

調査速報

外食需要動向(2022年9月)

9月も台風等の影響があったものの、家計の外食に対する姿勢に大きな変化はないとみる

主任研究員  
佐橋 官  
045-225-2375  
sahashi@yokohama-ri.co.jp

要約

- 2022年9月の1世帯あたり実質外食支出金額は8月に比べて増加した。9月も8月と同様に台風等の天候要因はあったものの、外食支出金額(季節調整)は2022年5~7月の水準に戻つつある。
- 9月の外食産業売上高は10か月連続で前年同月の水準を上回り、回復が続いている。
- ただし、外食産業においてもコスト上昇分を価格に転嫁する事例が増加している。今後は、家計の節約志向の高まりが外食支出金額の抑制につながる懸念される。

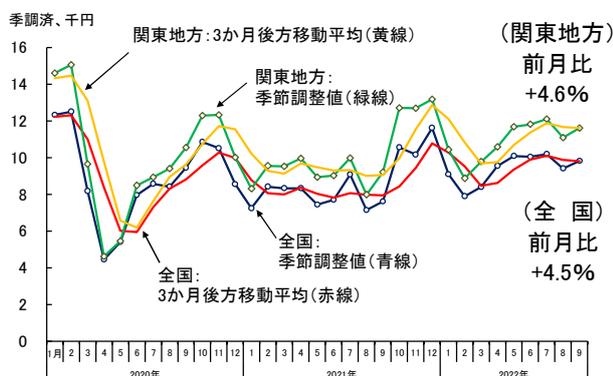
1. 2022年9月の家計の実質外食支出金額は前月比プラス

総務省「家計調査」に基づく2022年10月の1世帯あたり実質外食支出金額(季節調整済)は、全国が前月比4.5%増(前年同月比32.3%増)、関東地方が前月比4.6%増(前年同月比26.0%増)となった(図表1)。9月も8月に続き台風の影響が西日本を中心にあったものの、1世帯当たりの外食支出金額は8月に比べて増加しており、2022年5~7月の水準に戻つつある。家計の外食に対する姿勢に大きな変化はないとみる。

2. 9月の外食産業売上高は10か月連続で前年同月比プラス

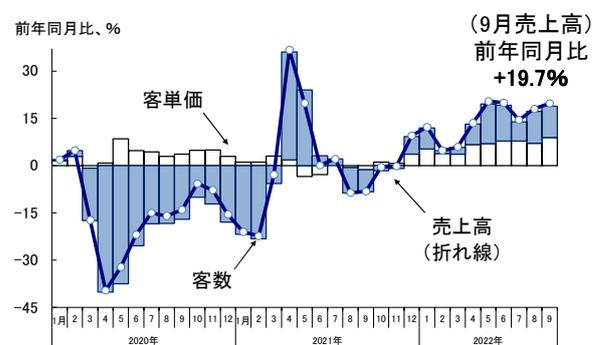
9月の外食産業売上高は前年同月比19.7%増であった(図表2)。感染症対策と社会経済活動を両立させる動きが続いていることから、9月も客数(同9.9%増)と客単価(同8.9%増)の両方が売上高を押し上げた。2021年12月以降、外食産業売上高は10か月連続で前年同月の水準を上回っている。なお、コロナ禍前の2019年9月と比較すると、今年9月の外食産業売上高の水準は94.1%(2019年比5.9%減)となった(次頁、図表3)。

図表1 実質外食支出金額は前月比で増加  
(全国、2人以上の世帯、季節調整済)



注1:総務省「家計調査」の用途分類「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」より浜銀総研作成

図表2 外食産業売上高は増加傾向が続く  
(全国、全店、前年同月比)



注1:全店とは、既存店と新規店の合計。  
注2:売上高と客単価は名目ベースの税抜き価格による比較。  
注3:売上高、客数、客単価は店内飲食だけでなく店外飲食も含む値。  
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」より浜銀総研作成

### 3. 今後は家計の節約志向の高まりが外食支出の抑制につながる懸念される

業態別の動きをみると、ファストフード業態の9月の売上高は前年同月比8.2%増と堅調であった(図表3)。今年春以降、外出機会が増加傾向にあることからデリバリーやテイクアウト等の店外飲食の需要増加は一段落したものの、イートイン(店内飲食)の増収が業態全体の売上高をけん引した。

もっとも、ファストフード業態に含まれる「回転寿司」では、競合他社が値上げを発表する中、価格を据え置いた大手チェーンの客数が伸びており、外食産業においても顧客が価格に敏感になっていることが推察される。外食産業の各業態ではコスト上昇分を価格に転嫁する事例が増加しており、今後は家計の節約志向の高まりが外食支出金額の抑制につながる懸念される。

パブ・居酒屋業界の9月の売上高は前年同月比468.8%増と高い伸びとなった。前年(2021年9月)が酒類等の提供が制限されていた時期であったのに対して、今年は制限がなかった。さらに、2年にわたる行動抑制の反動もあり、個人客や小グループ客を中心に需要が高まっている。

