

2008年8月22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2回 ファミリーレストラン、喫茶、給食など外食市場8分野

## 高価格型・標準型・低価格型ファミリーレストラン(FR)

3業態合計市場は標準型FRの縮小が続き2008年も前年比4.0%減(8,502億円)の見込み

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、ファミリーレストラン、喫茶、給食など8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(下巻)」にまとめた。

こ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した。7月10日発表の上巻では、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分野の調査結果をまとめた。今回発表する下巻では、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分野の調査結果をまとめている。そして次回は上下巻をあわせて外食市場全体の動向をまとめる。

## &lt;調査結果の概要&gt;

カテゴリー	2007年	前年比	2008年見込	前年比
ファミリーレストラン	1兆6,377億円	97.5%	1兆5,989億円	97.6%
喫茶	1兆4,547億円	100.5%	1兆4,654億円	100.7%
西洋料理	7,150億円	100.7%	7,177億円	100.4%
日本料理	3兆245億円	100.0%	3兆42億円	99.3%
東洋料理	1兆1,854億円	99.1%	1兆1,737億円	99.0%
エスニック料理	1,214億円	97.0%	1,188億円	97.8%
給食	3兆4,610億円	99.8%	3兆4,448億円	99.5%
宿泊宴会場	4兆5,440億円	98.7%	4兆4,505億円	97.9%

## ファミリーレストラン

バイキングレストランやチャンポンFRは伸びているものの、ほとんどの業態で不振が続いているため、07年の市場は縮小した。ガソリン高や回転ずしなどの他業態に客足を奪われていることに加え、ファミリーレストランのコンセプト自体が陳腐化し、時代遅れになっていることが最大の要因である。

## 喫茶

特に「スターバックスコーヒー」等が含まれる高価格型コーヒーショップの出店攻勢による実績拡大が貢献している。その一方で喫茶店や甘味処など、個人経営やローカルチェーンが多い業態では、実績縮小が進んでいる。これまで成長が続いてきたコーヒーショップも、店舗の乱立によって市場に飽和感が出てきており、フードメニューへの注力やアルコール販売など、新たな需要の掘り起こしに努めている企業が多い。

## 西洋料理

スペイン料理などが好調で、スペイン料理は小規模ながら高い伸びを続けている。反面、これまで好調であったイタリア料理の伸びが鈍化している。イタリア料理の拡大を牽引してきたカジュアルイタリアンがブームの終焉を迎えていることと、高級イタリア料理がフランス料理へのシフトなどで縮小に転じ始めたことが要因である。これに伴い、長期的な低迷が続いていたフランス料理が僅かながらも拡大に転じている。昨年秋にフランス有名ガイドブックが発刊されて多くのフランス料理店が紹介されたことも拡大に転じた一因といえる。

## 日本料理

そば・うどん、すし、てんぷら、料亭・割烹などが長期的な減少を続けているものの、お好み焼き、もつ鍋、すきやき・しゃぶしゃぶ、とんかつなどがチェーン化やメニュー開発が進んでいることから比較的堅調であり、07年

の市場は微増となった。

#### 東洋料理

各業態が総じて減少を続けており、08年も市場は微減が見込まれる。焼肉料理は、ホルモン専門業態が伸びているが、引き続き減少となった。また、中華料理では、点心料理が市場規模としては小さいながらも着実に成長している。今後はこのように絞った業態が成長していく可能性も考えられる。

#### エスニック料理

エスニック料理は、インド料理が客単価の低い小型店の増加により成長している反面、メキシコ料理と東南アジア料理の縮小が足を引っ張り、07年の市場は減少となった。

#### 給食

施設数が増加しているものの、売上高の減少が続いているため、競争は激しさを増している。委託率が既に高く、これ以上の委託の伸びを見込みにくくなってきている市場も多い中で、老人福祉施設給食は一貫して高い伸びを続けている。また、幼稚園・保育所給食は、保育所の施設数が増加しており、注力する企業も増えている。

#### 宿泊宴会場

ホテル、結婚式場・宴会場が実績を伸ばしているものの、トータル市場は縮小が続いており、08年は2%程度のマイナスとなる見込みである。特に施設数の減少が著しいが、実績を伸ばしている業態では単価の向上も見られており、施設数の減少と比較すると売上高の減少率は低くなっている。

### <注目市場>

#### 1. 高価格型・標準型・低価格型ファミリーレストラン

業 態	2007年	前年比	2008年見込	前年比
高 価 格 型	361億円	79.7%	366億円	101.4%
標 準 型	6,482億円	93.9%	6,119億円	94.4%
低 価 格 型	2,017億円	103.4%	2,017億円	100.0%
合 計	8,860億円	95.2%	8,502億円	96.0%

