

家計調査からみる外食の寿司への支出額の動向

主任研究員 田口さつき

1 外食の寿司をめぐる論点

日本人は、魚食において加熱調理をしない食べ方を好む。このような生鮮魚介類の代表的な食べ方としては、「寿司（すし）」が挙げられる。各種アンケート調査でも、寿司は「好きな和食」（農林水産省（2020））、「直近6か月で食べた海産物料理」（大日本水産会（2019））などとして上位に来るほど、身近な料理である。

ところで、外食産業においても寿司は無視できない部門である。公益財団法人 食の安全・安心財団の推計では、2023年の寿司店の売上額は1.5兆円ほどで、外食産業全体の6%を占めた。外食チェーンのなかでも、寿司のチェーン店は、いわゆる「回転ずし」が1958年に東大阪市で始まって以来（朝日新聞（2024））、デフレ経済下でも拡大を続け、コロナ禍にあっても従業員との非接触、持ち帰り専門店など様々な対策を打ち出すなど、環境変化に適応してきた。また、「魚類養殖の生産物の国内の末端仕向先は、全体の6割程度が量販店を通じた家庭内生鮮仕向け、全体の1割弱が外食チェーンを通じた外食生鮮仕向けである。」（農林水産省（2021））ともいわれ、養殖魚の需要の一

形態と考えられる。

そこで、以下では、総務省「家計調査」を用い、寿司をめぐる消費者の行動について、「すし（外食）」を「すし（弁当）」および「他の外食」と比較しながら分析する。消費者が寿司を食べることが目的の場合、寿司を自分で作る、すし（弁当）を買う、外食ですしを食べるという3つの選択肢がある。しかし、家計調査は、寿司を作るための支出額はうまく捕捉できない。また、外食が目的である場合、和食、洋食など様々な選択肢があるが、本稿ではこれらをまとめて「他の外食」として比較対象とする。「他の外食」は、「食事代」から「すし（外食）」を除いたものである。

外食について考える際、コロナ禍の影響は無視できない。例えば、農林水産省のアンケート調査（農林水産省（2023））によれば、新型コロナウイルス感染症の流行により、調査対象者3,000人のうちの47.5%が外食の利用機会が減ったと回答した。なお、外食機会が減った回答者（1,424人）は、「それでも外食」をする機会（複数回答）として、「たまに気分転換したいとき」（56.2%）、「仕事以外の友人・知人との親睦会」（30.8%）、「誕生日やお祝いなど家族や知人との特別な日」（29.7%）を選ぶ傾向がみられた。そ

のようななか、男性の20～30歳台は「忙しくて時間がないとき」という回答割合が3割超であった。「仕事などで疲れて家で食事の準備が嫌なとき」という回答も、男性の20～30歳台、女性の30～50歳台では2割を超えた。また、北口（2024）は、テレワークの実施率が高まったことで、平日の外出利用頻度がコロナ禍前と比べて低下したという検証を、家計調査「二人以上の世帯」の品目分類による日別支出額（注1）により行い、平日のほう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を示した。

以上の議論を踏まえ、まず、家計調査において、「すし（外食）」に関連する支出額の長期的な推移を、次に24年の同調査から世帯の属性との関連を把握する。最後に日別支出（二人以上の世帯のみ利用可能）から、曜日や特定の日との関連を確認する。

なお、家計調査の「外食」は、飲食店における飲食費であり、飲食店により提供された飲食物は、出前、宅配、持ち帰りの別にかかわらず、飲食に分類される。

（注1）日別支出額は、ある日にある品目に支出した世帯の合計額を調査世帯数で割ったものである。単身世帯の日別支出額は公表されていない。

2 「すし（外食）」への支出額の動向

（1）長期的な推移

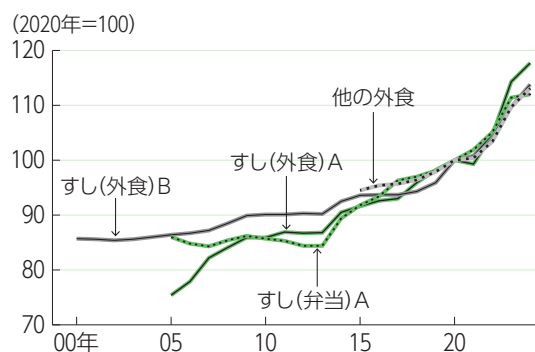
「すし（外食）」への支出額をみるにあたり、総務省「2020年基準消費者物価指数」から「すし（外食）A」、「すし（外食）B」、「すし（弁当）A」、「他の外食」の推移を確

認しておく（第1図）。いずれの品目も2010年代半ばから上昇傾向になり、近年は上昇幅が拡大している。特に、回転ずしにおけるにぎりずしの価格の推移を示す「すし（外食）A」は、22年から大幅に上昇している。これは、22年に大手チェーンが値上げをしたことを反映したとみられる。

次に、消費者の行動を把握するために、家計調査の二人以上の世帯、単身世帯、それぞれの2000年から24年までの「支出額」および「年間100世帯当たりの購入頻度」（以下、購入頻度）の長期的な推移を品目別にみる。購入頻度とは、調査世帯が当該項目を家計簿に何回記入したかを示すものである。

二人以上の世帯の「すし（外食）」への支出額は2000年代には減少傾向にあったが、12年から増加傾向となり、19年および新型コロナウイルス感染症対策として緊急事態宣言が出された20年に一時的に減少したも

