

2008年9月30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

## 日本の外食市場を総括

2008年の外食市場は前年比0.3%減の33兆3,449億円の見込み

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、外食市場の調査結果(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、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14分野)を総合的に分析した。その結果を調査報告書「外食産業マーケティング便覧 2008(総括編)」にまとめた。

この報告書では、4月～7月にかけて調査した14分野130業態の調査結果に基づき外食市場を総合的に分析するとともに、エリア別の動向、業態別の成長性などの分析も行った。また、注目外食企業・グループの事例研究と2008年のトピックスをまとめた。

### <調査結果の概要>

#### 1. 外食市場

2007年 33兆4,393億円 2008年見込 33兆3,449億円(前年比99.7%)

07年の14分野130業態の外食市場は、前年比0.8%増の33兆4,393億円となった。テイクアウトを除くと、最も伸びた分野はファーストフードで、伸び率は前年比5.3%増であった。ファーストフードは、牛丼店が前年比14.6%増、ハンバーガーショップが前年比7.5%増となったことから拡大している。牛丼店はトップチェーンの「吉野家」が牛丼の販売時間を大幅に拡大したことや、2位の「すき家」も177店と大量に出店したことが伸びの要因である。また、ハンバーガーショップは、「マクドナルド」が過去最高の売上となったことが大きく寄与している。一方、最も縮小した分野はエスニック料理で、前年比3.0%減となった。05年までは順調に拡大してきたものの、06年からマイナスに転じている。特にエスニック料理の中で最も大きなウエイトを占める東南アジア料理店のマイナスが影響している。また、ファミリーレストランは、標準型FR(前年比6.1%減)や高価格型FR(同20.3%減)の大幅減が影響し、2年ぶりにマイナスとなった。標準型FRはマイナスが続いており、高価格型FRはトップチェーンの「サンマルク」の不振が影響した。

08年は、ファーストフードが前年比3.7%増と引き続き高い伸びを示すと見られる。中でもサンドイッチ店が、トップチェーンの「サブウェイ」の出店加速により同21.5%増と大幅増が予測されるほか、上位チェーンに値上げが見られない牛丼店や回転ずし店も引き続き好調を維持する。しかし、14分野のうち半分以上が縮小となり、市場は33兆3,449億円で前年比0.3%減となり、2年ぶりのマイナスが見込まれる。特にファミリーレストランは全体的に不振に陥っており、ガソリン高によりロードサイド店では客数が減少していることに加え、回転ずし店など他業態にも需要が奪われている。メニュー設定、ターゲット、立地など全てにおいて消費者のニーズと乖離していることが、最大の縮小要因である。

テイクアウトは、今年の調査から新たにチェーン系スイーツ店(洋生菓子)が加わったため。

#### 2. 2008年売上見込み 伸び率上位チェーン

売上10億円以上を対象とした08年売上見込み伸び率トップチェーンは、五苑マルシンであった。「焼肉五苑」は売上高、店舗数ともに横ばいであるが、ホルモン焼専門店「情熱ホルモン」が08年に入り毎月10店のペースで増えており、売上は急拡大すると見込まれる。

2位のタクシヨクは、長崎県諫早市に本社を置き、高齢者向け夕食宅配弁当の「ジャストディナー」を九州、山口と関東で展開しているが、関東を中心に販売エリアを拡大していく方針で、大幅な売上増が見込まれる。

### 3. 2008年売上見込み 伸び率上位業態

順位	分野	2007年	2008年見込	前年比
1位	多毛作型コーヒーショップ	176億円	203億円	115.3%
2位	牛丼店	2,635億円	2,918億円	110.7%
3位	ベーカリーカフェ	425億円	467億円	109.9%
4位	宅配釜めし	33億円	36億円	109.1%
5位	高価格型コーヒーショップ	1,732億円	1,879億円	108.5%

08年の売上見込みが前年を上回ると見られるのは68業態で、その内前年比10%以上の高成長が見込まれるのは2業態である。

成長率1位は、多毛作型コーヒーショップ（前年比15.3%）である。プロントコーポレーションが展開する「プロント」が市場全体の9割を占め、次いでユニカフェグループが展開する「トラベルカフェ」となっている。「プロント」は08年の設立20周年に向け、今期中に200店舗突破を図るなど、両チェーンともに08年は成長すると見込まれる。2位の牛丼店は、「吉野家」「すき家」「松屋」の上位3チェーンで市場全体の約9割を占めているが、特に上位2チェーンの「吉野家」及び「すき家」の高成長から、大きく拡大すると見込まれる。

10位、11位、13位に老人福祉施設給食、幼稚園・保育所給食、福祉施設給食がランキングしたことが今回の調査結果の特徴であるが、介護療養型医療施設の廃止に向けた動きや、少子化対策に伴う保育所の増加等、社会的環境が大きいと見られる。

