

2005年8月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

ファミリーレストラン、喫茶など8分野の外食市場調査を実施

- 2004年の喫茶市場は10年振りに前年を上回る -

総合マーケティングビジネスの(株)富士経済(東京都中央区日本橋小伝馬町 代表取締役 阿部英雄 03-3664-5811)は、このほどファミリーレストラン、喫茶など外食産業8分野62業態の定期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2005(下巻)」にまとめた。

<分野別概要>

分 野	2004年	2005年(見込)	05/04
ファミリーレストラン	1兆6,782億円	1兆6,874億円	100.5%
日本料理	3兆 238億円	3兆 105億円	99.6%
東洋料理	1兆2,127億円	1兆2,095億円	99.7%
西洋料理	6,483億円	6,487億円	100.1%
エスニック料理	433億円	437億円	101.0%
喫茶	1兆4,097億円	1兆4,188億円	100.6%
給食	3兆5,301億円	3兆5,173億円	99.6%
宿泊宴会場	4兆6,575億円	4兆6,061億円	98.9%

ファミリーレストラン(FR)

2004年のファミリーレストラン(FR)市場全体は、大手チェーンが新規出店を控え既存店の建て直しに注力し、業績を回復するチェーンもでてきたため微増となった。和風FRや中華FRの中には地域に対応したメニュー導入を進めるチェーンもあり、メニューやサービスの均質化から脱却する動きがある。FRが全体的に低迷する中で、バイキングレストランが人気を博し、順調に市場を拡大している。標準型FRと高価格型FRは、低価格型FRや専門型FRなどへの需要のシフトが見られ、両市場は微減傾向での推移となっている。今後、バイキングレストランと専門型FRの増加が見込まれ、ファミリーレストラン市場全体は緩やかに拡大するとみられる。

喫茶

コーヒーショップ(低価格型、高価格型、多毛作)の出店増により市場は支えられてきた。高価格型コーヒーショップの代表格であるスターバックスコーヒーの台頭により、影響を大きく受けると思われた低価格型コーヒーショップであるが、お互いに刺激し合い順調に推移してきた。ベーカリーカフェ、多毛作店におけるトップ企業のプロントは依然出店意欲が旺盛である。紅茶専門店、インショップカフェ等は一時期需要が高まったが、近年はその動きも収束している。喫茶店・コーヒー専門店は減少推移をたどっているが、コーヒーショップの市場拡大が寄与し、喫茶市場全体として10年振りに前年を上回った。2005年もコーヒーショップの店舗増により喫茶市場全体としても微増とみられる。

西洋料理

全体でみると店舗数、売上ともに減少傾向が続いてきたが、2004年は僅かではあるもののプラスとなった。イタリア料理店の伸びや、規模は小さいものの拡大を続けるスペイン料理、オムレツ・オムライスレストランの成長が大きく寄与している。大きなウエイトを占めるイタリア料理店は、ファミリーレストラン等でのイタリアンメニューの増加もあり、競争が激しくなり伸び率は鈍化している。しかし、需要自体は安定しており、リージョナルチェーンの成長や高級イタリア料理店の好調維持などにより拡大していくとみられる。カリフォルニア料理店は一時的勢いを失ってきている。スペイン料理は本場の2つ星レストランの登場やスペイン産食材が様々な業態で使用され始めるなど、徐々に日本でもその料理の本質が浸透してきており、今後の成長株である。

日本料理

日本料理は、昔ながらの伝統的な業態が多く含まれるが、全体としては減少傾向が続いている。一時は高い伸び率を見せて成長してきたそば居酒屋も伸び悩みの傾向にあり、厳しい状況が続いている。特に、中心となってきたすし、そば・うどん店は長期的にマイナス傾向が続き、一般のすし店は回転ずしの市場拡大にともなって苦戦を強いられている。ヘルシー感により支持を得ているしゃぶしゃぶ店や、ファミリー需要を捉えた郊外立地のお好み焼き店などは好調であるが、全体としてはマイナス傾向が続いている。

