

2008年7月10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/>  
 URL: <https://www.fuji-keizai.co.jp/>  
 広報部 03-3664-5697

## 日本の外食産業を調査 その全貌を2回に分けて報告

### 第1回 ファーストフード、テイクアウトなど外食市場6分野

回転ずし・テイクアウトずし・宅配ずし

ずし3業態合計市場は2008年に5,550億円の見込み(前年比3.9%増)

総合マーケティングビジネスの株式会社富士経済(東京都中央区日本橋小伝馬町 社長 阿部 界 03-3664-5811)は、ファーストフード、テイクアウト、ホームデリバリー・ケータリングなど6分野の外食市場について調査を実施した。その結果を調査報告書「外食産業マーケティング便覧 2008 (上巻)」にまとめた。

今回の外食市場の調査では、4月～7月にかけて14分野130業態の外食市場について調査する。上巻では、ファーストフード、テイクアウト、ホームデリバリー・ケータリング、料飲店、交通機関、レジャー施設の6分野を調査した。下巻では、ファミリーレストラン、喫茶、西洋料理、日本料理、東洋料理、エスニック料理、給食、宿泊宴会場の8分野を調査し、上下巻をあわせて外食市場全体の動向をまとめる。

#### <調査結果の概要>

カテゴリー	2007年	前年比	2008年見込	前年比
料飲店	6兆4,723億円	98.9%	6兆4,058億円	99.0%
テイクアウト	5兆8,030億円	105.5%	5兆8,421億円	100.7%
ファーストフード	2兆6,245億円	105.3%	2兆7,218億円	103.7%
ホームデリバリー・ケータリング	1兆2,024億円	100.1%	1兆2,053億円	100.2%
レジャー施設	1兆 804億円	100.7%	1兆 844億円	100.4%
交通機関	1,132億円	99.8%	1,117億円	98.7%

#### 料飲店

スナック・クラブ・パブは高級クラブなど高価格帯の店舗での接待需要が減少し、居酒屋・炉端焼は、企業や個人の宴会需要が減少したことや昔ながらの低価格チェーンが飽きられたことなどにより市場は減少している。居酒屋の中でも客単価が高いアッパー居酒屋やアッパーミドル居酒屋は、低価格チェーンに飽きた消費者の需要を取り込んできたが、2008年に入り一般食料品の価格が上昇し、さらにガソリン価格も上昇していることから、飲食代等の交際費を抑制する消費者が増えると予想される。このため、料飲店市場全体も縮小すると予測される。

#### テイクアウト

テイクアウト弁当・惣菜は、2008年に入りトップの「ほっかほっか亭」が分裂しており今後のシェア争いが注目される。量販店デリカは、各チェーンがますます注力度を高め、売り場面積の拡張や品揃えの強化を進めている。営業時間の延長により同一店舗でも時間帯でニーズが変化していることから、曜日別、時間帯別にメニューを切り替えるなどしている。CVSデリカも、地域メニューの開発や“できたて感”を訴求した弁当、ファーストフードの強化を進めている。

#### ファーストフード

2007年は、ハンバーガー、ドーナツ、アイスクリーム、回転ずし、牛丼などが拡大しており、ハンバーガートップのマクドナルドは店舗数が減少したものの売上高が2桁増となり、ハンバーガー市場は大きく拡大した。好調を持続している回転ずしは、上位チェーンの多くが新規出店を抑制し、既存店の強化を進めたことが功を奏し、5%強前年を上回った。また、立ち食いそば・うどん、アイスクリーム、クレープなどの業態が集客力の高いフー

ドコート、ショッピングセンターへの出店を積極的に行っている。

#### ホームデリバリー・ケータリング

最も規模の大きな仕出し弁当・ケータリングは縮小が止まらない状況であるが、宅配ピザは2007年に5年ぶりに前年を上回った。市場規模は小さいものの、宅配ずし、宅配釜めしではトップのレストラン・エクスプレスの店舗増に牽引される形で市場を拡大している。病者・高齢者食宅配は、高齢者増加による需要増から引き続き拡大している。2007年は、仕出し弁当・ケータリングのマイナス分を、宅配ピザ、宅配ずし、宅配釜めし、病者・高齢者宅配が補う形で前年を上回った。2008年もこの傾向が続くとみられる。

#### レジャー施設

スキー場、ゴルフ場、レジャーランド、ギャンブル場などは、施設の老朽化や集客力の低下により年々市場は縮小している。その反面、スーパー銭湯や複合カフェなど新しい業態が成長している。スキー場やゴルフ場、レジャーランドは主に生活圏から離れたレジャーであるのに対し、新しいタイプのレジャー施設は近郊にあることや生活圏に含まれていることが特徴である。また、各施設ではレストランなど飲食事業に注力しており、集客やリピート率向上のために“食”を重視する傾向にある。その典型がフードテーマパークや“食”をテーマにしたレジャー施設である。今後のレジャー市場は、団塊世代の退職によって生じた「目の肥えた消費者」に対して、単なる箱物の提供ではなく、時間帯別のサービス提供やコンテンツの充実などがさらに重要度を増してくるとみられる。2008年は、生活必需品の値上げやガソリン価格の高騰によりレジャー費を抑制することが考えられ、大きなマイナス要因を抱えている。

