

外食需要動向（2016年7月）
客数は増加したものの、客単価の上昇鈍化が続く

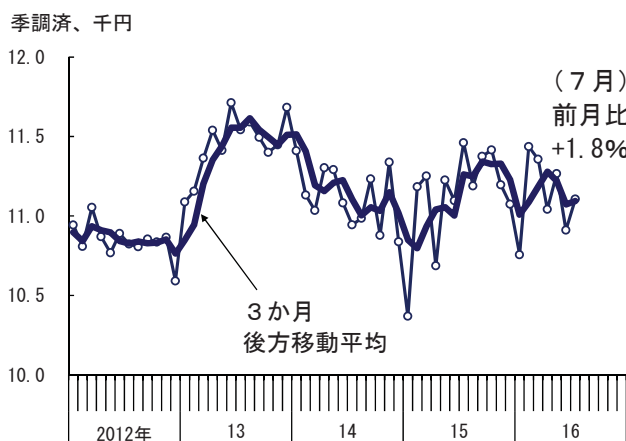
○家計の実質外食支出は弱含み

・ 8月30日に総務省が発表した7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1.8%増となり、やや持ち直した（図表1）。ただし、前々月（5月）の水準には届かず、3か月後方移動平均で見た7月の値はほぼ横ばいとなった。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は足踏みとなっており、引き続き、家計の外食支出は弱含みの状況にあるといえる。

○休日数の影響などによる客数増加が外食産業売上高を押し上げ

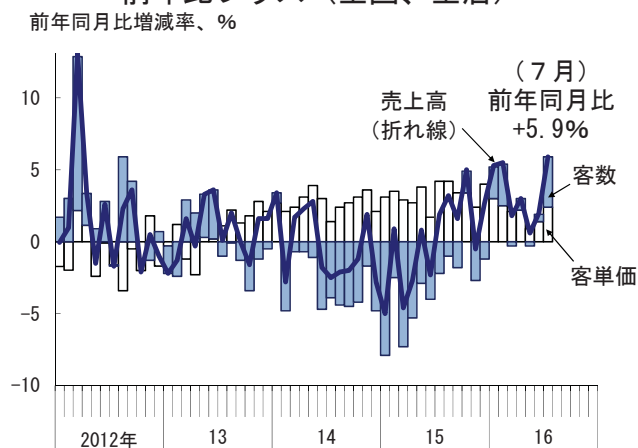
・ 一方、一般社団法人日本フードサービス協会が8月25日に発表した7月の外食産業売上高は前年同月比5.9%増となり、東日本大震災による落ち込みの裏が生じた2012年3月（同13.1%増）以来の高い伸びとなった（図表2）。売上高の伸びを客数と客単価に分解すると、客数は同3.5%増であった。今年の7月は前年に比べて土曜日と日曜日の合計日数が2日多く、また台風等の影響がなかったことなどから、客数が増加し、外食産業売上高を押し上げたと推察される。一方、客単価は同2.4%上昇と前月（6月、同1.4%増）から持ち直したものの、2015年後半と比較すると依然として上昇の勢いは鈍い。

図表1 7月の実質外食支出は前月比プラス（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8カ月連続で前年比プラス（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」

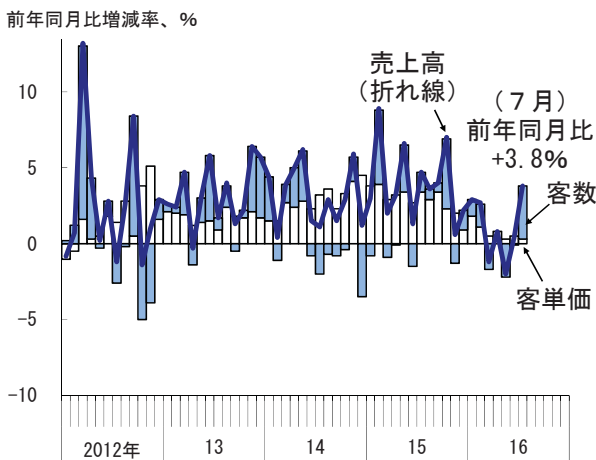
○客単価の増勢鈍化が続く

・業態別の動向をみても、ファミリーレストランは客数が前年同月比3.5%増、客単価は同0.3%上昇(図表3)、ディナーレストランも客数5.1%増、客単価は0.5%上昇と、両業態とも客数は前年を上回ったものの、客単価は伸び悩んだ。客単価上昇鈍化の背景には、主たる需要者である国内家計の外出需要が弱含み、一部の顧客層において節約志向が続いていることがあげられる。同時に、供給者である外食企業においても、このような需要動向を敏感に察知し、前月号で述べたように、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、顧客に対する価格訴求の動きが続いていることがあげられる。

○洋風ファストフード業態では客単価の上昇が売上高を強く押し上げる

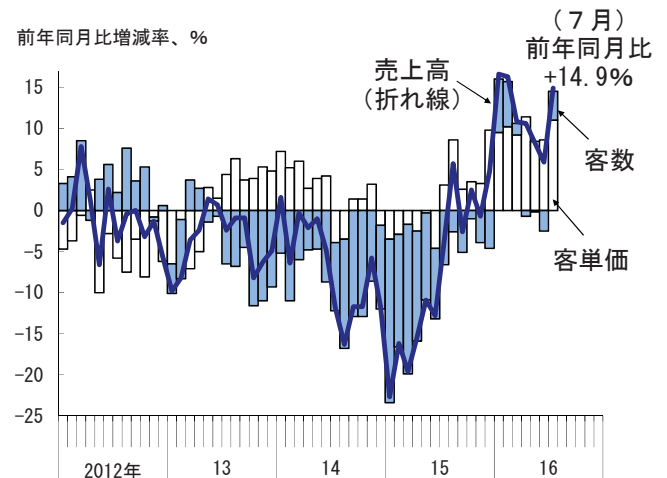
・多くの業態で客単価はほぼ横ばいであったが、洋風ファストフード業態では7月の客単価が前年同月比11.0%上昇した(図表4)。大手チェーンによる期間限定の高価格帯の新メニューの販売が好調であり、業態全体の客単価押し上げの一因になったと推察される。7月の同業態における客単価上昇は、外出需要が弱含み、他業態が価格訴求による集客を強化している状況においても、魅力的な新メニューの開発の継続が客単価を押し上げ、売上高の増加に寄与することを示唆しているといえよう。

図表3 ファミリーレストランの客単価はほぼ横ばい(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」

図表4 洋風ファストフードは客単価上昇が売上高を押し上げた(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」

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。