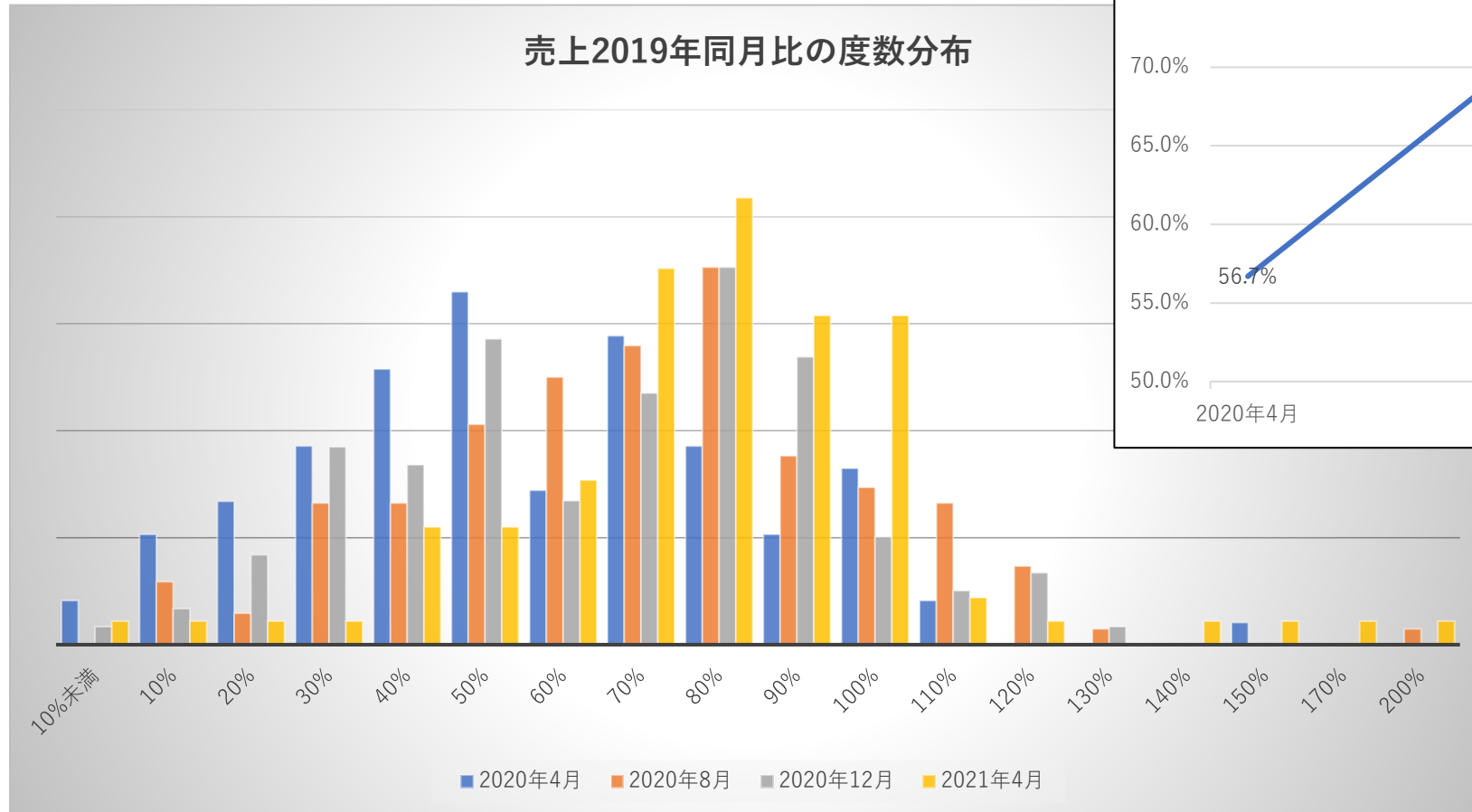


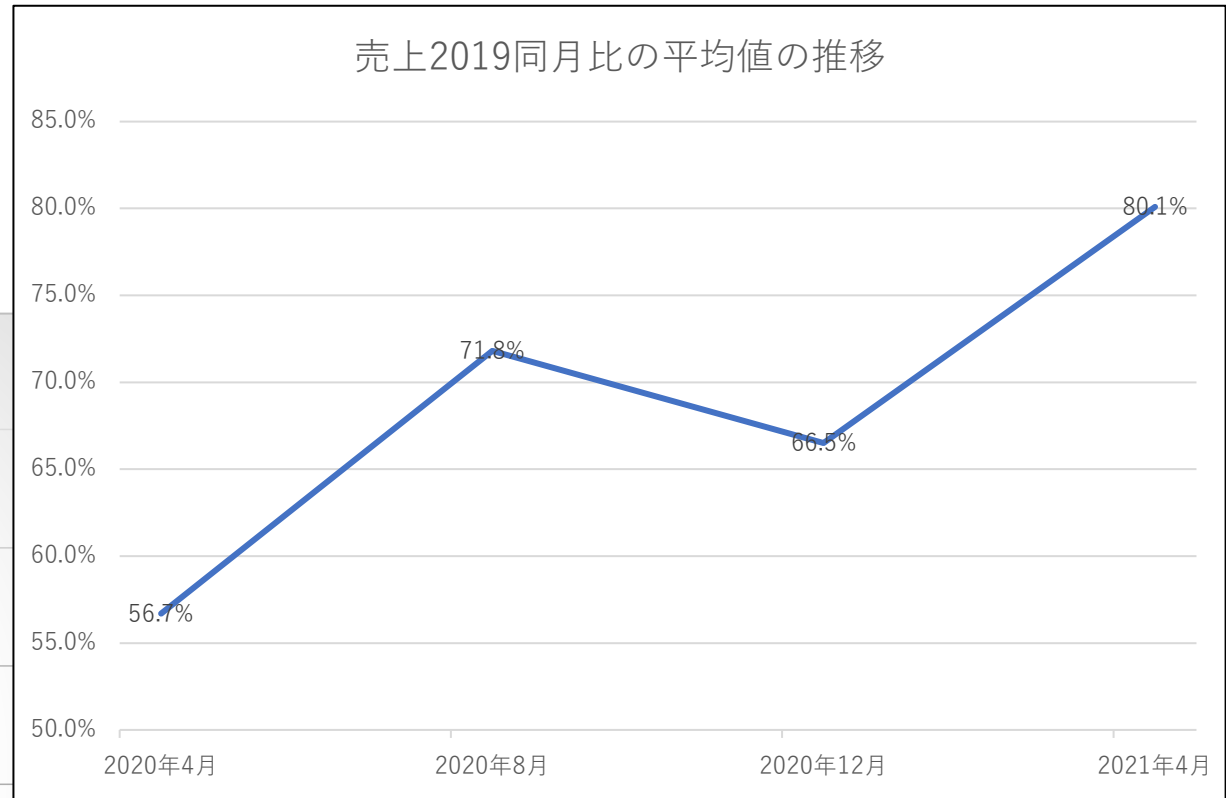
# 調査結果の要約①：広島市内のお好み焼き店、売上2019年同月比(p.27参照)

