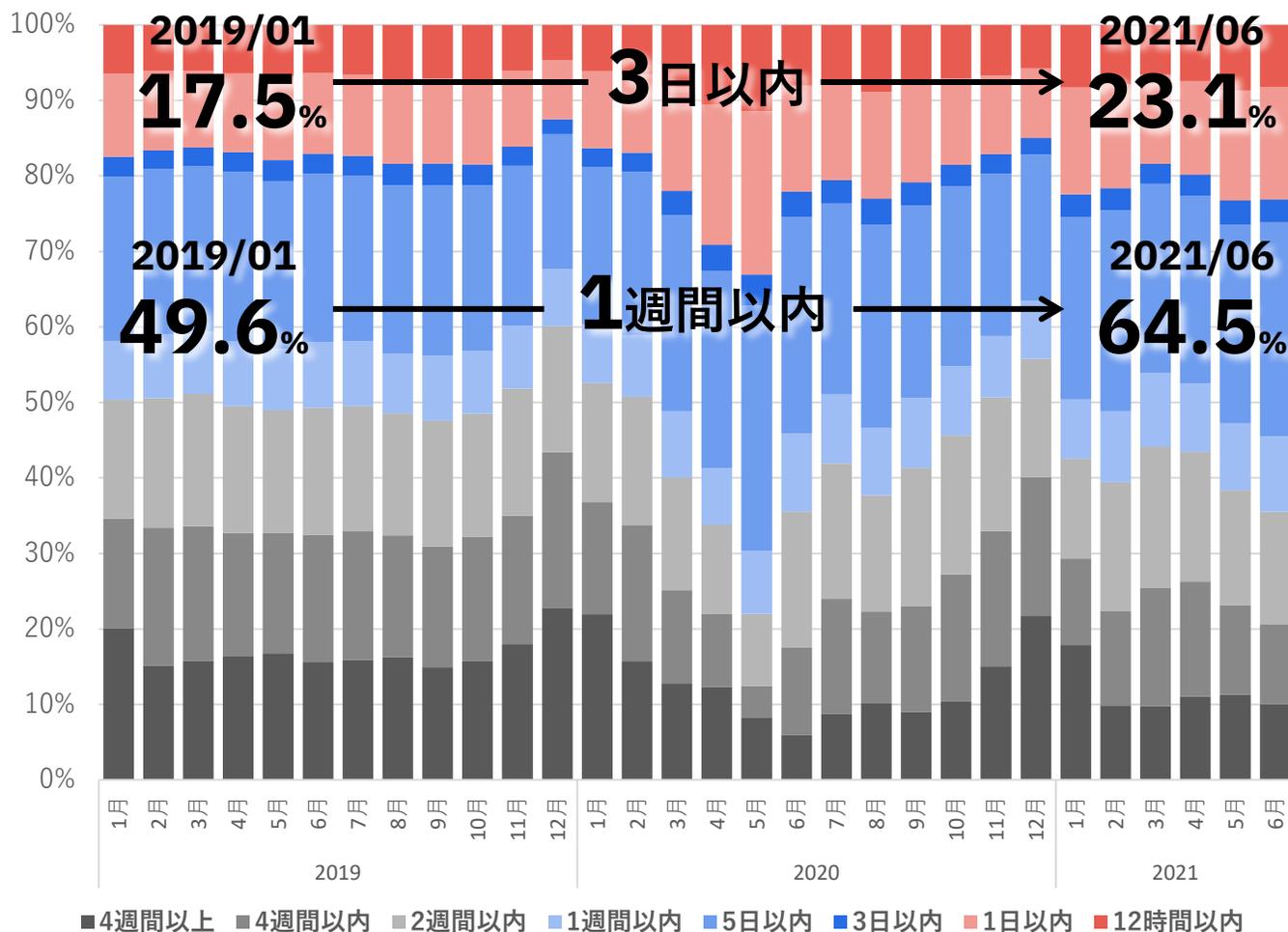
予約経路別予約人数割合推移



Google/Instagram経由予約人数推移



予約リードタイム推移



GoToEatキャンペーン境に一気にネット予約市場拡大

コロナ禍でGoogle、Instagramが飲食店予約で急伸

コロナ禍で飲食店の予約動向はどのように変化したかを、予約経路、Google/Instagram経由予約、予約リードタイムの3種のデータを切り出して分析した。

まず、コロナ禍で起きた大きな変化の1つ目は、ネット予約の利用が拡大したことだ。2020年10月～11月に政府主導で実施された外食需要喚起施策「GoToEatキャンペーン」を境に、一気にネット予約が利用されるようになった。GoToEat以前は2018年からずっと30%前後を推移し伸び悩んでいたが、キャンペーンが始まると10月＝41.5%、11月＝44.1%（期間中最高値）、12月＝42.1%と一気に40%台まで跳ね上がった。緊急事態宣言などによる自粛期間中は比較的電話予約、ウォークインが増える傾向にあるが、3度目の緊急事態宣言下だった2021年6月でも2018年1月から7.6ポイント増となった。