第1図 寿司などの価格推移



資料 総務省統計局「2020年基準消費者物価指数」（全国、年平均）から筆者作成

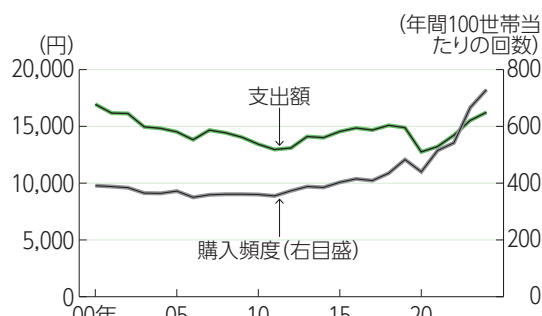
（注）「すし（外食）A」は、回転ずしにおけるにぎりずし、まぐろ（赤身）、2個、持ち帰りは除く、調査単位は1皿。
「すし（外食）B」は、にぎりずし、並、持ち帰りは除く、調査単位は1人前。
「すし（弁当）A」は、にぎりずし（飲食店を除く）、8～10個入り、並、調査単位は1パック。
「他の外食」は、消費者物価指数のウエイトから算出。

の、21年からは再び増加傾向となった（第2図）。そして24年には2000年代前半の水準となった。一方、単身世帯の「すし（外食）」への支出額は、2000年代半ばから低迷しており、17年から6年連続で減少した（第3図）。23年には大幅増となったが、24年に再び減少に転じた。購入頻度は、二人以上の世帯で15年に400回を超えてから顕著に増加し、24年には729回となった。単身世帯においては21年から4年連続で増加となり、24年には02年以降最高の466回となった。近年の価格高騰時においても二人以上の世帯、単身世帯ともに購入頻度が増加した。

「すし（弁当）」への支出額は、二人以上の世帯において13年以降は増加傾向とな

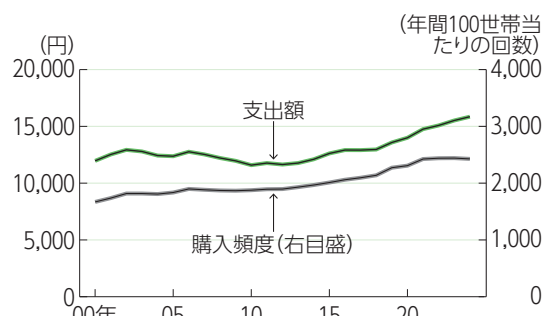
り、コロナ禍でも増加し、24年には2000年以降では最大の支出額となった（第4図）。単身世帯でもコロナ禍の影響も軽微で、22年以降は年間8,000円近くの支出となった（第5図）。なお、二人以上の世帯、単身世帯ともに、従来、「すし（外食）」への支出額が、「すし（弁当）」への支出額を上回る傾向にあったが、コロナ禍で外食を控えていたことなどから、二人以上の世帯、単身世帯ともに20年から22年にかけて「すし（弁当）」への支出額が「すし（外食）」への支出額をやや上回った。「すし（弁当）」の購入頻度は、二人以上の世帯で21年から2,400回台で横ばいになった。単身世帯では21年に02年以降最高となる1,735回となっ

第2図 すし(外食)への支出(二人以上の世帯)



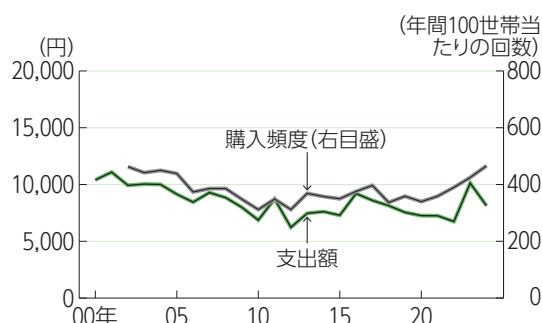
資料 総務省統計局「家計調査」から筆者作成

第4図 すし(弁当)への支出(二人以上の世帯)



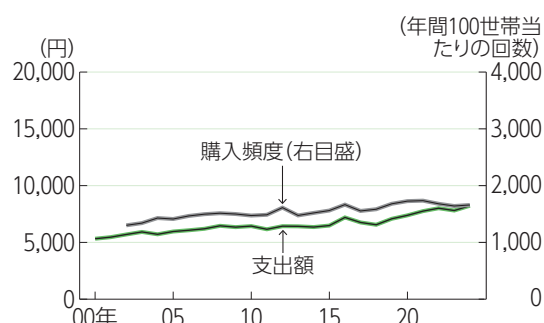
資料 第2図に同じ

第3図 すし(外食)への支出(単身世帯)



資料 第2図に同じ

第5図 すし(弁当)への支出(単身世帯)

