

売上状況は前年比も前月比も「よい・変わらない」7割 効果のある施策は「良質・高単価メニュー」「外国人客」 増税後好調店は“攻めの姿勢”で 投資型施策を積極的に導入！

株式会社ぐるなび(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:久保征一郎 以下、ぐるなび)は、2014年4月1日に導入となった消費税増税を機に、加盟飲食店に対し、増税後の飲食店の経営状況についてインターネット調査を実施しました。その調査結果を公開します。

【調査概要】 ■調査方法:インターネット調査 ■調査期間:2014年4月8日(火)~4月14日(月)
■調査対象:ぐるなび加盟店(全国) ■サンプル数:355店

2014年4月の消費税増税後の貴店の売上状況は、 “前年同時期”(2013年4月同時期)と比較していかがですか。

今回の消費税増税は、飲食店に影響はあるのでしょうか。

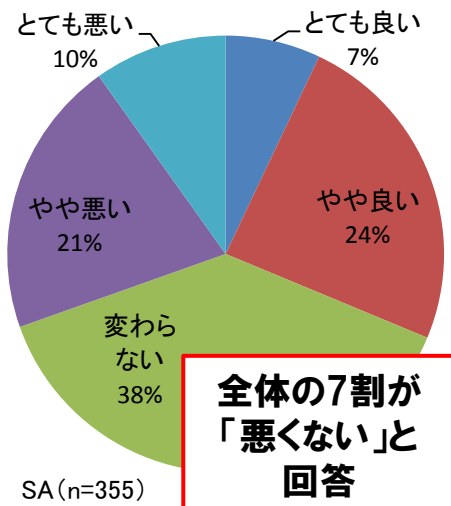
増税後の売上状況について、昨年同時期と比較して昨年同時期の売上げの比較で「悪い」と感じていない店舗は約7割となります。「良い」と「悪い」との回答率の比較では、ほぼ拮抗状態でした。

昨年同時期よりも売上げが「とても良い」とする店舗では、「客数・客単価が昨年よりも伸びている(中華/東京都)」や、「観光客の増加と客単価の上昇(和食/大阪府)」、「貸切等の団体の予約を多く獲得できた(洋食/東京都)」などを理由に挙げていました。

売上げが「とても悪い」とする店舗では、「現在、売上げはそこまで下がっていないが、予約が入らない(洋食/東京都)」、「同曜日での2週間程の前年対比が93%程(スペースエンターテイメント/東京都)」など、やや厳しく回答していると見受けられる向きも。

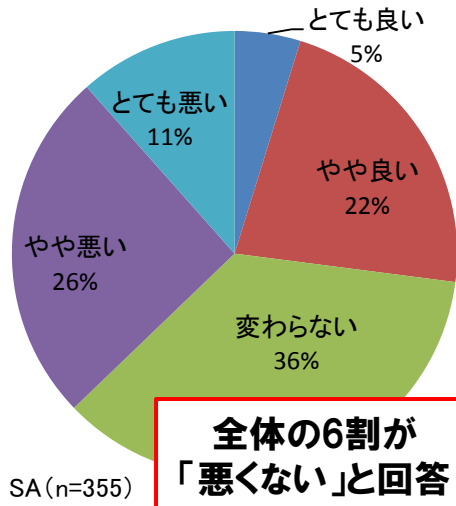
「客数」「客単価」「宴会数」について昨年同時期との増減の比較では、「客数」で「増えた」31.3%、「減った」27.0%、「客単価」で「増えた」28.2%、「減った」15.5%となっており、「客数」「客単価」が昨年同時期よりも良好な店舗が増えている傾向にあります。

消費税増税を機に、消費者の財布のひもが固くなり、外食費は削られるだろうとの予測もありましたが、本調査の結果から見る限り、必ずしもその予測の通りではないと言えます。



2014年4月の消費税増税後の貴店の売上状況は、 “前月同日”(2014年3月同日)までと比較していかがですか

駆け込み需要で沸いた3月の同時期と比較するとどうでしょうか。



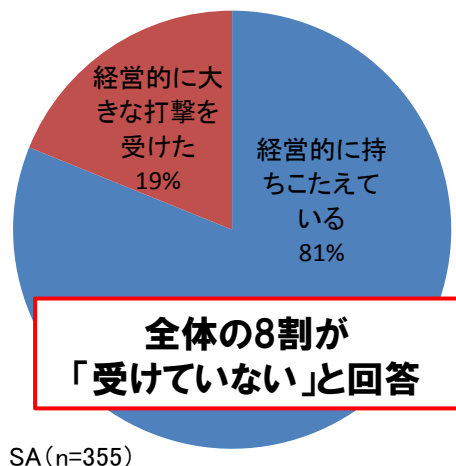
前月同日と比較して、前月同日との比較で「悪い」と感じていない店舗は約6割となります。しかしながら、「良い」「悪い」との回答率の売上げの比較では、前月よりも「悪い」とする店舗が10%上回っており、前月同日よりも売上げが低下している店舗が多い傾向にあります。