これはGoToEatキャンペーンをきっかけに消費者、飲食店双方がネット予約の利便性などのメリットに気づき利用を後押ししたことが要因と考えられる。

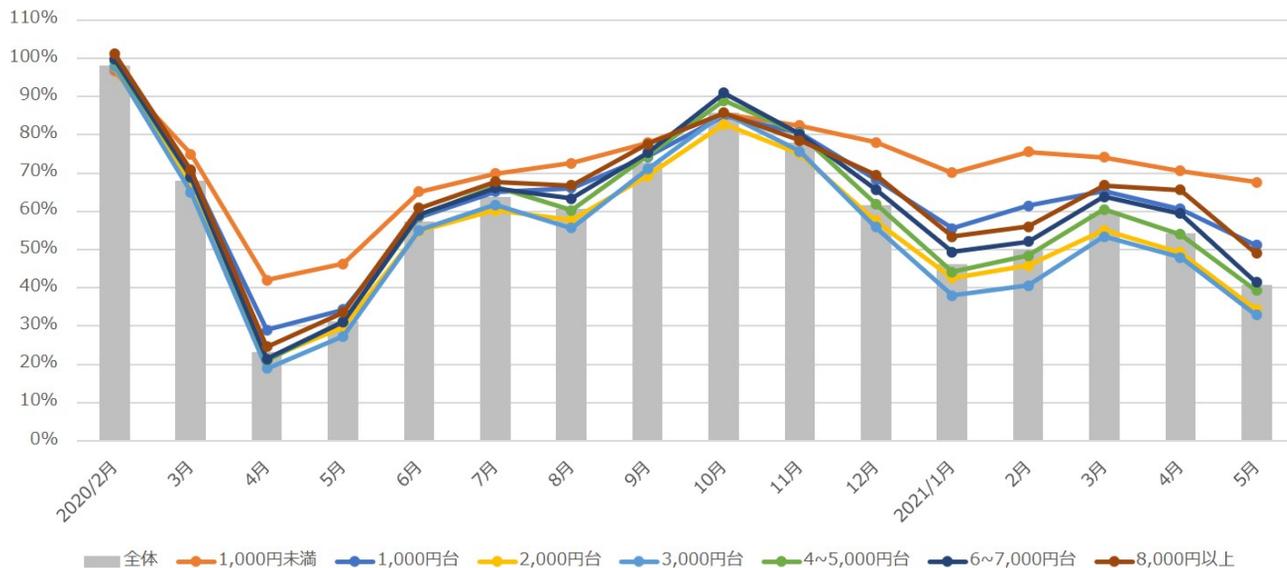
ネット予約に関連してもう一つ特筆すべきことは、コロナ禍でのGoogleとInstagramの動きである。両社ともに2020年からはじめから飲食店検索・予約機能の強化に注力しはじめ、飲食店予約システム企業との連携を進めてきた。その結果、GoogleマップやInstagramからより多くの飲食店を、より簡単に検索・予約が可能になり、利用がコロナ禍で急速に広まった。従来のグルメサイトに不満を持つユーザーや飲食店がこういった飲食店検索・予約新興勢のツールに流れている。

最後に、コロナ禍で見られた予約動向の大きな特徴は、予約の直前化である。コロナ禍で行われた度重なる休業要請や時短営業要請で、先が見通せない状況下では予約が直前になりやすい。飲食店側もウォークインや直前予約を受け入れられる体制を整えておくのも自粛期間中の対策になるのではないだろうか。