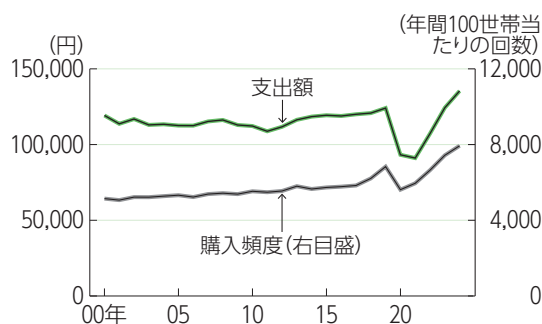


資料 第2図に同じ

たが、その後は1,600回台にとどまっている。

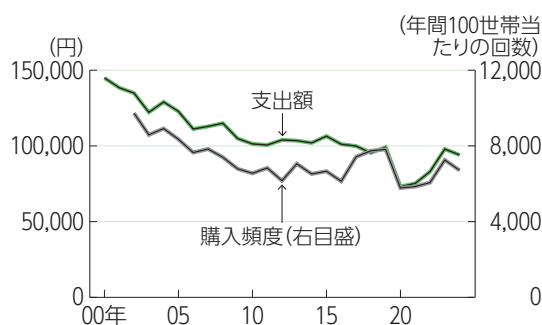
二人以上の世帯の「他の外食」への支出額は、「すし（外食）」の支出額と同様に、2000年代の減少傾向から12年～19年までの増加傾向と、20年の大幅な減少といった動きはおおむね同じである（第6図）。ただ、「すし（外食）」と比べると、21年まで減少が続いており、回復に時間がかかった。その後は、大幅な増加に転じ、24年は2000年以降で最大の支出額となった。一方、単身世帯の「他の外食」への支出額は、17年から8年連続して年間100,000円を下回った（第7図）。購入頻度は、二人以上の世帯で、21年から急激な伸びとなり、24年は2000年以降最高となる7,935回となった。一方、単

第6図 他の外食への支出(二人以上の世帯)



資料 第2図に同じ

第7図 他の外食への支出(単身世帯)



資料 第2図に同じ

身世帯は2000年代の減少傾向から10年以降は一進一退となった。コロナ禍前の19年には7,818回と、2000年代半ばの水準まで戻ったが、20年には5,780回まで減少し、24年は6,711回にとどまった。

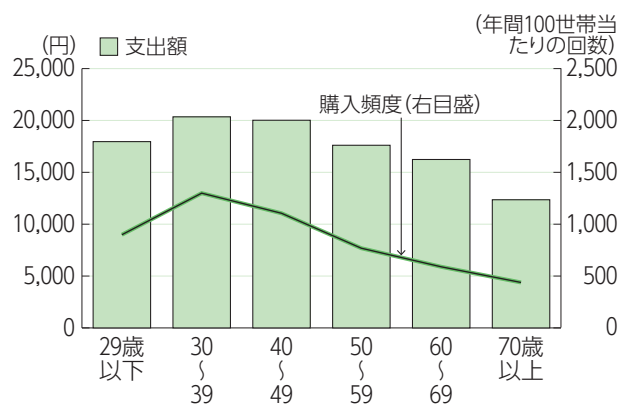
「すし（外食）」や「他の外食」への支出額はコロナ禍に大きく減少した一方、「すし（弁当）」への支出額は増加した。ただし、23年5月8日から新型コロナウイルス感染症の位置づけが「5類感染症」となり、行動が個人の選択にゆだねられるようになったこともあり、「すし（弁当）」の購入頻度は伸び悩んだ。「すし（外食）」は、近年の価格上昇にあっても、購入頻度は二人以上の世帯、単身世帯ともに増加した。この傾向は二人以上の世帯で特に顕著であった。

(2) 世帯の属性からみた支出

家計調査（2024年）に基づき、品目別の支出額の現状を世帯の属性から確認する。世帯の年齢別では、「すし（外食）」は二人以上の世帯において世帯主の年齢が30歳台で、単身世帯においては、34歳以下の世帯で支出額が最も大きい（第8図、第9図）。二人以上の世帯では世帯主40歳台の層も「すし（外食）」への支出額が大きい。一方、単身世帯においては、35～59歳の層で「すし（外食）」への支出額が他の層を下回った。二人以上の世帯においては、世帯主の年齢別の購入頻度も把握することができ、これによれば、やはり世帯主の年齢が30歳台の層で最も多かった。

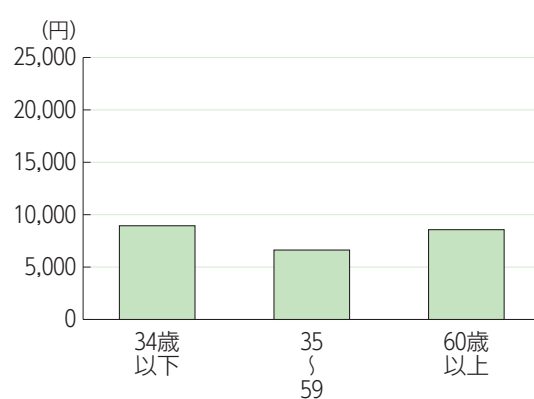
一方、「すし（弁当）」は、年齢とともに

第8図 世帯主の年齢階級別すし(外食)への支出
(二人以上の世帯)



資料 総務省統計局「家計調査」(2024年)から筆者作成

第9図 年齢階級別すし(外食)への支出額
(単身世帯)



資料 第8図に同じ

支出額が増える傾向が二人以上の世帯、単身世帯ともにある(第10図、第11図)。二人以上の世帯の購入頻度も同様に年齢とともに増えていた。

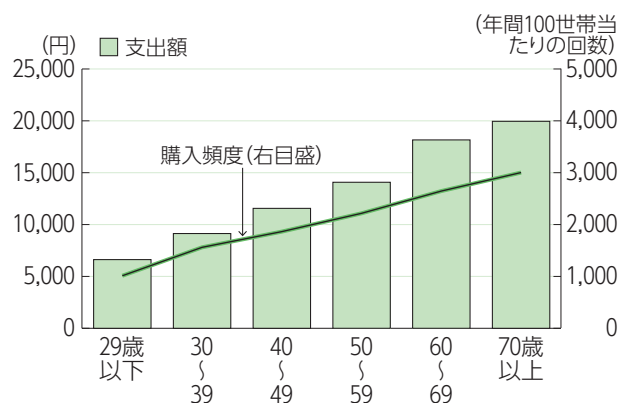
「他の外食」は、「すし(外食)」と同様、二人以上の世帯において世帯主の年齢が30歳台を中心に支出額と購入頻度が大きい(第12図)。一方、単身世帯は、若い世代ほど支出額が大きい傾向がみられた(第13図)。

