

外食需要動向 (2016年3月) ファミリーレストラン業態等で客単価上昇に頭打ちの兆し

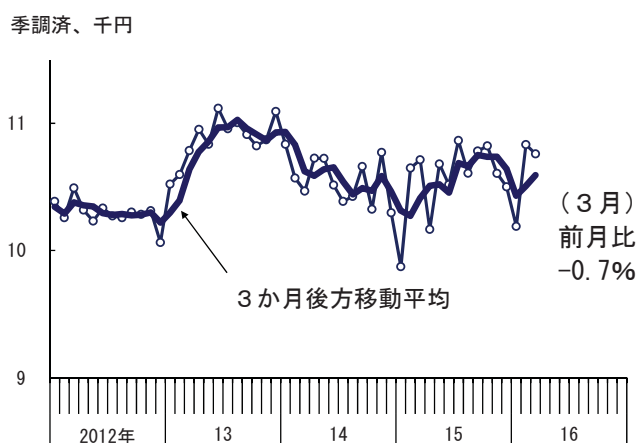
○3月の家計の外食支出は前月比0.7%減

- ・ 4月28日に総務省が発表した3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0.7%減となった（図表1）。実質外食支出の水準は当月も前月に続いて2015年秋口並みの比較的高い水準が維持されたものの、前月を下回る結果となり、伸び悩む格好となった。年初来の株価低迷による景気の先行き不透明感の強まりなどが家計の外食支出抑制に作用したと推察される。

○外食産業売上高は4か月連続の増加だが、実態は弱含んでいると考えられる

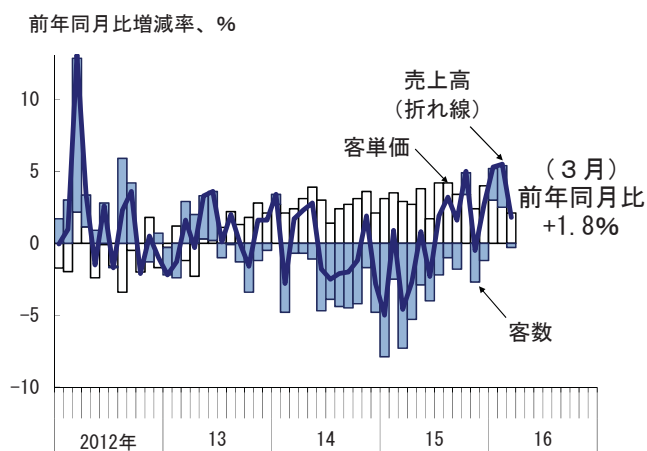
- ・ 一方、一般社団法人日本フードサービス協会が4月25日に発表した3月の外食産業売上高は前年同月比1.8%増であった（図表2）。業態別売上高をみると洋風ファストフード業態が同10.8%増であり、引き続き外食産業全態の売上高を押し上げた。ただ、前月号と前々月号でも記したように、同業態の最近の売上高が高い伸びとなっているのは前年に発生した異物混入事件の影響による落ち込みの裏が出ている面が強い。また、次ページで述べるように、足元ではこれまで外食産業売上高の持ち直しを牽引してきたファミリーレストラン業態とディナーレストラン業態において、売上高の推移に頭打ち感が現れている。これらを踏まえると、実態としての外食産業売上高は弱含んでいると考えられる。

図表1 実質外食支出は前月比マイナス
(全国、2人以上の世帯、季調済)



