調 査 速 報

外食需要動向（2022年11月）

値上げで客数の増加ペースが大幅にダウン
家計の外食支出は 10 月に比べて減少した

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

要 約

- **2022年11月の1世帯あたり実質外食支出金額は、全国、関東地方とも、前月比マイナスとなった。**
- **11月の外食産業売上高をみると、客数の伸び率が10月に比べて大幅に鈍化した。**
- **和風ファストフード、麺類ファストフード、焼き肉ファミリーレストランでは、11月の客数が前年割れとなった。外食の各業態の値上げや生活必需品の価格上昇で、家計の節約志向が強まった可能性があろう。**

1. 2022 年 11 月の家計の実質外食支出金額は前月比マイナス

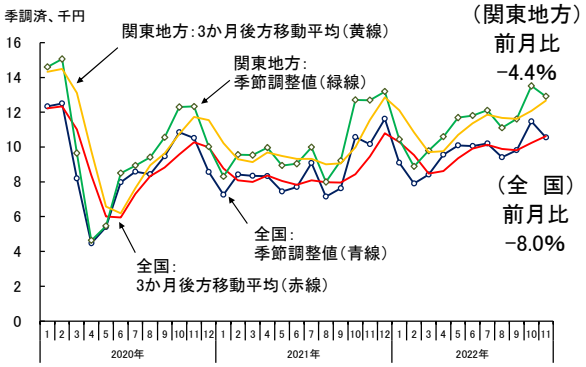
総務省「家計調査」に基づく 2022 年 11 月の 1 世帯あたり実質外食支出金額（季節調整済）は、全国が前月比 8.0%減（前年同月比 3.0%増）、関東地方が前月比 4.4%減（前年同月比 3.8%増）と、前月（2022 年 10 月）の水準を下回った（図表 1）。外食の各業態で値上げが実施されていることや、約 6700 品目の飲食料品の値上げが相次いだ（出所：株式会社帝国データバンク「『食品主要 105 社』価格改定動向調査－2022 年動向・23 年見通し」、2022 年 12 月 21 日）ことなどから、家計の節約志向が強まり外食が手控えられたと考えられる。10 月以降は「全国旅行支援」による旅行やレジャー等の外出機会が増加していただけに、11 月の家計の外食支出金額が大きく減少に転じたことは想定外といえる。

2. 11 月の外食産業の客数の伸び率が大幅に鈍化

2022 年 11 月の外食産業売上高は前年同月比 8.9%増となった（図表 2）。ただし、客数の伸び率は同 1.5%増にとどまり、前月（10 月、同 6.3%増）に比べて大きく鈍化した。他方、客単価は同 7.2%増となっており、2022 年 4 月以降は継続的に前年に比べて 7~8%程度の高い伸びが続いている。

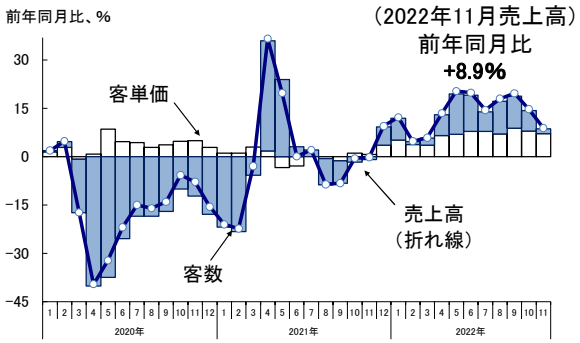
春先以降、コロナ禍に対する行動制限が解消したことで客数は比較的高い伸びが続いていたが、11 月は値上げなどによって客数の増加ペースにブレーキがかかった可能性があろう。

図表1 実質外食支出金額は前月比マイナス
（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 外食産業の客数の伸び率が縮小（悪化）
（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

