

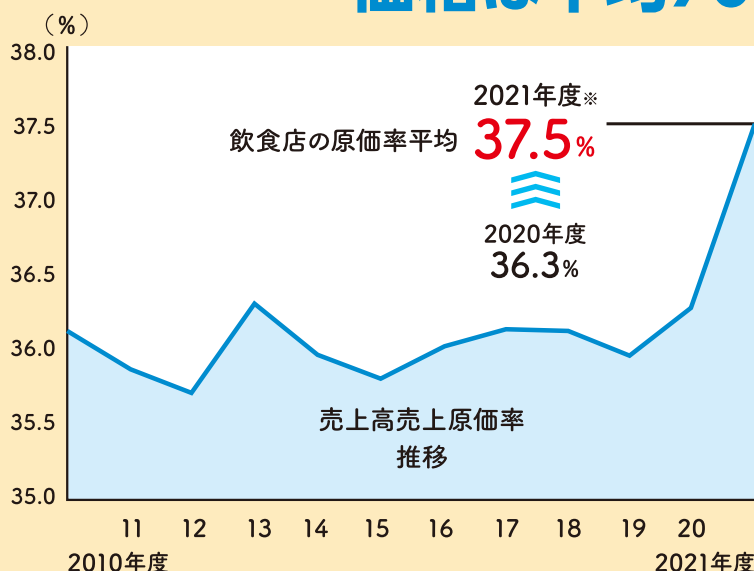
外食トレンド通信

 Vol.
8

外食業界 原価率の現状

気温もあがって夏本番が近づき、外食をしたくなる季節がやって参りました。一方で、物価の高騰や社会情勢により、原価が急騰し、外食企業の原価率は上がり続けています。今回は、帝国データバンク社が発表した「主要外食100社価格改定動向調査」をもとに、外食業界の原価率事情についてまとめさせて頂きました。

主要外食100社、3割が過去1年に値上げ 価格は平均70円超アップ



	原価率	前年度比
喫茶店	36.9%	↗ 4.2pt
レストラン	39.6%	↗ 3.6pt
そば・うどん店	36.9%	↗ 2.9pt
大衆食堂	44.4%	↗ 2.3pt
居酒屋	35.9%	↗ 1.7pt

[出典] 株式会社帝国データバンク 22年4月

[出典] 企業財務データベース「COSMOS1」(帝国データバンク)
[出典] 2021年度は22年4月までの判明分

ポイント要約

- 経営努力での吸収に限界、夏以降に「値上げ」が相次ぎ実施される可能性もあり
- 主要外食100社の3割が1年以内に値上げ
価格は平均77円アップ、原材料費高騰が響く
- 外食企業の原価率が急騰、2021年度は37.5%
過去10年で最高、18年ぶりの高水準

- フードだけでなく、ドリンク出数を上げることで
フード全体の原価軽減を図る
- ドリンクには下記メリットがございます

売上貢献	利益貢献	店舗魅力度UP
フードより 追加オーダーが容易 フードと比べ スピードが提供可能	フードより 原価率が低い フードより 設備投資が低い	業態コンセプト、 料理との相性が訴求可能 季節感・こだわりも 訴求がしやすい

ドリンク出数を向上させるための取り組み例

付加価値のあるサワーで出数アップ



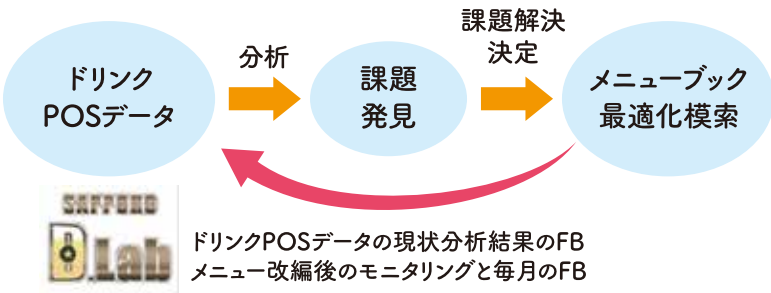
産地訴求のソフトドリンクで利益UP



ドリンクPOS分析システムD.Lab

内容	詳細	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
D.Lab (ドリンク)	ドリンクメニューの現状分析	★							★				
	ドリンクメニューの最適化提案	★	★	★				★	★	★			
	モニタリングとフィードバック		★	→	→	→	→	→	→	→	★	→	→

当社では、五味から設計した味覚工学からもフードに合うオリジナルレシピをご提案しております。サワーカテゴリーに付加価値をつけ、出数アップも期待できます。また、ソフトドリンクは杯数は出ても、売上金額が取りにくいドリンクカテゴリーなので、産地訴求や、食欲をそそるノンアルコールをそろえることで利益にも貢献できます。



ドリンクPOSデータ分析を通じた課題発見提案、提案後のモニタリングをさせていただきます