

2 0 0 4 年 7 月 2 1 日

株式会社 富士経済
〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町
2-5 F・Kビル
TEL.03-3664-5811 FAX.03-3661-0165
URL : <http://www.group.fuji-keizai.co.jp/>
広報部 03-3664-5697

ファーストフード・テイクアウトなど外食産業 7 分野 6 7 業態の調査を実施

総合マーケティングビジネスの㈱富士経済(東京都中央区日本橋小伝馬町 社長 原 務 03-3664-5811)は、このほど低迷するなかに新市場の形成で一部盛り上がりを見せる外食産業の市場調査を実施した。その結果を「外食産業マーケティング便覧 2 0 0 4 (上巻)」にまとめた。上巻では、7 分野 6 7 業態の市場動向を調査した。

< 調査結果の概要 (分野別) >

1) ファーストフード

2 0 0 3 年市場規模 2 兆 3 , 0 8 9 億円 2 0 0 4 年見込み 2 兆 3 , 4 8 9 億円 (対前年比 1 0 2 %)

ファーストフード全体では、2 0 0 3 年は 2 0 0 2 年の前年割れから復調した。業態によって好不調の差が大きい。ハンバーガー、フライドチキンなどのチェーンが落ち込んでいる。ハンバーガー、フライドチキンはマイナス推移が続いている。2 0 0 3 年末からの国内外の鳥インフルエンザや B S E 問題も大きく影響した。各チェーンとも食材の安全性のアピールや、価格訴求を行うなど様々な対策を講じている。一方、回転ずし、定食チェーンが好調を維持し、とんかつ・かつ丼、ステーキ、ピピンバ、パスタなどの新しい業態が市場を形成している。

2) テイクアウト

2 0 0 3 年市場規模 4 兆 6 , 0 3 2 億円 2 0 0 4 年見込み 4 兆 6 , 9 1 5 億円 (対前年比 1 0 2 %)

テイクアウト市場は、共働きの夫婦の増加、単身世帯や核家族の増大などによる内食の減少と、長引く不況と消費低迷による外食支出の抑制を反映して、堅調に推移している。テイクアウト弁当、百貨店惣菜、C V S 惣菜、スーパー惣菜は拡大推移しているが、それぞれ価格面、健康志向、高級志向、安全な食材の使用など、様々な面での競争が激化している。異業態間の競争も激しい市場であり、影響を受け落ち込んでいるのがテイクアウトずしやオープンフレッシュベーカーリーである。また「ホテイチ」という呼称が定着しホテルの惣菜市場、シュークリーム専門店市場、おにぎり市場はブーム性の高い市場である。

3) ホームデリバリー・ケータリング

2 0 0 3 年市場規模 1 兆 1 , 0 1 9 億円 2 0 0 4 年見込み 1 兆 6 2 7 億円 (対前年比 9 6 %)

ホームデリバリー・ケータリングは、最大のウエイトを占める仕出し弁当の規模縮小が続いていることから、減少傾向が続いている。長期にわたる景気低迷から最大顧客である事業所のコスト削減が必要減少の要因となっている。ホームデリバリーの分野では、宅配ピザが 2 0 0 2 年のサッカーワールドカップがもたらした特需でプラスとなったが、2 0 0 3 年はその反動によって再び減少推移となっている。この分野で有望視されるのは病者・高齢者食宅配である。

4) 喫茶

2 0 0 3 年市場規模 1 兆 4 , 8 0 7 億円 2 0 0 4 年見込み 1 兆 4 , 7 6 6 億円 (対前年比 1 0 0 %)

喫茶業態では、旧来からの喫茶店・コーヒー専門店の規模がいまだ他を圧倒しているが、市場規模は縮小を続けており、喫茶市場全体でもマイナス傾向が続いている。セルフ式オペレーションで急激な成長を続けてきた低価格型コーヒーショップと高価格型コーヒーショップは、それぞれトップチェーンであるドトールコーヒー、スターバックスコーヒーが店舗網の拡大を続けているものの、伸びは鈍化傾向にある。

