

店舗における顧客対応の実態（サマリー）

- 生活衛生同業組合加盟店舗に聞いたアンケート調査結果 -

2021年2月

株式会社日本総合研究所 リサーチ・コンサルティング部門

サステナブル・ストラテジー&オペレーショングループ

本調査を実施した背景・目的

世界全体が新型コロナウイルス感染拡大という脅威にさらされています。日本では2020年4月に1回目の緊急事態宣言が発令され、2021年1月には2回目の緊急事態宣言を出さざるを得ない状況に追い込まれる事態になりました。

かかる状況下、昨年度から始めた本調査の対象となっている飲食店を中心とした小売店における経営環境は大きく変わりました。緊急事態宣言下における店舗は営業自粛を要請され営業時間が短くなり、消費者は三密回避により家中消費が中心となり外に出なくなりました。東京ではUberEats（ウーバーイーツ）と書かれた大きなカバンを背負った若者が自転車に乗る姿が社会現象となり、2020年度は総じて家中消費が増えた年でありました。

本調査は「店舗における顧客対応の実態」と称して2019年から2021年の3年をかけて定点調査し、店舗経営の実態を把握するために実施され、本レポートは2年目の2020年調査結果にあたります。2019年調査ではコロナ禍以前ということもあり、「外国人対応」「キャッシュレス対応」「喫煙環境対応」の3つのテーマに対して調査を行いました。しかし、2020年は新型コロナウイルス感染拡大に伴い、海外からの旅行客の急減があったため、「外国人対応」は適切ではないと判断し、調査テーマから外しました。

他方、「キャッシュレス対応」は、新型コロナウイルス感染拡大への対応として非接触化が1つのキーワードとなっている点と、2021年度に設置予定のデジタル庁に象徴されるように、日本全体としてデジタル・トランスフォーメーション（DX）推進されている点を鑑みて、昨年度同様、調査テーマとしました。また、「喫煙環境対応」は、2020年4月に改正健康増進法が全面施行されたことによって禁煙や分煙の対応する店舗が増えたこともあり、継続調査テーマとしました。

そして、2020年は新型コロナウイルス感染拡大に伴い、消費者が外に出ないこともあって、店舗ではテイクアウトやデリバリー需要が増しました。また、店舗内では、換気を良くする、ソーシャルディスタンスを意識する、非接触を意識する、といったこれまでとは異なった対応が求められるようになっていきます。そこで、本調査のテーマとして「新型コロナウイルス感染拡大の影響」を新たに加え、飲食店を中心とした小売店における経営環境の実態を調査しました。

本調査を実施するにあたり、生活衛生同業組合に協力を得て日本全国の加盟店へアンケートを送付し、761件の回答を得る事が出来ました。本調査にあたってご協力を頂きました761店の皆様に厚く御礼を申し上げます。

株式会社日本総合研究所 リサーチ・コンサルティング部門
サステナブル・ストラテジー&オペレーショングループ
シニアマネジャー/上席主任研究員 大森 充

コンサルタント 山口 翔平

コンサルタント 湯浅 夢奈

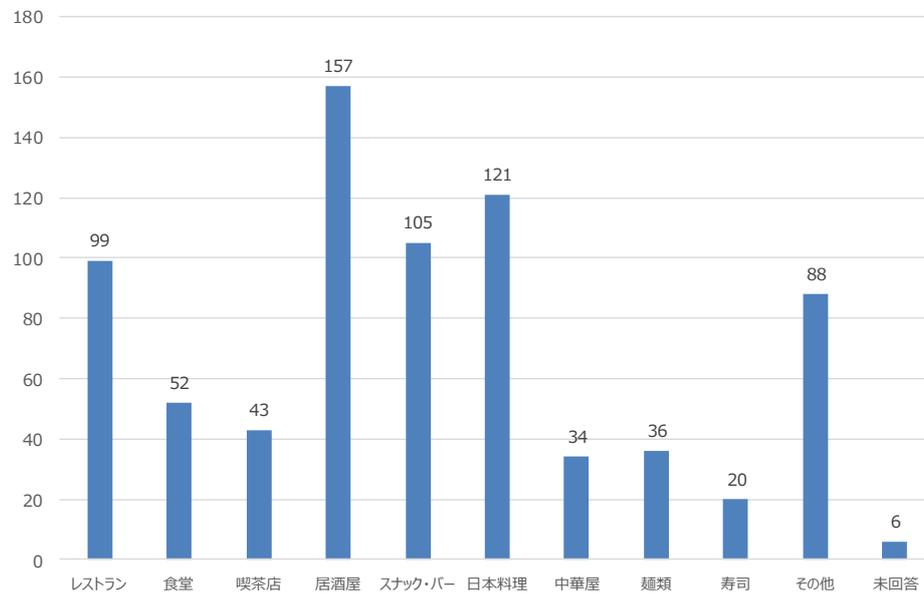
調査概要

調査名称	「店舗における顧客対応」に関するアンケート調査
調査目的	<ul style="list-style-type: none"> - 新型コロナウイルスに関する対応の実態把握 - キャッシュレス対応の実態把握 - 喫煙環境対応の実態把握
調査方法	質問紙調査（調査票を店舗に郵送し、回答者に返送してもらい回収）
調査期間	2020年10月30日（月）発送 2020年11月24日（火）回収締切
調査対象	<ul style="list-style-type: none"> - 生活衛生同業組合加盟店舗 - 店舗所在地は北海道、宮城県、東京都、神奈川県、静岡県、愛知県、石川県、京都府、大阪府、兵庫県、広島県、福岡県、沖縄県
発送数	5,461件
回収数	761件

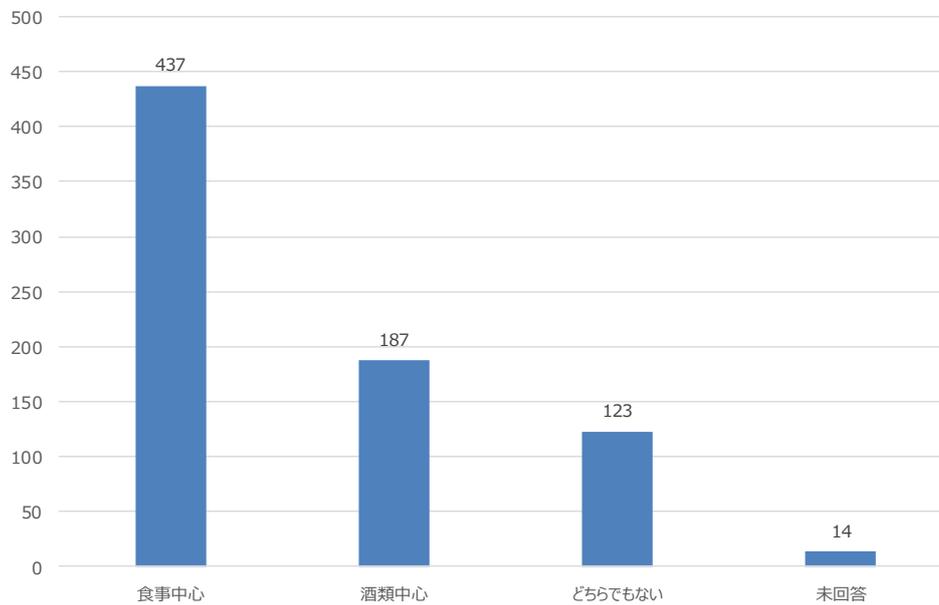
参考. エリア別回収率

エリア	発送数	回収数	回収率
愛知県	498	93	18.7%
沖縄県	267	30	11.2%
宮城県	49	6	12.2%
京都府	109	26	23.9%
広島県	250	41	16.4%
神奈川県	133	41	30.8%
静岡県	250	34	13.6%
石川県	249	55	22.1%
大阪府	1494	171	11.4%
東京都	1617	191	11.8%
福岡県	407	43	10.6%
兵庫県（神戸）	99	18	18.2%
北海道	39	12	30.8%
合計	5461	761	13.9%

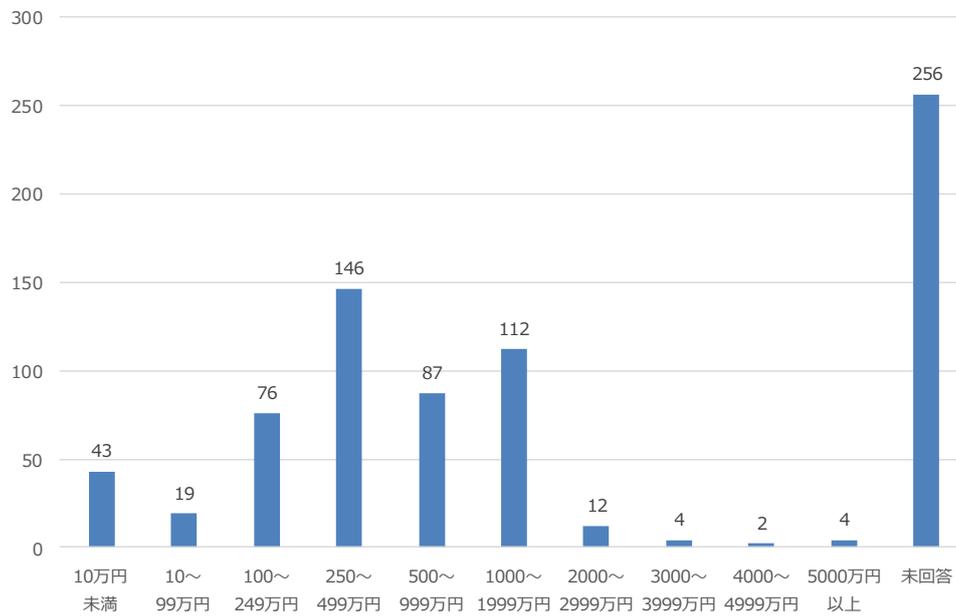
参考. 店舗業態 (単一回答)