客単価900円未満：低価格型、同900円以上1,100円未満：標準型、同1,100円以上：高価格型

07年は、低価格型FRが前年比3%程度増加したものの、標準型FRが約6%の縮小、高価格型FRに関しては20%以上のマイナスとなった。

低価格型FRは、「ガスト」(すかいらーく)の売上が貢献した。すかいらーくが駅前型の「ビルディ」を郊外型の「ガスト」に転換したことにより一気に40店舗増加した上、「ガスト」の認知度の高さから転換した40店舗の中には、売上が2桁増の店舗もあったことが要因である。08年は、07年のような拡大は見込めないものの、「ガスト」の都市型店舗の伸びが予想される。また、セブン&アイフードシステムズが「デニーズ」一辺倒から脱し、低価格型の「オールデイズ」を開発しており、この市場の対象となれば見込み以上の拡大が期待される。標準型FRは、「ココス」(ココスジャパン)のように好調を維持するところもあるが、ほとんどのチェーンが売上を落としているほか、不採算店の大量な閉鎖や他業種へ転換するなどのケースが後を絶たず、ガソリン高も追い討ちをかけ、縮小となった。08年もセブン&アイフードシステムが「デニーズ」130店舗を3年以内に閉店する方針を固めており、市場縮小は続く見込みである。高価格型FRは、多くのチェーンが横ばいとなった中、トップシェアのサンマルクグループが実績を落としたことが響き、縮小となった。08年はサンマルクグループが出店攻勢をかけると見られ、市場は拡大に転ずると予測される。

#### 2. コーヒーショップ

業 態	2007年	前年比	2008年見込	前年比
高 価 格 型	1,732億円	110.2%	1,879億円	108.5%
低 価 格 型	1,040億円	100.0%	1,089億円	104.7%
合 計	2,772億円	106.2%	2,968億円	107.1%

セルフサービス型のコーヒーショップを対象としており、高価格型は客単価が400円以上、低価格型が400円未満としている。

コーヒーショップの全体市場は、07年に前年比6.2%増の2,772億円、08年には前年比7.1%増の2,968億円が見込まれる。

高価格型コーヒーショップは、90年代後半に「スターバックスコーヒー」が日本に進出したことで市場が形成され、その後も輸入カフェブランドが相次いだこと、またドトールコーヒーを始めとする国内企業も高価格型コーヒーショップの出店に乗り出したことによって、急拡大を遂げた。参入チェーンは積極的な出店を行い、06年の店舗数は00年の4倍にもなったが、店舗が林立する中では他社との競争が激化しただけでなく、自社内競争も始まった。07年はトップの「スターバックスコーヒー」や、近年成長著しい「サンマルクカフェ」の積極出店があ

ったことや、06年後半からの価格改定ラッシュによって客単価が上昇傾向にあること等で市場は拡大した。08年も上位企業では積極出店を掲げており、市場の拡大は見込まれるが、伸び率は徐々に陰りが見え始めている。一方、低価格型コーヒーショップは、市場の70%以上のシェア占めるドトールコーヒーが高価格業態への注力度を高めたこともあって、前年実績を割り込み店舗数も減少したが、下位チェーンで実績を伸ばしているところもあり、07年の市場は横這いとなった。割安感が一番の強みであったが、07年に続き08年も値上げを余儀なくされるチェーンも多く、今後は低価格以外での訴求も求められる。

### 3. バイキングレストラン

2007年	前年比	2008年見込	前年比
839億円	101.0%	861億円	102.6%

食べ放題＝安かろう悪かろうといったイメージが強かったが、90年代後半から有機野菜などの健康的なクオリティの高いメニューを数多く揃えたことで女性やファミリー層に受け入れられたバイキングレストランが現れ、それまでの食べ放題のマイナスイメージを払拭して新たな顧客層を開拓した。また、急拡大するチェーンも現れ、市場は拡大し始めた。特に05年と06年には前年比20%以上の高成長を果たしている。

しかし、07年は、競合が激化したことから数年間続いた市場の急成長も鈍化している。また、08年は依然として新規参入が増えているものの、既存店が前年割れとなるケースも多く、市場は前年比2.6%増に留まる見込みである。バイキングの値頃感や楽しさ、健康的なイメージは、昨今のファミリーレストランに欠けていた部分でもあり、従来型のファミリーレストランが不振を極めている現在は、需要を大きく取り込んでいる。このため、当面は成長を維持すると見られるが、消費者に飽きられるのが早い業態であるために、常に目新しいメニューの開発やブラッシュアップが必要とされる。

以上

#### <調査対象>

ファミリーレストラン (11)	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、バイキングレストラン
喫茶 (11)	コーヒーショップ、(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、多毛作型コーヒーショップ、(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 (11)	フランス料理、イタリア料理、(高級イタリア料理)、(パスタレストラン)、(アメリカ料理)、カルフォルニア料理、ドイツ料理、スペイン料理、ステーキ・ハンバーグレストラン、シーフードレストラン、オムレツ・オムライスレストラン
日本料理 (14)	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、(豆腐料理)、(低価格ふぐ料理) かに料理、ちゃんこ料理、もつ鍋、お好み焼き
東洋料理 (5)	焼肉料理、(ジンギスカン料理)、高級中華料理、一般中華料理、(点心料理)
エスニック料理 (3)	メキシコ料理、インド料理、東南アジア料理
給食 (7)	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)(幼稚園・保育所給食) 学生給食
宿泊宴会場 (5)	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

<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5月～7月

資料タイトル	「外食産業マーケティング便覧 2008(下巻)」
体 裁	A4判 215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/