#### 交通機関

機内食や客船食堂が低迷し、列車内食が苦戦を強いられ交通機関の市場は微減傾向にある。交通機関市場で最も勢いのある業態は、駅構内飲食店(他の業態の内数となるため交通機関の市場には含んでいない)と有料道路SA・PAである。駅構内飲食店は“駅ナカ”と呼ばれ、好立地を活かし鉄道系グループ各社が集客力の高い施設を生み出している。また、有料道路SA・PAは、魅力的な外食店の導入や「パサール幕張」のように単なる休憩施設の枠を超えた商業施設を開発している。

#### <注目市場>

##### すし3業態(回転ずし・テイクアウトずし・宅配ずし)

業 態	2007年	前年比	2008年見込	前年比
回 転 ず し	3,900億円	105.7%	4,100億円	105.1%
テイクアウトずし	980億円	98.0%	980億円	100.0%
宅 配 ず し	463億円	102.9%	470億円	101.5%
3 業 態 合 計	5,343億円	103.9%	5,550億円	103.9%

回転ずし市場は、2007年に上位チェーンの多くが新規出店を抑制し既存店の強化に取り組み前年比5.7%増の3,900億円となった。安価なすしを食べるだけでなく、タッチパネル式の注文システムの導入や、皿5枚で景品が当たるなど楽しみの要素もあり、ファミリーレストランの需要を取り込みながら当面は成長を続けると見込まれる。ただし、すしネタの魚介類を中心に各種食材の価格が急上昇しており、特に105円均一チェーンはメニュー価格に反映させることが困難であるため、利益の圧迫が予測される。

テイクアウトずし市場は2007年も上位チェーンが不振店の閉鎖を継続したため前年を下回った。2008年は宅配併設店や店舗リニューアルにより売上が増加し、上位チェーンが新規出店攻勢に転じ市場は下げ止まるとみられる。

宅配ずし市場は、トップの「銀のさら」が2007年も店舗数、売上高ともに前年を上回り、また、他のチェーンの既存店舗が回復し始めたことから成長を維持している。2008年も「銀のさら」の出店が続き、成長が続くとみられる。本マグロやインドマグロなどの高級食材を使用し、メニューの差別化を行うチェーンが増加しているが、マグロ価格の高騰が続いていることから、今後は各チェーンともレギュラーメニューの他、丼ものや子供向けメニューなどの採用を積極的に進めていくとみられる。

#### ハンバーガーショップ

2007年 6,670億円(前年比7.5%増) 2008年見込 6,851億円(前年比102.7%)

2007年は、「マクドナルド」「モスバーガー」の店舗数が前年に比べ大幅に減少したため、市場全体の店舗数

も大きく減少した。しかし売上高は、トップの「マクドナルド」が前年比2桁増で過去最高を記録したことから4年連続プラスとなった。

「マクドナルド」は2007年に不採算店の閉店を進めたため総店舗数は減少したものの、“メガマック”“メガてりやき”などのメガシリーズ、“マックグリドル”などの新メニューの投入やドライブスルー店舗を中心とした24時間営業の拡大、また6月から地域別価格を導入したことなどにより既存店の売上高が前年比10.2%増を記録し、トータルの売上も同11.9%増と過去最高を記録した。ブレンドコーヒーを“プレミアムローストコーヒー”に、アイスコーヒーを“プレミアムローストアイスコーヒー”に刷新し、“メガマック”をレギュラーメニューとするなどメニュー強化を推進していることから、2008年の売上高は5,000億円を超えるとみられる。

「モスバーガー」は、既存店の強化に集中し2007年の新規出店は48店舗に留め、不採算店を96店整理した。しかし、4月にバーガー類の全面刷新を行い、割引券やスタンプカードを導入するなど集客に注力したことで客数が増加し既存店売上高も前年比1.9%増となり、トータルの売上高も前年を上回った。2008年も不採算店の整理を進めるとともに既存店の活性化を図っていくとみられる。

「ロッテリア」は、2007年11月末に“絶品チーズバーガー”を関東地方の48店舗で先行販売し、一部店舗では品切れを起こすほど好調に推移した。2008年は販売エリアを段階的に拡大し、4月から全国販売し売上増に貢献しており、徐々に売上が回復するとみられる。

<調査対象>

ファーストフード (20)	ハンバーガー、チキン、ドーナツ、サンドイッチ、クレープ、アイスクリーム、ギョーザ、ラーメン、カレーショップ、ステーキ、立ち食いそば・うどん、クイックパスタ、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、ピビンバ、定食チェーン
テイクアウト (12)	テイクアウト弁当・惣菜、デリカショップ、おにぎり、テイクアウトずし、ベーカリーショップ、チェーン系スイーツ店(洋生菓子)、百貨店スイーツ店、シュークリーム専門店、百貨店デリカ、CVSデリカ、量販店デリカ、ホテルデリカ
ホームデリカ/リー・ケータリング (8)	宅配ピザ、宅配ずし、宅配中華料理、宅配弁当、宅配釜めし、FR宅配、病者・高齢者食宅配、仕出し弁当・ケータリング
料飲店 (8)	居酒屋・炉端焼、アッパー居酒屋、アッパーミドル居酒屋、やきとり専門店、ビアレストラン、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
交通機関 (5)	駅構内飲食店、列車内食、機内食、有料道路SA・PA、客船食堂
レジャー施設 (10)	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、複合カフェ

<調査方法>

弊社専門調査員による対象企業への直接面接取材を基本に、電話ヒアリング、公的データ・公表資料等文献調査により補完

<調査期間>

2008年4月～6月

以上

資料タイトル:「**外食産業マーケティング便覧 2008 (上巻)**」

体 裁 : A4判 193頁

価 格 : 98,000円(税込み102,900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:info@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/>

URL:<https://www.fuji-keizai.co.jp/>