

コロナ禍以降の外食消費の動向について

<ポイント>

1. 本稿では、新型コロナウイルス感染症(以下「新型コロナ」又は「コロナ禍」という。)の影響で大きく落ち込んだ後、回復過程を辿ってきた外食消費の動向について概観する。まず、外食売上高全体の動向を確認すると、足下ではコロナ禍前のトレンドを上回るペースで緩やかな増加傾向が続いている。売上高の動向を客単価と客数に分けてみると、客単価は、原材料の食料品の価格上昇もあって、2022年以降大きく上昇した後、緩やかな上昇傾向が継続している。客数についても、コロナ禍による落ち込みから経済社会活動の正常化に伴い回復し、2023年5月に新型コロナの感染症法上の位置付けが5類感染症に移行してから一年が経過した現在もなお、緩やかな増加傾向が続いている¹。業態別の動向を確認すると、ファミリーレストランや喫茶業態ではコロナ禍以降の回復過程が続く一方で、パブレストラン・居酒屋業態はコロナ禍前水準まで戻り切らない状況になっている(図1)。
2. こうしたパブレストラン・居酒屋業態の戻りの弱さの背景については、需要側・供給側両面からみてとれる。まず供給面では、コロナ禍以降の店舗数の減少が挙げられる。新型コロナの影響を比較的大きく受けた当該業態では、コロナ禍前と比べた店舗数の減少が他業態と比べても著しい(図2)。また、需要面として、企業の忘・新年会の開催状況に関するアンケート調査結果をみると、直近2023年末～2024年始の開催割合自体はコロナ禍前程度に戻っているものの、コロナ禍を経て開催しなくなった企業も一定数存在しており、利用者の宴会離れの傾向が一定程度うかがわれる(図3)。また、開催する場合でも、コロナ禍前と比べると小規模化しているとの声もあり、後述するテレワークの普及なども背景に、コロナ禍以降で消費活動の構造変化が生じたことも影響していると考えられる²。以上を踏まえ、外食売上高を、店舗数の減少による下押し分の影響も分かるように、店舗数・店舗当たり客数・客単価の3要因にそれぞれ分解してみると、外食全体では、店舗数の減少を、客単価の上昇が大きく上回るとともに、店舗当たりの客数もコロナ禍前水準をおおむね回復している。これに対し、パブレストラン・居酒屋については、店舗当たり客数の回復傾向は外食全体とおおむね

¹ 客数については、足下でも依然とコロナ前の水準にまで達していないが、この背景には、コロナ禍を経てテイクアウトやデリバリーサービスが普及し、店内飲食以外の選択肢が増えたことによる構造的な影響も考えられる。

² 日本フードサービス協会「外食産業市場動向調査 2023年12月度 結果報告」によれば、2023年末の忘年会の動向について、「飲酒業態は、4年ぶりにコロナによる行動制限がない忘年会シーズンとなり、大規模な宴会は少ないものの、中小規模宴会が増え、これまで戻りが鈍かった法人の忘年会も回復傾向となり(以下略)」とあり、法人企業の宴会規模の縮小傾向に関する見解が示されている。