給食

給食は、施設数の増加の一方で、売上高は減少傾向が続いており、1施設あたりの売上高も減少傾向にある。全体的に市場が縮小傾向にある中で、福祉施設給食（老人福祉施設給食を含む）は、施設数及び売上高の拡大が続いている。高齢社会を迎え、施設に対する需要は急速に高まり、委託率も拡大し、給食企業各社の注力度も年々高まっている。一方で少子化も進んでおり、学校給食や学生食堂はこの影響を強く受けマイナス傾向に歯止めがかからない。また、産業給食は、事業所の閉鎖や統廃合、福利厚生費の削減による社内食堂の廃止などの要因から減少傾向にある。しかし、産業給食についてはコスト削減の観点から子会社による食堂運営から給食企業への委託という流れは続いており、縮小傾向のなかで委託需要を狙った給食企業の競争は激しさを増している。また、外資系企業の日本進出^(注1)により、国内企業との競争が激しくなっている。

(注1) アラマーク(米) エームサービス、コンパス(英) 西洋フードシステムズ、ソデクソ(仏) レオックジャパン

<注目市場>

バイキングレストラン

2004年 573億円 2005年見込 658億円(前年比15%増)

定額料金で大皿などに盛りつけてある料理を客が自由に取り取る方式の食べ放題を终日行っているレストランが対象で、注文を受けてから調理をする食べ放題、ホテルのバイキング、デザートのみのお店、居酒屋は含まない。焼き肉や寿司などをお手ごろ価格で好きなだけ食べられることから消費者の支持を得、年率10%程度で成長している。江戸一が展開する「すたみな太郎」、ニラックスが展開する「カーニバルプッフェ」が代表格である。さらなる成長には、料理の品質管理、温度管理、廃棄ロスの削減などが重要となる。また、有機・減農薬食材を使用したバイキングも人気を得ているが、有機・減農薬食材による差別化を進めていくには、食材の調達ルートの確保がポイントとなる。

コーヒーショップ(低価格型、高価格型、多毛作)

2004年 2,279億円 2005年見込 2,473億円(前年比4%増)

ドトールコーヒー(ドトールコーヒーショップ、エクセルシオールカフェ)、スターバックスコーヒー、プロントに代表される市場で、店舗数を急拡大させ縮小する喫茶市場を支えている。既存店の売り上げは前年を下回るが、上位チェーンの出店は2005年も続く。低価格型市場はドトールコーヒーが圧倒的に強く、2005年もFC中心に出店が続いている。高価格型市場は、先鞭をつけたスターバックス中心の市場であるが、エクセルシオールカフェ、イタリアントマトカフェジュニアが徐々にシェアを高めている。コーヒーがメニューの中心であるが各社フードメニューに注力し、既存店の強化を図っている。従来の喫茶店・コーヒー専門店市場は長期的に低落傾向にあり、喫茶市場全体も縮小を続けてきた。2004年は従来型の喫茶店・コーヒー専門店、フルーツパーラーなどの減少幅が少なくなってきたこともあり、当市場の伸びにより喫茶市場全体として10年振りに前年を上回った

調査期間

2005年6月～7月

調査対象

ファミリーレストラン (FR)	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、チャンポンFR、パイキングレストラン
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、多毛作、(ベーカリーカフェ) 甘味処、ジューススタンド、(インショップカフェ)
西洋料理	高級フランス料理、ピストロ、イタリア料理、(高級イタリア料理) (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、すき焼き・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
宿泊宴会場	ホテル、ビジネスホテル、結婚式場・宴会場、旅館、民宿・ペンション

()内は他の業態または複数の業態にまたがる内数となっているため集計から除いています。

以上

資料タイトル：「**外食産業マーケティング便覧2005(下巻)**」

体 裁 : A4判 193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 第一事業部

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>