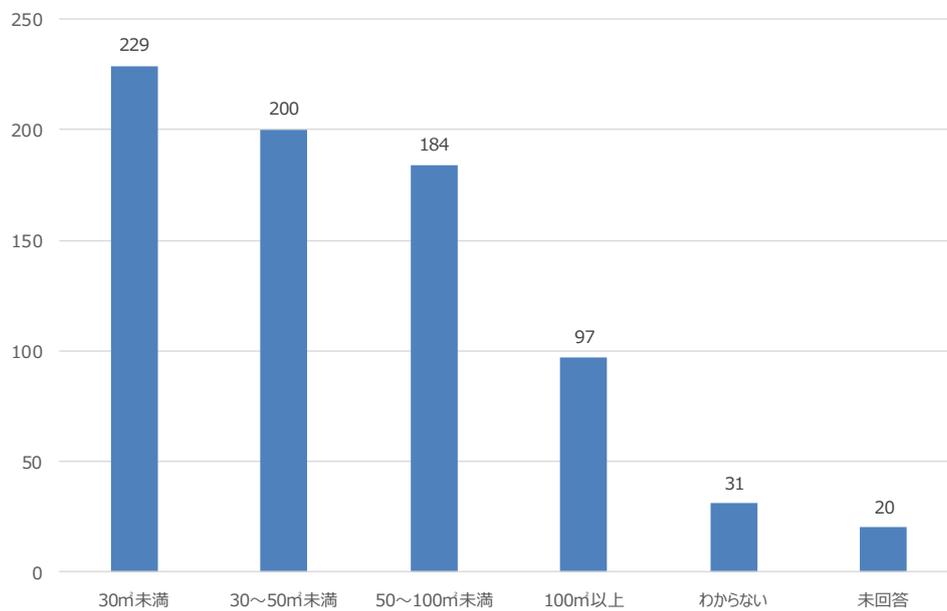
参考. 営業スタイル (単一回答)



参考. 店舗の資本金額 (数値回答)



参考. 厨房等除く店舗の客席面積 (単一回答)

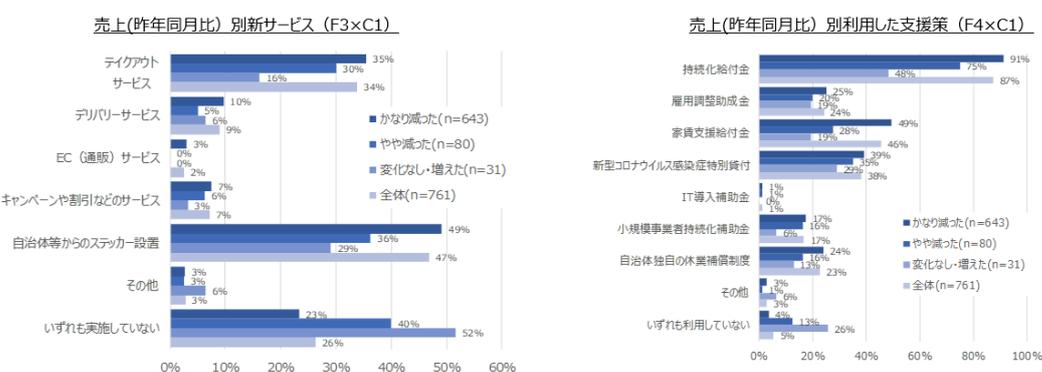


エグゼクティブサマリー

2020年は新型コロナウイルス感染拡大によって、小売業は大きな影響を受けた年となった。実際、緊急事態宣言下において営業自粛した店舗は全体の96%程度であり、新型コロナウイルス感染拡大の影響によって、昨年度対比の売上が「かなり減った」「やや減った」店舗は95%（761店舗中723店舗）であった。

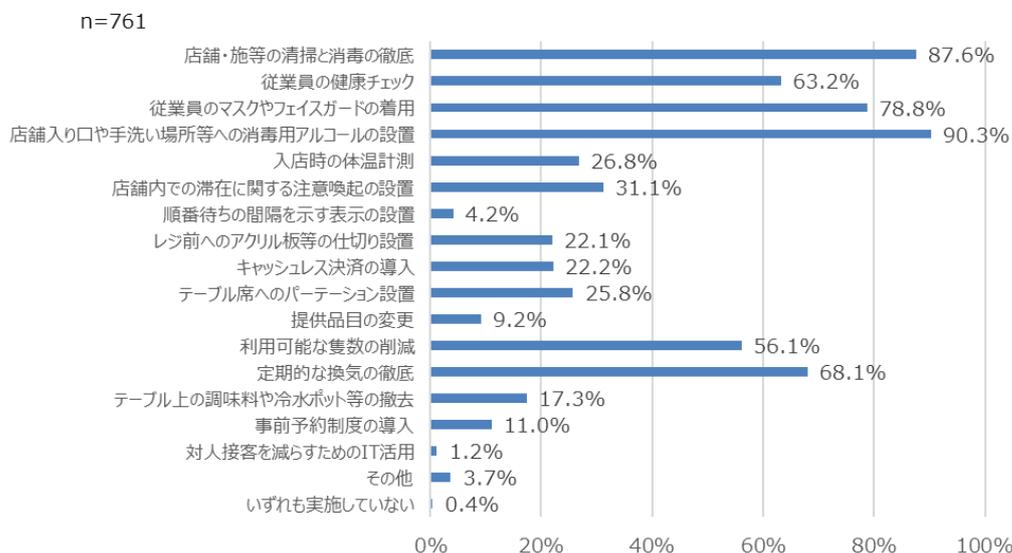


新型コロナウイルス感染拡大に伴い多くの店舗において売上減少の影響があった中、テイクアウト等の新たな取り組みを実施する店舗も多く見られた。特に、昨年度対比の売上が「かなり減った」「やや減った」店舗は「テイクアウト」や「自治体等から配布されたステッカー設置」、「デリバリーサービス」の新たな取り組みの実施率がより高い傾向にあった。また、持続化給付金等の政府支援策への申請は売上の減少状況と相関がみられ、業績が悪い店舗ほど、持続化給付金や雇用調整助成金、家賃支援給付金への申請が多い傾向にあった。



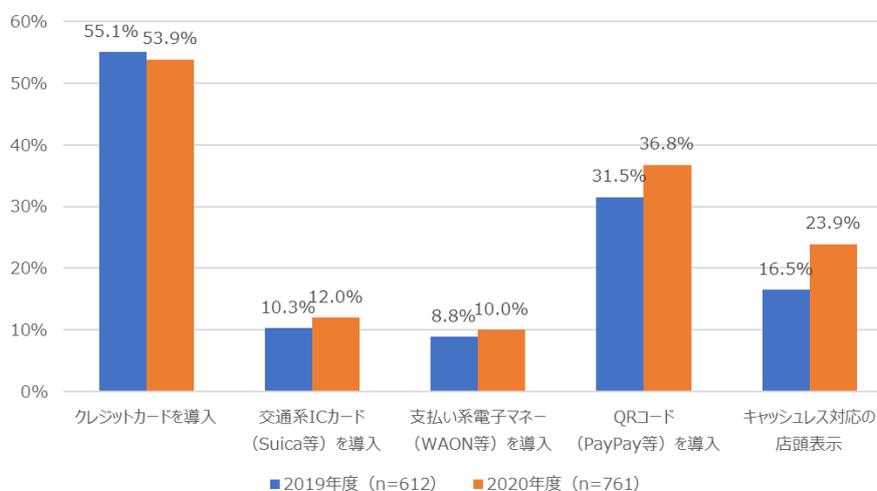
そして新型コロナウイルス感染拡大に伴い、新たな生活様式が定着したのも2020年度の特徴であったが、店舗においても新たな生活様式に則した感染防止の取り組みが定着した。本調査の結果、「清掃と消毒の徹底」「店舗内各所に消毒用アルコールの設置」「従業員のマスクやフェイスガードの着用」「定期的な換気」「座席数の削減」「従業員の健康チェック」の各項目についての実施率が高い傾向にあった。他方、「入店時の体温計測」「店舗内滞在ルール」「(非接触化のための) キャッシュレス」はまだ定着していない結果となった。

感染拡大防止の取り組み (F2, 複数回答)



2019年調査の継続調査項目である「キャッシュレス」の状況においては、クレジットカード以外の全ての項目において昨年度対比で導入店舗数が増加している傾向にあり、中でもQRコードの導入が増加傾向にあった。QRコード導入店舗の増加はPayPay導入店舗の増加が影響していると考えられる。加えて、「キャッシュレス対応の店頭表示」を行う店舗数が増えたのは、新型コロナウイルス感染拡大に伴い、非接触化をアピールするものと考えられる。ただし、先述のように、新型コロナウイルス感染拡大に伴って導入が大幅に加速したかという、全体的な増加率は限定的であった印象である。

キャッシュレス導入状況 (19年・20年比較)