年間収入階級別でみると、「すし(外食)」については二人以上の世帯で支出額、購入

頻度ともに収入の多い世帯で大きくなっていった(第14図)。一方、単身世帯では、支出額と年間収入額には明確な関係がなかった(第15図)。「すし(弁当)」は、年間収入額の低い世帯のほうが支出額は多い傾向にあった(第16図、第17図)。第10図、第11図とそれぞれ照らし合わせると、年間収入額の低い世帯の「すし(弁当)」への支出額は、高齢者世帯のそれを反映したものと考えられる。

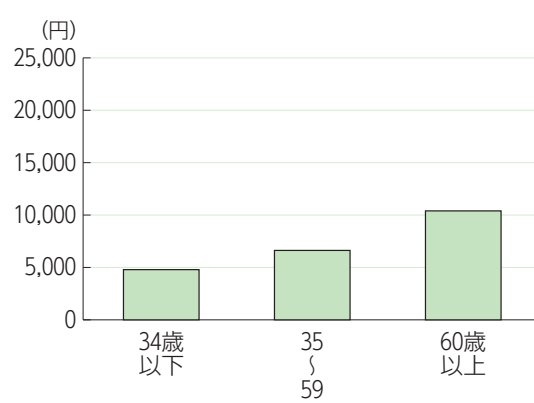
「他の外食」は、二人以上の世帯、単身

第10図 世帯主の年齢階級別すし(弁当)への支出
(二人以上の世帯)



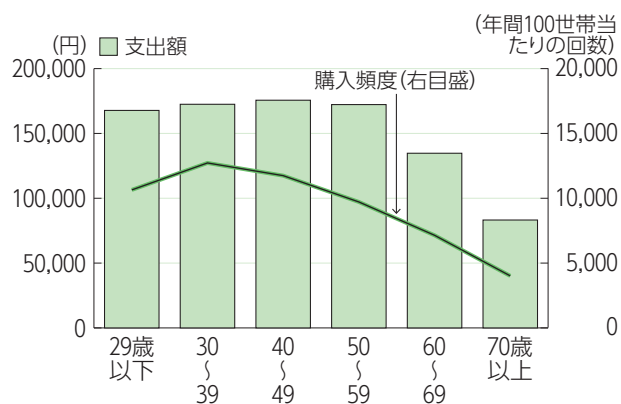
資料 第8図に同じ

第11図 年齢階級別すし(弁当)への支出額
(単身世帯)



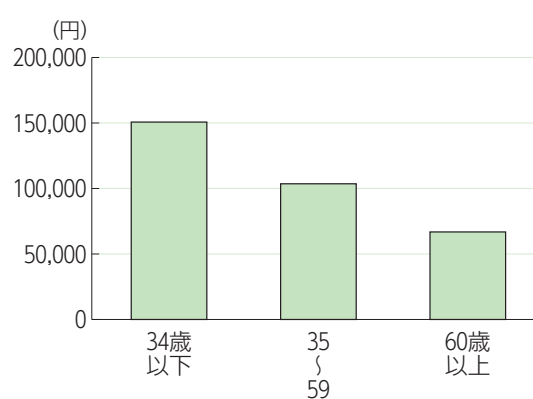
資料 第8図に同じ

第12図 世帯主の年齢階級別他の外食への支出
(二人以上の世帯)



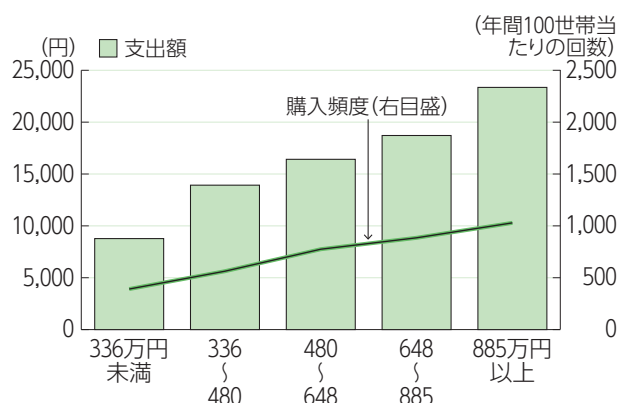
資料 第8図に同じ

第13図 年齢階級別他の外食への支出額
(単身世帯)



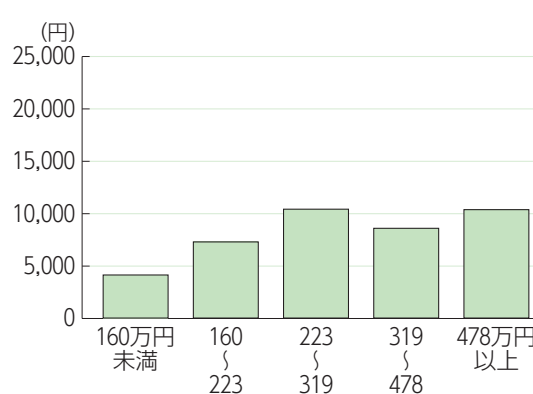
資料 第8図に同じ

第14図 年間収入階級別すし(外食)への支出
(二人以上の世帯)