#### <注目市場（業態）>

##### 1. 韓国料理店

韓国料理店はこれまでそのほとんどが単独店か、多くても2～3店舗の展開に過ぎなかったが、1996年に「妻家房」が1号店を出店し、その後「チェゴヤ」「Korean Kitchen まだん」「ノルブネ」「韓のおしり」が続き、それぞれチェーン展開をしている。近年では05年に「Hong Cho ぶるだっく」、06年に「東京純豆腐」が1号店を出店している。

「チェゴヤ」は、120種類以上の韓国家庭料理をリーズナブルな価格で提供していることが特徴である。07年は、首都圏を中心にそれまで展開していた店舗数を上回り、一気に15店舗もの大量出店を果たした。08年も千葉・海浜幕張店を皮切りに、7月までに4店舗の出店を行っている。「韓のおしり」は、韓国・釜山の名物「鉄板焼鍋」料理の専門店である。「鉄板焼鍋」はコブチャン（牛モツ）焼きがルーツであるが、野菜をバランスよく加えヘルシーな味にアレンジしている。また、他にもチヂミや石焼ビビンバなどのメニューを取り揃えている。08年7月現在で、北は宮城県から南は長崎県まで出店している。「妻家房」も、特定のメニューを訴求するのではなく、多様なメニューを取り揃えている。もともと韓国食材を販売する小売店を出店したのが始まりで、デパチカを中心に出店を進めた後、レストランの「妻家房」の1号店を東京・四谷に出店した。その後も小売店の出店数が多く、レストランは年間1～2店のペースに留まっていたが、06年、07年と出店ペースを加速している。

##### 2. ホルモン焼き店

数年間続いた焼肉ブームが終焉し、市場が減少している中、05年頃から「ポスト焼肉」を目指しホルモン焼き店が活発化している。いずれも女性客に対して健康性をアピールするケースが多い上に、焼肉店からの業態転換や、セカンドブランドとして増加してきた。各チェーンともに店舗数を増やしてきているが、中でも「情熱ホルモン」が07年から08年にかけて爆発的に店舗数を拡大し、市場を牽引している。

「情熱ホルモン」（五苑マルシン）は、商品の低価格を武器に1号店のオープンから大阪を中心に爆発的に店舗数を増やし、08年に入ってから毎月10店舗近い出店ペースが続いており、年内には200店舗を目指している。出店当初は中高年層をターゲットにしていたが、美容効果を持つ商品特性から女性客比率が上昇し、今では女性でも入りやすい店づくりを心がけている。五臓六腑は、博多に「中洲ホルモン」の1号店を出店し、その後福岡県を中心に「中洲ホルモン」「五臓六腑」「天神ホルモン」を展開し、東京や横浜への進出も果たしている。この業態の中でもアッパー顧客をターゲットとしている。七輪商事は、千葉県に1号店を出店して以来、千葉県を中心にチェーン展開し、のれん分け制度で店舗数を拡大してきた。客単価も2,000円台とリーズナブルである。

##### 3. ベルギービールレストラン

ベルギービールは、ベルギーで生産されるビールのことを指し、その銘柄は800種類以上もあると言われ、味や香り、色は多岐にわたっている。また、ビールの種類に応じたビールグラスで飲むのが特徴で、そのビールの味

や香りを楽しむことが出来る。このような専門性の高さから、ワインにも匹敵する奥深さがあるとされている。

近年ベルギービールは認知度も徐々に高まり、都心を中心に流行に敏感な20～40代の固定客を獲得している。また、ビールが苦手な女性客向けに、さくらんぼや木苺を使用した香り豊かなフルーツビールや低アルコールビール等を充実させることにより、女性客の囲い込みに成功している店舗もある。

商品知識に関する従業員の教育や仕入れルートの確保、さらに出店地が都市部に限定されること等から、急激な成長は難しいものの、潜在需要はまだまだ大きいと推測され、伸びしろの大きい市場である。

以上

<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	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(生洋菓子)、百貨店スイーツ、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、
ホームデリバリー・ケータリング	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	居酒屋・炉端焼、アップー居酒屋、アップーミドル居酒屋、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	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	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、ギャンプル場、カラオケボックス、複合カフェ
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、チャンポンFR、バイキングレストラン
喫茶	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	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、カリフォルニア料理、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	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、とうふ料理、ふぐ料理、かに料理、ちゃんこ、もつ鍋、お好み焼き
東洋料理	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	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、幼稚園・保育所給食、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

<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6月～8月

資料タイトル：「 <b>「外食産業マーケティング便覧 2008（総括編）」</b>
体 裁：A4判 192頁
価 格：80,000円（税込み84,000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: <a href="http://www.group.fuji-keizai.co.jp/">http://www.group.fuji-keizai.co.jp/</a> URL: <a href="https://www.fuji-keizai.co.jp/">https://www.fuji-keizai.co.jp/</a>