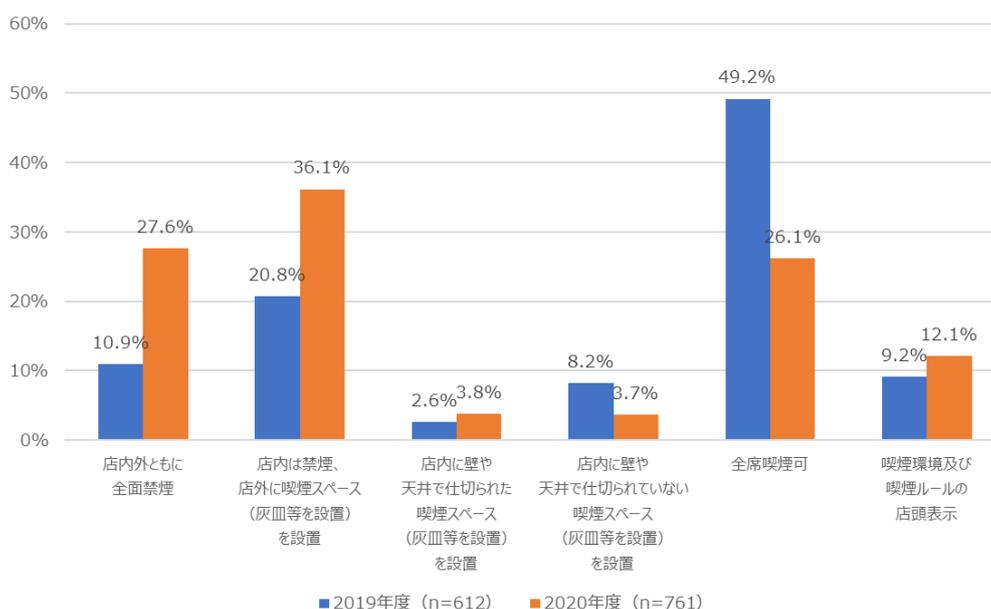
また、キャッシュレス化の課題においては、昨年度対比で、「どのように対策すればよいかわからない」「手間がかかる」との回答は減少している一方で、「費用が高い」との回答が増加している傾向にあった。「課題はない」との回答は昨年度と同程度であり、講じるべき対策は理解したものの、手間や費用等の観点から実現が進んでいない現状がうかがえる。

キャッシュレス導入への課題認識 (19年・20年比較)



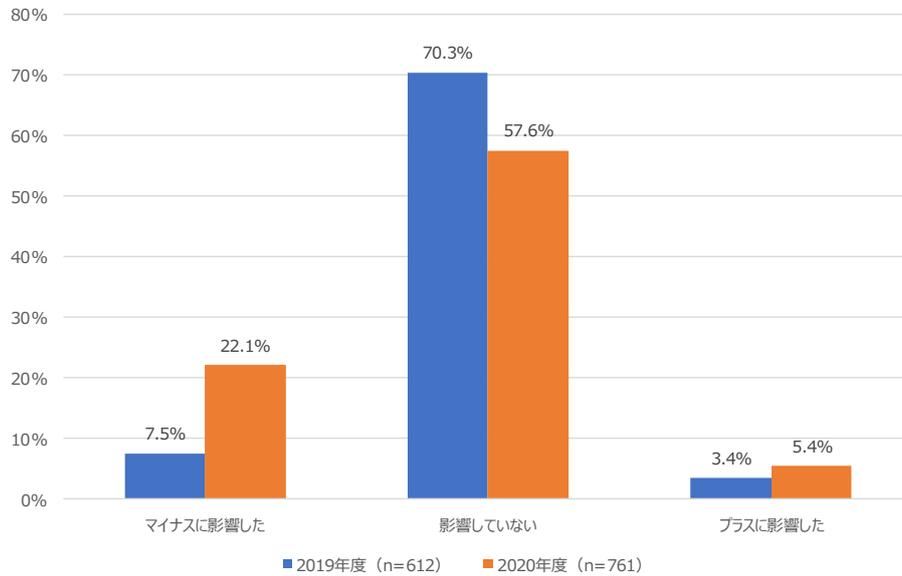
もう1つの2019年からの継続調査項目である「喫煙環境対応」の状況においては、改正健康増進法ならびに自店舗地域の喫煙に関する条例施行に伴い、「店内外ともに全面禁煙」「年内は禁煙、店外に喫煙スペース」は10ポイント以上増加した一方、「全席喫煙可」は10ポイント以上減少する結果となった。

喫煙環境対応状況 (19年・20年比較)



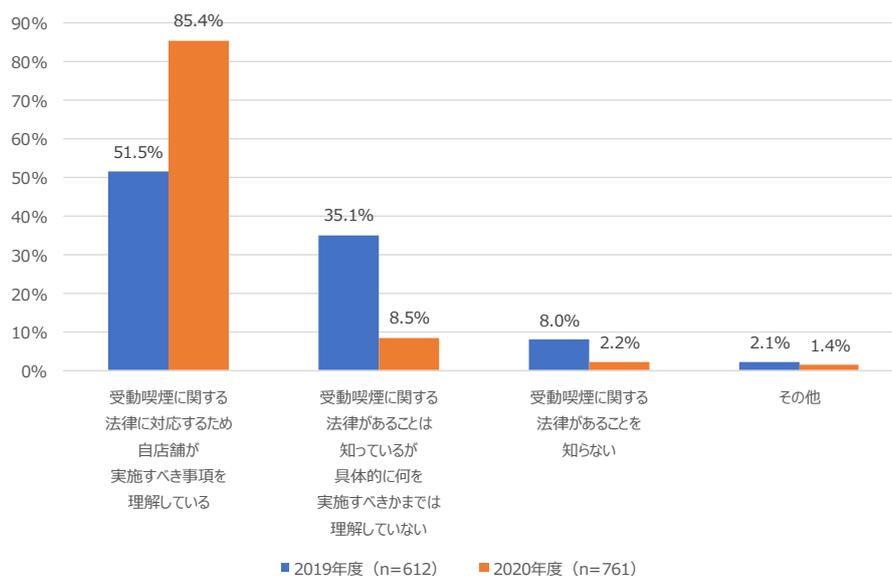
また、これら喫煙環境の対応により売上が「マイナスに影響した」店舗は昨年度対比で 10 ポイント以上増えており、禁煙・分煙化の流れが売上減少に影響していることがうかがえる。

喫煙環境対応による売上増減（19年・20年比較）



改正健康増進法に対する理解は昨年度対比で 30 ポイント以上増加しており、改正健康増進法に対する理解がこの 1 年間で大幅に進んだことがうかがえる。

改正健康増進法に対する理解（19年・20年比較）

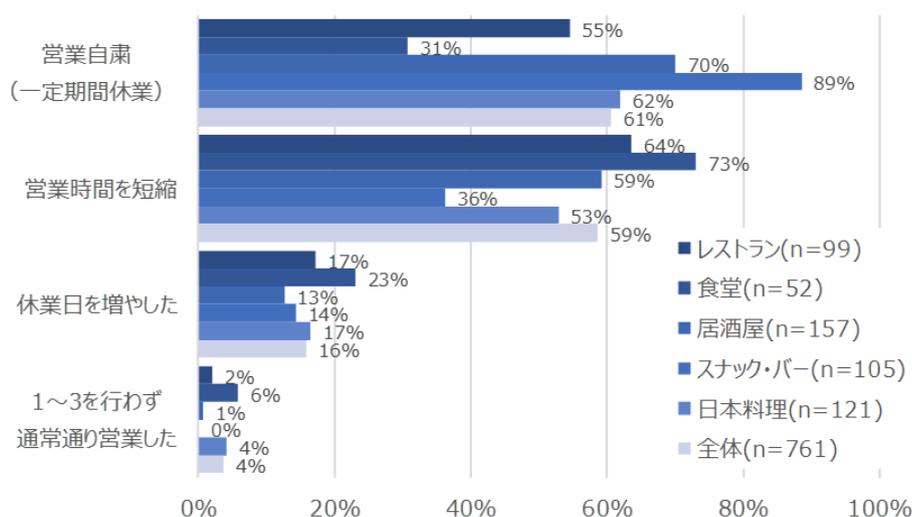


個別調査結果サマリー | 新型コロナウイルス感染拡大の影響

(1) 緊急事態宣言発令中の営業状態

第1回目の緊急事態宣言発令中通常営業だった店舗は4%前後に留まり、96%の店舗が何らかの形で営業形態の変更を行ったと回答。営業自粛はスナック・バー、居酒屋の順に多く、時間短縮は食堂、レストラン、居酒屋の順に多い傾向にあった。

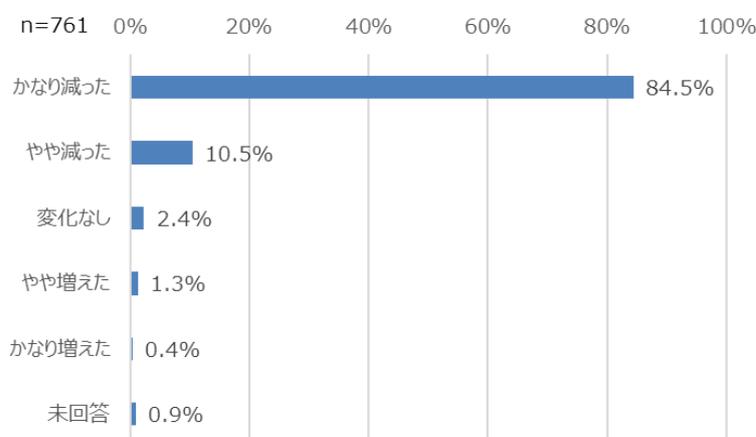
業種別緊急事態宣言発令中の営業状態 (設問 F1×A7)