前月同日よりも売上げが「とても良い」とする店舗では、「4月は歓迎会の予約も有り、新規顧客も獲得できているから(居酒屋/大阪府)」、「消費税の影響は一切感じない(中華/東京都)」を理由に挙げていました。

一方で「とても悪い」とする店舗では、「3月は一番の繁忙期であるため、増税に関係なく3月対比としては悪い(ダイニングバー/東京都)」、「3月は前半がかなり調子良かったので、相当差が出ている(洋食/東京都)」などの理由が挙げられ、3月が好調だったということも一因となっています。

ぐるなびの調べでは、今年の歓迎会のピークは4月18日・25日と予測されています。そのため4月後半は売上状況が好転する飲食店も増えると考えられます。

現時点の貴店の経営状況において、 2014年4月の消費税増税の影響を受けましたか

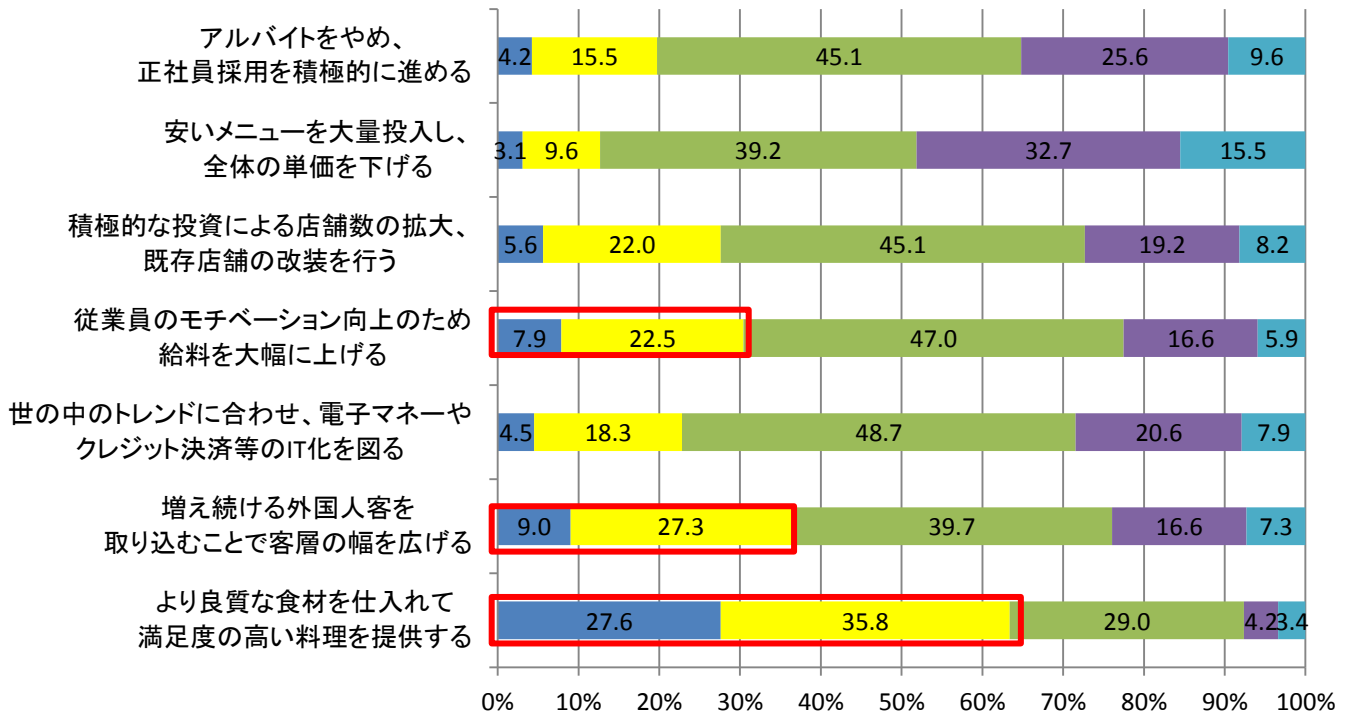


現時点の経営状況が増税の影響を受けているかについて、「経営的に持ちこたえている」が8割で、概ね影響は受けていないようです。

「経営的に持ちこたえている」と回答した店舗では、「常連客が多く、消費税率変更に伴う販売価格の改定についてもある程度の理解を得ている状況で、客数、売上げともに大きな変化がない為(居酒屋/三重県)」、「来店者数は減ったものの、単価は微妙に上がっているから(洋食/大阪府)」といった理由が多くみられましたが、「売上げ、客数共に上がっているから(居酒屋/東京都)」という好調な店舗もありました。ただ、影響が出ていないと回答した店舗の中には、「今は全年より良いですが本番はこれから(居酒屋/東京都)」、「影響が出てくるのは5月からだと思う(洋食/東京都)」と慎重に考えている店舗もあるようです。

