

## 外食需要動向（2016年5月） 家計の外食マインドが足踏み、客単価は上昇鈍化へ

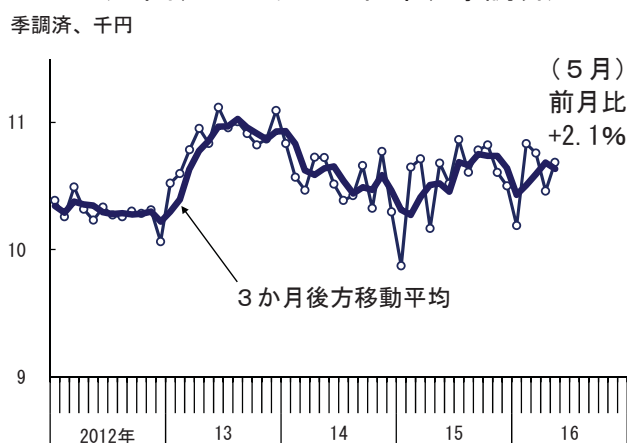
### ○家計の実質外食支出の伸び悩みが鮮明となっている

- 7月1日に総務省が発表した5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2.1%増となった（図表1）。当月持ち直しの背景には前月（4月）に発生した熊本地震の影響の弱まりがあるとみられる。ただし、当月の外食支出の水準は熊本地震発生前の2月と3月を下回った。株価低迷や円高などにより景気の先行き不透明感が強まるなかで、後述のように家計の外食マインドが足踏み状態となっており、外食支出の伸び悩みが鮮明となっている。

### ○外食産業の客単価は低い伸びに留まる

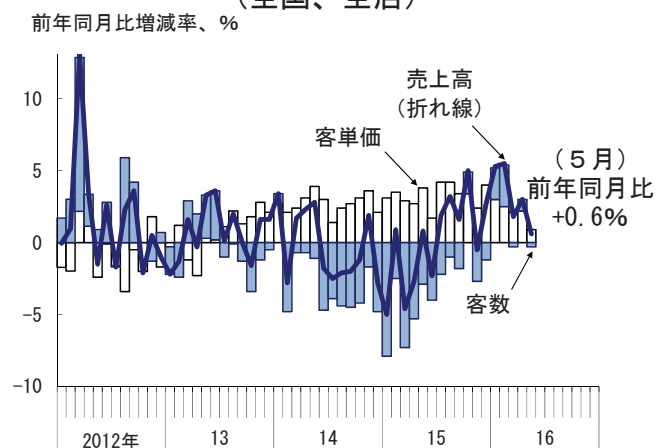
- 一方、一般社団法人日本フードサービス協会が6月27日に発表した5月の外食産業売上高は前年同月比0.6%増となった（図表2）。売上高は6か月連続で前年同月を上回ったが、2016年に入り、増勢は鈍化している。売上高を客数と客単価に分解すると、客数が同0.3%減と2か月ぶりに前年同月を割り込んでおり、これは昨年比べて土曜日が1日少なかったことが影響したと推察される。これに対して、客単価は同0.9%上昇と引き続き前年同月を上回ったものの、2013年後半以降で最も低い伸びに留まった。

図表1 実質外食支出は熊本地震発生前の水準に届かず  
（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6か月連続で前年を上回った  
（全国、全店）

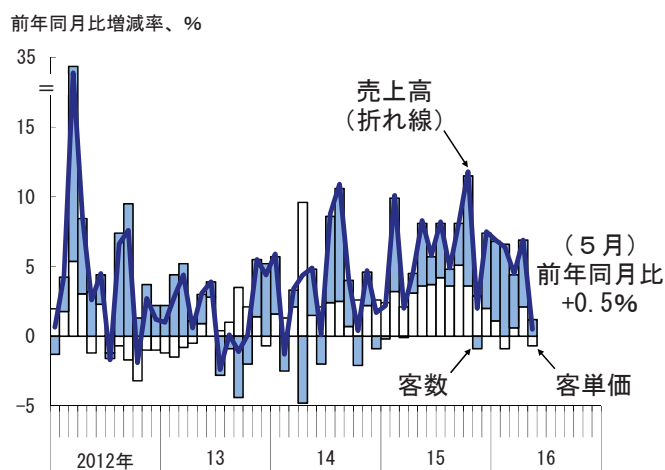


注1：全店とは、既存店と新規店の合計。  
注2：売上高と客単価は税抜き価格による比較。  
出所：一般社団法人日本フードサービス協会  
「外食産業市場動向調査」