(2) 業績への影響

新型コロナウイルス感染拡大の影響が大きい今年度は、昨年度対比の売上が「かなり減った」「やや減った」店舗は95% (761店舗中723店舗) であった。

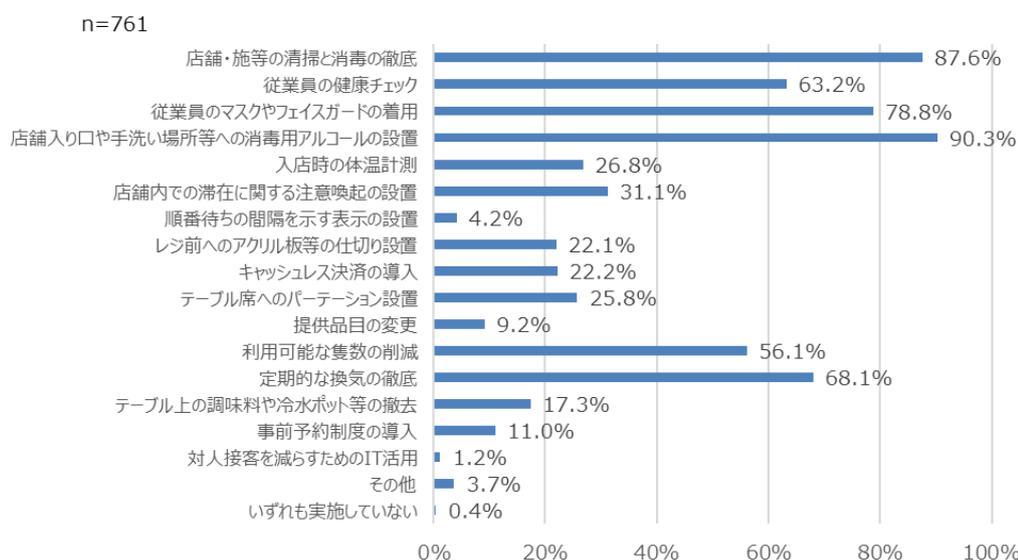
昨年度対比での売上増減 (設問 C1, 単一回答)



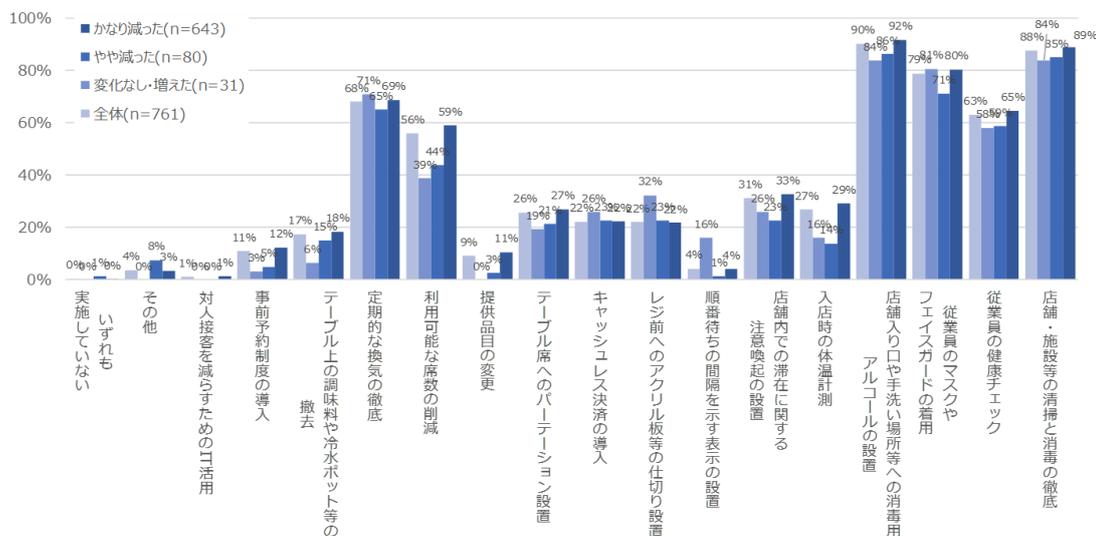
(3) 感染拡大防止の取り組み

「清掃と消毒の徹底」「店舗内各所に消毒用アルコールの設置」「従業員のマスクやフェイスガードの着用」「定期的な換気」「座席数の削減」「従業員の健康チェック」の各項目についての実施率が高い傾向にあった。他方、「入店時の体温計測」「店舗内滞在ルール」（非接触化のための）キャッシュレス」はまだ定着していない結果となった。また売上が「かなり減った」と回答した店舗は、「利用可能席数の削減」「入店時の体温測定」の実施率が高い傾向にあった。

感染拡大防止の取り組み (F2, 複数回答)



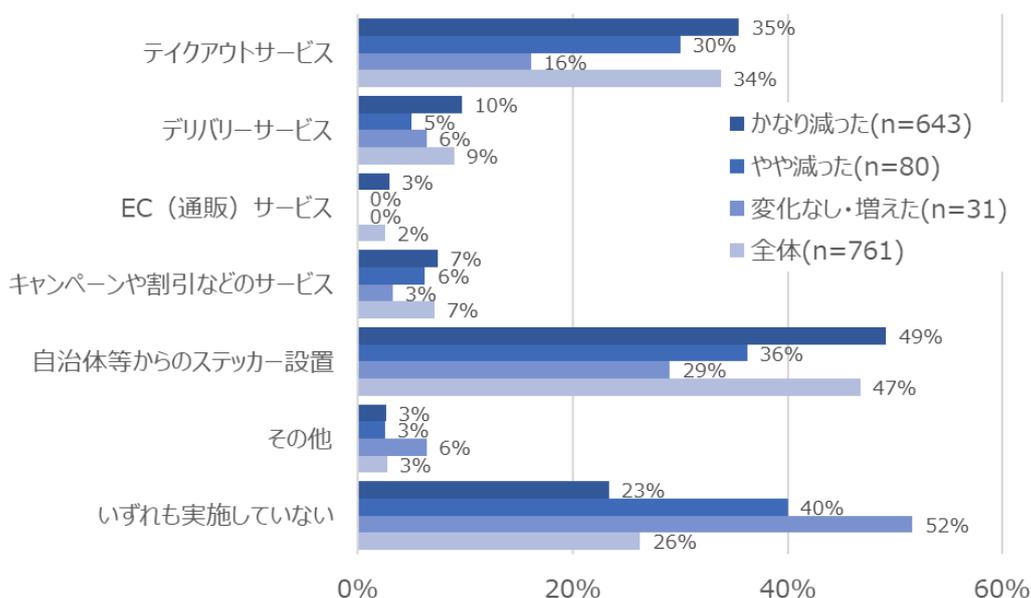
売上増減（昨年同月比）別感染拡大防止の取り組み（設問 F2×C1）



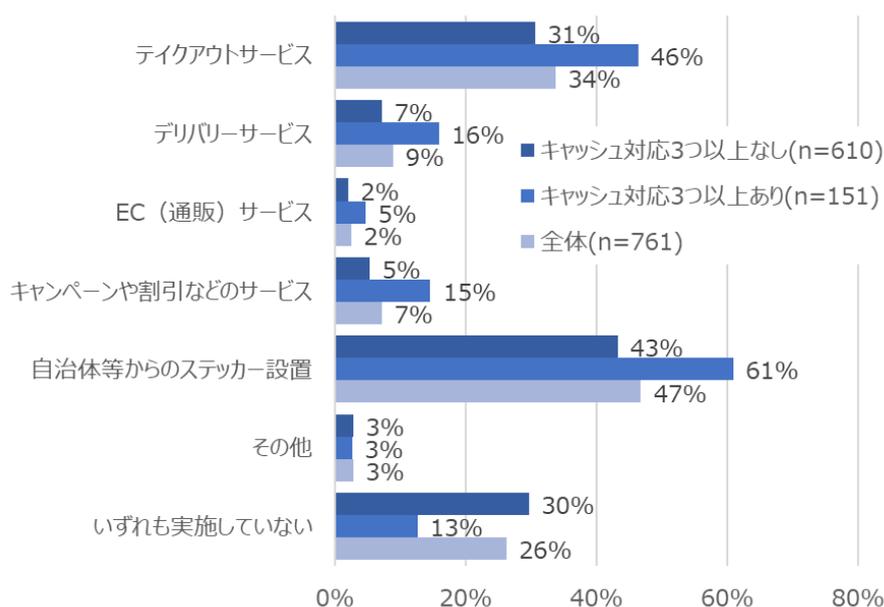
(4) 新たに始めたサービス

新型コロナウイルス感染拡大に伴い、多くの店舗において売上減少の影響があった中、テイクアウト等の新たな取り組みを実施する店舗も多く見られた。特に、昨年度対比の売上が「かなり減った」「やや減った」店舗は、「テイクアウト」や「自治体等から配布されたステッカー設置」「デリバリーサービス」といった新たな取り組みの実施率がより高い傾向にあった。また、キャッシュレス対応店舗はすべてのサービスにおいて実施率が高い傾向にあった。

