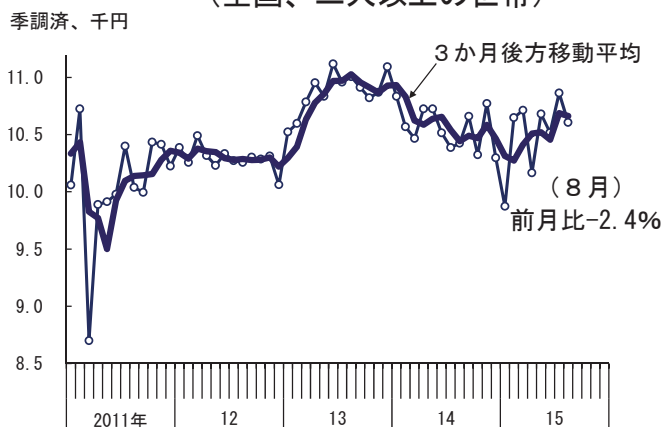


**外食需要動向（2015年8月）**  
家計の外食支出は緩やかな回復から弱含みに転じる

**○8月の家計の外食支出は弱含み**

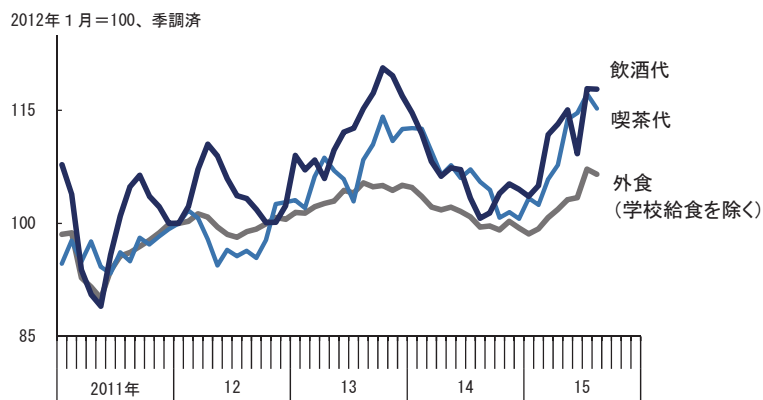
・総務省が10月2日に発表した2015年8月の「家計調査」によると、全国の1世帯あたり実質外食支出（二人以上の世帯、学校給食を除く、季調済）は前月比2.4%減となった（図表1）。8月は実収入の増加などを背景に、家計の実質消費支出全体（除く住居等）が2か月連続の増加となったが、外食支出に関しては8月中旬以降の天候不順などにより弱含みとなった。足元では、これまでの外食支出の緩やかな回復を牽引してきた喫茶代と飲酒代が減少した（図表2）。

**図表1 前年を下回った  
実質外食支出金額  
（全国、二人以上の世帯）**



注1：学校給食を除く外食（一般外食）。  
注2：実質化と季節調整は浜銀総合研究所が実施。  
出所：総務省「家計調査」より浜銀総合研究所作成

**図表2 飲酒代と喫茶代の増勢が鈍化  
（全国、二人以上の世帯のうち勤労世帯）**



注1：季節調整済み実質金額の3か月後方移動平均値を、2012年1月を100として指数化した値。  
注2：喫茶代は飲み物（酒類を除く）、菓子及び果物の外食。  
注3：飲酒代は飲酒に伴う料理代、飲酒を目的とした諸会費も含む。  
注4：実質化と季節調整は浜銀総合研究所が実施。  
出所：総務省「家計調査」より浜銀総合研究所作成