## ○和風ファストフード業態における低価格商品による集客効果が鈍化へ

- 客単価の上昇ペースの鈍化に関しては、前月のこのレポートで述べたように、既に2016年初めからファミリーレストラン業態やディナーレストラン業態などで頭打ちの兆しが出ていた。当月も、そうした動きが継続し、かつ外食産業全体にも影響が及びつつある。
- 具体的に5月の客単価をみると、ディナーレストラン業態が前月同月比0.7%減と3か月ぶりに前年同月を下回り（図表3）、ファミリーレストラン業態では同0.3%増と2014年以降、最も低い伸び率となった。
- また、和風ファストフード業態の客単価は同0.4%減と2か月連続で前年同月を下回った。4月の業界大手による低価格メニュー投入の影響が続いている（図表4）。なお、同業態の客数は同3.9%増と前月（同11.2%増）を大きく下回り、低価格メニューの投入による集客効果は早くも息切れの様相を呈しつつある。
- 外食産業における客単価の伸び悩みは、需要と供給の両面から進行しつつある。すなわち、需要側では外食マインドの回復が足踏みするなかで、注文点数の減少や低価格業態へのシフトなどが進みつつあると推察される。一方、供給側である大手外食チェーンでは、家計の外食マインドを刺激すべく、メニュー価格の据え置きや低価格メニューの追加、お得なセットメニューや無料オプションの設定などの施策が目立ってきている。これらの動きが過度に進めば、外食におけるデフレ脱却の動きにブレーキがかかり、外食企業の収益を圧迫する懸念が強まる。

図表3 ディナーレストランの客単価が  
3か月ぶりに前年割れ  
(全国、全店)



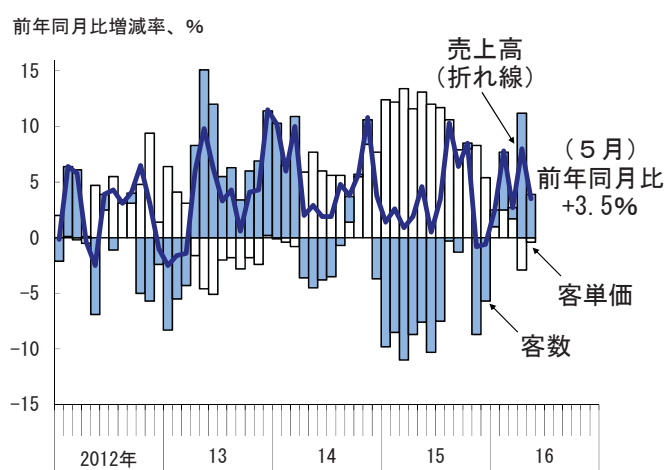
注1：ディナーレストランとは、来客1人あたりの消費金額が2,000円以上で、注文後、料理が提供されるまでの時間がおおよそ10分以上のもの。

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  
「外食産業市場動向調査」

図表4 和風ファストフードの客単価は  
2か月連続で前年割れ  
(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。

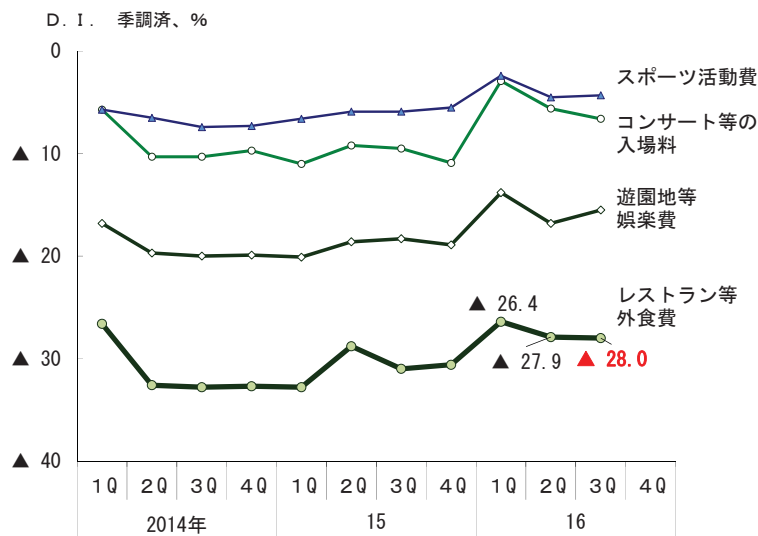
注3：売上高と客単価は税抜き価格による比較。

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」

## ○足踏み状態にある家計の外出食マインド、足元の実態は下振れしている可能性あり

- 7月1日に発表された内閣府「消費動向調査（2016年6月調査）」によると、家計の外出食マインドの動向を表す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」、季調済）は、調査実施時点における16年第3四半期の見通しで前回（16年3月）調査結果を僅かに下回り、足踏み状態にある（図表5）。なお、同調査が実施されたのは6月中旬であり、英国国民投票後の為替レートや株式相場の乱高下の影響などは調査結果に反映されていない。足元の実態としては、家計の外出食マインドは今回公表された数値よりも下振れしている可能性が高く、この先、外食単価の伸び悩みが一段と進むことが懸念される。

図表5 家計の外出食マインドは足踏み  
（サービス支出D. I.、全国、季調値）



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3四半期の値は、2016年6月調査における2016年7～9月の支出予定に関するD. I.。

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](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。