同様にみられる一方、店舗数要因による下押しが大きいほか、客単価の伸びも外食全体と比べると弱さがみられる(図4)。

3. 次に、外食消費の動向について、物価変動の影響を除去した実質値の動きを確認する³。これまでみてきた供給側の業界統計に加えて、供給側の公的統計(サービス産業動向調査)、需要側の公的統計(家計調査。総世帯の一世帯当たり支出額に世帯数を掛け合わせて作成したマクロの外食支出額)やビックデータ(クレジットカード支出)を用いて比較すると、2024年1-3月期時点においては、程度に差はあるが、いずれの指標でも実質でコロナ禍前の水準は上回っていない(図5)⁴。
4. こうした動きの背景には、上述の店舗数の減少や宴会に対する嗜好の変化のほか、構造的な変化として、コロナ禍を経てテレワークの実施率が高まり、特に平日の外食利用頻度がコロナ禍前と比べて低下した可能性も考えられる。テレワークの実施状況を見ると、水準は都市圏と地方との間で差があり、またピーク時であった2021年以降、実施者割合や頻度は低下傾向にあるものの、直近2023年の水準はいずれの地域区分においても依然としてコロナ禍前より高く、コロナ禍を経てテレワークが一定程度普及しているものと考えられる(図6)。そうした中で、平日・休日別の外食消費の動向を、「家計調査(二人以上の世帯)」における日別支出のデータを用いて確認したところ、平日・休日ともに回復傾向にあるが、平日の方が休日よりもコロナ禍前対比でみた回復度合いはやや弱いことが分かる(図7)。
5. また、消費者の属性別(世帯類型別・年齢階級別)で同様に実質の外食消費の動向を確認すると、2023年時点では、おおむねどの属性でも2019年の水準まで戻り切っていないことに加え、特に30代以下の単身世帯において戻りが弱い点がみてとれる(図8)。こうした若年層においては、前述したテレワークの普及が比較的進んでいることが、外食消費の戻りを弱くしている可能性も考えられる。コロナ禍以降の外食消費の動向をみる上では、こうした消費者の属性別の動向にも注視する必要があると考えられる⁵。
6. 以上のとおり、本稿ではコロナ禍が始まって以降の外食消費の動向を概観したが、実質ベースで見ると、コロナ禍を経た構造変化もあって、外食消費は依然としてコロナ禍前水準にまで戻っていないことが確認された。一方、足下にかけても、客数の増加を伴う形での外食売上高の緩やかな増加傾向は継続しており、今後所得の伸びが物価上昇を上回って増加する状況が実現していくことにより、外食需要がさらに伸びる余地は残されていると考えられる。

³ 実質化に当たっては、各統計の名目値を、消費者物価指数における「一般外食」でデフレートした。

⁴ 供給側統計の「サービス産業動向調査」の外食売上高は、名目では、他のデータと異なり、コロナ禍前の水準を唯一回復していない。統計の特性の違いとして、例えば、業界統計は、「サービス産業動向調査」と比べて、居酒屋等のシェアが低い一方、ファーストフード店のシェアが高めとなっていることや、「サービス産業動向調査」は、業界統計よりも中小・零細企業の動向を捉えているなどの違いがあり、こうした点が動きの違いにつながっている可能性がある。

⁵ 国土交通省「テレワーク人口実態調査」(令和5年度)によれば、年齢階級別・性別でみた雇用型テレワーカーの割合は、30代以下では男女共に全年齢平均の割合を上回っており、特に女性ではその傾向が顕著である。