感染状況に合わせて上下しつつ  
徐々に回復

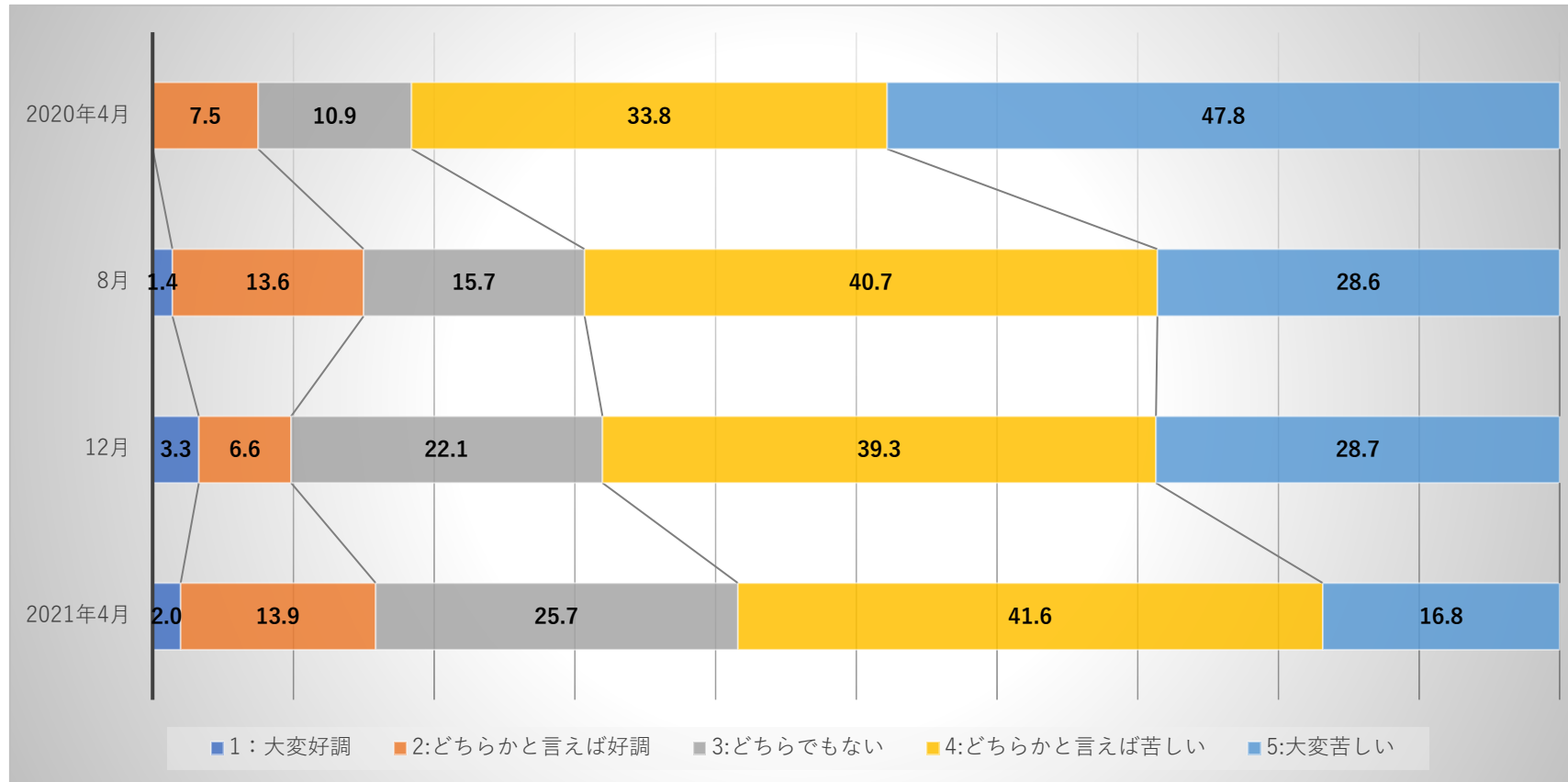
売上2019年同月比の度数分布



売上2019年同月比の平均値の推移

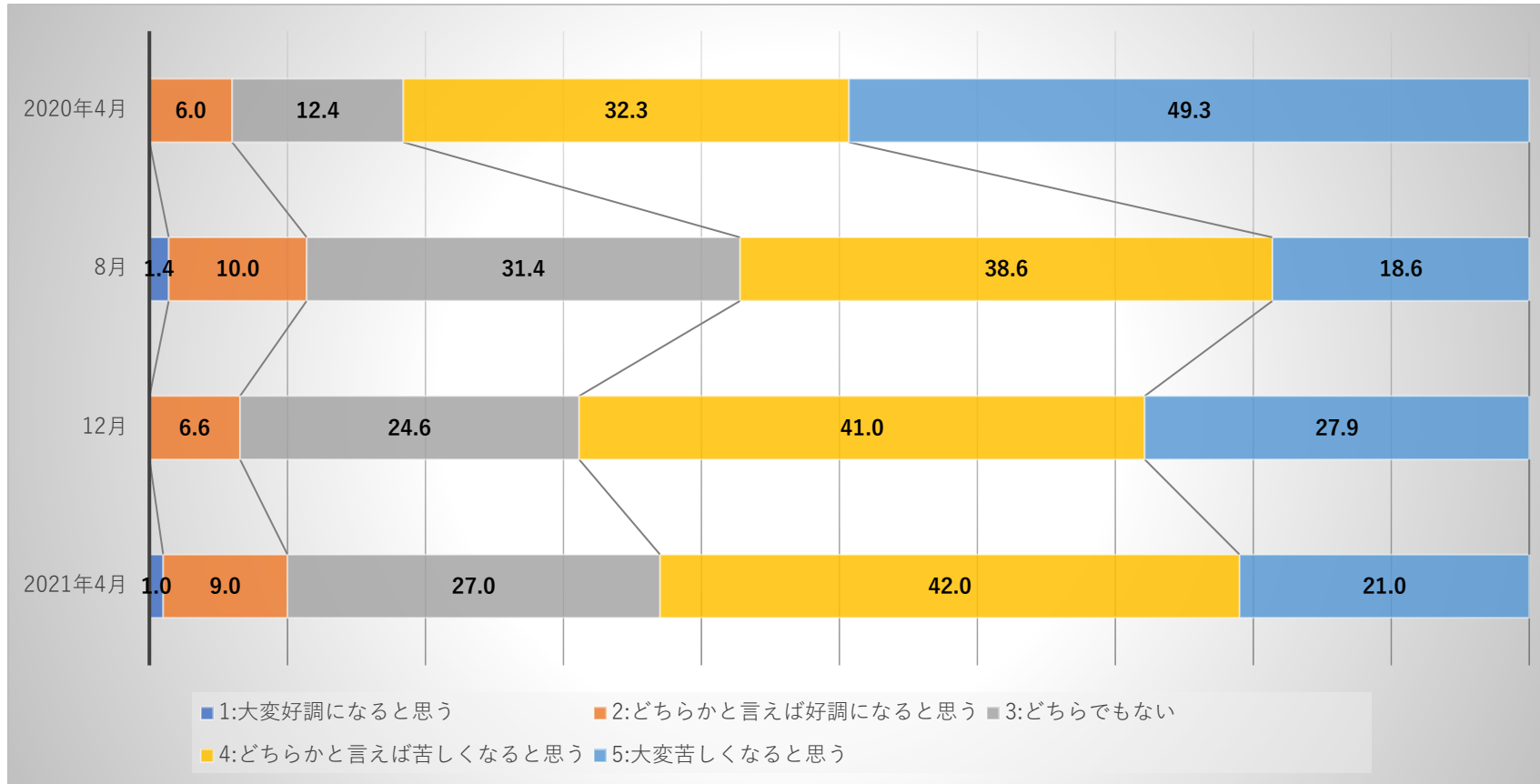


## 調査結果の要約②：景況感（経営状態実感）の推移（p.28参照）



**改善しつつあるものの、依然として苦しい状況が続いている。**

## 調査結果の要約③：景況予想の推移（p.29参照）



**先行きの見通せない状況が続いている。**

## 調査結果の要約④：商品別売り上げ構成比の変化（p.30参照）

	お好み焼き	お好み焼き 以外の料理	ドリンク	その他	計
2019年4月	60.63%	16.63%	20.50%	1.76%	100%
2021年4月	67.04%	14.94%	14.99%	2.10%	100%
2021年4月時点の差	6.42	-1.69	-5.51	0.34	
2020年12月時点の差	10.28	-3.12	-7.70	0.54	
2020年8月時点の差	2.40	-2.45	-2.60	0.85	
2020年4月時点の差	12.20	-5.17	-7.92	0.13	



①



②

- ①緊急事態宣言発出などで、危機感が高まると「お好み焼き」の比率が高まる。
- ②「お好み焼き」の比率が高まった時期は、「お好み焼き以外の料理」や「ドリンク」の比率が下がる。

## 調査結果の要約⑤：営業形態別売上構成比の変化（p.31参照）

	店内飲食	持ち帰り	出前	デリバリー サービス	その他	計