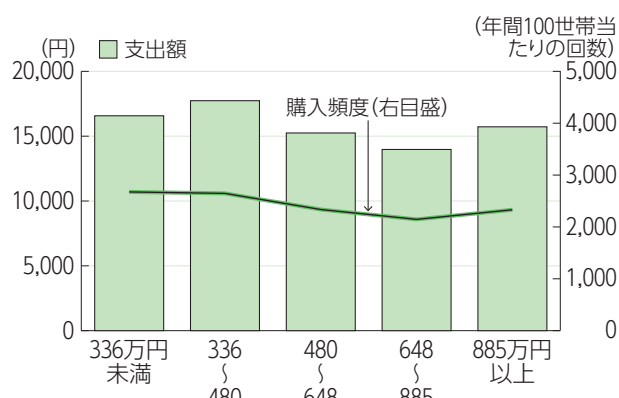
資料 第8図に同じ

第15図 年間収入階級別すし(外食)への支出額
(単身世帯)



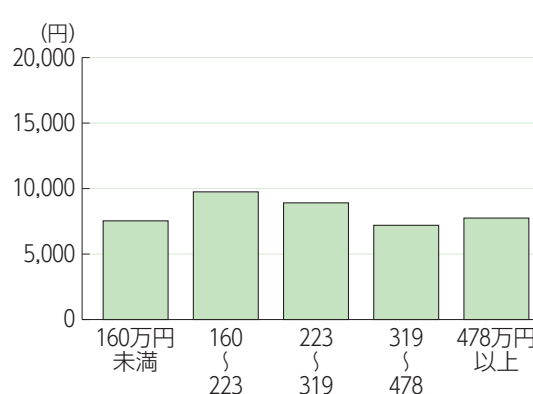
資料 第8図に同じ

第16図 年間収入階級別すし(弁当)への支出
(二人以上の世帯)



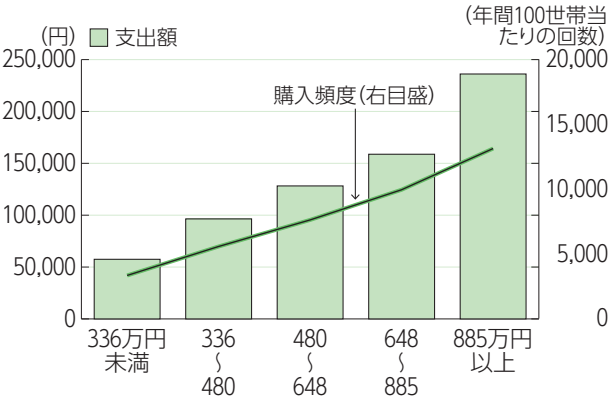
資料 第8図に同じ

第17図 年齢階級別すし(弁当)への支出額
(単身世帯)



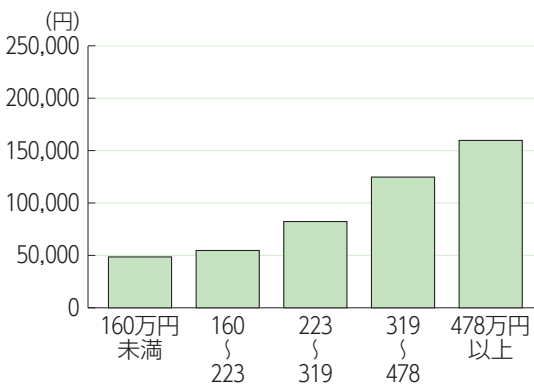
資料 第8図に同じ

第18図 世帯主の年齢階級別他の外食への支出
(二人以上の世帯)



資料 第8図に同じ

第19図 年間収入階級別他の外食への支出額
(単身世帯)



資料 第8図に同じ

世帯ともに収入の多い世帯で支出額が大きくなった (第18図、第19図)。また、食事代 (「すし (外食)」と「他の外食」の合計) に占める「すし (外食)」への支出額の割合は、年間収入額が大きい世帯で小さくなる傾向にあった (第1表、第2表)。

以上より、「すし (外食)」は、近年の価格上昇にもかかわらず、購入頻度は増加していた。単身世帯では、「すし (外食)」への支出額が24年に減少したが、二人以上の世帯では「すし (外食)」への支出額および購入頻度の増加傾向が顕著だった。

世帯属性別には、二人以上の世帯で世帯主年齢が49歳以下の世帯で「すし (外食)」の購入頻度が高かった。これは、前述の農林水産省のアンケート調査のように、「忙しくて時間がないとき」や「仕事などで疲れて家で食事の準備が嫌なとき」の外食利用の一端として、「すし (外食)」の購入頻度に現れた可能性がある。また、二人以上の世帯では年間収入額が多いほど、「すし (外食)」への支出額および購入頻度がともに

第1表 すし(外食)が食事代に占める割合
(二人以上の世帯)

	年間収入階級				
	336万円未満	336～480	480～648	648～885	885万円以上
支出額	13.2	12.6	11.4	10.5	9.0

資料 総務省統計局「家計調査」(2024年)から筆者作成

第2表 すし(外食)が食事代に占める割合
(単身世帯)