5) 料飲店

2 0 0 3 年市場規模 6 兆 7 , 7 0 0 億円 2 0 0 4 年見込み 6 兆 5 , 7 8 5 億円 (対前年比 9 7 %)

料飲店は、アルコールを主体に提供することで大きな市場を形成してきたが、バブル景気崩壊以降の個人消費の低迷やアルコールの飲用スタイルの変化などにより減少傾向が続いている。居酒屋・炉端焼きをはじめ、多くの業態で大部分が単独店または零細企業による小規模チェーンにとどまっており、古くから営業している店舗ほど淘汰

の波に吞まれて倒産・閉店に追い込まれ、店舗数の減少が続いている。居酒屋・炉端焼きではデフレの影響を受け価格競争に陥っていた。そこから脱却し差別化を図ろうと、北海道、庵などのアップー居酒屋、日本海庄や、東方見聞録などのアップーミドル居酒屋が開発され、専門料理店からも需要を奪い急成長を続けている。

- * アップー居酒屋：アルコールの売上比率が30%以上で客単価3,800円以上7,000円未満の居酒屋を対象とし、料亭・割烹などの日本料理（専門）店は含まない
- * アップーミドル居酒屋：アルコール売上比率が30%以上で客単価2,800円以上3,800円未満の居酒屋を対象とし、料亭・割烹などの日本料理（専門）店は含まない

<注目市場概況>

回転ずし

2003年市場規模 3,003億円 2004年見込み 3,245億円（対前年比 108%）

駅前立地などの都市型店舗が中心となってきたが、郊外のロードサイドに大型店を展開するチェーンが登場し、市場はさらなる拡大をはたすこととなった。2003年も上位チェーン各社は新規出店に積極的で売上、店舗数ともに拡大傾向を続けているが、急激な店舗数の拡大によって市場に飽和感も出てきている。各社では、他社との差別化を図るため、高級感のあるネタを期間限定で105円にて提供したり増量するなどして、値頃感をアピールするなど、価格訴求だけでなくバリューメニューの提供を強化しており、同時に高価格帯中心の業態を強化する動きも目立ってきている。

ハンバーガー

2003年市場規模 5,953億円 2004年見込み 5,862億円（対前年比 98%）

マクドナルドをはじめ、全体的に不振からの脱却ができず、市場は縮小している。各チェーンはアップーグレードメニューを導入する事によって巻き返しを図っている。トップのマクドナルドが米国本社主導でブランドの再構築を図り、2位のモスバーガーがファストカジュアルを志向するなど新たな動きが始まっている。

*ファストカジュアル：ファーストフードの手軽さで、レストランのような料理を提供する、落ち着いた雰囲気スタイルが特徴。一般的なファーストフード店よりも割高になるが、レストランよりも安い価格帯の店

病者・高齢者食宅配

2003年市場規模実績 434億円 2004年見込み 449億円（対前年比 103%）

病者・高齢者食宅配は、糖尿病、腎臓病などの患者及び高齢者を対象とした、完全調理済み在宅配食サービスを対象としている。80年代から糖尿病患者向け食材宅配が開始され、簡便性の追求によって徐々に調理済み配食サービスにシフトをした事で市場は形成された。「ボリュームが適当」「栄養バランスに優れる」「調理の手間が省ける」などの理由から高齢者にも適性があり、参入企業が高齢者を狙った商品の開発やアピールを行ったことで高齢者の利用が急増し、市場は拡大傾向にある。

ステーキ（ファーストフード）

2003年市場規模実績 104億円 2004年見込み 148億円（対前年比 142%）

ふらんす亭、ペッパーランチのように低価格でありながら高品質で手頃感のあるメニュー展開を行う企業が登場、フランチャイズ展開による急速な出店により、高い成長率で市場は推移している。2001年にBSE騒動が発生すると多くの店舗は一時的に極端な落ち込みとなったが、キャンペーンの効果もあって影響は軽微で回復も早かった。2003年末にアメリカ牛にBSEが発覚しアメリカからの輸出が停止されたことから、牛肉調達ルートの変更を余儀なくされた。代替メニューの開発を迫られたが、いまのところ売上への影響はほとんどでない。

