

調査速報

外食需要動向(2023年5月)

実質外食支出金額は堅調に推移。顧客の分散化により洋風ファストフードの客数は前年割れ

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

要約

- 家計の実質外食支出金額は全国、関東地方とも、5月は前月比で減少となったものの高水準を維持。
- 外出機会の増加で外食産業全体の来店客数は増加しており、値上げの影響が見えにくくなっている。
- コロナ禍からの回復をけん引した洋風ファストフード業態では客数の回復に一服感がみられる。

1. 家計の実質外食支出金額は高水準を維持している

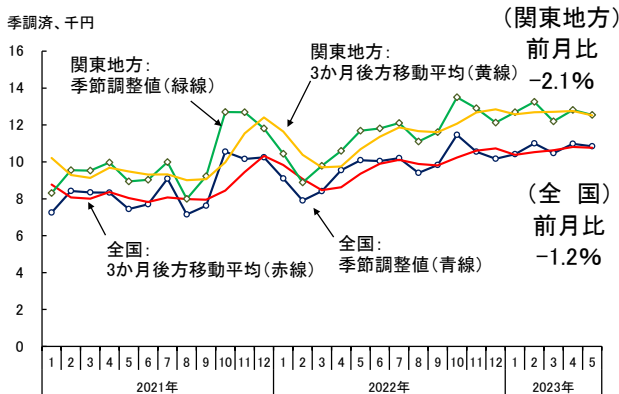
総務省「家計調査」に基づく2023年5月の1世帯あたり実質外食支出金額(季節調整済)は、全国が前月比1.2%減(前年同月比7.9%増)、関東地方が前月比2.1%減(前年同月比7.1%増)となった。家計の実質外食支出は高い水準を維持したものの、全国、関東地方ともに前月比では小幅なマイナスとなったことから、各社で相次ぐ値上げの影響も含めて、今後の動きに注意が必要となろう(図表1)。

5月は新型コロナウイルスの感染法上の位置づけが「5類」に移行し、3年振りに行動制限のない大型連休となったこともあり、旅行や帰省等の外出機会が増加し、前年同月比では外食支出も増加した。ただし、後述するように、外食需要の回復がファストフードからパブ・居酒屋やディナーレストランにまで広がる中で、外食産業で相次ぐ値上げの影響が見えにくくなっている点には注意する必要がある。

2. 外食産業売上高も、客単価、客数ともに前年水準を上回る動きが続いている

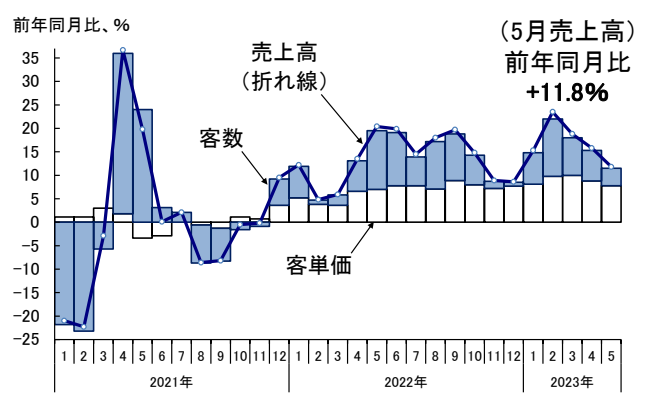
一般社団法人日本フードサービス協会が集計している2023年5月の外食産業売上高は前年同月比11.8%増となった(図表2)。2023年5月も客単価(同7.8%増)と客数(同3.7%増)の両方が売上高を押し上げた。客単価の上昇には外食産業で広がるメニュー価格の値上げの影響が含まれるとみられる。また、行動制限の解除に伴って外出機会が増加したことで、来店客数も増加しているとみる。但し、前年同月比でみた客数の増加率は前月(4月、同6.5%増)に比べて縮小した。昨年来の経済活動の正常化で、前年同月の水準が高まってきており、今後は客数の伸び率は縮小に向かうと考えられる。