	年間収入階級				
	160万円未満	160～223	223～319	319～478	478万円以上
支出額	7.8	11.7	11.2	6.4	6.1

資料 第1表に同じ

多かった。ただ、「食事代」に占める「すし (外食)」の支出額の割合は、年間収入額が多いほど小さくなっていった。

3 日別支出額による分析

(1) 曜日との関連

以下では、寿司や外食への支出額の動き

を特定の日（以下、特定日）とあわせて確認することにより、現在の購買行動の状況を確認する。使用するのは2024年の家計調査「二人以上の世帯」の品目分類による日別支出額の数値である（第3表）。「すし（外食）」、「すし（弁当）」、「他の外食」のいずれも非正規の分布をしていた。

まず、24年については、曜日ごとの支出額の比較を行うために平日と土日祝日の支出額について確認する。なお、祝日は「国民の祝日に関する法律」により制定された日を用いた。

寿司や外食への支出額を曜日（含む祝日）ごとにみた場合、「すし（外食）」、「すし（弁当）」、「他の外食」はいずれも土日祝日の支出額が多いことがわかる（第4表）。

また、「すし（外食）」への支出額（中央値）は、平日は「すし（弁当）」への支出額（中央値）を下回る一方、土日祝日では逆に「すし（弁当）」を上回った（注2）。さらに、食事代に占める「すし（外食）」の割合は、平日で9.1%、土日祝日で11.4%と、土日祝日のほうが割合が大きく、「すし（外食）」

第4表 平日と土日祝日のすし(外食)などへの支出(2024年)

(単位 円)			
	平日 中央値(注)1	土日祝日 中央値	p値 (注)2
n	248	118	
すし(外食)	25.32(20.77-31.59)	72.29(60.72-86.65)	**
すし(弁当)	31.08(27.55-34.75)	54.48(48.07-60.55)	**
他の外食	252.40(217.08-309.02)	562.91(519.94-603.59)	**

資料 第1表に同じ
(注) 1 ()内の数値は、(25パーセンタイル-75パーセンタイル)。
2 Mann-Whitney検定で**p<0.01。
3 二人以上の世帯の日別支出額を用いている。

は、外食のなかでも土日祝日に多く支出されていた。

24年の「すし（外食）」への支出額平均値をコロナ禍前の19年と比較したところ、平日で1.08倍、土日祝日で1.11倍となり、それぞれ19年の水準まで回復していた（第5表）。また、19年の水準を上回った度合いは土日祝日のほうが大きい。「他の外食」も19年の水準まで戻ったが、平日で1.09倍、土日祝日で1.10倍となり、平日、土日祝日の回復の度合いはそれほど差がない。一方、「すし（弁当）」は平日が1.18倍、土日祝日が1.16倍と、平日のほうが伸びが大きく、「すし（外食）」や「他の外食」とは、異なる動きであった。

なお、消費者物価指数によりそれぞれの品目が19年からどれだけ上昇したかをみた

ところ、全ての品目で1.10倍を超えていた（第6表）。支出額の19年比（第5表）と比較すると、「すし（外食）」の支出額平均値は平日、土日祝日ともに消費者物

第3表 平日と土日祝日のすし(外食)などへの支出(2024年)

n=366 (単位 円)					
	中央値	平均値	標準偏差	最小値	最大値
すし(外食)	31.08(22.77-63.81)	44.29	28.96	9.10	168.99
すし(弁当)	34.28(29.53-50.69)	43.31	41.66	19.19	706.94
他の外食	305.38(230.25-527.80)	366.05	158.90	159.17	828.79

資料 第1表に同じ
(注) 1 ()内の数値は、(25パーセンタイル-75パーセンタイル)。
2 二人以上の世帯の日別支出額を用いている。

第5表 コロナ禍前後のすし(外食)などへの日別支出額平均値

(単位 円、倍)

		平均値			p値 (注)1
		2019年(1)	2024年(2)	(3)=(2)/(1)	
平日	n	244	248		
	すし(外食)	27.43	29.69	1.08	**
	すし(弁当)	29.25	34.57	1.18	**
	他の外食	249.07	272.48	1.09	**
土日祝日	n	121	118		
	すし(外食)	67.52	74.98	1.11	**
	すし(弁当)	53.24	61.66	1.16	**
	他の外食	510.75	562.69	1.10	**

資料 第1表に同じ

(注) 1 Mann-Whitney検定で**p<0.01。

2 二人以上の世帯の日別支出額を用いている。

の支出額の平均値が等しい」という帰無仮説が棄却された。Mann-Whitney のU検定は、2つの集団の平均に差があるかを確かめるために用いられる統計的手法。特に比較する2つの集団が非正規分布と想定される場合に用いられる。

(2) 特定日からみた支出

「すし(外食)」への支出額と、行事や季節などとの関連を把握するために、百分位で

第6表 すし(外食)などの消費者物価指数

(単位 2020年=100、倍)

		消費者物価指数		(3)=(2)/(1)
		2019年(1)	2024年(2)	
すし(外食) A	B	98.2	117.7	1.20
		95.9	113.8	1.19
すし(弁当) A		98.1	112.0	1.14
他の外食(注)1		97.9	113.1	1.16

資料 第1図に同じ

(注) 消費者物価指数のウエイトから算出。

価指数の対19年比(「すし(外食)A」)および「すし(外食)B」を下回った。1年を通じての購入頻度が19年の483回から24年の729回に増加したことを考慮すると、1回当たりの食べる量を減らす、より低い価格帯のものを選ぶなどの節約があったことが考えられる。一方、「すし(弁当)」の支出額平均値の対19年比は、消費者物価指数の対19年比を上回っており、価格上昇分を受け入れている様子がうかがえる。

