

外食需要動向 (2015年11月)
11月は弱含んだものの、回復基調は維持

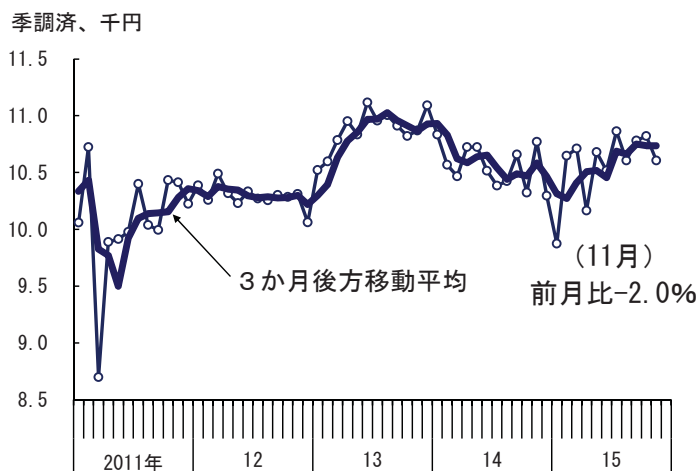
○11月の家計の外食支出は天候不順の影響等により前月比減

・昨年12月25日に総務省が発表した2015年11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（2人以上の世帯、学校給食を除く、季調済）は前月比2.0%減と、3か月ぶりに減少した（図表1）。例年に比べて雨天の日が多かったために秋の行楽に伴う外食需要が伸びなかったとみられる。なお、3か月移動平均値でみたトレンドは同月にほぼ横ばいとなったが、引き続き高水準となっている。わが国家計の外食需要は雇用・所得環境の改善等を背景に回復傾向を維持しているとみられる。

○外食産業売上高は特殊要因の影響で僅かながら前年を下回る

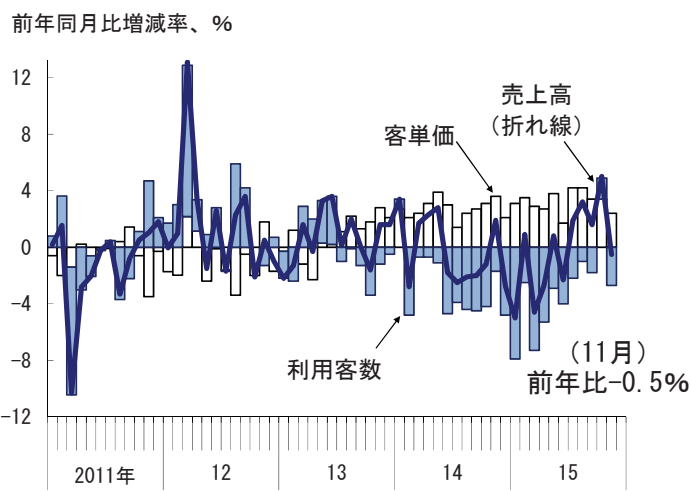
・一方、一般社団法人日本フードサービス協会が12月25日に発表した11月の外食産業売上高は前年同月比0.5%減となった（図表2）。同月の落ち込みの背景には、比較対象である前年同月（2014年11月）の売上高が比較的好調であったことの裏が出たという側面があるが、それ以外にも、前述のような天候不順の影響や、前月（15年10月）の売上高を押し上げた大手牛丼チェーンによる値引きキャンペーン終了の影響もあったとみられる。これらの特殊要因を除いて考えれば、外食産業売上高は引き続き増加基調にあるといえよう。

図表1 実質外食支出金額は前月比マイナス
（全国、2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5か月ぶりに
前年を下回った（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」

○飲食店経営者らの景況感は慎重な姿勢が続く

- ・レストラン経営者や飲食店スタッフらの景況感は慎重な姿勢が続いている。総務省「景気ウォッチャー調査（街角景気）」によると、飲食関連の現状判断D I（3か月前と比較した景気の現状に対する判断D I）は直近の2015年11月まで6か月連続で好不調の判断の目安となる50を下回り、また景気の先行き判断D I（2～3か月先の景気に対する判断D I）も、同様に4か月連続で50を下回った（図表3）。
- ・この背景として、第1に食材や人件費等のコスト上昇圧力が依然として強いこと、第2に、15年10月に実施された牛丼チェーンの値引きキャンペーンによる集客効果にみられるように、一部の顧客層では依然として節約志向が続いていることがあげられる。第3に、今冬は全国的に暖冬になると予想されており、先行き、鍋料理等の冬期定番メニューの売上高が伸び悩む可能性があることも飲食関係者の景況感にマイナスの影響を与えていると推察される。
- ・家計の外食需要は今後も雇用・所得環境の改善等を背景に回復基調で推移するとみられるものの、上述のような事柄を踏まえると外食企業の業況感の改善には今しばらくの時間が必要であろう。

図表3 飲食店経営者らの景況感は慎重な姿勢が続く
（飲食関連の景気の現状判断D Iと先行判断D I、全国）



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。