

2 0 0 4 年 9 月 3 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

## ファミレス、給食など外食市場 7 分野 5 5 業態の調査を実施

2 0 0 4 年の外食総市場は 7 年連続の減少も 3 2 兆円規模

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、このほどファミリーレストラン、各種料理店、給食施設、レジャー施設など 7 分野 5 5 業態の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 (下巻)」にまとめた。また、上巻(2 0 0 4 年 6 月発表)のデータと合わせて、外食市場全体の動きも分析した。

外食総市場 2 0 0 3 年 3 2 兆 2 7 8 5 億円、2 0 0 4 年 3 2 兆 2 9 3 億円(前年比 9 9 . 2 %)

外食総市場は 1 9 9 8 年以降縮小基調で推移しており、2 0 0 4 年で 7 年連続のマイナスとなる見込みである。長引く景気低迷による客単価の減少に加え、依然として市場全体での店舗過剰の状態が続き、競争激化による淘汰がますます進んでいる。そのため、新規出店による市場拡大効果が現れにくくなっている。

2 0 0 2 年の市場縮小要因となった B S E、同時多発テロなどの影響が弱まり、2 0 0 3 年は回復途上にあった。しかし、不況の影響による法人需要の減少、個人消費の減退などから総体的にはプラス成長を遂げた市場は少ない。こうした中、2 0 0 3 年 1 2 月末にアメリカで B S E に感染した牛が確認され、アメリカ産牛肉の輸入禁止の措置がとられた。これにより、アメリカ産牛肉の依存度が強く他国産のもので代替措置をとらなかった「牛丼店」をはじめ、「焼肉ファミリーレストラン(F R)」、「ステーキ・ハンバーグ F R」、「焼肉料理店」などで影響が出るとみられる。

### <注目市場>

1 . フードテーマパーク 2 0 0 4 年市場規模 1 6 4 億円(前年比 4 0 . 2 % 増)

「横濱カレーミュージアム」のプロデュースに参加したナムコが、「ラーメンスタジアム」などの施設の企画・プロデュースを数多く手がけ急成長。ナムコは「池袋餃子スタジアム」をはじめとした自社施設の運営も行い、手がけた施設はいずれも成功。他のレジャー施設やフードコンプレックスとの競合、テナント誘致のための有名店争奪戦が激化。(食に関する一定のテーマ、ストーリー、モチーフで統一した店舗の集合体で、これらに基づいた内装や演出など高いエンターテインメント性を備えているものをフードテーマパークとし、アミューズメント性やテーマ性が薄い単なる複合型飲食店であるフードコンプレックスは含まない。)

2 . カリフォルニア料理店 2 0 0 4 年市場規模 5 9 億円(前年比 1 3 . 5 % 増)

カリフォルニア料理店の特徴: ヨーロッパ、中華、東南アジア、日本などの各国の食材や調理法を組み合わせ創作性の高いメニューが多い。 フレンチ、イタリアンの調理技法をベースとしながらも軽い味付け、スパイシーな味付けが中心。 ヘルシー性(油や揚げ物メニューを控え、蒸す、グリルなどを多用)や食材の鮮度を重視。新奇性の高い盛り付け、プレゼンテーションで、特に立体的な盛り付けが多い。

カリフォルニア料理の創始者でもあるウルフギャングパック氏がコロナイドと提携してダブリューピージャパンを設立、「ウルフギャングパック・バーアンドグリル」、「ウルフギャングパック・カフェ」などを本格的に展開中。

3 . オムレツ・オムライス店 2 0 0 4 年市場規模 2 1 9 億円(前年比 1 2 . 3 % 増)

上位 2 チェーンのポムの樹(ポムフーズ)がのれん分け方式で、おむらいす亭が「低価格・スピード提供」で大規模商業施設へ、それぞれ F C 展開を積極的に進め、市場は高成長を維持。

4 . イタリアファミリーレストラン 2 0 0 4 年市場規模 1 , 2 4 2 億円(前年比 3 . 4 % 増)

トップのサイゼリヤが再び出店ペースを速め、すかいらくもグラッチェガーデンズ、ジョナサンキッチンを展開を進めていることから成長を維持。イタリア料理専門店、ファーストフード型パスタ専門店などとの競争が激化。

## <調査結果の概要（分野別）>

### 1. ファミリーレストラン（FR）

2003年は減少幅が拡大した。これは、それまで好調に推移してきた中華FRとちゃんぽんFRのうち、中華FRの伸びが止まり、ちゃんぽんFRが大きく実績を落としたことが要因になっている。中華FRではすかいらーくの「バーミヤン」が新規出店により店舗数は増加したものの既存店売上高が大幅減となり全店の伸び率が鈍化した。ちゃんぽんFRはリンガーハットの「リンガーハット」が不採算店の閉鎖や業態転換により店舗数が減少したことや既存店の苦戦により2003年の実績を大きく落としたことが、両市場の苦戦につながった。

FRで好調に推移しているのは、低価格型FRとイタリアFRである。低価格型FRは、ガスト（すかいらーく）の伸びが鈍化しつつもジョイフルが好調なため依然としてプラスで推移している。イタリアFRは、サイゼリヤ、グラッチェガーデンズ（すかいらーく）がともに実績を拡大している。なお、焼肉FRとステーキ・ハンバーグFRは、2003年末のBSE騒動によりアメリカ産牛肉が輸入禁止となり、メニューの変更を余儀なくされるなど一時的に混乱を来した。しかし、オーストラリア産牛肉などでの代替メニューにより、影響は軽微なものに留まると見られる。