2019年4月	71.66%	21.45%	6.11%	0.26%	0.78%	100%
2021年4月	60.05%	29.32%	6.55%	2.63%	0.81%	100%
2021年4月時点の差	-11.61	7.87	0.44	2.37	0.03	
2020年12月時点の差	-18.41	14.56	1.19	2.39	0.74	
2020年8月時点の差	-11.22	8.41	0.12	1.02	0.77	
2020年4月時点の差	-25.70	21.53	2.55	1.10	0.11	



①全般的に「店内飲食」が減り「持ち帰り」が大幅に増える傾向がある。この傾向は、緊急事態宣言の発出等で危機感が高まると特に強まる。

②「出前」や「デリバリーサービス」は一貫して微増傾向。ただし、「出前」の増加幅は減少傾向で、「デリバリーサービス」の増加幅は増加傾向。

## 調査結果の要約⑥：顧客別売上構成比の変化（p.32参照）

	周辺住民	周辺就労者	日本人 観光客	外国人 観光客	その他	計
2019年4月	56.38%	28.59%	7.50%	3.36%	3.59%	100%
2021年4月	62.42%	27.32%	6.41%	1.81%	5.57%	100%
2021年4月時点の差	6.04	-1.27	-1.10	-1.55	1.98	
2020年12月時点の差	7.57	-1.27	-4.01	-2.41	1.16	
2020年8月時点の差	6.11	0.62	-5.36	-4.11	1.63	
2020年4月時点の差	10.27	0.83	-8.30	-3.22	1.63	