図1 外食売上高の推移

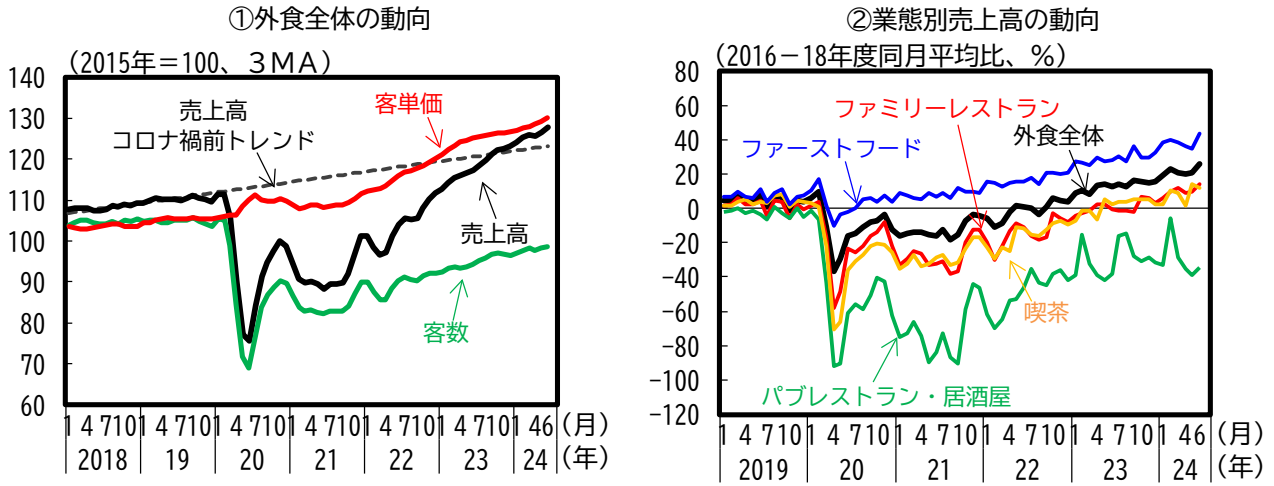


図2 店舗数の変化率 (2024年5月)