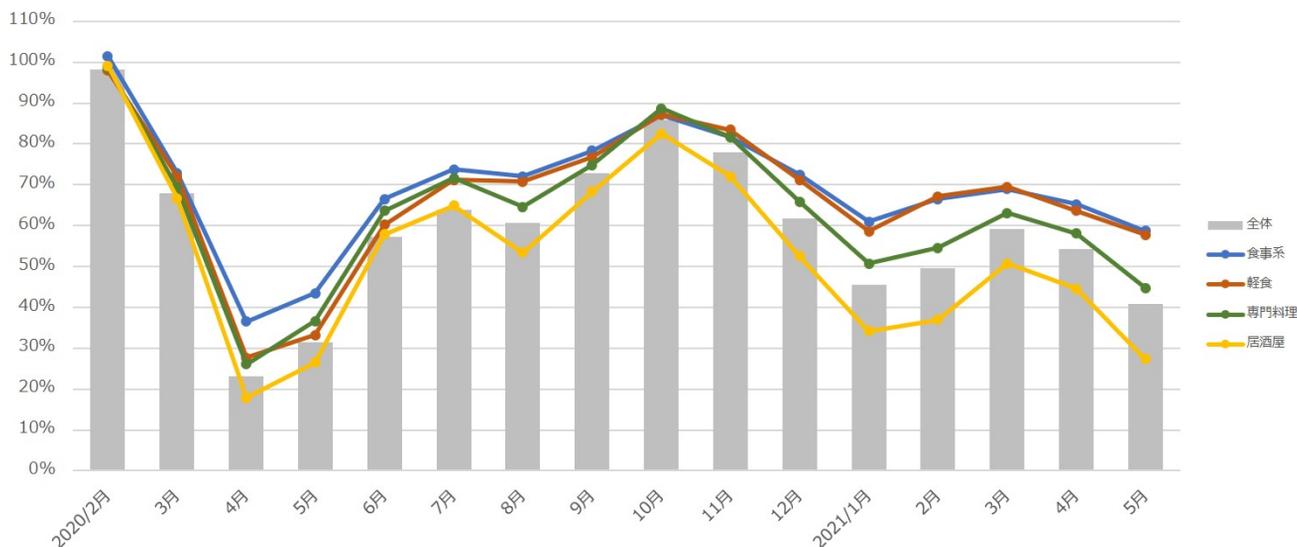
04.