①



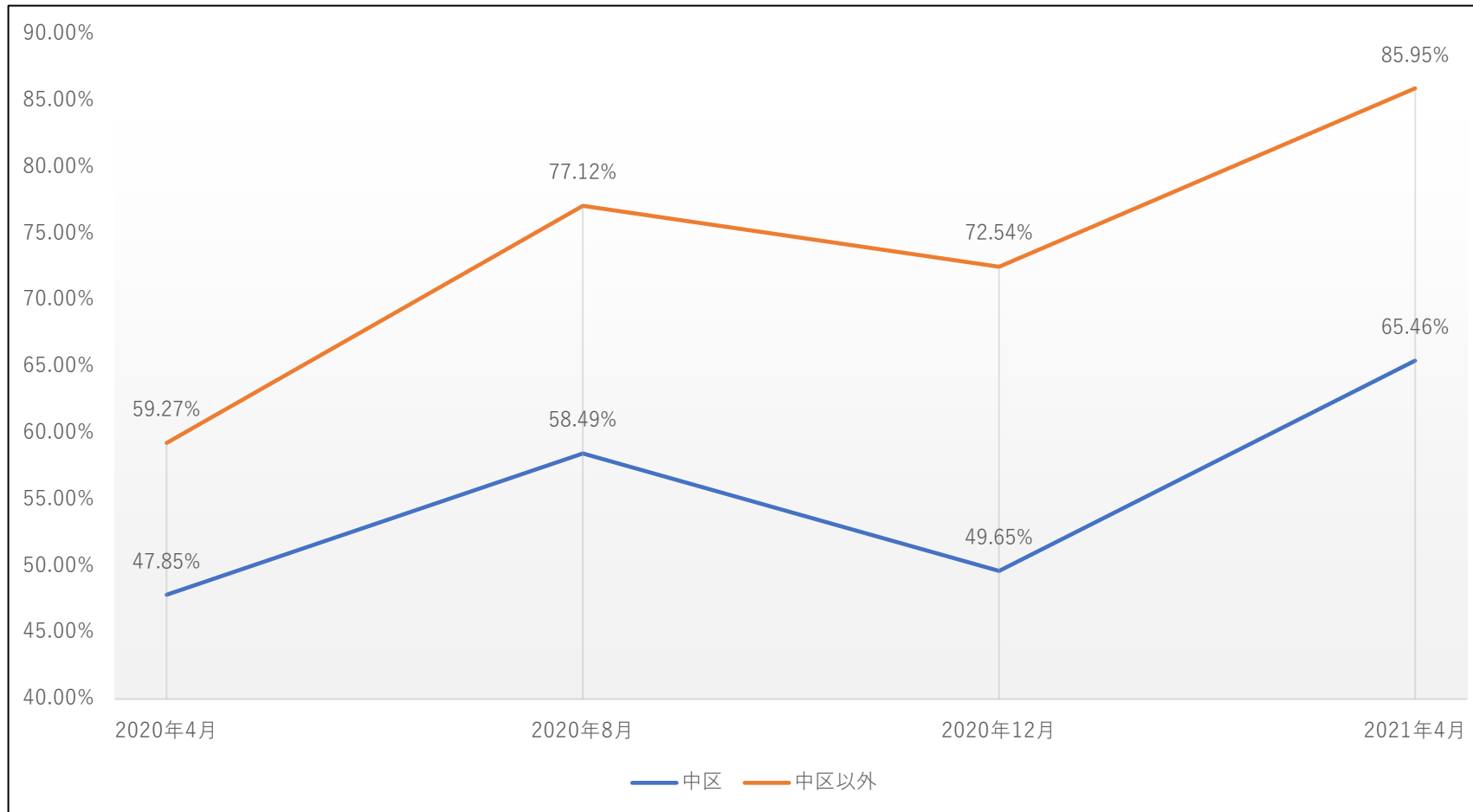
②

①全般的に「周辺住民」の比率が増加傾向だが、2020年4月よりも増加幅は減少しており、「周辺住民」以外の顧客も徐々に戻りつつあると考えられる。

②観光客は一貫して減少傾向。ただし、減少幅は徐々に小さくなっており、いわゆる「緩み」を表しているのかもしれない。

# 調査結果の要約⑦：売上対2019年同月比の変化に関する、 中区と中区以外の比較（p.33参照）

## 中区の業績が低い状況が定着か



## 調査結果の要約⑧：店舗利用形態の変化（p.35参照）

	1:大幅減少	2:やや減少	3:ほぼ同じ	4:やや増加	5:大幅増加	計	平均値
多人数の宴会	51	13	2	0	0	66	1.26
	77.27%	19.70%	3.03%	0.00%	0.00%		
少人数の会食	26	37	22	7	0	92	2.11
	28.26%	40.22%	23.91%	7.61%	0.00%		
一人客の食事	7	22	49	16	3	97	2.86
	7.22%	22.68%	50.52%	16.49%	3.09%		
昼食時の利用	11	25	28	6	0	70	2.41
	15.71%	35.71%	40.00%	8.57%	0.00%		
夜間（食事中心）の利用	28	30	22	4	2	86	2.09
	32.56%	34.88%	25.58%	4.65%	2.33%		
夜間（飲酒中心）の利用	48	27	5	1	1	82	1.54
	58.54%	32.93%	6.10%	1.22%	1.22%		

「多人数の宴会」「夜間（飲食中心）の利用」が大幅減  
「一人客の食事」「昼食時の利用」はほぼ同じ



# 調査結果の要約⑨：2020年度年間業績の分析（p.37-40参照）

【表16:年間業績が平均以上の店舗と未満の店舗の比較結果一覧】		高業績店		低業績店
①売上2019年同月比		96.92	>	58.65
②費用2019年同月比		96.90	>	80.53
③費況感		3.00	<	4.18
④景況予想		3.26	<	4.20
⑤売上構成比（通常時）	お好み焼き	68.75	>	51.51
	お好み焼き以外の料理	12.71	<	21.28
	ドリンク	16.79	<	25.00
