

**外食需要動向 (2016年6月)**  
**外食企業による価格訴求の動きが強まる**

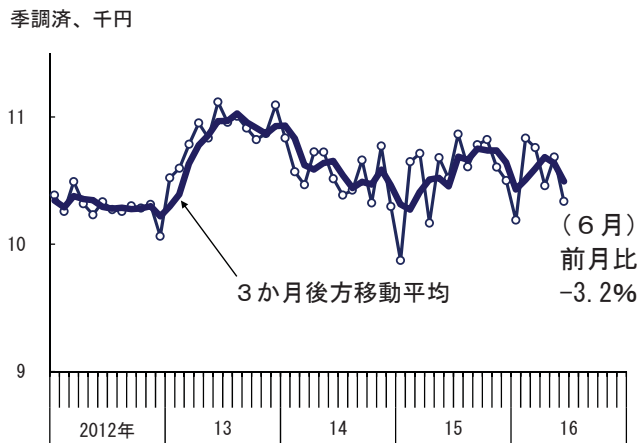
**○家計の実質外食支出は頭打ち**

・7月29日に総務省が発表した6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3.2%減となり、3か月後方移動平均で見たトレンドも頭打ちとなった（図表1）。株価低迷や円高による景気の先行き不透明感などから足元の家計の外食マインドが足踏み状態となっており、このことが家計の外食支出を下押ししている。

**○外食産業売上高も増勢鈍化**

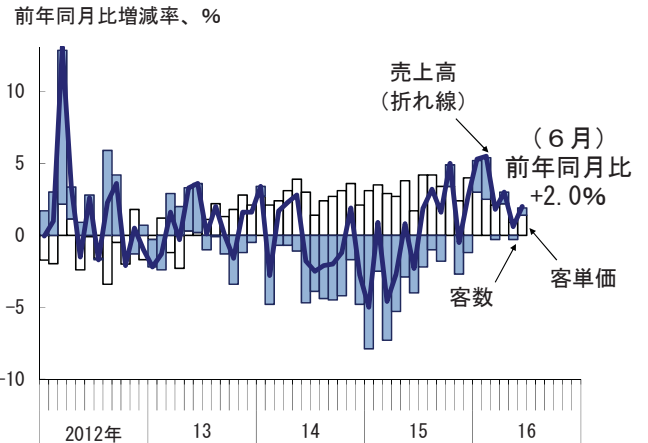
・一方、一般社団法人日本フードサービス協会が7月25日に発表した6月の外食産業売上高は前年同月比2.0%増となった（図表2）。売上高は7か月連続で前年同月を上回ったものの、2016年春以降の増勢の鈍化傾向に変わりはない。売上高の伸びを客数と客単価の伸びに分解すると、6月は客数が同0.5%増となり、前年同月を上回ったものの、16年3月以降は横ばいに近い状況が続いている。一方、6月の客単価は同1.4%上昇と引き続き前年同月を上回ったが、依然として上げ足が鈍る傾向にある。

**図表1 6月の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 外食産業売上高は前年比プラス**  
**だが増勢が鈍化（全国、全店）**



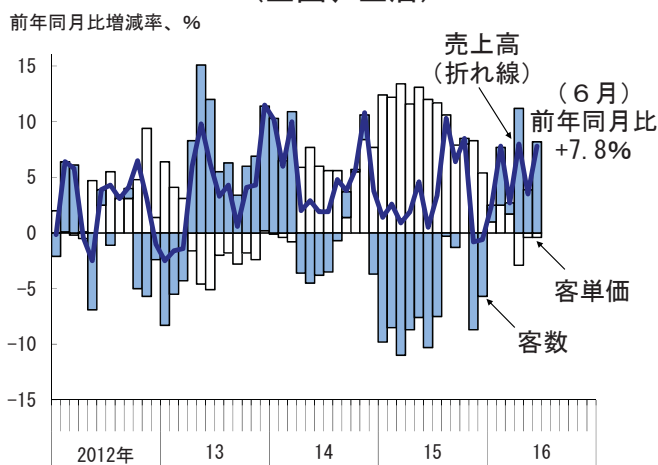
注1：全店とは、既存店と新規店の合計。  
 注2：売上高と客単価は税抜き価格による比較。  
 出所：一般社団法人日本フードサービス協会  
 「外食産業市場動向調査」

**○外食企業による価格訴求の動きが強まる**

・前月までのレポートで述べたように、当初、ファミリーレストラン業態やディナーレストラン業態で始まった客単価の伸び悩み傾向は、最近では外食産業全体に広がりつつある。こうしたなか、足元では一部の外食チェーン企業において価格訴求の動きが強まっている。

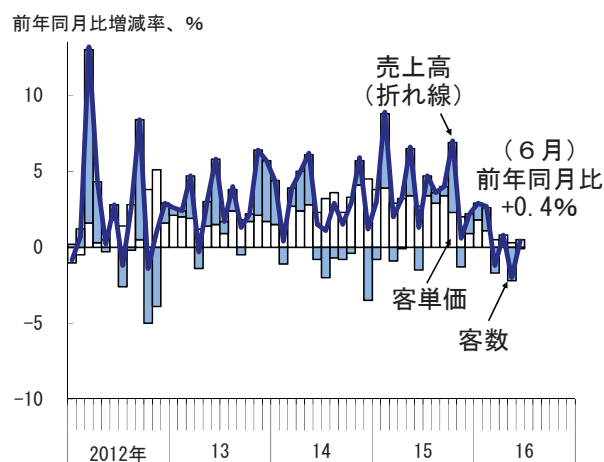
- 例えば、和風ファストフード業態では4月の業界大手による低価格メニュー投入後、競合企業が割引クーポンの配布や割安感のあるセットメニューの提供などの施策を強化している。また、洋風ファストフード業態の中には、一部店舗で期間限定の「食べ放題」を実施する企業が出てきた。さらに、ファミリーレストラン業態においては、既に2016年初め頃からクーポンによる特定メニューの割引や期間限定の低価格メニューの拡充などを実施してきたが、最近ではもう一段踏み込んで、一部メニューの通常価格の引き下げや、曜日・時間帯限定であった低価格メニューの提供時間延長などを実施する動きが見られる。
- なお、6月の業態別売上高をみると、和風ファストフード業態は前年同月比7.8%増となった(図表3)。客単価は同0.4%下落と3か月連続のマイナスで、客数は同8.2%増と増加率が前月(5月)に比べて盛り返した。同業態の主要顧客層は価格に敏感であり、足元の業態全体における価格訴求の強まりにより客足が伸び、売上高を押し上げた。一方、ファミリーレストラン業態の6月の売上高は同0.4%増と伸び悩んだ(図表4)。価格訴求の強まりもあって客単価が同0.5%上昇と小幅な伸びにとどまったうえ、株価低迷や円高による景気の先行き不透明感などから外食マインドは停滞しており、客数は2か月連続で前年同月を下回った。

図表3 和風ファストフードは価格訴求強化により集客が高まる  
(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は客数が2か月連続で前年同月を下回る  
(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」

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。