コロナ禍も好調の価格帯、二極化
1,000円前後と6,000円以上

客単価別 売上月次推移 2019年比



業態別 売上月次推移 2019年比



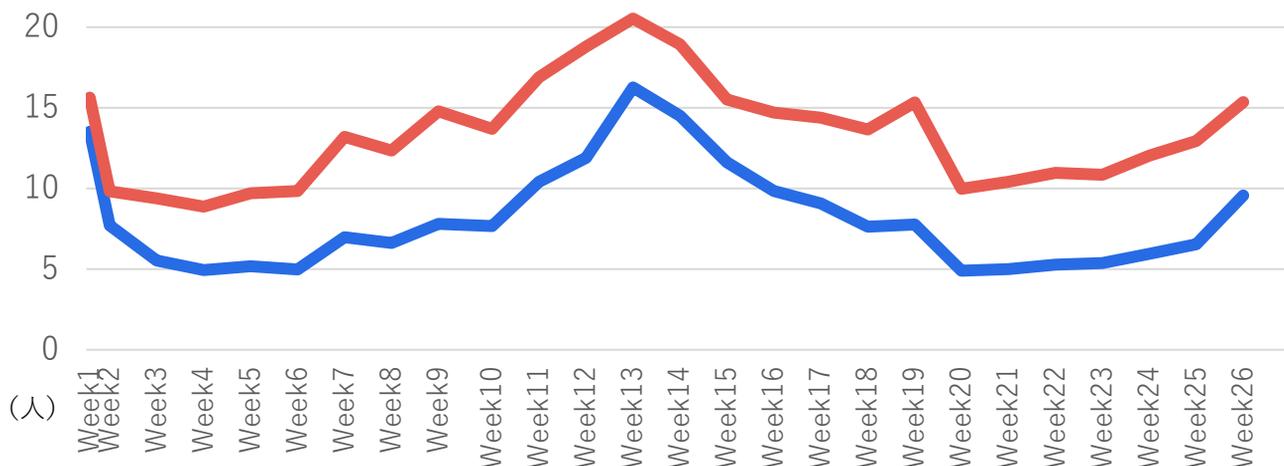
1,000円前後と6,000円以上の高価格帯が堅調。コロナ禍の消費者心理を反映

客単価別の売上推移を見ると、売上が堅調なのは食事系・軽食が属する1,000円未満・1,000円台の低単価な価格帯と6,000円以上の高単価な価格帯で二極化。厳しいのは主に居酒屋業態が属する2,000円、3,000円台の価格帯。業態別の売上推移からも同様の結果が見て取れる。食事系・軽食の業態が堅調なのは、少人数での利用が多く、回転率が高いため、他の業態と比べ感染リスクが低いと考えられるからである。そして、その真逆が居酒屋業態と言える。接待や会食の機会が減っている中で、高単価な価格帯のお店が全体平均を上回ったのは、貴重な外食機会なのでせっかくなら美味しいもの・良いものが食べたい、という消費者心理が表れている。また、高単価なお店は常連客の比率も高いため、不特定多数の客が出入りする低単価のお店に比べると安心感があるのだろう。

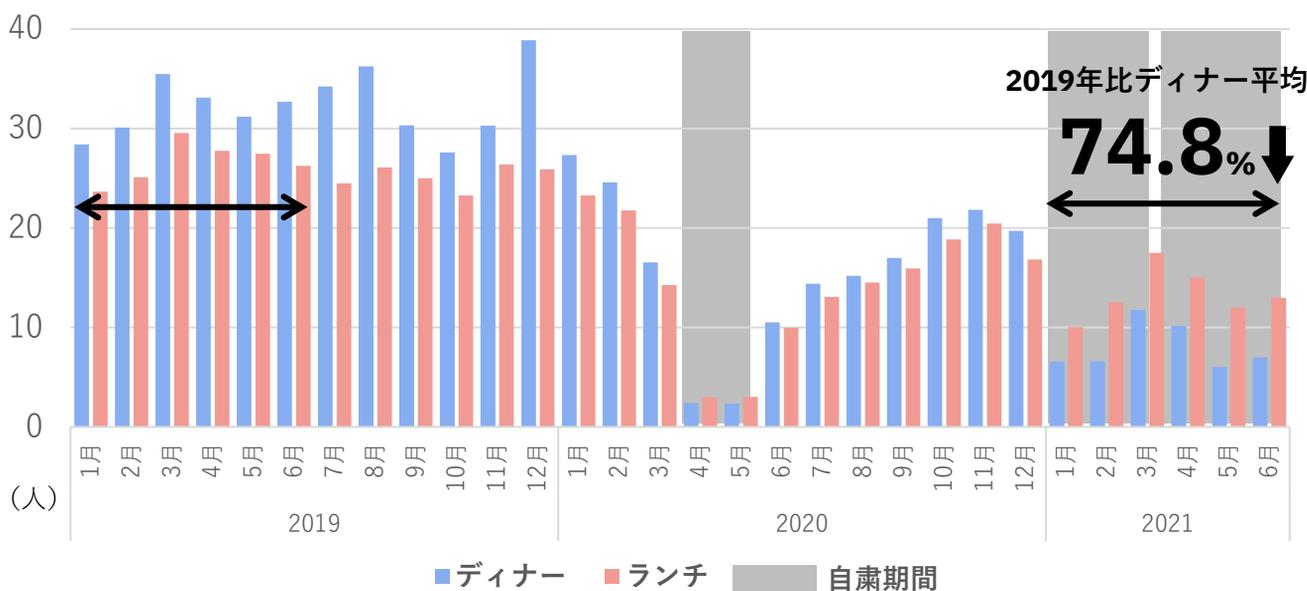
05.

