

外食需要動向（2015年9月）
秋の大型連休が家計の外食需要を押し上げる

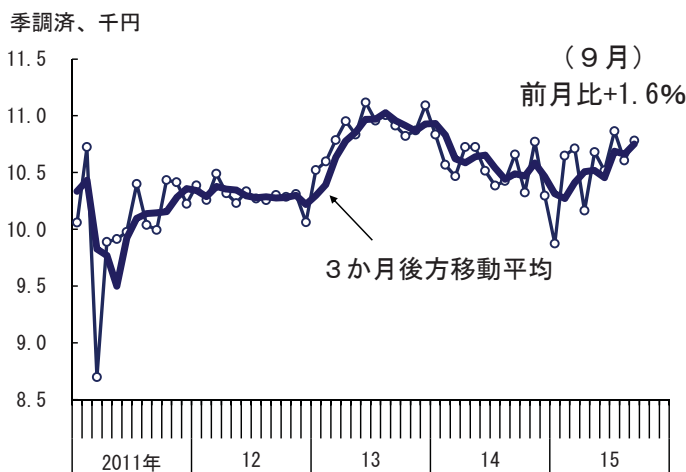
○9月の家計の外食支出は前月を上回る

・総務省が10月30日に発表した2015年9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1.6%増となった（図表1）。月の前半は関東・東北地方の豪雨などにより家計の外食機会が抑制された。しかしながら、後半は秋の大型連休（シルバーウィーク）がおおむね好天となったことで、国内の観光やレジャーなどに伴う外食需要が盛り上がり、当月の家計の外食支出金額全体を押し上げた。

○外食産業売上高は3か月連続の増加

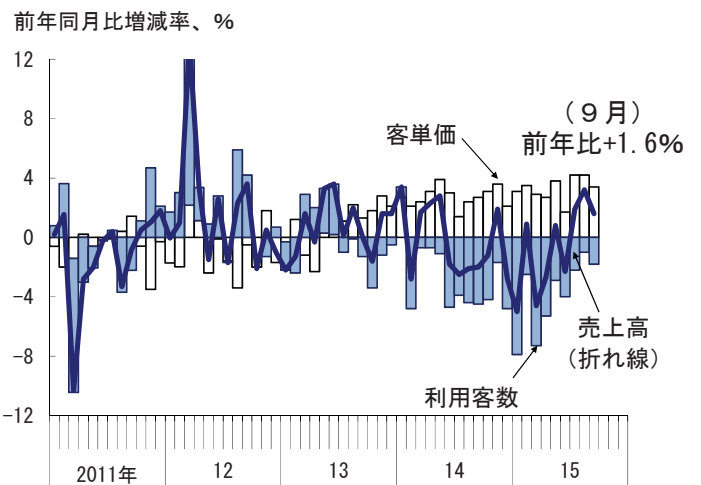
・一方、一般社団法人日本フードサービス協会が10月26日に発表した9月の外食産業売上高は前年同月比1.6%増となった（図表2）。前年同月比プラスは3か月連続で、足元の外食産業売上高は持ち直す方向にある。ただし、この数値を評価する際には前年同月（2014年9月）が賞味期限切れ食肉問題の影響により落ち込んでいたことを考慮する必要がある。一昨年（2013年9月）を基準とした増減率を算出すると今年9月の外食産業売上高は0.4%減となり、足元の外食産業売上高が依然、低水準にとどまっている様子がうかがえる。

**図表1 実質外食支出金額は前月比プラス
（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 外食産業売上高は3か月連続で
前年を上回った（全国、全店）**

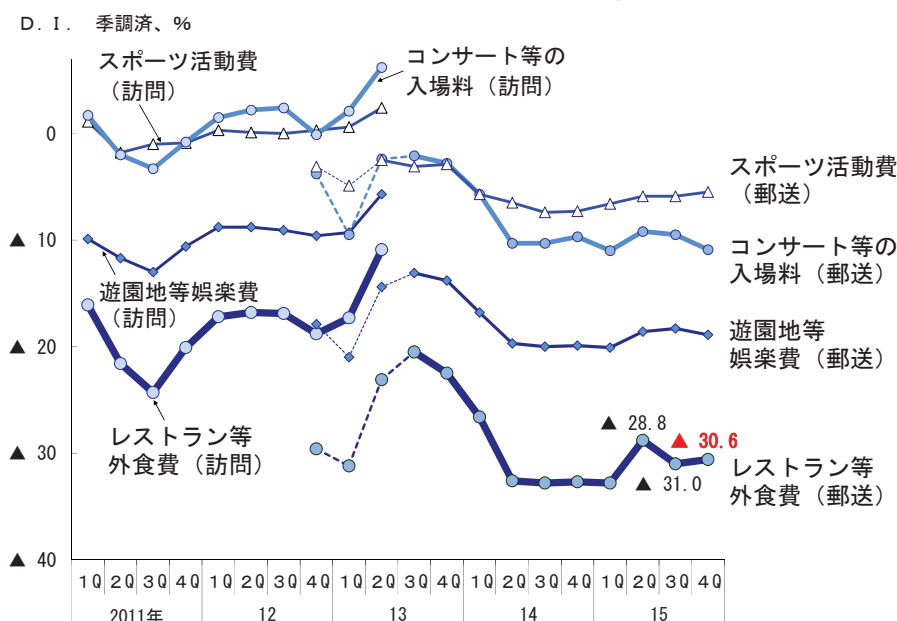


注1：全店とは、既存店と新規店の合計。
注2：売上高と客単価は税抜き価格による比較。
出所：一般社団法人日本フードサービス協会
「外食産業市場動向調査」

○家計の外食マインドの回復は鈍い

- ・なお、前述のように足元の家計の実質外食支出は増加傾向にある（前頁、図表1）ものの、外食マインドの回復が鈍く、需要回復の基盤が依然として弱い状態にあることに注意が必要である。内閣府「消費動向調査」（2015年9月調査）のレストラン等外食費D.I.（今より支出を「増やす」マイナス「減らす」、一般世帯、季調済）をみると、2015年第4四半期の見通しは▲30.6と前期比0.4%ポイントの改善に留まり、引き続き低い水準にある（図表3）。
- ・したがって、仮にこの先、景気の先行きに対する不透明感が強まったり、また一巡していた外食価格の引き上げが再び相次ぐなど、家計の外食マインドに対してマイナスの要因が強まれば、家計の外食需要は下振れする可能性が高い。

図表3 家計の外食マインドの改善は小幅に留まる
(サービス支出D.I.、全国、季調済)



注1：サービス支出D.I.は、今後3か月間に、現在よりも支出を「増やす」という回答割合から「減らす」という回答割合を引いた値。

注2：2015年第4四半期の値は、2015年9月調査における2015年10～12月の支出予定に関するD.I.。

注3：2013年第2四半期までの値は訪問調査、2013年第3四半期以降の値は郵送調査による。なお、2012年第4四半期から2013年第2四半期は、訪問調査と郵送による試験調査の両方が実施されており、折れ線グラフの点線は郵送による試験調査結果をしめす。

出所：内閣府「消費動向調査」

担当：調査部 佐橋 官

TEL 045-225-2375

E-mail: 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。