売上増減（昨年同月比）別新サービス（設問 F3×C1）



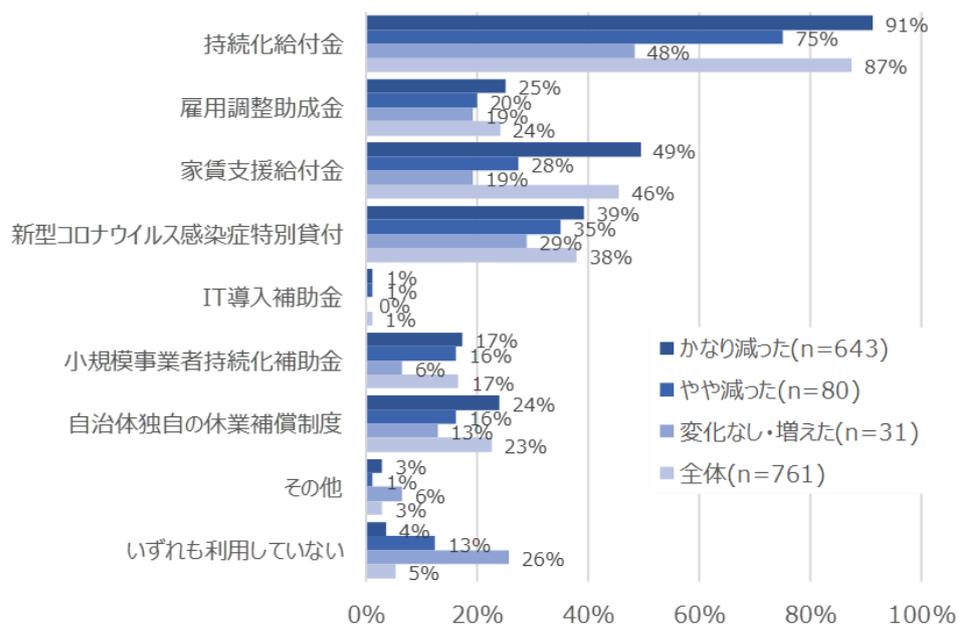
キャッシュレス対応別新サービス（設問 F3×B1）



(5) 利用した支援策

持続化給付金等の政府支援策への申請は、売上の減少状況と相関がみられ、業績が悪い店舗ほど、持続化給付金や雇用調整助成金、家賃支援給付金への申請が多い傾向にあった。

売上増減（昨年同月比）別利用した支援策（設問 F4×C1）

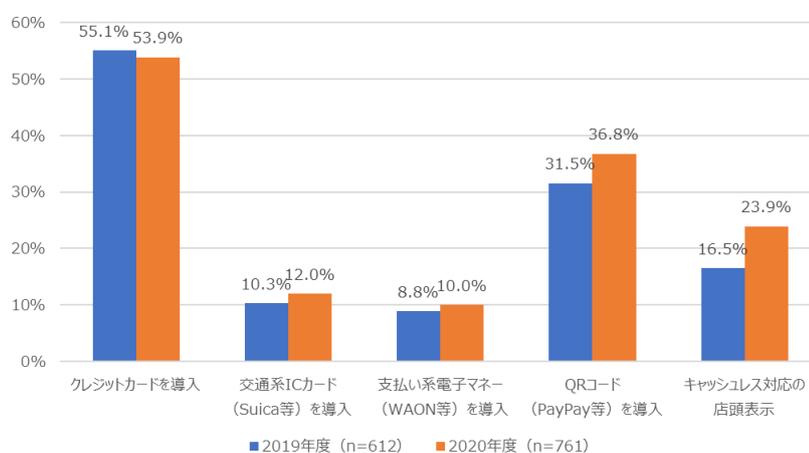


個別調査結果サマリー | キャッシュレス対応

(1) キャッシュレス対応状況

2019年調査の継続調査項目である「キャッシュレス」の状況としては、クレジットカード以外の全ての項目において昨年度対比で導入店舗数は増加している傾向にあり、中でもQRコードの導入が増加傾向にあった。QRコード導入店舗の増加は、PayPay導入店舗の増加が影響していると考えられる。加えて、「キャッシュレス対応の店頭表示」を行う店舗数が増えたのは、新型コロナウイルス感染拡大に伴い、非接触化をアピールするものと考えられる。ただし、先述のように、新型コロナウイルス感染拡大に伴って導入が大幅に加速したかという点、全体的な増加率は限定的であった印象である。

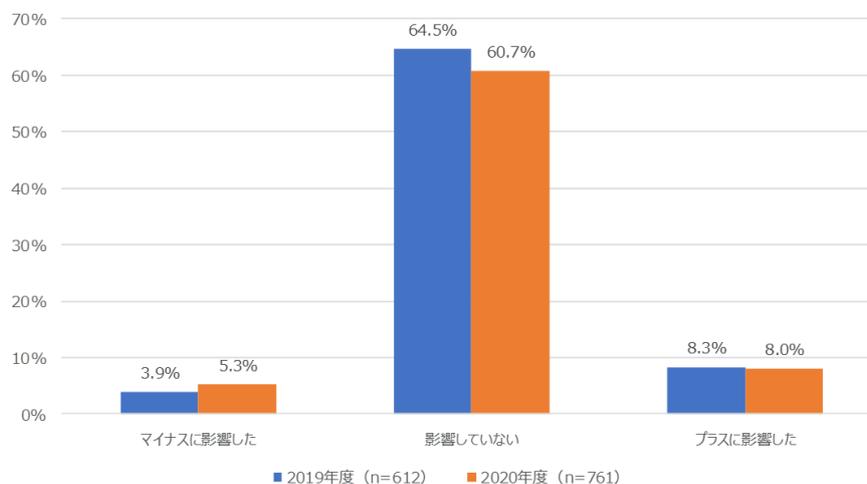
キャッシュレス導入状況（19年・20年比較）



(2) 業績への影響

キャッシュレス対応による売上への影響は、「プラスに影響した」「マイナスに影響した」を合計しても13ポイント程度に留まり、昨年に引き続き各店舗の業績への貢献は軽微であった。

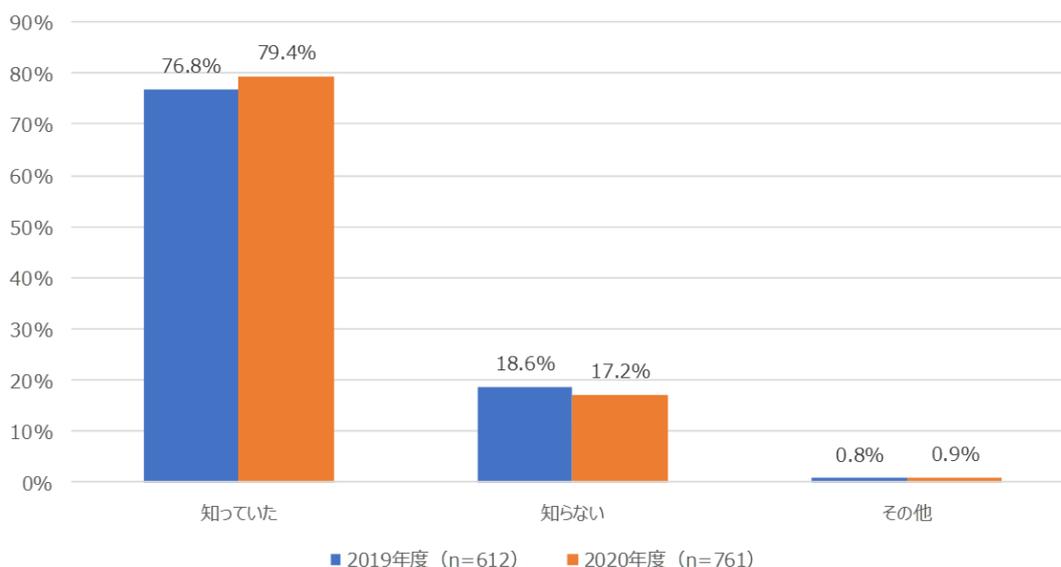
キャッシュレス導入による業績への影響（19年・20年比較）



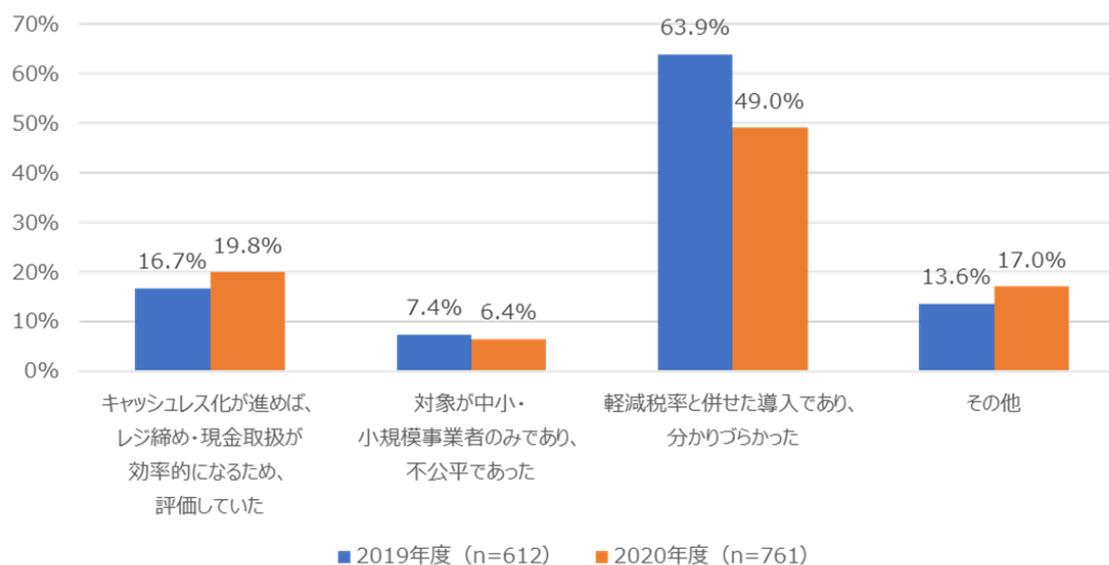
(3) キャッシュレス・消費者還元事業への理解

キャッシュレス・消費者還元事業を「知っていた」との回答が微増傾向。また、事業の評価に関する設問では、「レジ締め・現金取扱が効率的になるため評価していた」との回答が3ポイント増加、「軽減税率と併せた導入で分かりづらかった」が14ポイント減少。本事業は2020年6月に終了しているが、一定程度店舗から理解・評価を受けていることがうかがえる。