以下の施策の中から、消費税増税後の「売り上げアップ」や「客数アップ」に貴店で効果があると思うものをお答えください。

- とても効果があると思う
 ■ やや効果があると思う
 ■ どちらともいえない
 ■ あまり効果がないと思う
 ■ 全く効果がないと思う

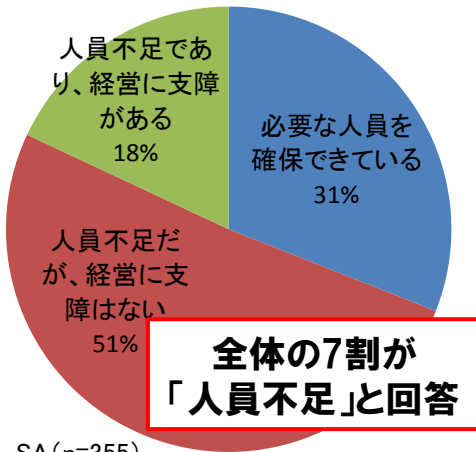


増税後の「売り上げアップ」「客数アップ」に効果があると思う施策について、1位に単価アップが期待できる「より良質な食材を仕入れて満足度の高い料理を提供する(63.4%)」、2位に新規顧客の開拓にもつながる「増え続ける外国人客を取り込むことで客層の幅を広げる(36.3%)」、3位に「従業員のモチベーション向上のため給料を大幅に上げる(30.4%)」が挙げられ、安易な値下げや、大掛かりな設備投資は、効果がないと感じる割合が高いという結果でした。

「より良質な食材を仕入れて満足度の高い料理を提供する」を「とても効果がある・やや効果がある」と回答した63.4%の店舗の内訳を見てみると、2014年4月の消費税増税後の“前年同時期”(2013年4月同時期)の売上状況を「とても良い・やや良い」と回答した店舗が80%を占めており、売り上げが好調な店舗ほど、単価がアップする施策に対し前向きという姿勢が見られました。

「世の中のトレンドに合わせ、電子マネーやクレジット決済等のIT化を図る」を「とても効果がある・やや効果がある」と回答した22.84%の店舗の内訳を見てみると、“前年同時期”(2013年4月同時期)の売上状況を「とても良い・やや良い」と回答した店舗が34.2%という結果でした。一方で売上状況「やや悪い・とても悪い」と回答した店舗では、14.9%にとどまりました。

現在、貴店の店舗経営では、人員が足りていますか。



SA(n=355)

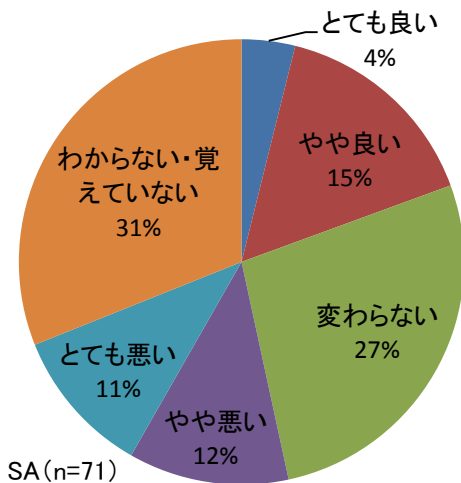
人員不足の状況について、人員不足を感じている店舗が約7割を占めるものの、人員不足で経営に支障がでている店舗は2割に留まっています。

現在求人募集をおこなっている店舗は65.6%と、過半数が人員補充をおこなっていました。人員確保は飲食店にとって課題と言えます。

消費税が5%にアップした1997年と比較してみると・・・

2014年4月の消費税増税後の貴店の売上状況は、1997年同時期と比較していかがですか。

前回の増税時(1997年)も営業をしていた71店舗に伺ったところ、1977年の同時期と比較し、売り上げの比較で「悪い」と感じていない店舗は約5割。ただし、「わからない・覚えていない」をのぞくと66.7%という結果でした。また、「良い」と「悪い」との回答率の比較では、前回よりも売り上げが「悪い」とする店舗が3%上回っています。具体的な増税対策を聞いたところ、今回は「良質・高単価」を中心としてメニューの見直しという前向きな打開策を打っている店舗が増えています。1997年から学んだと言えます。



《1997年の増税対策》

- ①「提供メニューの見直し」28.2%
- ②「できるだけ消費税価格をメニューに転嫁しない」19.7%
- ③「食材ロスの削減」16.9%
- ③「新しいメニューの導入」16.9%
- ⑤「水道・光熱費のコスト削減」15.5%一方で、

《2014年の増税対策》

- ①「提供メニューの見直し」35.2%
- ②「新しいメニューの導入」23.9%
- ③「できるだけ消費税価格をメニューに転嫁しない」21.1%
- ④「良質で高単価なメニューの導入」15.5%
- ⑤「水道・光熱費のコスト削減」14.1%
- ⑤「消耗品のコスト削減」14.1%

<本件に関するお問い合わせ>

株式会社ぐるなび コミュニケーション部門 広報グループ

TEL: 03-3500-9700

MAIL: pr@gnavi.co.jp