

調査速報

外食需要動向（2017年5月）

家計の実質外食支出は4か月ぶりに前月比マイナス

主任研究員

佐橋 官

045-225-2375

sahashi@yokohama-ri.co.jp

要約

- 2017年5月の家計の実質外食支出は4か月ぶりに前月の水準を下回った。
- 一方、同月の外食産業売上高は9か月連続で前年の水準を上回った。
- レストラン等外食費DIは5四半期ぶりに悪化した。今後、世帯収入の伸び悩みや、外食メニュー引き上げの動きなどが、家計の外食マインドの押し下げ要因となる可能性がある。

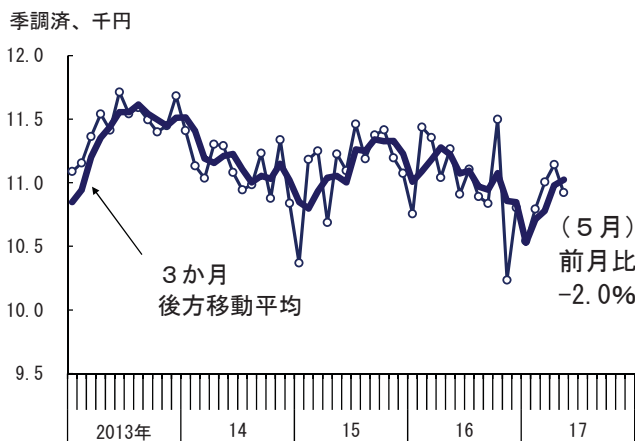
1. 2017年5月の家計の実質外食支出は前月比マイナスに転じる

6月30日に総務省が発表した2017年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2.0%減と、4か月ぶりに前月の水準を下回った（図表1）。3か月後方移動平均でみたトレンドは上向いているものの、後述するように、家計の外食マインドの悪化などを背景に、家計の外食支出は伸び悩んだ。

2. 外食産業売上高は9か月連続で前年水準を上回る

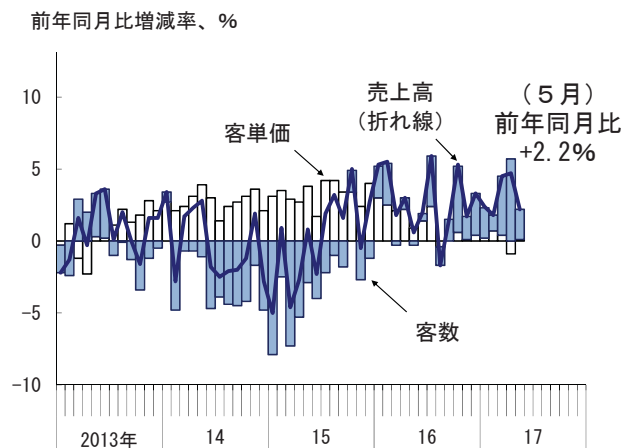
これに対して、一般社団法人日本フードサービス協会が6月25日に発表した5月の外食産業売上高は前年同月比2.2%増となり、9か月連続で前年同月の水準を上回った（図表2）。売上高の伸びを客単価と客数の伸びに分解すると、客単価（同0.1%増）はほぼ横ばいである一方、客数の伸び（同2.1%増）が売上高を押し上げる状況が続いている。

図表1 5月の実質外食支出は4か月ぶりの前月比マイナス（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9か月連続の前年同月比プラス（全国、全店）



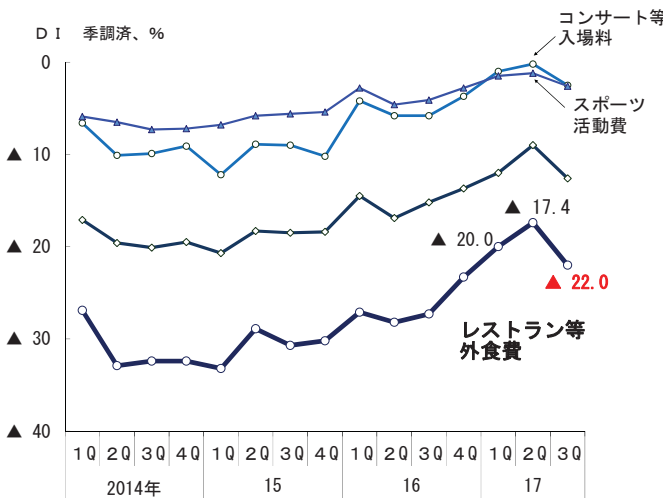
注1：全店とは、既存店と新規店の合計。
 注2：売上高と客単価は税抜き価格による比較。
 出所：一般社団法人日本フードサービス協会
 「外食産業市場動向調査」

