

調査速報

外食需要動向(2022年10月)

「全国旅行支援」が実施される中で、家計の外食需要も大幅に増加

主任研究員

佐橋 官

045-225-2375

sahashi@yokohama-ri.co.jp

要約

- 2022年10月の1世帯あたり実質外食支出金額は前月比2桁%の高い伸びとなった。10月から「全国旅行支援」が開始され、旅行等の外出機会が一段と増加したことから、家計の外食機会も増加したとみられる。
- 10月の外食産業売上高は11か月連続で前年同月の水準を上回り、コロナ禍前の水準を回復した。
- ファストフード業態では客単価の伸び(前年同月比6.7%増)が客数の伸び(同3.0%増)を上回った。大手ハンバーガーチェーンなどで値上げを実施しており、その影響が出たものとみられる。

1. 2022年10月の家計の実質外食支出金額はコロナ過で最も高い水準

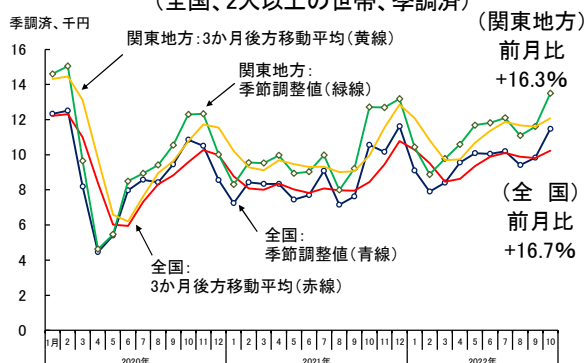
総務省「家計調査」に基づく2022年10月の1世帯あたり実質外食支出金額(季節調整済)は、全国が前月比16.7%増(前年同月比10.1%増)、関東地方が前月比16.3%増(前年同月比4.0%増)と、それぞれ2桁%の高い伸びとなった(図表1)。また、関東地方の実質支出金額は新型コロナウイルス感染症の感染が拡大した2020年3月以降で最も高い水準となり、全国の金額も2020年3月以降で2番目に高い水準となった。今年10月から実施された政府による観光需要喚起策「全国旅行支援」により、旅行やレジャー等の外出が一段と増加し、家計の外食需要を強く押し上げたとみられる。

2. 10月の外食産業売上高はコロナ禍前の水準を回復

10月の外食産業売上高は前年同月比14.8%増となった(図表2)。11か月連続で前年同月比プラスとなり、コロナ禍前の2019年10月の水準と比較しても5.5%上回った(次頁、図表3)。月次の外食産業売上高は、感染症が拡大した2020年3月以降、初めてコロナ禍前の水準を上回った。(次頁、図表4)。

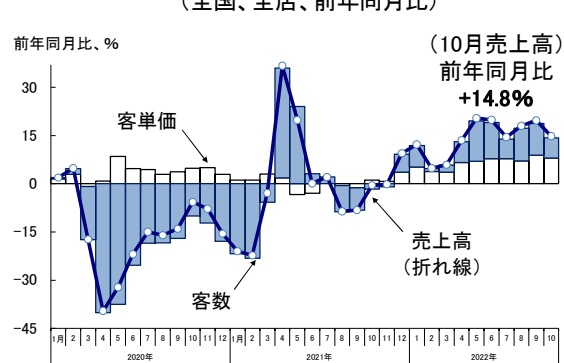
なお、前年同月比でみた10月の売上高の伸び率は前月(9月、同19.7%増)に比べて増勢が鈍化した。これは緊急事態宣言とまん延防止等重点措置の全面解除により、前年(2021年)10月の外食産業売上高が高まりつつあったことによるとみる。他方、2019年10月は消費税率引き上げにより需要が抑制されていた可能性もあり、その分は割り引いて評価する必要がある。

図表1 実質外食支出金額は全国、関東とも高い水準
(全国、2人以上の世帯、季調済)



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. ファストフード業態では値上げの実施で客単価の上昇が客数の増加を上回る

業態別の動きをみると、2022年10月はファストフード業態で客単価の伸び（前年同月比6.7%増）が客数の伸び（同3.0%増）を上回った（図表3）。9月末に洋風ファストフード業態の最大手である日本マクドナルド株式会社が今年2回目の値上げに踏み切るなど、ファストフード業態における値上げの動きが続いており、客単価の上昇に寄与したものとみられる。ファストフード業態は、コロナ禍下ではモバイルオーダーやデリバリーの実施などで客単価の引き上げに成功してきた。今回の客単価の上昇が、顧客に対して値上げが浸透した結果であることを期待したい。他方、これまで堅調であった客数の伸びが鈍化するようであれば、値上げの影響とも考えられ、動向を注視しなければならない¹。