夜営業の時短要請長期化で、 ディナー3/4消失、ランチ市場が拡大

2021年ディナー／ランチ別来店人数週平均



ディナー／ランチ別来店人数月平均



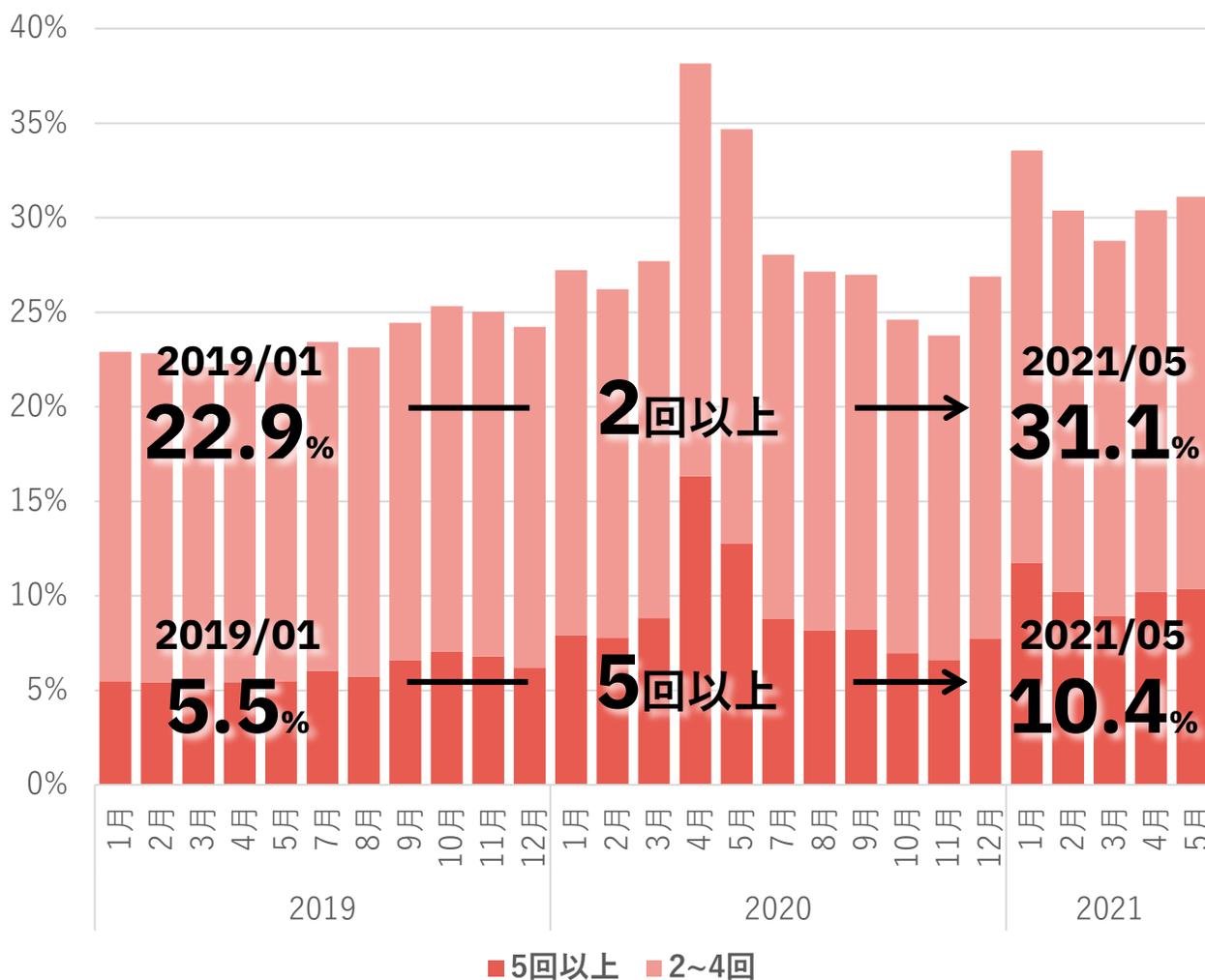
時短営業要請長期化で、ディナーとランチ客数が初めて逆転

2021年1月以降、ディナーとランチの来店人数が逆転していることがデータ分析から分かった。それ以前は常にディナー客数がランチ客数を上回っていたが、度重なる時短営業要請で、ディナー営業や酒類提供が困難な状況が長期にわたり続いた結果、客足がランチ帯に向かっている。完全に飲食店の自粛要請が取り払われない状況下で、ランチメニューやテイクアウトなどの持ち帰り商品強化など、飲食店の工夫と消費者のニーズが合致し、消費行動に変化をもたらしていると言えるだろう。一方で、ディナーは2021年に入ってから一層厳しい状況に置かれている。2021年1月～6月来店人数平均は8.0人／月で、2019年同期31.8人／月と比較すると、74.8%減となり1/4にまで落ち込んでいることが分かる。

06.