3. レストラン等外食費D Iは悪化に転じる

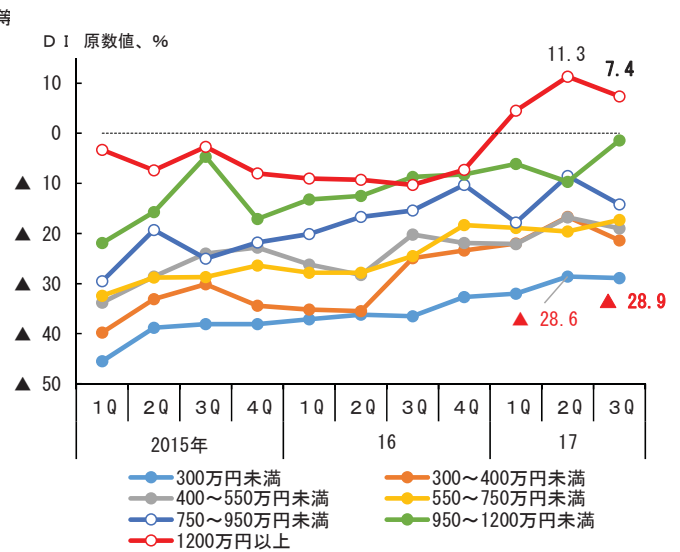
7月3日に内閣府が発表した「消費動向調査（2017年6月調査）」によると、家計の外食マインドの動向を示すレストラン等外食費D I（今より支出を「増やす」予定マイナス「減らす」予定、全国、2人以上の世帯、季調済）は、調査実施時点における17年第3四半期の見通しで▲22.0と前回（17年3月）調査（17年第2四半期の見通し）を4.6ポイント下回り、5四半期ぶりに悪化した（図表3）。

レストラン等外食費D I（原数値）を世帯の年間収入階級別にみると、第1に、世帯年収1,200万円以上の高所得世帯では3四半期連続でD I値がプラス（「増やす」超）となったものの、D I値の水準は前回調査比を3.9ポイント下回り、改善の動きが鈍化した（図表4）。高所得世帯では、16年第4四半期以降、株高や円安などによる資産効果を背景に外食行動を積極化する動きがみられるが、足元では17年夏季賞与の伸び悩み¹などにより、外食マインド改善の動きが鈍化したと推察される。第2に、世帯年収300万円未満、300～400万円未満、400～550万円未満の世帯では、D I値がほぼ横ばい、または僅かながら低下した。低所得世帯や中所得世帯においても、16年秋以降、家計の外食マインドは緩やかに改善していたが、ここへ来て、やや足踏み状態となった。17年6月にはバターや小麦粉などの小売価格の値上げや、酒の安売り規制強化によるビール類の小売価格上昇などがあり、家計の食に関する支出のうち、相対的に嗜好性の高い外食に関する節約意識が強まりつつあると推察される。

図表3 レストラン等外食費D Iは5四半期ぶりに悪化（全国、2人以上の世帯、季調済）



図表4 世帯の年間収入階級別レストラン等外食費D I（全国、2人以上の世帯、）



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。

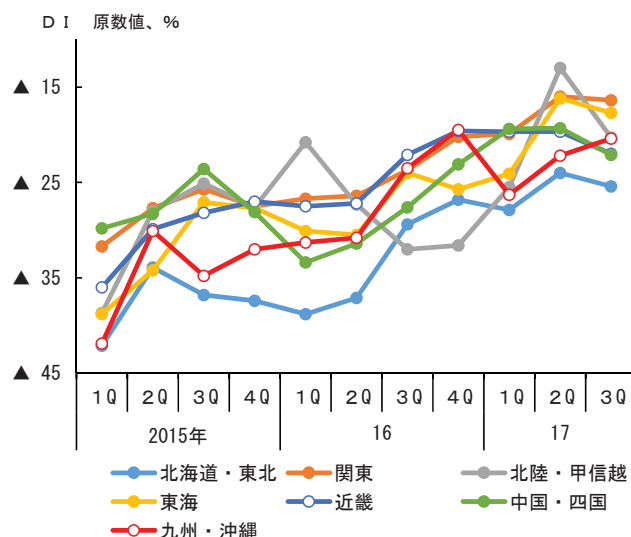
注2：2017年第3四半期の値は、17年6月調査における17年7～9月の支出予定に関するD I。

出所：内閣府「消費動向調査」

¹ 2017年6月9日に一般社団法人日本経済団体連合会が発表した調査によると、大手企業の2017年夏季賞与・一時金の平均妥結金額は前年実績比4.56%減となり、5年ぶりに前年水準を下回った。なお、調査は東証一部上場で従業員500人以上の主要21業種の大手252社を対象に実施し、11業種82社が回答した。

また、地域（ブロック）別のD I値（原数値）をみると、九州・沖縄では前回（17年3月）調査から改善したものの、それ以外の地域では比横ばい、または下落となった（図表5）。家計の外食マインドの悪化は総じて全国的な動きであるといえる。

図表5 地域（ブロック）別のレストラン等外食費D I
（全国、2人以上の世帯）



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2：2017年第3四半期の値は、17年6月調査における17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」

今後の家計の外食マインドに関しては、世帯収入の伸び悩みが家計の外食マインドを押し下げる懸念がある。加えて、外食チェーン企業の多くが、今後、メニュー価格の引き上げを予定しており²、これが価格変動に敏感な世帯の外食行動の抑制要因となる可能性も考えられる。外食チェーン企業による値上げの背景には、現行の割安なセットメニューの拡充や割引クーポンの配布などが実質的な値下げとなっている一方で、人件費や食材価格、店舗賃料などのコストが上昇しており、事業の採算性が悪化していることがある。このため、外食チェーン企業は収益性向上策のひとつとして、従来メニューの値上げや新たな高付加価値メニューの投入などを進めようとしていると推察される。

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。

² 2017年5月24日に株式会社日本経済新聞社が発表した「2016年度 飲食業調査」によると、17年度中にメニュー価格を「一部引き上げる」と回答した外食チェーン企業の割合は28.0%で、「一般的に引き上げる」と回答した企業の割合（2.3%）と合わせると、今後、値上げを予定している企業の割合は3割超となる。