もちろん、客数の増加率の鈍化については、行動規制の緩和により、2021 年 11 月以降、来店客数の水準が高まっていたことも要因の 1 つである。ただし、感染第 7 波では行動制限が全く課されず、特に昨年 10 月からは「全国旅行支援」で旅行やレジャーなどの外出機会が一段と増加している。さらに、政府による水際対策の緩和で訪日外国人も増加しつつあることも踏まえると、このタイミングでの客数の伸びの大幅な鈍化は予想できなかった。

3. 和風ファストフード、麺類ファストフード、焼き肉ファミリーレストランの客数は前年割れ

業態別の動きをみると、牛丼や天丼などの和風ファストフード、うどんや蕎麦などの麺類ファストフード、焼き肉ファミリーレストランでは 2022 年 11 月の客数が前年割れとなった（図表 3）。これらの業態では客単価の上昇で増収を維持したものの、値上げによる客離れが懸念される状態となっている。また、業態の大分類でみても、ファストフードの客数は前年同月比 0.9%増にとどまり、ファミリーレストランの客数（同 2.6%増）は前月（2022 年 10 月、同 13.4%増）に比べて伸び率が大幅に縮小（悪化）しており、それぞれ客数増加率の鈍化が鮮明になった。

足元の値上げは食材や水道光熱費、人件費などのコスト上昇への対応として止むを得ないものの、外食だけでなく、飲食料品や日用品など、多くの品目で相次ぐ値上げによって、家計が生活防衛を優先せざるを得ない状況になりつつあるとみる。2023 年 1 月 6 日には日本マクドナルドが昨年来 3 回目の値上げを実施すると発表しており（実施は 1 月 16 日）、全体の約 8 割の商品の店頭価格を 10～150 円引き上げる。業界最大手のこうした動きに追随し、2023 年は各社で 2 回目、3 回目の値上げの実施も予想される中、今後の外食需要は弱含みで推移する可能性が出てきたと考えられる。

図表 3 外食産業売上高（2022 年 11 月、全国、全店）

（増減率）

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			36,802	8.9%	0.7%	1.5%	−11.7%	7.2%	13.3%
	ファストフード		21,288	9.2%	11.6%	0.9%	−6.6%	8.2%	20.3%
		洋風	6,376	11.7%	25.8%	2.5%	−2.0%	9.0%	30.5%
		和風	5,040	8.1%	6.6%	−0.4%	−6.7%	8.5%	13.6%
		麺類	3,170	6.8%	−8.0%	−1.3%	−18.5%	8.3%	13.0%
		持ち帰り米飯/回転寿司	4,353	6.5%	3.5%	0.5%	−5.4%	5.9%	9.6%
		その他	2,349	5.1%	−1.3%	2.1%	−10.2%	2.9%	10.3%
	ファミリーレストラン		10,439	7.5%	−6.1%	2.6%	−17.8%	4.8%	11.4%
		洋風	5,054	8.9%	−7.8%	2.8%	−21.4%	5.9%	9.7%
		和風	2,642	8.1%	−12.6%	1.6%	−20.1%	6.4%	10.5%
		中華	1,366	9.3%	5.6%	5.0%	−6.2%	4.2%	13.2%
		焼き肉	1,377	0.2%	2.0%	−2.1%	−0.6%	2.4%	4.0%
	パブ・居酒屋		1,958	14.7%	−38.6%	7.9%	−40.2%	6.3%	6.2%
		パブ・ビアホール	418	24.4%	−31.8%	11.8%	−37.8%	11.3%	10.3%
		居酒屋	1,540	10.2%	−41.7%	5.6%	−43.6%	4.3%	4.6%
	ディナーレストラン		981	8.1%	−15.5%	3.2%	−26.3%	4.8%	8.5%
	喫茶		1,913	11.4%	−12.8%	3.1%	−24.2%	8.1%	16.8%
	その他		223	7.1%	−8.6%	0.4%	−16.7%	6.7%	10.8%

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

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が、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すようお願いします。