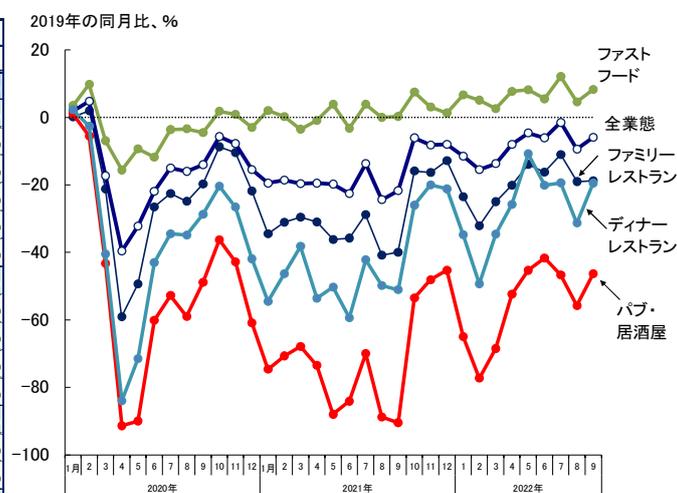
ただし、この先、商戦期である年末年始における企業等による宴会(団体)予約の動きは鈍い。会食・宴席等の実施に対する企業の自主規制は徐々に緩和されつつあるが、過去3年近く宴会等のイベントを休止したことで、そのまま「立ち消え」になる事例が増えているのではないだろうか。コロナ禍を契機として企業が実施する忘年会や新年会についても見直しが行われたとみられる。規制がなくなったことで、宴会需要がコロナ禍前の水準へ回復すると考えるのは、やや楽観的である。居酒屋チェーンは企業の宴会需要に焦点を当てたマーケティングからの転換を進める必要がある。

図表3 外食産業売上高(2022年9月、全国、全店)

業態	店舗数	売上高		客数		客単価	
		前年比	2019年比	前年比	2019年比	前年比	2019年比
		(増減率)					
<b>全体</b>	<b>36,749</b>	<b>19.7%</b>	<b>-5.9%</b>	<b>9.9%</b>	<b>-15.2%</b>	<b>8.9%</b>	<b>11.5%</b>
<b>ファストフード</b>	<b>21,316</b>	<b>8.2%</b>	<b>8.3%</b>	<b>4.4%</b>	<b>-8.3%</b>	<b>3.6%</b>	<b>18.8%</b>
洋風	6,245	4.6%	26.0%	3.2%	-1.3%	1.3%	26.5%
和風	5,063	11.1%	2.0%	3.0%	-9.4%	7.9%	12.3%
麺類	3,245	20.5%	-11.8%	12.7%	-19.6%	6.9%	14.0%
持ち帰り米飯/回転寿司	4,362	6.8%	-2.2%	1.0%	-9.9%	5.7%	10.9%
その他	2,401	13.3%	-13.0%	10.9%	-20.1%	2.1%	9.9%
<b>ファミリーレストラン</b>	<b>10,251</b>	<b>32.1%</b>	<b>-18.8%</b>	<b>21.2%</b>	<b>-26.1%</b>	<b>9.0%</b>	<b>8.2%</b>
洋風	4,954	22.7%	-28.8%	17.0%	-31.8%	4.9%	3.3%
和風	2,526	39.3%	-17.7%	26.9%	-25.6%	9.8%	4.4%
中華	1,371	24.6%	-0.2%	20.1%	-13.1%	3.5%	11.1%
焼き肉	1,400	67.7%	4.4%	49.8%	2.6%	11.9%	5.5%
<b>パブ・居酒屋</b>	<b>1,996</b>	<b>468.8%</b>	<b>-46.3%</b>	<b>278.3%</b>	<b>-50.2%</b>	<b>50.4%</b>	<b>14.8%</b>
パブ・ビアホール	424	400.1%	-42.4%	285.8%	-55.3%	29.6%	32.8%
居酒屋	1,572	512.4%	-48.1%	273.4%	-48.8%	64.0%	6.0%
<b>ディナーレストラン</b>	<b>1,081</b>	<b>64.9%</b>	<b>-19.5%</b>	<b>39.9%</b>	<b>-21.9%</b>	<b>17.9%</b>	<b>6.4%</b>
喫茶	1,887	28.2%	-19.9%	15.4%	-29.2%	11.1%	14.7%
<b>その他</b>	<b>218</b>	<b>38.3%</b>	<b>-7.7%</b>	<b>26.4%</b>	<b>-17.2%</b>	<b>9.4%</b>	<b>10.3%</b>

注1: 全店とは、既存店と新規店の合計。  
 注2: 売上高と客単価は名目ベースの税抜き価格による比較。  
 注3: 売上高、客数、客単価は店内飲食だけでなく店外飲食も含む値。  
 注4: 客数と客単価の2019年比の値は浜銀総研が算出。  
 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」より浜銀総研作成

図表4 業態別売上高の推移(2019年比)



注1: 調査対象は全国の全店(既存店と新規店の合計)。  
 注2: 名目ベースの税抜き価格による比較。  
 注3: 店内飲食だけでなく店外飲食も含む値。  
 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」

本レポートは、浜銀総合研究所・調査部が信頼できると判断した情報に基づいて作成したものです。その正確性、完全性を保証するものではありません。また、本レポートに記載した内容は、レポート執筆時の情報に基づくものであり、レポート発行後に予告なく変更されることがあります。ご利用の際は、最新の情報をご確認くださいませますようお願いいたします。