キャッシュレス・消費者還元事業の理解（19年・20年比較）



キャッシュレス・消費者還元事業の評価（19年・20年比較）



(4) キャッシュレス化の課題及び今後の取り組み

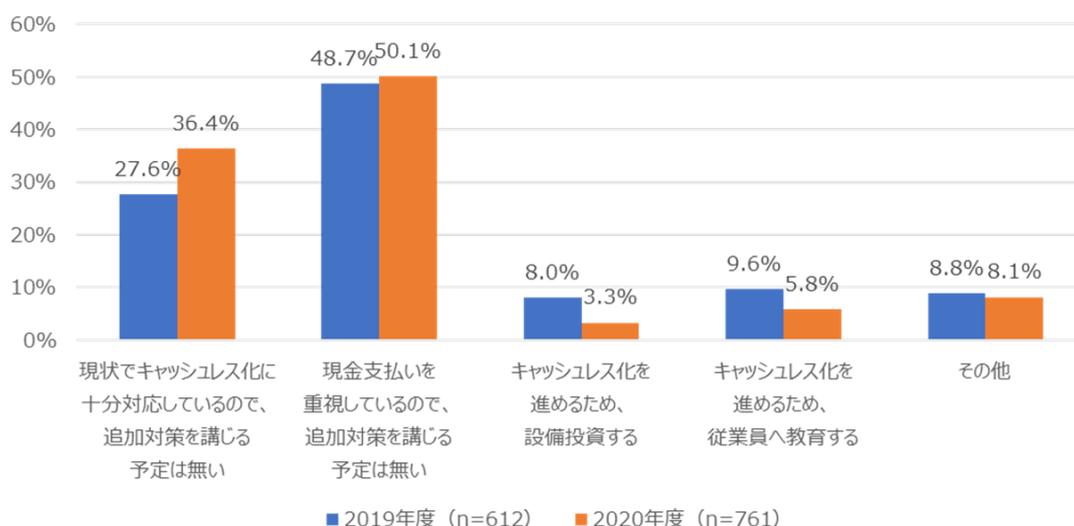
キャッシュレス化の課題においては、昨年度対比で、「どのように対策すればよいか分からない」「手間がかかる」との回答は減少している一方で、「費用が高い」との回答が増加している傾向にあった。「課題はない」との回答は昨年度と同程度であり、講じるべき対策は理解したものの、手間や費用等の観点から実現が進んでいない現状がうかがえる。

また、今後のキャッシュレス化に向けた取り組みについては、「追加対策を講じる予定はない」との回答が増加。「設備投資する」「従業員へ教育する」との回答も減少傾向にあることから、キャッシュレス化を既に推進した店舗と、今後も現金支払い重視で運営予定の店舗の2極化が進んでいると思われる。

キャッシュレス導入への課題認識 (19年・20年比較)



今後のキャッシュレス取り組み予定 (19年・20年比較)

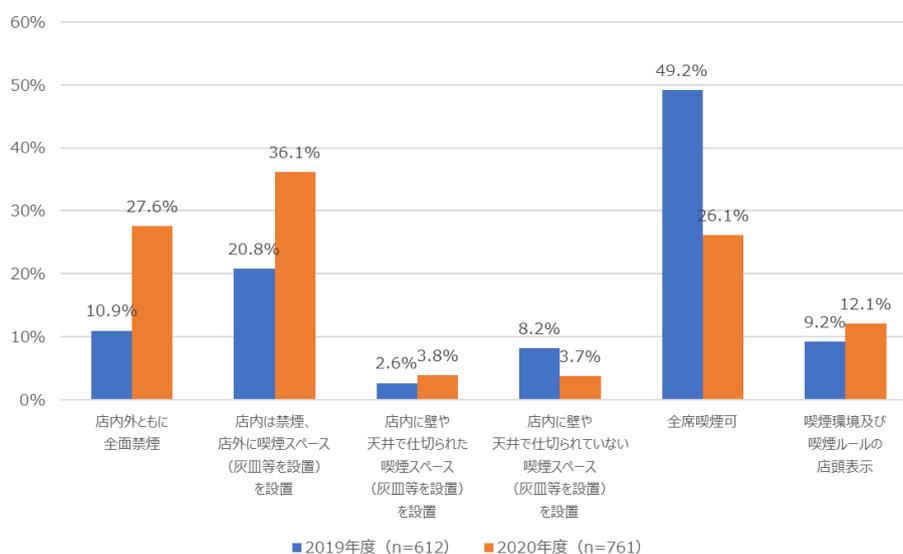


個別調査結果サマリー | 喫煙環境対応

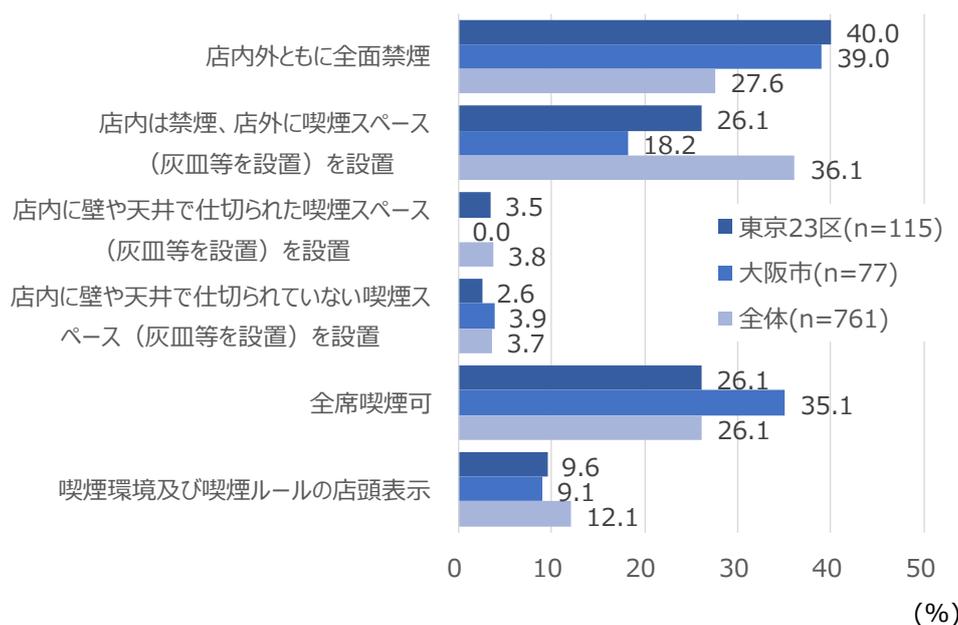
(1) 禁煙・分煙対応状況

2019年からの継続調査項目である「喫煙環境対応」の状況においては、改正健康増進法ならびに自店舗地域の喫煙に関する条例施行に伴い、「店内外ともに全面禁煙」「店内は禁煙、店外に喫煙スペース」は10ポイント以上増加した一方、「全席喫煙可」は10ポイント以上減少する結果となった。また、都心店舗のみ抽出した結果、全国に比べて「全面禁煙」の比率が高く、「店内禁煙」が低い傾向が見られた。

喫煙環境対応状況（19年・20年比較）



店舗において既に実施している取り組み（設問 B1, 複数回答可） ※都心のみ

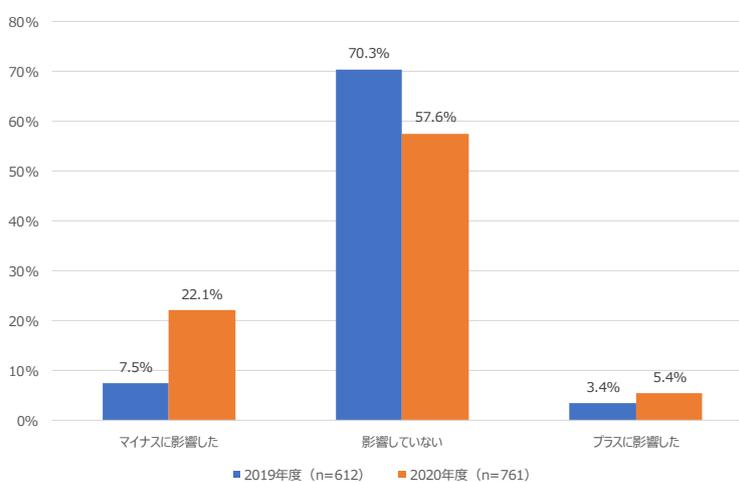


(2) 業績への影響

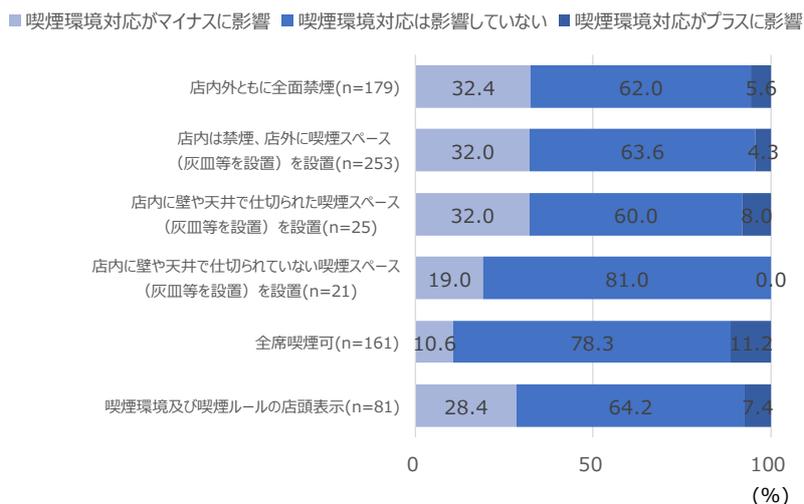
喫煙環境の対応により売上が「マイナスに影響した」店舗は昨年度対比で 10 ポイント以上増えており、禁煙・分煙化の流れが売上減少に影響していることがうかがえる。なお、対応別にみると、「店内外ともに全面禁煙」の店舗で、業績が「マイナスに影響した」割合が最も高かった（32.4%）。