自粛中ほどリピーター比率増 コロナ禍、顧客管理の重要性高まる

来店回数別来店人数割合の推移



自粛期間にリピーター比率高まる傾向。

顧客管理で、苦しい時にも頼れる“常連さん、づくりを

コロナ禍で見えてきた外食の特徴として、自粛期間にリピーター比率が高まる傾向にあるということも分かった。もちろん全体の予約数が減少する影響も大きいことを考慮しても、2019年は20%~25%前後で推移していたリピーター比率が、2021年には25~30%前後で推移しており、10%前後リピーターが増加していることが分かる。この傾向は自粛期間中ほど強く見られ、1度目の緊急事態宣言が発出された2020年4月には38.2%と4割近くにまで達している。新規客に再来店を促すなどの顧客管理の重要性が、コロナ禍で浮き彫りになったと言える。自店舗のリピーター比率を高めておけば、テイクアウトやデリバリー、ECなどの新商品や新規事業の告知も既存客へ行うことができ軌道に乗せやすいなどのメリットも考えられる。飲食店の顧客管理は、コロナ後も強い店づくりに欠かせない一要素となるだろう。

07.

親しい人との「プライベート」 「ハレの日」利用の傾向さらに強く

来店目的別予約人数割合の推移

増えた			
	2019	2020	2021
デート	7.6%	8.9%	9.3%
家族行事	15.6%	16.8%	19.7%
記念日	20.2%	23.0%	23.3%



家族、恋人など
より親密な人との
プライベート利用、
ハレの日利用が増加

減った			
	2019	2020	2021
ビジネス	4.0%	2.8%	1.8%
グループ デート	0.2%	0.1%	0.1%
その他	19.9%	20.1%	18.8%
イベント	0.3%	0.3%	0.3%
歓送迎会 同窓会	1.2%	0.8%	0.5%
社内会食	1.5%	1.1%	0.7%
知人会食	28.9%	25.8%	25.3%
忘年会	0.5%	0.3%	0.1%

親しい人との「プライベート」「ハレの日」利用の傾向さらに強まる

テーブルチェックを通じて行われた予約のうち、利用目的の回答があったものを集計した。その結果、2019年から2021年にかけて増加したのは、「デート」「家族行事」「記念日」の3つだけだった。これらの用途からも分かるように、家族、恋人などのより親しい人と外食を楽しむといったプライベートの利用シーンが、コロナ禍で増加したのが読み取れる。同じプライベート利用であっても「知人会食」「グループデート」など、関係性が浅いと推察される人との外食は、ビジネス、宴会利用と同様に減少傾向。テレワークも広まっていることから、ビジネス関連の外食需要の回復は最も時間がかかると予想される。

— About Us—



ポスタス株式会社は、2013年5月のサービス提供から、有償POSレジで国内トップクラスのシェアを誇るまで成長したクラウド型モバイルPOSレジ「POS+（ポスタス）」の事業を、パーソルグループのパーソルプロセス&テクノロジー株式会社より承継する形で、2019年12月2日に設立いたしました。

「POS+」は、店舗の売上向上や店舗運営担当者の業務負担軽減による生産性向上を実現し、また従業員にとって利便性の高い機能を搭載する店舗向けソリューションです。飲食店向け「POS+ food」や小売業向け「POS+ retail」、理美容向け「POS+ beauty」のクラウド型モバイルPOSレジをはじめ、顧客の属性に合わせたマーケティング活動を可能にするデジタル会員証「POS+ connect」や、従業員の勤怠管理「POS+ time recorder」などきめ細やかな機能を搭載し、効率的な店舗運営を支援いたします。

会社名 : ポスタス株式会社（ポスタスカブシキガイシャ）
所在地 : 東京都中央区築地5丁目4-18 汐留イーストサイドビル 2・3F
コーポレートサイト : <https://www.postas.co.jp/>



テーブルチェックは、「Dining Connected ～世界中のレストランとカスタマーをつなぐプラットフォーム～」をミッションに事業を展開する日本発レストランテックカンパニーです。テクノロジーを活用した次世代の「おもてなし」を実現します。現在、展開している主なサービスは、飲食店向け予約・顧客管理システムと、ユーザー向け飲食店検索・予約ポータルサイト。24時間365日リアルタイムの空席情報を把握することで、飲食店にもユーザーにもより良いレストラン体験の実現をサポートしています。

会社名 : 株式会社TableCheck（カブシキガイシャテーブルチェック）
所在地 : 東京都中央区銀座2丁目14番5号 第27中央ビル
コーポレートサイト : <https://www.tablecheck.com/ja/company/>

【本件に関するお問合せ先】

株式会社TableCheck PR 望月
E-mail : mochizuki.mikako@tablecheck.com

ポスタス株式会社 広報 高本
E-mail : chie.takamoto@persol.co.jp