ジューススタンド

2003年市場規模実績 137億円 2004年見込み 151億円（対前年比 110%）

ジューススタンドは、百貨店、駅ビル、ショッピングセンターなど集客力の高い立地に出店され、喫茶店などとは異なるシーンで利用されている。果実、野菜の持つ健康性は明らかで特に消費者の健康志向が高まっている昨今は果実、野菜は重要なキーワードとなっている。その点に注目した伊藤園やロックフィールドなどの企業の参入によって2003年から市場は急成長している。現在では、各店とも果物と野菜を組み合わせたメニューの開発に力を入れている。

牛丼

2003年市場規模実績 2,359億円 2004年見込み 2,241億円（対前年比 95%）

2003年12月にアメリカにおけるBSE発覚直後に政府はアメリカからの牛肉輸入を全面停止し、2004

年の半ばの現在でも輸入再開のめどは全く立っていない。現在各社とも牛丼代替メニューを急遽開発し対応している。牛丼販売中止後は、代替メニューの開発・導入などポスト牛丼対策の展開状況の差により売上を維持しているチェーン、減少幅の大きなチェーンと分かれているが、牛丼の無い牛丼店はやはり魅力にかけており、2004年の市場全体は大幅な減少と見られるが各社とも牛丼以外の牛肉メニューの導入も相次いでおり特にトップの吉野家の巻き返し策が注目される。

調査期間

2004年5月～6月

調査対象

ファーストフード	ハンバーガー、チキン、ドーナツ、サンドウィッチ、クレープ、アイスクリーム、ギョーザ、ラーメン、カレー、ステーキ、そば・うどん、パスタ、回転ずし、たこ焼き・お好み焼き類、牛丼、天丼、海鮮丼、とんかつ・かつ丼、ビビンバ、定食チェーン
テイクアウト	テイクアウト弁当・惣菜、おにぎり、テイクアウトずし、オープンフレッシュベーカーリー、百貨店デリカ、CVS デリカ、量販店デリカ、シュークリーム専門店、他
宅配	宅配ピザ、宅配ずし、宅配中華料理、宅配弁当、病者・高齢者食宅配、仕出し弁当 他
喫茶	低価格型コーヒーショップ、高価格型コーヒーショップ、喫茶店・コーヒー専門店、紅茶専門店、フルーツパーラー、ケーキ・パイ、多毛作、甘味処、ジューススタンド 他
料飲	居酒屋・炉端焼、ビアレストラン、地ビールレストラン、ディスコ・クラブ、カフェバー・ショットバー、スナック・クラブ・パブ、他
宿泊施設	ホテル、結婚式場・宴会場、旅館、民宿・ペンション、他
交通機関	列車内食、機内食、客船食堂、他

資料タイトル：「外食産業マーケティング便覧2004（上巻）」

体 裁 ： A4判 187頁

価 格 ： 95,000円（税込み99,750円）

調査・編集 ： 富士経済 東京マーケティング本部 フード研究部

TEL:03-3664-5831（代）FAX:03-3661-9778

発 行 所 ： 株式会社 富士経済

〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町2 - 5 F・Kビル

TEL03-3664-5811（代）FAX 03-3661-0165 e-mail:koho@fuji-keizai.co.jp

この情報はホームページでもご覧いただけます。URL:<http://www.group.fuji-keizai.co.jp>

「外食産業マーケティング便覧2004（下巻）」8月20日発刊予定

収載分野

ファミリーレストラン（10業態） 西洋料理（11業態） 日本料理（11業態） 東洋料理（4業態）

エスニック料理（3業態） 給食（6業態） レジャー施設（10業態）