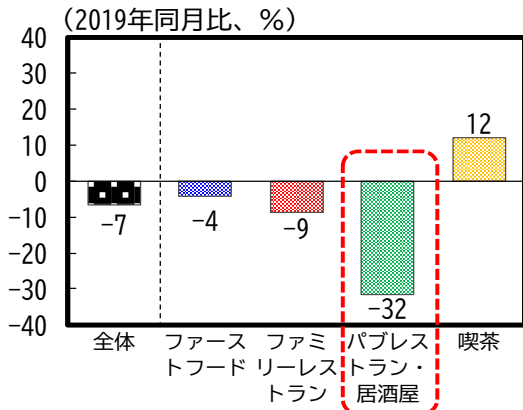


図3 忘年会・新年会を開催する企業の割合

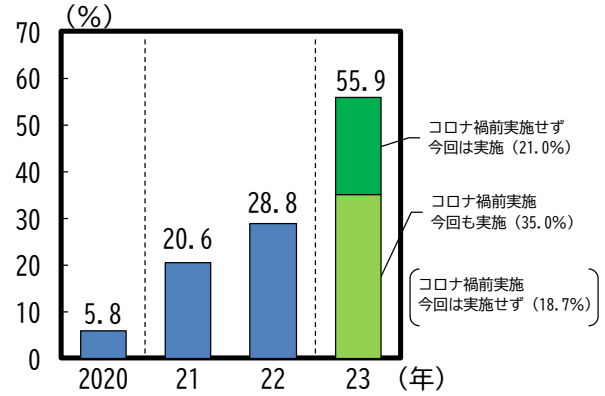


図4 外食売上高の要因分解

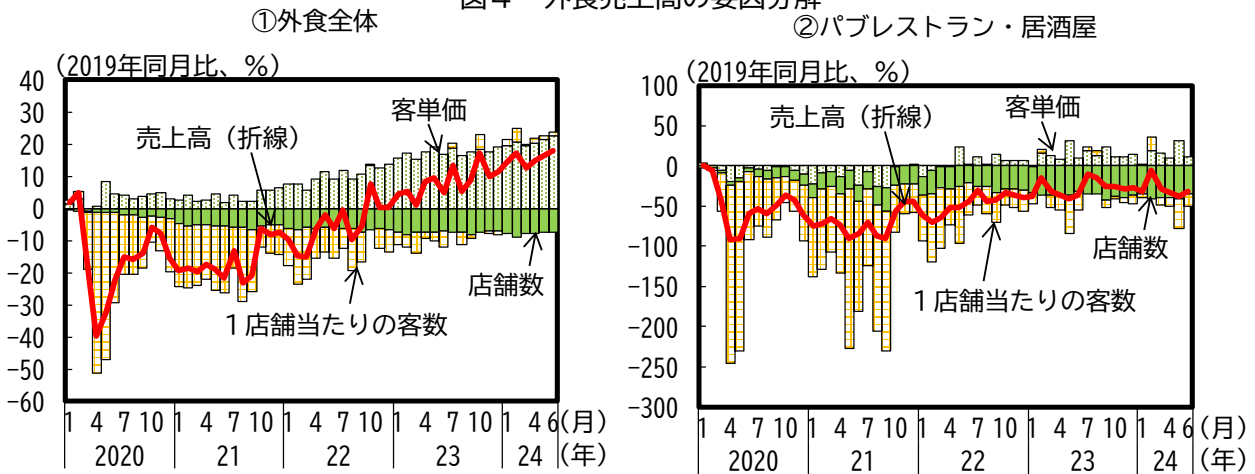


図5 コロナ禍前と比べた外出消費の動向（2024年1－3月期）