図表1 実質外食支出金額は堅調に推移
(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 外食産業の客単価の上昇が続く
(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. 洋風ファストフード業態の客数の増加が一服した

前述のように、外食産業全体の客数は回復が続いている。その中で、2023年5月はハンバーガーチェーン等の洋風ファストフード業態の客数が小幅ながら前年割れ（前年同月比1.4%減）となった（図表3）。

洋風ファストフード業態の客数の増加が足元で一服した背景には、行動制限の解除に伴って旅行やレジャー等の外出機会が増加したことから、コロナ禍下で当業態を利用していただ顧客の一部が観光地や帰省先等で他業態の飲食店へと流れた可能性が考えられる。コロナ禍下において、同業態はテイクアウトやデリバリーを活用したことで、外食業界では「独り勝ち」の様相を示していた。また、コロナ禍後の人流の回復局面でも、都市部を中心に、イートイン（店内飲食）の顧客の増加をいち早く取り込むなど、外食業態の中では顧客の回復をけん引した。今回の動きは、行動の自由度が高まったことに伴う顧客の分散とみることが出来る。

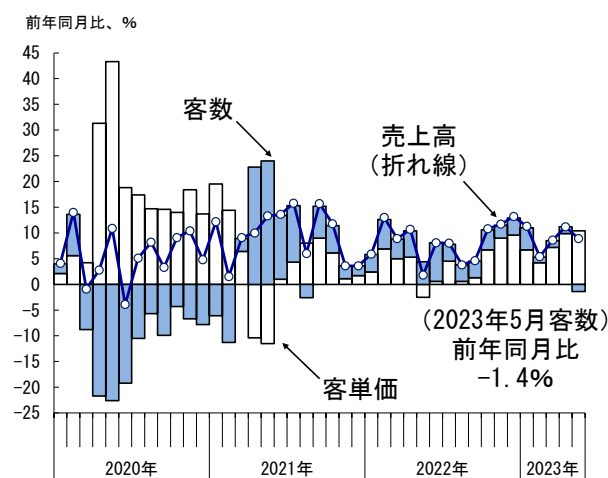
ただし、値上げの影響にも注意を向ける必要がある。もし、洋風ファストフード業態の客数の減少が、顧客の分散ではなく、家計の節約意識の強まりによるものであれば、外食産業としてはより深刻にとらえる必要があろう。最近では、食料品や日用品、電気・ガス等、生活必需品の値上げが続いており、洋風ファストフード業態においても2022年以降、2回目、3回目の値上げを実施した企業がある。今後は、メニュー価格が上昇したことに伴って、ファミリーレストランからファストフードへ、ファストフードからコンビニエンスストアやスーパーマーケットの弁当などへと、より単価が低い食事に顧客が流れる動きが表面化する可能性がある。

図表3 外食産業売上高
(2023年5月、全国、全店)

業 態	店舗数	(前年同月比増減率)		
		売上高	客数	客単価
全 体	36,529	11.8%	3.7%	7.8%
ファストフード	21,248	10.4%	2.2%	8.0%
洋 風	6,317	8.9%	-1.4%	10.4%
和 風	5,065	14.0%	7.3%	6.3%
麺 類	3,155	14.3%	4.9%	8.9%
持ち帰り米飯/回転寿司	4,355	7.8%	0.9%	6.9%
その他	2,356	8.8%	0.8%	7.9%
ファミリーレストラン	10,303	12.0%	6.3%	5.4%
洋 風	5,193	11.9%	6.9%	4.7%
和 風	2,564	14.1%	5.6%	8.0%
中 華	1,183	10.6%	6.2%	4.1%
焼き肉	1,363	10.6%	2.6%	7.8%
パブ・居酒屋	1,868	22.5%	13.2%	8.3%
パブ・ビアホール	389	28.1%	13.8%	12.6%
居酒屋	1,477	19.9%	12.8%	6.3%
ディナーレストラン	981	14.6%	8.7%	5.4%
喫茶	1,870	18.8%	6.7%	11.4%
その他	261	16.4%	9.5%	6.3%

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

図表4 洋風ファストフード業態の売上高の推移



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

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。