**○外食産業売上高の基調も弱い**

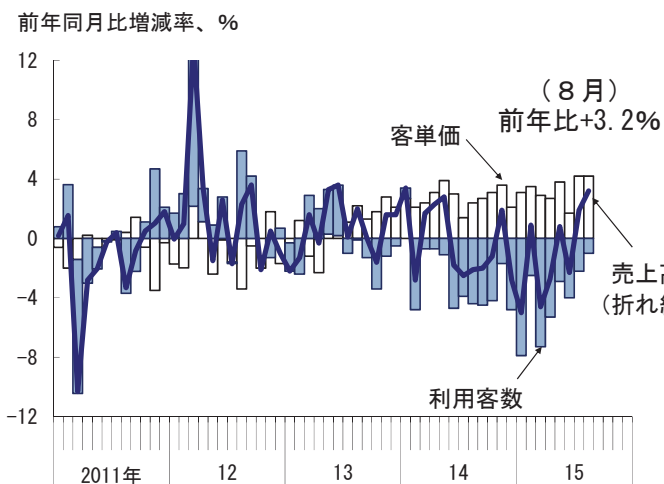
・一方、一般社団法人日本フードサービス協会が9月25日に発表した8月の外食産業売上高は前年同月比3.2%増となった（次頁、図表3）。ただし、前年同月（2014年8月）が賞味期限切れ食肉問題の影響により大きく落ち込んでいたため、当月の前年同期比の伸び率が高めにしやすい面がある。一昨年（2013年8月）を基準とした増減率を算出すると、今年8月の外食産業売上高は1.0%増にとどまり、外食産業売上高の基調はいまだ弱い。

- ・売上高を利用客数と客単価に分解すると、利用客数は低迷が続いている。一方、客単価は前年を上回って推移しており、外食価格の引き上げや高価格メニューの投入などが外食産業売上高を下支えする構図が続いている。

### ○大手外食企業が限定値下げにより家計の外食需要を刺激

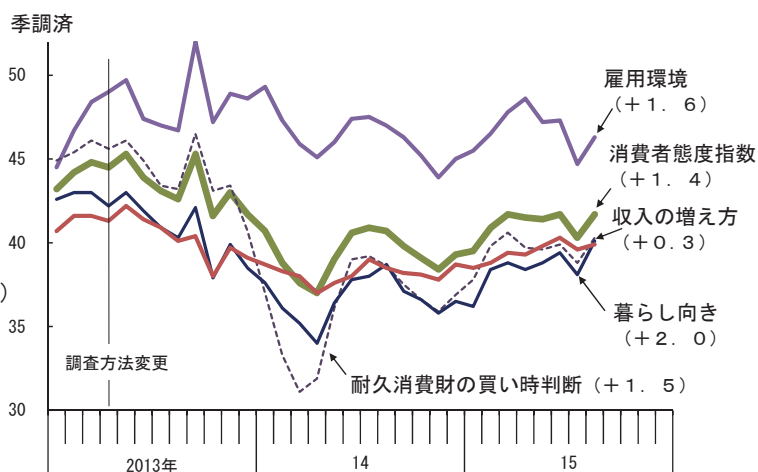
- ・この先、家計の消費マインドの改善は大きく進展せず、家計はレジャー的要素の強い外食需要の抑制を強める恐れがある。景気回復の足取りがおぼつかない中、残業代が弱含むなど家計所得の増え方に不透明感が出てきているためである。内閣府「消費動向調査」によると、消費者態度指数は2015年2月以降、ほぼ横ばい圏内で推移している（図表4）。
- ・なお、大手牛丼チェーンは2015年9月末から10月にかけて、期間または地域限定で値下げを実施する予定である。外食企業による価格に敏感な家計への需要刺激策が呼び水となり、家計の外食支出全体が再び回復に転じることが期待されるが、一方では外食産業におけるデフレ脱却の動きが一時的に停滞する恐れもある。

図表3 外食産業売上高は2か月連続で前年比プラス（全国、全店）



注1：全店とは、既存店と新規店の合計。  
 注2：売上高と客単価は税抜き価格による比較。  
 出所：一般社団法人日本フードサービス協会「外食産業市場動向調査」

図表4 家計の消費マインドは横ばい圏内を推移（全国、一般世帯）



注1：カッコ内の数値は、2015年8月調査結果の前月差。  
 注2：2015年8月調査の調査基準日は8月15日、有効回答数は5,518世帯で、うち一般世帯数は4,034世帯。  
 出所：内閣府「消費動向調査」より浜銀総合研究所作成

担当：調査部 佐橋 官  
 TEL 045-225-2375  
 E-mail: [sahashi@yokohama-ri.co.jp](mailto:sahashi@yokohama-ri.co.jp)

本レポートの目的は情報の提供であり、売買の勧誘ではありません。本レポートに記載されている情報は、浜銀総合研究所・調査部が信頼できると考える情報源に基づいたものですが、その正確性、完全性を保証するものではありません。