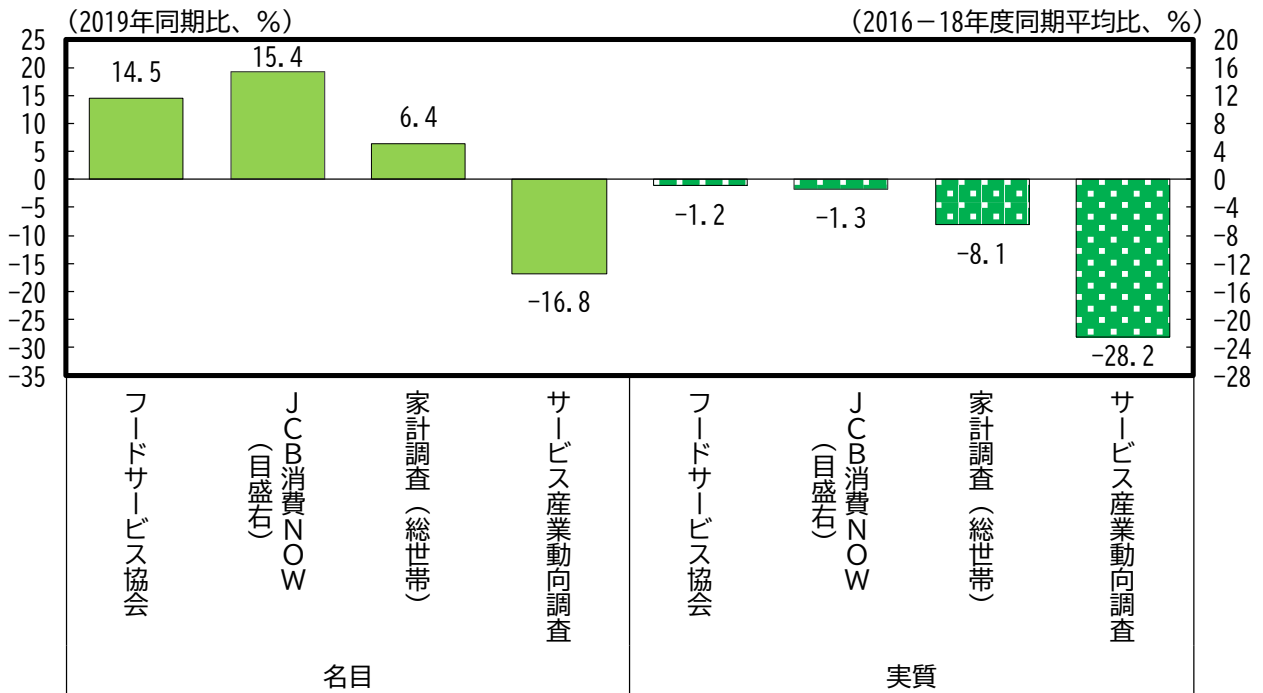


図6 雇用型就業者におけるテレワークの実施状況

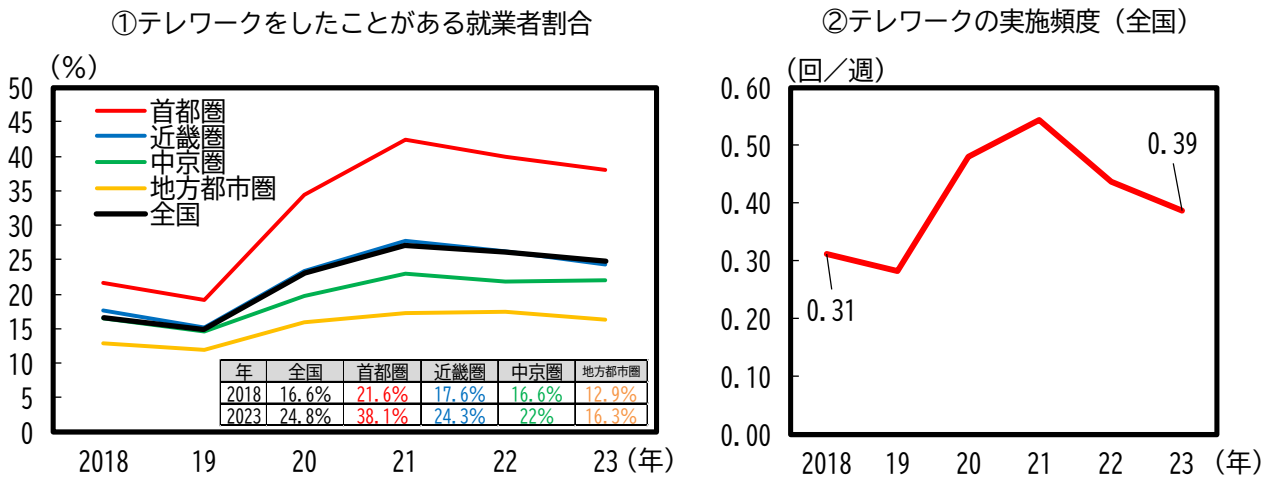


図7 平日・休日別にみた外出消費の動向 (各年1－5月平均値、実質)

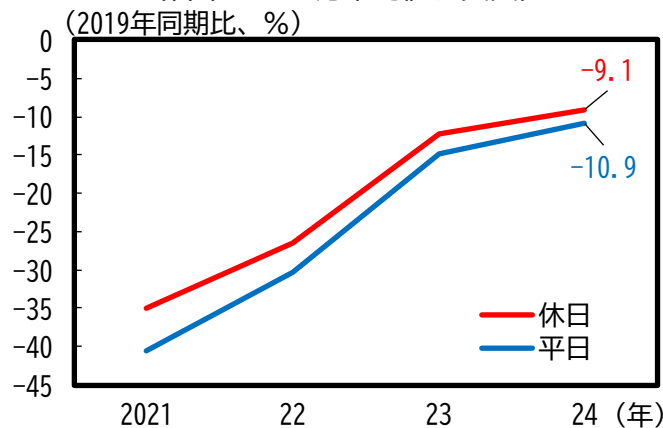
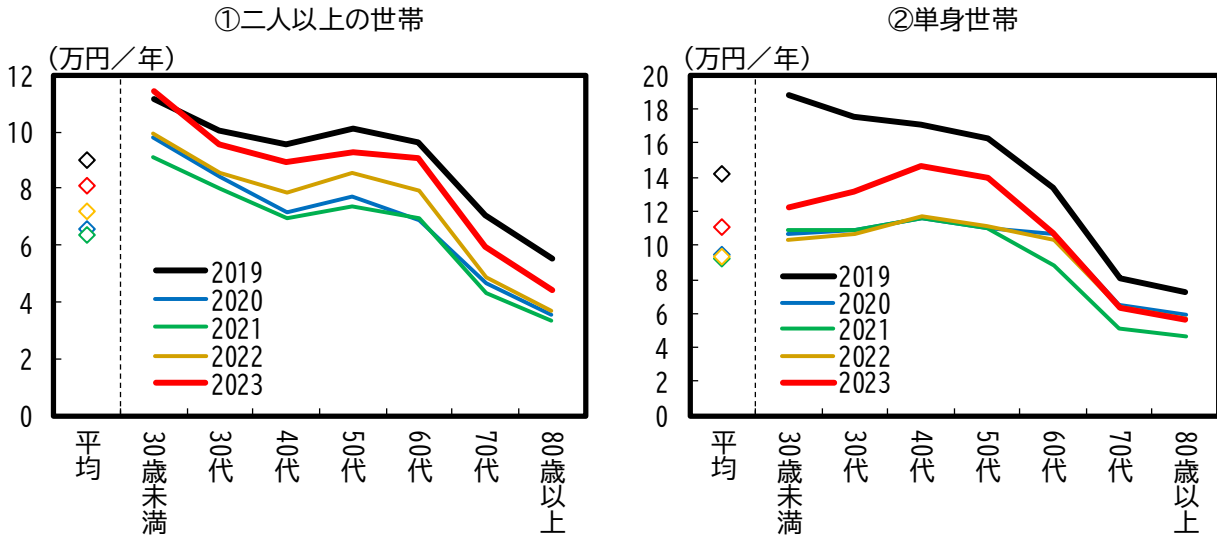