(注2) 平均値は、「すし(外食)」の平日が29.7円、土日祝日が75.0円、「すし(弁当)」の平日が34.6円、土日祝日が61.7円だった。「すし(外食)」と「すし(弁当)」について平日、土日祝日それぞれでMann-Whitney(マン・ホイットニー)のU検定をしたところ、有意水準1%で「すし(外食)」への支出額の平均値と「すし(弁当)」へ

第7表 すし(外食)への支出額が多い日、少ない日(2024年)

(単位 円)

多い日	曜日	支出額	少ない日	曜日	支出額
1/1	月曜日	168.99	1/9	火曜日	9.35
1/2	火曜日	161.89	1/11	木曜日	13.80
1/3	水曜日	154.74	1/16	火曜日	15.52
3/9	土曜日	99.44	1/24	水曜日	12.09
4/28	日曜日	107.83	2/5	月曜日	12.08
5/3	金曜日	126.77	2/6	火曜日	12.05
5/4	土曜日	108.46	2/15	木曜日	14.30
5/25	土曜日	111.45	2/21	水曜日	12.51
6/16	日曜日	105.52	4/16	火曜日	9.10
8/11	日曜日	107.30	4/24	水曜日	15.14
8/12	月曜日	98.92	5/13	月曜日	15.59
8/13	火曜日	126.07	5/28	火曜日	13.50
9/7	土曜日	101.65	9/3	火曜日	14.72
10/12	土曜日	98.16	9/26	木曜日	15.15
10/13	日曜日	108.79	10/22	火曜日	15.29
10/20	日曜日	107.24	11/6	水曜日	15.05
12/14	土曜日	115.27	11/7	木曜日	15.33
12/30	月曜日	103.85	11/26	火曜日	13.25
12/31	火曜日	154.53			

資料 第1表に同じ

(注) 1 二人以上の世帯の日別支出額を用いている。

2 緑の網掛けは、「すし(外食)」、「すし(弁当)」、「他の外食」が同時に「多い日」、あるいは「少ない日」となった日。

3 太字は、「すし(外食)」、「すし(弁当)」の2品目のみが同時に「多い日」、あるいは「少ない日」となった日。

4 グレーの網掛けは、「すし(外食)」、「他の外食」の2品目のみが同時に「多い日」、あるいは「少ない日」となった日。

95パーセンタイル超を「多い日」、5パーセンタイル未満を「少ない日」として24年の日別支出額から特定日を抽出した。

「すし（外食）」は、年末・年始に「多い日」が集中した（第7表）。また、5月の連休、盆の時期も「多い日」となった。このような連休のときには、「すし（弁当）」、あるいは、「他の外食」も「多い日」となる傾向にある（第8表、第9表）。

「すし（外食）」、「すし（弁当）」、「他の外食」が同時に「多い日」になるのは、5月

第8表 すし(弁当)への支出額が多い日、少ない日(2024年)

(単位 円)					
多い日	曜日	支出額	少ない日	曜日	支出額
1/1	月曜日	112.31	1/10	水曜日	23.98
1/2	火曜日	164.09	1/15	月曜日	22.90
1/3	水曜日	81.09	2/5	月曜日	21.74
2/3	土曜日	706.94	2/6	火曜日	20.40
3/3	日曜日	120.35	2/19	月曜日	20.95
4/6	土曜日	72.83	4/18	木曜日	21.18
5/4	土曜日	76.87	5/7	火曜日	24.21
5/5	日曜日	87.21	5/20	月曜日	24.34
5/12	日曜日	94.36	5/23	木曜日	23.99
6/16	日曜日	90.71	5/28	火曜日	22.50
8/10	土曜日	72.94	6/6	木曜日	23.01
8/11	日曜日	80.89	6/18	火曜日	19.19
8/12	月曜日	77.87	7/2	火曜日	22.69
8/13	火曜日	103.23	7/17	水曜日	24.47
8/14	水曜日	93.67	8/19	月曜日	23.22
8/15	木曜日	87.07	9/3	火曜日	23.45
12/24	火曜日	99.63	11/11	月曜日	24.59
12/30	月曜日	101.81	11/25	月曜日	23.10
12/31	火曜日	327.86			

資料 第1表に同じ
(注) 1 二人以上の世帯の日別支出額を用いている。
2 緑の網掛けは、「すし(外食)」、「すし(弁当)」、「他の外食」が同時に「多い日」、あるいは、「少ない日」となった日。
3 太字は、「すし(外食)」、「すし(弁当)」の2品目のみが同時に「多い日」、あるいは、「少ない日」となった日。

第9表 他の外食への支出額が多い日、少ない日(2024年)

(単位 円)					
多い日	曜日	支出額	少ない日	曜日	支出額
5/3	金曜日	762.88	1/11	木曜日	182.86
5/4	土曜日	747.42	1/15	月曜日	186.47
5/5	日曜日	810.16	1/22	月曜日	179.53
6/29	土曜日	677.77	1/29	月曜日	181.74
7/14	日曜日	660.48	1/30	火曜日	192.67
8/3	土曜日	636.45	2/5	月曜日	159.17
8/10	土曜日	679.02	2/6	火曜日	169.88
8/11	日曜日	828.79	2/13	火曜日	188.77
8/12	月曜日	708.15	2/14	水曜日	177.26
8/13	火曜日	651.45	5/7	火曜日	176.74
8/14	水曜日	702.03	5/8	水曜日	168.07
8/17	土曜日	636.65	5/9	木曜日	177.35
9/21	土曜日	677.82	5/13	月曜日	173.22
9/22	日曜日	662.33	5/14	火曜日	173.01
10/13	日曜日	715.31	5/28	火曜日	181.11
11/2	土曜日	636.76	8/29	木曜日	185.88
11/3	日曜日	718.41	9/18	水曜日	192.06
11/23	土曜日	703.74	10/7	月曜日	188.80
			10/8	火曜日	192.65

