

外食需要動向 (2016年4月) デフレ脱却の動きにブレーキがかかり始めた

○4月の家計の外食支出は前月比2.8%減

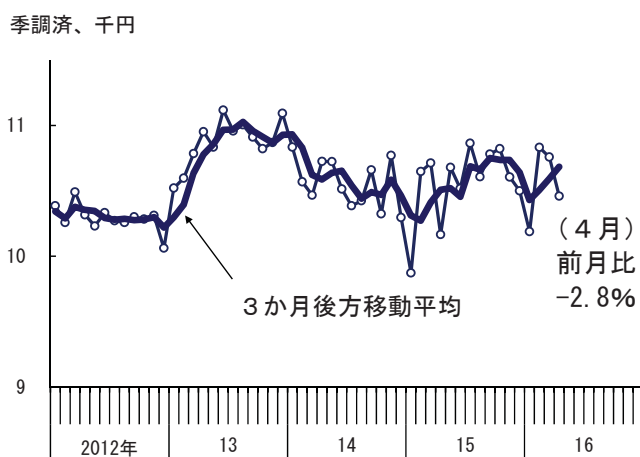
・5月31日に総務省が発表した4月の「家計調査」によると、全国の1世帯あたり実質外食支出（2人以上の世帯、学校給食を除く、季調済）は前月比2.8%減となった（図表1）。年初来の株価低迷や円高によって景気の先行き不透明感が強まるなか、ここへ来て消費マインド回復の足踏みが鮮明となっており、外食支出の回復についても減速感が現われ始めている。なお、当月の数値には、熊本県を中心に相次いだ地震により九州地方の外食支出金額が前月に比べて2割程度落ち込んだ影響が含まれている点に留意が必要である。

○外食産業売上高は5か月連続で前年を上回ったが、先行きに懸念を生じさせる内容

・一方、一般社団法人日本フードサービス協会が5月27日に発表した4月の外食産業売上高は前年同月比3.0%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（同10.6%増）と和風ファストフード業態（同8.0%増）が外食産業全体の売上高を押し上げた。ただし、前月までのレポートで繰り返し指摘してきたように、洋風ファストフード業態に関して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く、売上高は最悪期を脱したとはいえ、依然として低調に推移していると推察される。また、和風ファストフード業態に関しては、次ページで述べるように低価格商品の販売再開などの影響により客数が前年同月を大きく上回ったことが売上高を押し上げている。

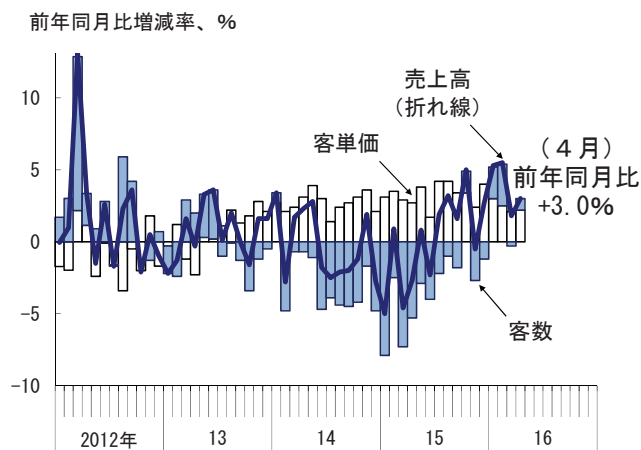
・家計の外食支出の足取りがおぼつかないなか、外食産業全体としては回復の持続力という点で先行きに懸念を生じさせる結果となった。

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5か月連続で前年を上回った (全国、全店)