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4か月連続で
前年を上回った（全国、全店）

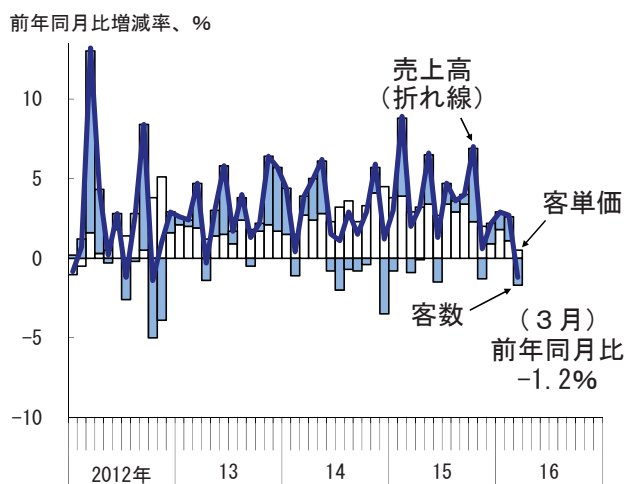


注1：全店とは、既存店と新規店の合計。
注2：売上高と客単価は税抜き価格による比較。
出所：一般社団法人日本フードサービス協会
「外食産業市場動向調査」

○ファミリーレストラン業態等で客単価上昇に頭打ちの兆し

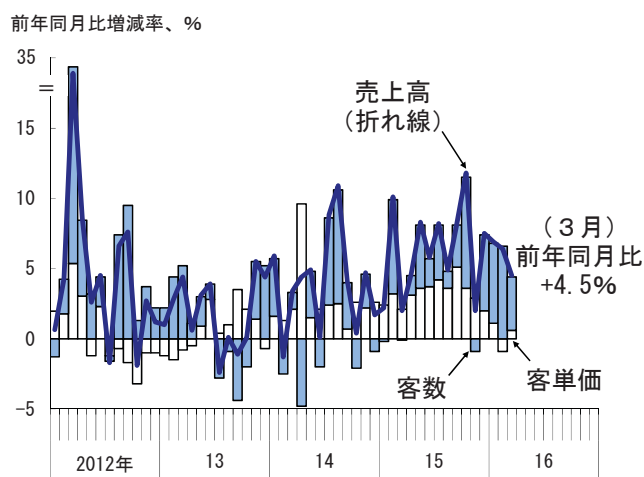
- ・当月の外出産業売上高の特徴的な動きとして、ファミリーレストラン業態の売上高が35か月ぶりに前年同月を割り込んだことがあげられる(図表3)。客数が4か月ぶりに前年同月を下回った(前年同月比1.7%減)うえ、客単価が同0.5%増と2013年以降で最も低い伸びに留まり、客数の減少を補うことが出来なかった。また、ディナーレストラン業態においても客単価が同0.6%増と、前月の26か月ぶりの同マイナスから同プラスに転じたものの、僅かな上昇に留まった(図表4)。
- ・両業態では高級食材を使用したメニューの開発や店内サービスの充実、店舗改装の実施などで付加価値を高めており、主として客単価を引き上げることで売上高を伸ばしてきたが、足元では客単価上昇に頭打ちの兆しがみられる。
- ・両業態の主要顧客である中間所得層や比較的所得の高い世帯は、13年から15年にかけての株価上昇や賃上げなどの恩恵が広く及んでおり、総じて外出活動に対して積極的であり、また外出企業による価格引き上げに対して比較的寛容な傾向がある。ただし、次ページで述べるように、年初来の株安や賃金の伸び悩みなどにより、足元では家計の外出マインドの改善が足踏みしており、両業態の主要顧客の一部にも外出単価や頻度(回数)の抑制の動きが出てきていると推察される。
- ・このような動きが強まれば、この先、両業態はこれまでのように客単価の上昇を前提とすることが難しくなり、客数の増減率が売上高にあたる影響力が一段と強まる。これらの外出企業では客数増加のための施策が重要な課題となる。

図表3 ファミリーレストラン売上高は35か月ぶりに前年同月を下回った(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
 「外出産業市場動向調査」

図表4 ディナーレストランの客単価は僅かな上昇に留まった(全国、全店)

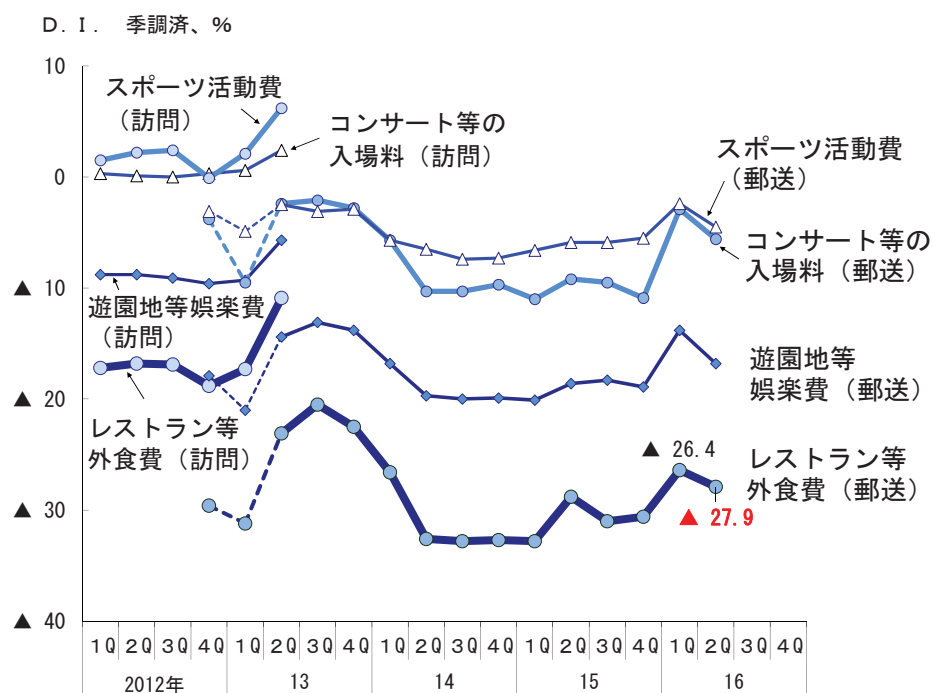


注1：ディナーレストランとは、来客1人あたりの消費金額が2,000円以上で、注文後、料理が提供されるまでの時間がおおよそ10分以上のもの。
 注2：全店とは、既存店と新規店の合計。
 注3：売上高と客単価は税抜き価格による比較。
 出所：一般社団法人日本フードサービス協会
 「外出産業市場動向調査」

○2016年第2四半期のレストラン等外食費D.I.は前期比1.5%ポイント悪化

- 家計の外食支出に対するマインドは足元で足踏みとなった。内閣府「消費動向調査」（2016年3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、2016年第2四半期の見通しは前期比1.5%ポイント悪化の▲27.9となった（図表5）。この背景には年初来の株価低迷や海外経済の減速などによる景気の先行きに対する不透明感などがあるとみられる。

図表5 2016年第2四半期のレストラン等外食費D.I.は前期比マイナス
（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2：2016年第2四半期の値は、2016年3月調査における2016年4～6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示す。

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。