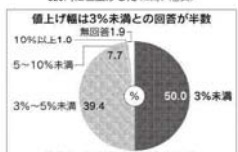


ニュース

## ニュース再チェック!

### 外食 広がる値上げ



#### 食材・人件費が高騰 客足に懸念も

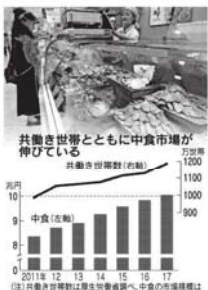


外食大手で値上げの動きが広がっている

企業名(ブランド)	対象と値上げ幅
松屋フーズ(松屋)	4月に全店舗で牛めし、カレーなどを10~50円
ハイダイ日高(日高屋)	4月に定食類を10~30円
トリドールHD(丸亀製麺)	3月にイカ天など13商品を10円
ゼンショーHD(すき家)	2017年11月に一部メニューで10~50円
すかいらーく(ガスト)	17年10月に一部グリルメニューで数十円
鳥貴族(鳥貴族)	17年10月に全品均一価格を税別280円を298円に
リンガーハット(リンガーハット)	17年8月に西日本エリアではほぼ全商品を平均4%

2018年5月23日 日本経済新聞朝刊3面(抜粋)

### 「中食」市場 10兆円超え



#### 昨年、共働き世帯「時短需要」 総菜拡充・増産に動く

日本経済新聞がまとめた「中食市場」の調査によると、17年の中食市場は10兆円を超え、前年比3.4%増加。初めてカレーの購入額を上回ったのです。

2018年5月22日 日本経済新聞朝刊16面

低価格競争で「デフレの象徴」と言われてきた外食産業ですが、今、値上げが相次いでいます。日本経済新聞社がまとめた2017年度の飲食業調査で、18年度中に値上げを予定する企業が45.4%に上がることが分かりました。前年度の調査に比べて15.1ポイント上昇しています。食材価格や人件費の高騰が値上げの理由です。また、賃金が上向きしていることも各社が値上げに動く背景にあります。値上げしても顧客離れが起きないとなれば、企業はコストを価格に反映しやすくなります。

しかし、日銀が今年2月から3月に実施した「生活意識に関するアンケート調査(第73回)」では、1年前と比べて支出を減らしたもののトップが「外食」、次いで「旅行」「衣服、履物類」となっています。昨今の外食の値上げは需要増によるものではなく、コストアップによる値上げです。そのため、顧客離れの懸念があると値上げをためらう企業も多くあります。

一方、拡大を続けているのが、惣菜や弁当などの「中食(なかしょく・ちゅうしょく)」市場です。中食市場は10兆円を超え、外食市場の3分の1超の規模に拡大しています。中食市場の拡大は共働き世帯や単身世帯の増加など社会の変化が関係しています。また、弁当一つ、惣菜一つ、おにぎり一つを手軽に買えるコンビニエンスストアなどのサービスが増えたことも影響しています。

家庭内で調理を行って食事を行う「内食(うちしょく・ないしょく)」は減少傾向にあります。それは家庭料理の定番であるカレーから分かります。調査会社インテージによると、2017年のわが国の家庭でのレトルトカレーの購入額は461億円と前年比3.4%増加。初めてカレーの購入額を上回ったのです。

共働き世帯の増加や高齢化による単身世帯の増加で、食事の支度に時間をかけずにすませる、調理の時短ニーズが高まっているのです。

新聞(宅配) + 電子版

## 日経なら、Wプランが断然おトク!

毎月の新聞購読料に +1,000円 で、さらに特典も!



新聞(宅配)



電子版



日経の電子書籍(年2冊)



### 「日経W倶楽部」の特典



美術展・イベントなど 無料招待・割引



会員限定 セミナー開催



書籍・グッズなど プレゼント

「日経W倶楽部」の詳細はこちら

<http://www.nikkei4946.com/nwc/>

日経W倶楽部

検索