### 2. 西洋料理

全体で見ると店舗数、売上高ともに減少傾向が続いている。高級フランス料理、ドイツ料理、スペイン料理は長引く不況の中で客単価の高さがネックとなり、法人需要、個人需要とも減少し、市場の縮小が続いている。イタリア料理は、イタメシブームによりパブル崩壊後も一貫して伸長してきたが、最近ではブームの沈静化や他業態との激しい競争によりその伸び率は鈍化している。一方、ヨーロッパ、中華、東南アジア、日本などの各国の食材や調理法を組み合わせ、創作性の高いメニューが多いことなどが特徴であるカリフォルニア料理が順調に規模を拡大してきている。

### 3. 日本料理

売上高、店舗数ともに微減傾向が続いている。歴史が古く、個人経営の単独店が多いことが特徴であり、店舗の老朽化や後継者難などから単独店が閉店するケースが増加しており、市場縮小の大きな要因となっている。すし、てんぷら、料亭・割烹、かに料理のような高級業態は、長引く不況による法人需要の減少によりマイナスが続いている。そば居酒屋、すきやき・しゃぶしゃぶ、お好み焼きは近年、上位チェーンによる積極的な多店舗展開が目立ってきており、僅かではあるものの増加基調で推移している。

### 4. 東洋料理

焼肉料理は、長期的に見ると伸長を続けているが、騒動に見舞われるたびに実績を落とし、その後回復するという状況が続いている。1996年にはO-157騒動で、2002年は前年秋に発生したBSE騒動でそれぞれ前年割れとなった。しかし騒動が鎮静化した翌年には回復している。2003年末にはアメリカでのBSE騒動により、アメリカ産牛肉の禁輸という事態に至った。一時的な混乱はあったものの、その後オーストラリア産牛肉などに切り替えが進み、2004年は微減で踏みとどまる見通しである。一般中華料理は微減が続いており、それは主に単独店の店舗数減少に起因している。「暖中」「上海月」を展開するタスコシステムや、「紅虎餃子房」「万豚記」を展開する際コーポレーションの上位2チェーンは、FC展開も行い近年実績を拡大している。高級中華料理は、長期の景気低迷により法人需要が減少し縮小基調が続いている。

### 5. エスニック料理

2001年まで5%を超える増加率で市場を拡大してきた。2001年に減少に転じたインド料理のマイナス幅が拡大し、2002年にはメキシコ料理も減少に転じて、東南アジア料理の伸び率も鈍化したことからエスニック料理全体も2002年、2003年と微増に留まった。

インド料理、メキシコ料理はともに固定客を確保しており、店舗数もほぼ同数を維持しているが、新規顧客を獲得するまでには至らず、個人消費が低迷する中で微減傾向が続いている。

### 6. 給食

全体を見ると施設数は年々増加しているものの売上高が2000年を除いて減少し続けており、1施設あたりの売上高も減少傾向にある。市場規模が拡大しているのは、福祉施設給食（老人福祉施設給食含む）だけである。福祉施設給食は、高齢化の進行により各種老人福祉施設が増加して給食の委託率も拡大しており、市場拡大につながっている。学校給食、学生食堂は少子化の影響を受けマイナスに歯止めがかからない状況になっている。産業給食は企業のリストラによる社内食堂の廃止や、支店、工場などの閉鎖により減少傾向が続いている。産業給食は、大手企業がM&Aで中小企業を取り込む動きが活発化してきており、上位への集約が進んでいる。また、世界規模

の外資系企業が国内企業を買収して日本に進出してきている。コンパスグループ(イギリス)は西洋フードシステムズを、ソデクソ(フランス)はレオックジャパンを、アラマーク(アメリカ)はエームサービスを傘下に収めている。

## 7. レジャー施設

「東京ディズニーシー」「ユニバーサルスタジオジャパン」がオープンした2001年を除くと、売上高、店舗数ともほぼマイナス基調で推移している。レジャー施設不振の要因は、長引く不況により個人消費が控えられていることが最大の要因であり、特にゴルフ場、スキー場、ギャンブル場はバブル景気の崩壊後は総じて減少に歯止めがかからない状況である。健康ランド・スーパー銭湯は、“手軽なレジャー”としてファミリー層を中心に安定した需要を確保しておりプラスの推移が続いているが、2001年から伸び率が低下してきており市場の飽和感が危惧され始めている。フードテーマパークは90年代に入ってから本格的に市場が形成され、2000年ごろから施設数が増加し、売上高もそれに伴い大幅に増加している。

### 調査期間

2004年7月～8月

### 調査対象

ファミリーレストラン	標準型FR、高価格型FR、低価格型FR、和風FR、イタリアFR、中華FR、焼肉FR、ステーキ・ハンバーグFR、シーフードFR、チャンボンFR
西洋料理	高級フランス料理、ピストロ、イタリア料理、パスタレストラン、カリフォルニア料理、ドイツ料理、スペイン料理、ステーキレストラン、シーフードレストラン、オムレツ・オムライスレストラン、サンドウィッチレストラン
日本料理	そば・うどん、そば居酒屋、すし、うなぎ、てんぷら、とんかつ、すきやき・しゃぶしゃぶ、料亭・割烹、かに料理、ちゃんこ、お好み焼き
東洋料理	焼肉料理、高級中華料理、一般中華料理、点心料理
エスニック料理	メキシコ料理、インド料理、東南アジア料理
給食	産業給食、学校給食、病院給食、福祉施設給食、老人福祉施設給食、学生食堂
レジャー施設	ゴルフ場、スキー場、健康ランド・スーパー銭湯、レジャーランド、野球場、映画館・シネコン、フードテーマパーク、ギャンブル場、カラオケボックス、スナック自販機

資料タイトル：「外食産業マーケティング便覧2004(下巻)」

体 裁 : A4判 203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>