資料 第1表に同じ
(注) 1 二人以上の世帯の日別支出額を用いている。
2 緑の網掛けは、「すし(外食)」、「すし(弁当)」、「他の外食」が同時に「多い日」、あるいは、「少ない日」となった日。
3 グレーの網掛けは、「すし(外食)」、「他の外食」の2品目のみが同時に「多い日」、あるいは、「少ない日」となった日。

4日、8月11、12、13日の4日であった。これ以外に、「すし（外食）」と「すし（弁当）」の2品目が同時に「多い日」になるのは、年末・年始（1月1、2、3日、12月30、31日）と6月16日となる。1月2日と12月31日を除いて、「すし（外食）」への支出額が「すし（弁当）」のそれを上回る。一方、「すし（弁当）」のみが「多い日」となったのは、2月3日、3月3日、12月24日など、季節の催しや親類が集う際に「すし（弁当）」が選ばれていると考えられる（第

8表)。

また、「すし (外食)」と「他の外食」の2品目だけが同時に「多い日」となるのは、5月3日と、10月13日の2日だった。11月3日の文化の日や11月23日の勤労感謝の日は、「他の外食」のみが「多い日」となっていた (第9表)。

「すし (外食)」は、1月と2月に「少ない日」が多い。また、5月の連休、盆の後の9月や、11月の平日に「少ない日」となる傾向がある。「すし (外食)」、「すし (弁当)」、「他の外食」が同時に「少ない日」になるのは、2月5、6日と5月28日だった。2月に関しては、「すし (弁当)」が2月3日の節分に支出額が年間最大の706.94円で、それもあり、「すし (外食)」も2月5、6日の支出額が抑えられた可能性がある。

4 考察

本稿では、家計調査から「すし (外食)」への支出動向を確認した。世帯属性の分析から、若い世代、特に30歳台で「すし (外食)」の購入頻度が増えており、「すし (外食)」の主要な利用者となっていたことがわかった。この世代は「他の外食」の購入頻度も多く、多くの選択肢のなかから「すし (外食)」を選んでいると思われる。一方、「すし (弁当)」は年齢が高い世代が主要な利用者であった。また、収入の多い世帯ほど「すし (外食)」への支出額が増えるが、「食事代」に占める「すし (外食)」の支出額の割合は小さくなった。今後、若い世代

は、年齢を重ね、収入も増加するなか、引き続き、外食で寿司を食べ続けるのか、注目される。

二人以上の世帯の日別支出額の分析からは、土日祝日に「すし (外食)」へ支出する傾向があり、コロナ禍後はその傾向が強まったとみられる。ただ、その支出額は、価格上昇分に比べ、抑えられたものであり、より低価格帯のメニューや寿司店を選ぶといった行動があったと思われる。価格上昇の波はまだ収まる気配がなく、引き続き、消費者の選択をみていく必要がある。

また、「すし (外食)」は年末・年始、5月の連休、8月の盆に支出額が多く、この傾向は「すし (弁当)」にも当てはまった。「多い日」が重なった場合、「すし (外食)」への支出額が「すし (弁当)」を上回る傾向にあった。その一方、自宅で家族と過ごす行事の際に「すし (弁当)」が選ばれていた。すしチェーン店が持ち帰りすし分野に進出するなかで、今後、家族が集まる行事での「すし (弁当)」に接近できるか、注目される。最後に、「すし (外食)」は、土日祝日に支出額が多いことから消費者の連休の過ごし方からも大きな影響を受ける。その動向も注視したい。

<参考文献>

- ・朝日新聞 (2024) 「回転ずしの「売り」、変わってきた？」 2月26日付
- ・北口隆雅 (2024) 「コロナ禍以降の外食消費の動向について」 内閣府今週の指標 No.1353
<https://www5.cao.go.jp/keizai3/shihyo/2024/0802/1353.pdf>
(25年3月28日アクセス)
- ・大日本水産会 (2019) 「2019年 男女1000人に聞いた

食事・調理・魚食動向」

<https://osakana.suisankai.or.jp/archive/278>
(25年3月28日アクセス)

- ・農林水産省食料産業局 海外市場開拓・食文化課 (2020)「令和元年度国産農産物消費拡大事業のうち「和食」と地域食文化継承推進委託事業（地域の食文化の保護・継承事業）のうち国民の食生活における和食文化の実態調査」

https://www.maff.go.jp/j/keikaku/syokubunka/culture/pdf/02_zentai.pdf
(25年3月28日アクセス)

- ・農林水産省（2021）「養殖業成長産業化総合戦略」
https://www.jfa.maff.go.jp/j/saibai/yousyoku/attach/pdf/seityou_senryaku-4.pdf

(25年3月28日アクセス)

- ・農林水産省大臣官房 新事業・食品産業部外食・食文化課（2023）「令和3年度日本食・食文化体験による輸出促進支援事業（和食文化の国内外への情報発信委託事業）のうち食生活実態及び和食文化に関するアンケート調査 調査報告書」

<https://www.maff.go.jp/j/keikaku/syokubunka/culture/attach/pdf/chousa-1.pdf>
(25年3月28日アクセス)

(たぐち さつき)