特に、前年は全席喫煙可であり、かつ喫煙スペースを設ける場所がないと回答した店舗で、全面禁煙・店内禁煙に移行した店舗においては、業績に「マイナスに影響」との回答が約 6 割であった。喫煙スペースの関係で禁煙とせざるをえず、業績悪化に苦しむ店舗も存在すると思われる。

喫煙環境対応による売上増減（19年・20年比較）



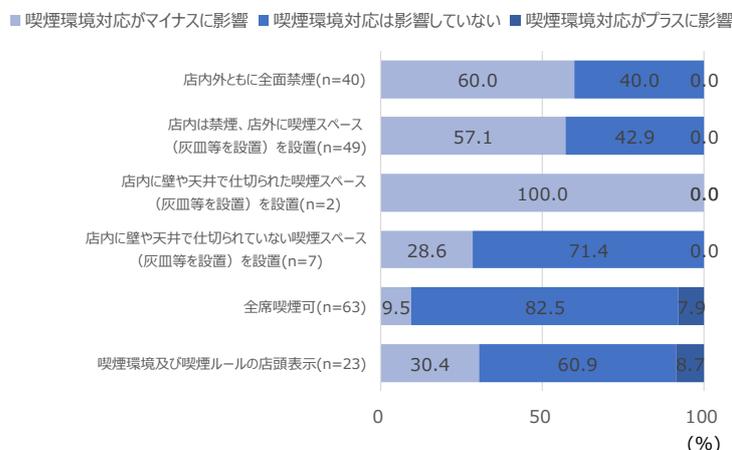
店舗において既に実施している取り組み（設問 B1, 複数回答可）×各種対応による業績への影響（設問 C2, 1つだけ¹）



¹ n=30s 未満は参考値

店舗において既に実施している取り組み（設問 B1,複数回答可）×各種対応による業績への影響（設問 C2, 1つだけ）

※設問 D8①前年で「全席喫煙可」×設問 D⑩で「喫煙スペースを設ける場所がない」と回答した店舗を抽出



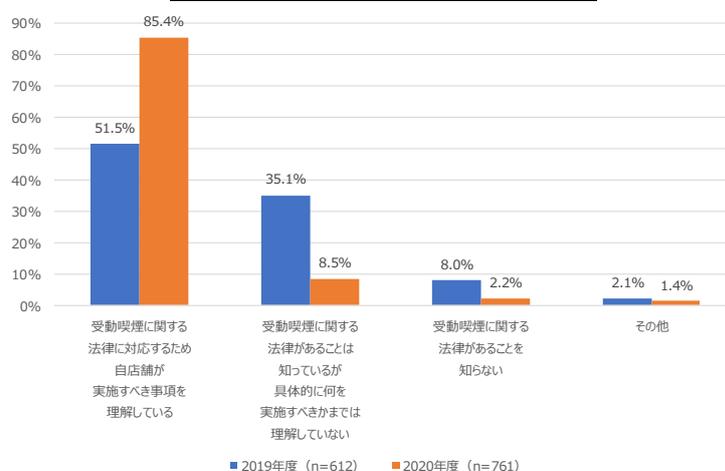
(3) 法令・条例への理解

店舗勤務者の改正健康増進法に対する理解の程度は、「法律の存在は知っているが具体的な内容を知らない」「法律があることを知らない」との回答が大幅に減少し、「内容まで理解している」との回答が30ポイント以上増加した。改正健康増進法の認知がこの1年で大きく進んだことがうかがえた。

また、受動喫煙に関する条例があることを知らない人は、昨年度から半減しており、多くの飲食店勤務者が自店舗エリアの受動喫煙に関する条例を認識している。改正健康増進法と同様、飲食店における喫煙環境変化に対する関心の高まりがうかがえた。

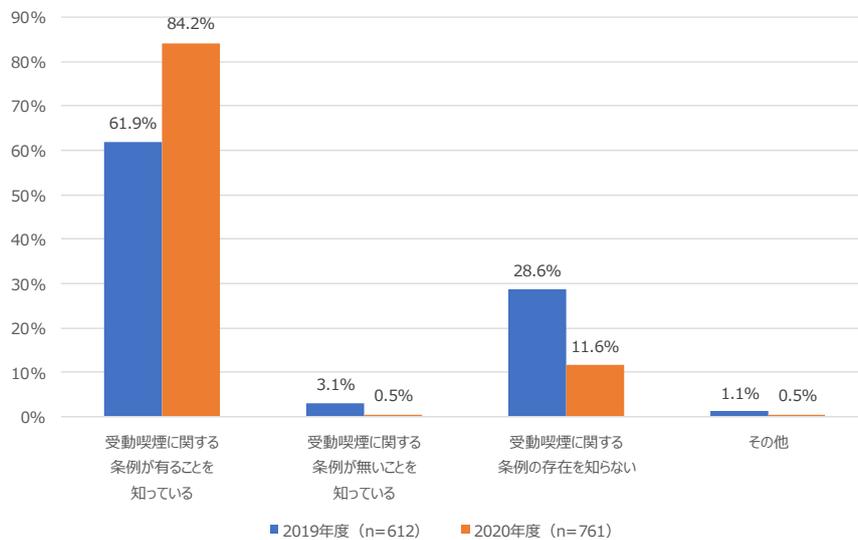
なお、条例制定エリア²における受動喫煙に関する条例への認知度は、その他のエリアに比べて高い傾向にあった。また、条例が無いのに「条例がある」と認識している店舗が77.1%と、条例に対して誤認識している店舗が相当数存在した。

改正健康増進法の理解（19年・20年比較）

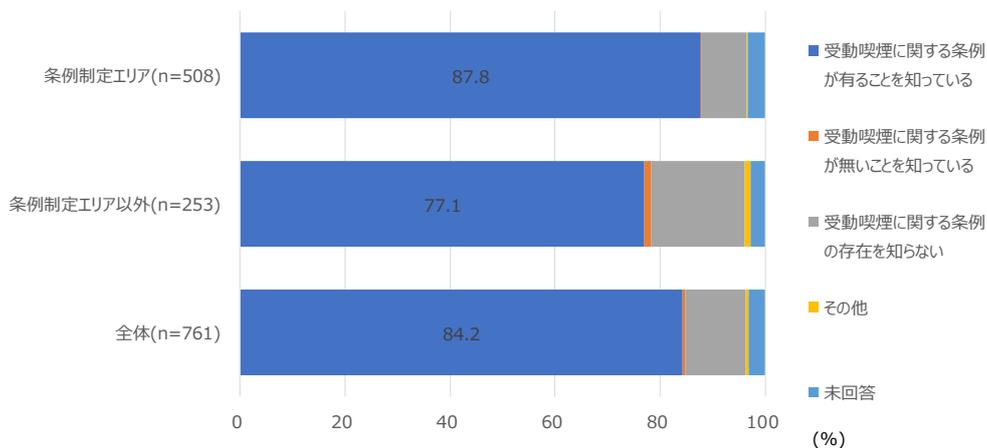


² 東京都、神奈川県、静岡県、大阪府、兵庫県、広島県、北海道

受動喫煙に関する条例への意識（19年・20年比較）



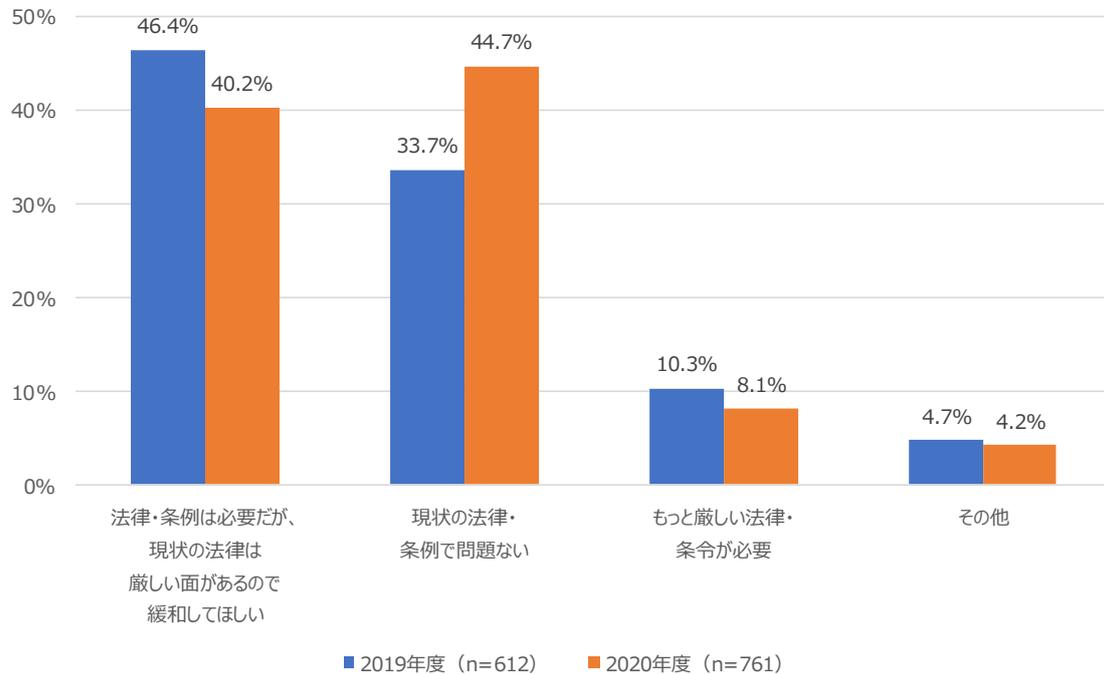
受動喫煙に関する条例への意識（設問 D3, 1 つだけ） ※条例制定エリアと条例制定エリア以外