	その他	0.75		2.33
⑥売上構成比（現在）	お好み焼き	76.56	>	57.77
	お好み焼き以外の料理	10.54	<	18.70
	ドリンク	12.52		17.95
	その他	0.88		2.95
⑦営業形態の構成比（通常時）	店内飲食	65.31	<	78.36
	持ち帰り	26.35	>	16.25
	出前	8.24		3.80
	デリバリー・サービス	0.10		0.45
	その他	0.10		1.59
⑧営業形態の構成比（現在）	店内飲食	55.17		63.64
	持ち帰り	33.38		25.98
	出前	8.58		4.60
	デリバリー・サービス	3.04		2.33
	その他	0.13		1.67
⑨顧客構成（通常時）	周辺住民	67.55	>	43.28
	周辺就労者	24.73		32.91
	日本人観光客	3.49	<	12.33
	外国人観光客	0.86	<	6.40
	その他	3.18		4.16
⑩顧客構成（現在）	周辺住民	70.96	>	52.49
	周辺就労者	24.37		31.40
	日本人観光客	1.92	<	10.88
	外国人観光客	0.02		3.98
	その他	2.63	<	9.51
⑪席数（通常時）	席数（通常時）	15.80	<	26.18
⑫席数（現在）	席数（現在）	13.55	<	20.64
⑬店舗利用形態	多人数の宴会	1.41	>	1.15
	少人数の会食	2.31	>	1.89
	一人客の食事	2.96		2.76
	昼食時の利用	2.73	>	1.92
	夜間（食事中心）の利用	2.45	>	1.78
	夜間（飲酒中心）の利用	1.87	>	1.24

①高業績店と低業績店の格差鮮明に。  
売上対2019年度比で、高業績店は平均96.92%、低業績店は平均58.65%。

②高業績店の特徴  
商品構成：お好み焼き比率が高い(76.56%)  
営業形態：持ち帰り比率が高い(26.35%)  
顧客構成：周辺住民比率が高い(67.55%)  
店舗規模：小規模(15.80席)

③低業績店の特徴  
商品構成：お好み焼き以外の料理の比率が高い(18.70%)  
営業形態：店内飲食の比率が高い(78.36%)  
顧客構成：観光客比率が高い（日本人12.33%、外国人6.4%）  
店舗規模：大規模(26.18席)