図8 世帯類型別・年齢階級別の実質外食消費の動向（推計値）



- (備考)1. 図1・2・4は、日本フードサービス協会「外食産業市場動向調査」により作成。図1について、①は内閣府による季節調整値。後方3か月移動平均値。図中の「売上高コロナ禍前トレンド」は、コロナ禍前期間中(2016年～2020年2月)の平均的な伸び率で、コロナ禍以降、指数を延伸したもの。図4について、交絡項は図中から除いている。
2. 図3は、東京商工リサーチ「忘・新年会に関するアンケート調査」により作成。回答選択肢が異なることから、2020年と21年、22年と23年の間ではデータが不連続となっている点には留意されたい。
3. 図5は、日本フードサービス協会「外食産業市場動向調査」、総務省「消費者物価指数」、「サービス産業動向調査」、「家計調査」、「国勢調査」、株式会社ナウキャスト、株式会社ジェーシービー「JCB消費NOW」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計(全国推計)」により作成。「家計調査(総世帯)」における値は、「家計調査」で得られる世帯当たりの消費額と「国勢調査」等から得られる世帯数を、年齢階級別で掛け合わせた上で算出したマクロの外食支出額。
4. 図6は、国土交通省「テレワーク人口実態調査」により作成。雇用型就業者(民間会社、官公庁、その他の法人・団体の正社員・職員、及び派遣社員・職員、契約社員・職員、嘱託、パート、アルバイトを本業としている者)を対象とした集計結果。①について、「首都圏」は東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県。「中京圏」は愛知県、岐阜県、三重県。「近畿圏」は京都府、大阪府、兵庫県、奈良県。「地方都市圏」は、その他の道県。②は、テレワークの実施有無及び週次での実施頻度の回答を加重平均して算出。その際、回答された実施頻度について、「週5～7日」は週6回とし、週1回未満は週0回とみなして計算している。テレワークを実施していない者も含めた算出値になっている点に留意されたい。
5. 図7は、総務省「家計調査」、「消費者物価指数」により作成。二人以上の世帯。家計調査の日別支出データから得られる「一般外食」の支出額について、平日と休祝日ごとに月次平均値を算出し、対応する消費者物価指数でデフレートした上で、2019年同期対比の割合を算出。
6. 図8は、総務省「全国家計構造調査」、「家計調査」、「消費者物価指数」、「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計(全国推計)」により作成。全国家計構造調査より得られた、2019年の世帯類型別・年齢階級別の一般外食の1世帯当たり消費額について、国勢調査等から得られる世帯数を掛け合わせてマクロの外食消費額を算出し、以後の年については、家計調査から得られる外食消費額の変化率、世帯当たり人員数の変化率、及び消費者物価指数から得られる外食価格の変化率を基に延伸した試算値となっている。なお、①の二人以上の世帯については、世帯当たりの消費額を世帯人員数の平方根で割った、等価ベースの値としている。

担当:内閣府 政策統括官(経済財政分析担当)付参事官(総括担当)付

北口 隆雅(直通 03-6257-1569)

本レポートの内容や意見は執筆者個人のものであり、必ずしも内閣府の見解を示すものではない。