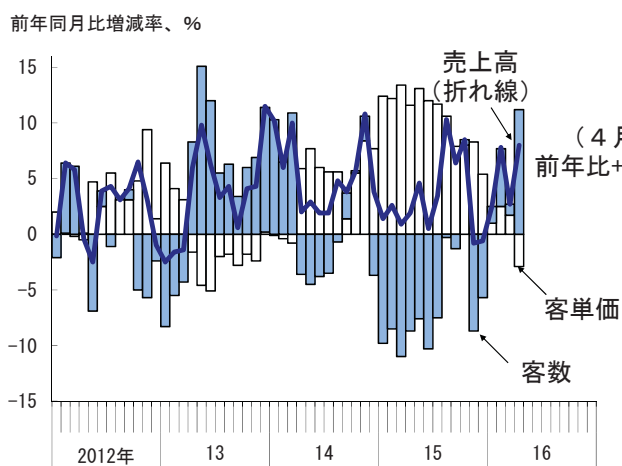


注1：全店とは、既存店と新規店の合計。
注2：売上高と客単価は税抜き価格による比較。
出所：一般社団法人日本フードサービス協会
「外食産業市場動向調査」

○和風ファストフード業態で客単価が前年割れに転じる

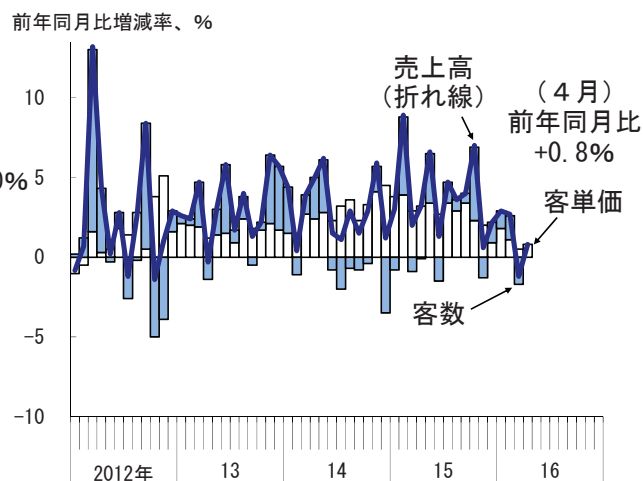
- ・当月の和風ファストフード業態の売上高の内容をみると、客単価が前年同月比2.9%減と25か月ぶりに前年同月を割り込む一方、客数は同11.2%増と前年同月を大きく上回った(図表3)。その背景には、業界大手である吉野家ホールディングス(株)の「吉野家」が、4月6日から豚丼の定番商品としての販売を再開したことがあると推察される。同社の豚丼(並盛、税込330円)は主力商品の牛丼に比べて50円安く、また発売後1週間は値引き販売(同、税込300円)を実施したことなどから、同社が想定していた年間販売数の約35%にあたる700万食を1か月間で販売するヒット商品となった。
- ・和風ファストフード業態は2014年4月以降の価格引き上げ以降、客数が前年を割り込む傾向にあったが、2016年に入り、大手各社による割引券の配布やお得なセットメニューの提供、そして今回の低価格商品の追加などにより、客離れに歯止めが掛かりつつある。しかしながら、値引きや低価格商品を投入しないと客数が増加しないという最近の構図は、一部の消費者の間で節約志向が依然として根強いことを改めて裏付けるとともに、その傾向がここへ来て強まりつつあることを示している。
- ・また、客単価に関しては、前月号でも記したように、既にファミリーレストラン業態等でも頭打ちの兆しが出ている。4月のファミリーレストラン業態の客単価は前年同月比0.8%増と前年同月を上回ったものの、その上昇幅は僅かであった(図表4)。

図表3 和風ファストフードは客単価が25か月ぶりに前年割れ(全国、全店)



注1：和風ファストフードとは、牛丼や天丼などの「丼物」が主要商品であるファストフード業態。
 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「外食産業市場動向調査」

図表4 ファミリーレストランの客単価の増加率は低水準に留まる(全国、全店)

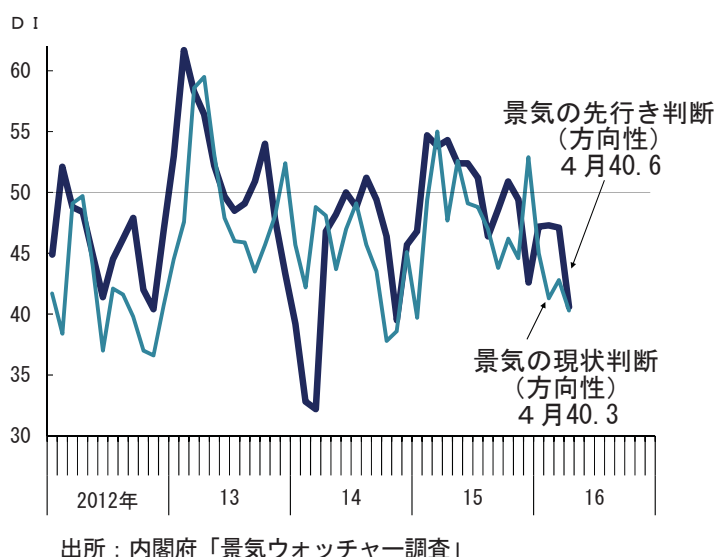


注1：全店とは、既存店と新規店の合計。
 注2：売上高と客単価は税抜き価格による比較。
 出所：一般社団法人日本フードサービス協会「外食産業市場動向調査」

○客単価の増勢鈍化は外食企業の景況感悪化の一因に

- 2015年の家計の外食支出の回復傾向を背景に、外食企業はコスト増加分の商品価格への転嫁や高価格帯メニューの充実など、客単価の引き上げを積極的に推進してきた。しかしながら、足元の客単価の低下や伸び悩みの兆しは、これまでのデフレ脱却の動きにブレーキをかけるとともに、将来の収益成長を制約する要因にもなりかねない。仮に、この先、値下げや低価格商品投入の動きが広がれば価格訴求による集客効果は次第に薄れ、再び低価格競争に陥る可能性が高まるためである。
- 外食企業は足元の業績が好調であるにも関わらず、先行きに対する景況感が悪化している（図表5）。その背景には家計の外食支出の減速感に加え、デフレ脱却の動きにブレーキがかかり始めたことも一因であると推察される。

図表5 足元の飲食店経営者らの景況感は悪化
（飲食関連の景気の現状判断DIと先行判断DI、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。