他方、ファミリーレストラン業態、ディナーレストラン業態、パブ・居酒屋業態では、10月の客単価は前年同月比で高い伸びとなったものの、客数の伸び率が客単価の伸び率を大きく上回る状況にある。これらの業態でも値上げを実施しているものの、足元ではコロナ禍の客数の落ち込みからの回復という側面が強い状況と考えられる。「全国旅行支援」などの効果もあり、当面は客数の回復が続くと見込まれる。ただし、そうした支援策が一巡した後に、値上げによる影響が顕在化する可能性には注意しなければならないだろう。

図表3 外食産業売上高(2022年10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
全 体	36,996	14.8%	5.5%	6.3%	-5.9%	8.0%	14.4%
ファストフード	21,243	9.8%	18.0%	3.0%	-1.7%	6.7%	19.9%
洋 風	6,195	10.8%	35.9%	3.9%	4.7%	6.7%	29.1%
和 風	5,037	11.0%	10.5%	1.8%	-3.7%	9.1%	14.7%
麺 類	3,248	13.0%	-1.2%	5.5%	-12.6%	7.1%	12.3%
持ち帰り米飯/回転寿司	4,365	5.1%	6.4%	-0.8%	-2.9%	6.0%	10.2%
その他	2,398	7.1%	3.2%	5.8%	-5.0%	1.2%	10.0%
ファミリーレストラン	10,619	20.3%	-3.3%	13.4%	-9.0%	6.0%	12.7%
洋 風	5,261	21.3%	-9.6%	13.4%	-12.4%	7.0%	9.8%
和 風	2,603	20.6%	-8.4%	13.1%	-14.4%	6.6%	12.6%
中 華	1,368	18.3%	12.0%	13.9%	3.5%	3.9%	14.0%
焼き肉	1,387	18.2%	21.2%	14.2%	18.4%	3.5%	4.9%
パブ・居酒屋	1,989	49.7%	-36.6%	37.9%	-38.6%	8.5%	7.5%
パブ・ビアホール	424	54.1%	-32.7%	41.6%	-40.4%	8.8%	7.0%
居酒屋	1,565	47.6%	-38.3%	35.8%	-40.8%	8.7%	7.2%
ディナーレストラン	996	24.8%	-6.6%	17.4%	-18.6%	6.3%	9.8%
喫茶	1,900	19.0%	-10.0%	8.8%	-23.1%	9.4%	18.1%
その他	249	14.3%	-5.8%	7.9%	-8.4%	5.9%	8.5%

注1: 全店とは、既存店と新規店の合計。

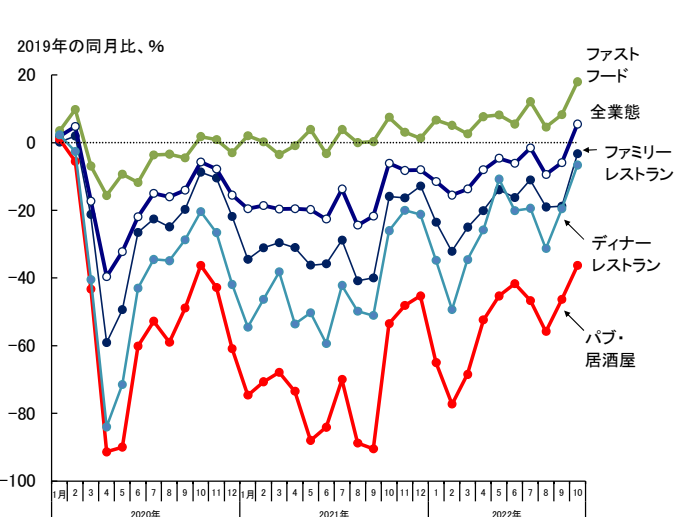
注2: 売上高と客単価は名目ベースの税抜き価格による比較。

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ようお願いいたします。

¹ なお、ファストフード業態のうち、持ち帰り米飯/回転寿司業態の10月の客数は前年同月比0.8%減と僅かながら前年同月の水準を下回った（図表3）。この要因として、値上げによる影響の可能性や、10月に不正競争防止法違反による起訴が報道された外食チェーンの全店客数が前年割れとなったことが影響した可能性などが考えられる。