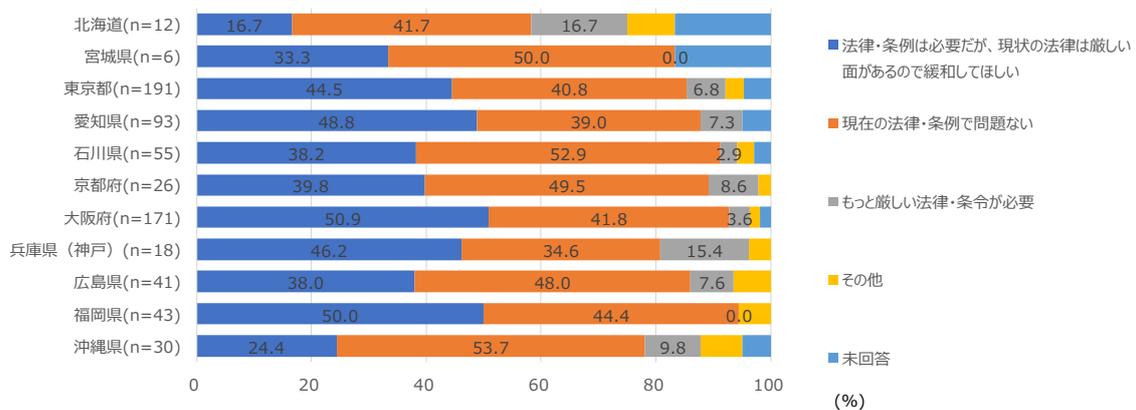
また、受動喫煙に関する法律・条例の評価としては「現在の法律・条例で問題ない」との回答が11ポイント増加した。昨年度は「緩和してほしい」との回答が最も多かったが、今年度調査では「現状で問題ない」との回答が最多となり、順位が逆転した。

特に東京都・愛知県・大阪府・神戸・福岡県など都市部の地域で、緩和要望の程度が高くなる傾向が見られた。

受動喫煙に関する法律・条例の評価（19年・20年比較）



受動喫煙に関する法律・条例への評価（設問 D5, 1 つだけ） ※条例制定エリアと条例制定エリア以外



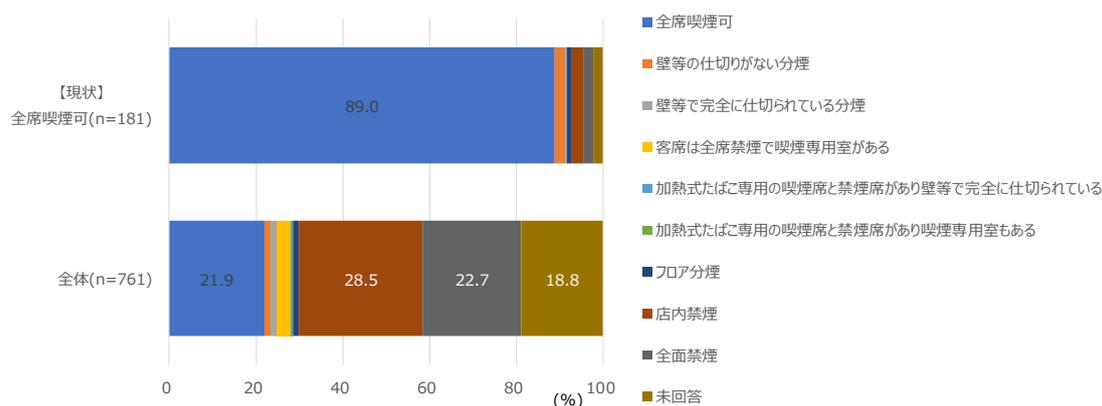
(4) 今後の受動喫煙防止策・課題

今後の受動喫煙防止策として、「全席喫煙可（21.9%）」「店内禁煙（28.5%）」と回答した店舗の割合が高い傾向にあった。また、改正健康増進法施行後も全席喫煙を維持している店舗は、89%は全席喫煙を維持する方向であった。

今後の受動喫煙防止策（設問 D8, 1 つだけ）

選択肢	前年	現状	今後
	割合	割合	割合
全席喫煙可	52.3%	23.8%	21.9%
壁等の仕切りがない分煙	3.9%	1.7%	1.4%
壁等で完全に仕切られている分煙	2.6%	1.6%	1.3%
客席は全席禁煙で喫煙専用室がある	0.7%	2.2%	3.2%
加熱式たばこ専用の喫煙席と禁煙席があり壁等で仕切られている	0.1%	0.4%	0.5%
加熱式たばこ専用の喫煙席と禁煙席があり喫煙専用室もある	0.4%	0.1%	0.1%
フロア分煙	1.2%	1.1%	1.4%
店内禁煙	12.1%	30.4%	28.5%
全面禁煙	9.6%	22.2%	22.7%

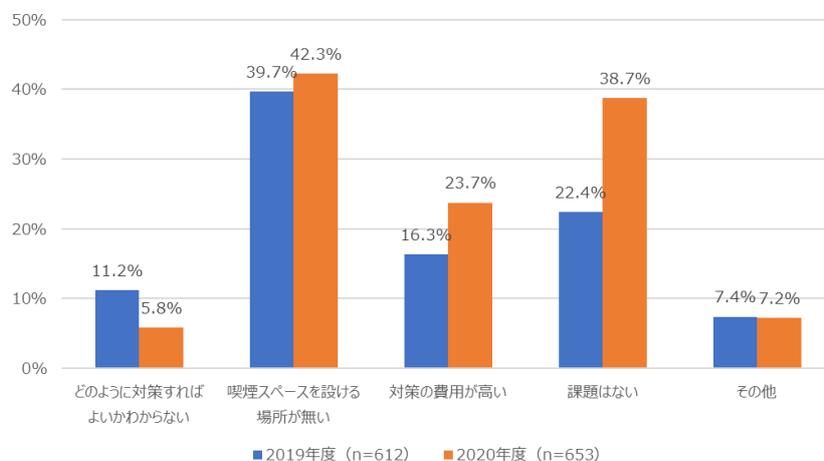
今後の受動喫煙防止策（設問 D7, 1 つだけ） ※現状の全席喫煙可の店舗と全体の比較



今後の分煙・禁煙対策の課題としては「課題はない」との回答が 15 ポイント増加していることから、一定程度禁煙・分煙対策が進んだことがうかがえた。

また、「どのように対策すればよいかわからない」との回答が 5 ポイント減少した一方で、「場所がない」「費用が高い」との回答が微増傾向にあり、対策に関する具体的な課題を抱える店舗も一定数存在しているものと思われる。

禁煙・分煙対策の課題（19年・20年比較）



(5) 資本金 5000 万円以下、店舗面積 100 m²以下、個人経営の店舗

改正健康増進法によって「原則屋内禁煙」の対象となるのは、既存店舗であり、資本金 5,000 万円以下、客席面積 100 m²以下の店舗となる。加えて、受動喫煙に関する条例のある東京都等では、個人・家族経営などで従業員がいない店舗が「原則屋内禁煙」の対象となる。参考までに、本調査の結果では、客席面積 100 m²以下、資本金 5,000 円以下の店舗は 53%であり、左記 2 条件に加えて個人経営の店舗は全体の 4%であった。

(参考) 改正健康増進法および東京都受動防止条例

	改正健康増進法	東京都受動喫煙防止条例
規制内容	原則屋内禁煙	原則屋内禁煙
規制の対象	<ul style="list-style-type: none"> ● 既存店（2020年3月31日までに開業） ● 資本金 5,000 万円以下 ● 客席面積 100 m²以下 	<ul style="list-style-type: none"> ● 個人・家族経営など従業員がいない

客席面積 100 m²以下、資本金 5,000 円以下であり、かつ、個人経営の店舗

資本金5000万円以下、店舗面積100m²以下の店舗（設問A3×A9）

※下段は割合

	資本金5000 万 以下	資本金5000 万 以上	未回答	合計
100m ² 以下	402 53%	3 0%	208 27%	613 81%
100m ² より大きい	79 10%	1 0%	17 2%	97 13%
わからない	15 2%	0 0%	16 2%	31 4%
未回答	5 1%	0 0%	15 2%	20 3%
合計	501 66%	4 1%	256 34%	761 100%

資本金5000万円以下、店舗面積100m²以下、個人経営*の店舗

※下段は割合（分母は761人）

	個人経営 (アルバイト雇 用ゼロ)	個人経営以外 (アルバイト雇 用あり)	合計
社員数 0人	27 4%		
社員数 4人以下	30 4%		
社員数 5-9人	1 0%		
社員数 10人以上	0 0%		
未回答	2 0%		
合計	64 8%	278 37%	342 45%

本調査に関する問い合わせ先

株式会社日本総合研究所 リサーチ・コンサルティング部門

サステナブル・ストラテジー&オペレーショングループ

大森 充、山口 翔平、湯浅 夢奈