

調査速報

外食需要動向(2023年9月)

実質外食支出金額は高水準が続くも、ファミレス等では値下げによる集客の動きが見え始めた

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

要約

- 9月の実質外食支出金額(季調済)は、全国で前月比1.6%増、関東地方では同0.8%増と高水準が続く。
- 外食産業売上高は、残暑の影響でビールやアイスクリームなどの売り上げが堅調であった。しかし、客数の前年同月比増加率は全体で7.5%増となり、8月(前年同月比8.4%増)に比べて縮小した。
- 洋風ファミリーレストラン業態や居酒屋業態においては、価格訴求、つまり値下げによる集客キャンペーンの動きが出てきている。価格転嫁による客単価の上昇が難しくなりつつあるとみる。

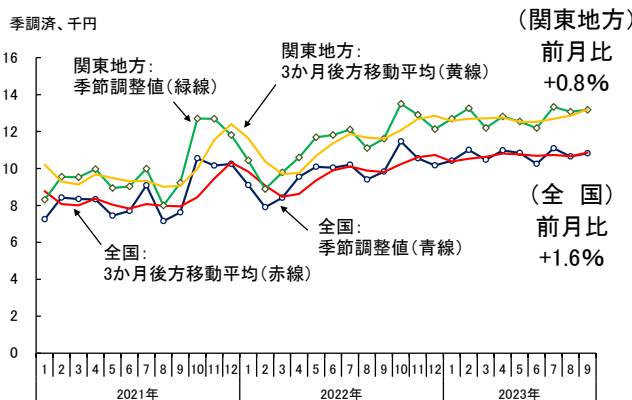
1. 9月の家計の実質外食支出金額は高い水準を維持

総務省「家計調査」に基づく2023年9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1.6%増(前年同月比11.5%増)、関東地方が前月比0.8%増(前年同月比13.5%増)となった(図表1)。実質外食支出金額は高い水準を維持しているものの、2022年春以降の外出増加に伴う外食需要の回復は一巡しつつある。回復が一巡した後は、外食支出に関しても物価上昇を受けた消費者の節約志向が強まっていくことが予想され、その影響により実質外食支出が下押される懸念がある。

2. 9月の外食産業の客数の伸びは8月に比べて縮小

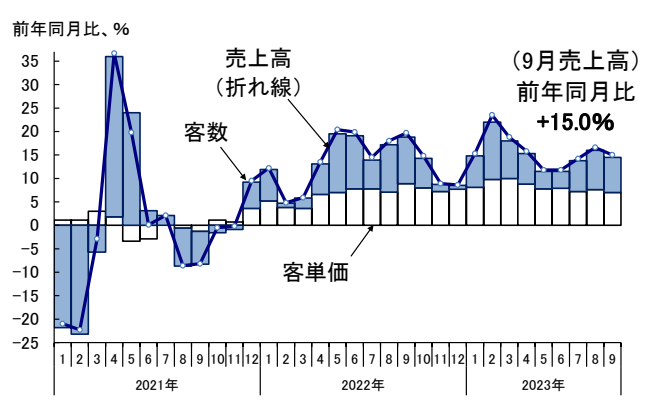
一般社団法人日本フードサービス協会が集計している2023年9月の外食産業売上高(名目値)は前年同月比15.0%増と高い伸びを維持した(図表2)。残暑が続いたことで、9月もビールなどの飲料、アイスクリームの売り上げが堅調であった。ただし、客数(同7.5%増)の伸びは8月(同8.4%増)に比べて縮小した。旅行やイベントの復活等による夏場の客数の増加が一巡したと考える。今後は、年末・年始の繁忙期において、どの程度の集客が出来るか注目される。

図表1 実質外食支出金額は高い水準を維持  
(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は縮小  
(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. 洋風ファミリーレストランや居酒屋の中には価格訴求の動きが出てきた

2023年9月の業態別の客単価をみると、ハンバーガーチェーンなどの洋風ファストフードは前年同月比9.1%増と高い伸びとなった（図表3）。秋の期間限定メニューの投入などにより、客単価の引き上げに成功したとみられる。一方、洋風ファミリーレストランの9月の客単価（同4.1%増）は調査対象業態の中で最も低い伸びにとどまった。同業態では、一部のメニューについて期間限定で値下げを実施するなど、価格訴求型のキャンペーンを実施したチェーンがあったことから、他業態に比べて客単価の伸びが抑制されたと考えられる。また、居酒屋業態の客単価（同7.8%増）は外食産業全体の客単価の伸び（同7.0%増）を上回ったものの、一部の繁華街では低価格メニューを集客の目玉とする店舗などが出てきたようである。

2022年春以降の外食産業売上高の推移をみると、客数の戻りと客単価の上昇の両方が、増収率の拡大の要因となってきた。外食各社で値上げが相次いだものの消費者はそれを受け入れて客数の回復が続いた。

しかし、足元では価格訴求、すなわち低価格をアピールすることによる集客の動きが出てきている点に注意すべきであろう。消費者が相対的に安いメニューを選択したり、品数を減らす、あるいはより低価格の業態に来店先を変えることで、コスト上昇分に見合う客単価の上昇が見込みにくくなっていると考えられる。この先、外食産業では食材等のコスト上昇は徐々に沈静化していくと予想されるものの、減少に転じるとは考え難く、コストは高止まりする可能性が高い。客数の増加を求めると客単価が下がり、客単価を維持すると客数が伸び悩む、難しい局面に入りつつあると考えられる。

図表3 外食産業売上高(2023年9月、全国、全店)

(前年同月比増減率)

業 態	店舗数	売上高	客数	客単価
<b>全 体</b>	<b>36,406</b>	<b>15.0%</b>	<b>7.5%</b>	<b>7.0%</b>
<b>ファストフード</b>	<b>21,090</b>	<b>12.6%</b>	<b>5.3%</b>	<b>6.9%</b>
洋 風	6,321	11.6%	2.3%	9.1%
和 風	5,092	16.3%	11.2%	4.7%
麵 類	3,011	14.7%	5.5%	8.7%
持ち帰り米飯/回転寿司	4,292	7.6%	0.9%	6.7%
その他	2,374	17.2%	11.7%	5.0%
<b>ファミリーレストラン</b>	<b>10,377</b>	<b>17.3%</b>	<b>12.3%</b>	<b>4.4%</b>
洋 風	5,179	17.9%	13.3%	4.1%
和 風	2,566	17.0%	9.1%	7.2%
中 華	1,197	20.9%	15.9%	4.3%
焼き肉	1,435	12.6%	5.5%	6.7%
<b>パブ・居酒屋</b>	<b>1,820</b>	<b>30.0%</b>	<b>18.9%</b>	<b>9.4%</b>
パブ・ビアホール	387	35.4%	20.2%	12.7%
居酒屋	1,433	27.4%	18.2%	7.8%
<b>ディナーレストラン</b>	<b>934</b>	<b>19.3%</b>	<b>12.4%</b>	<b>6.1%</b>
<b>喫茶</b>	<b>1,901</b>	<b>20.0%</b>	<b>9.1%</b>	<b>9.9%</b>
<b>その他</b>	<b>284</b>	<b>16.2%</b>	<b>10.3%</b>	<b>5.3%</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。

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ようお願いします。