

2009年9月4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14カテゴリー129市場を調査

第二回報告 8カテゴリー66市場の調査結果

2009年見込み

総合ファミリーレストラン低価格型が他のファミリーレストラン業態から需要を取り込み2,150億円(前年比6.6%増)

高価格型コーヒーショップは上位各社の積極的な出店攻勢で2,022億円(前年比6.8%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、ファミリーレストラン(FR)や喫茶、日本・西洋・東洋・エスニック料理、給食・宿泊宴会場など8カテゴリー66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 2009(下巻)」にまとめた。

5月~7月にかけて14カテゴリー129の外食市場について調査を行い、第一回目の報告となった上巻では、ファーストフード20、テイクアウト12、ホームデリバリー・ケータリング8、料飲店8、交通機関5、レジャー施設10の合計6カテゴリー63市場の調査結果を収載した。そしてこの下巻では、FR10、喫茶10、西洋料理11、日本料理14、東洋料理6、エスニック料理3、給食7、宿泊宴会場5の合計8カテゴリー66市場の調査結果を収載した。尚、総括編で外食企業の企業研究と上下巻をあわせた14カテゴリー129の外食市場を総合分析する。

<注目市場>

	2008年	2009年見込	前年比
総合FR低価格型	2,017億円	2,150億円	106.6%
高価格型コーヒーショップ	1,893億円	2,022億円	106.8%
もつ鍋	120億円	123億円	102.5%
すきやき・しゃぶしゃぶ	845億円	861億円	101.9%
ホルモン料理	659億円	674億円	102.3%

総合FR低価格型

洋食を中心に和食、中華、エスニックなど幅広いメニューを提供する総合FRは、客単価1,100円以上のチェーンを高価格型、900円以上1,100円未満のチェーンを標準型、900円未満のチェーンを低価格型としている。外食産業全体で低価格化が進む中、市場環境は徐々に厳しくなって撤退が相次ぎ、現在は「ガスト」「ジョイフル」にほぼ集約されている。

2008年は原材料価格の高騰を受け「ガスト」「ジョイフル」ともにメニュー価格の引き上げを実施したが、その後の急速な景気悪化を受けて「ジョイフル」では低価格メニューを充実させている。また、経営再建を進めるすかいらーくは、グループ全体の業態転換策により「ガスト」の店舗数を大幅に増加させて消費者の低価格ニーズに対応している。市場は横ばいとなったが、2009年には「ガスト」の店舗数の増加も続き、和風や中華など他のファミリーレストランから需要を取り込んで拡大が見込まれる。

コーヒーショップ高価格型

セルフサービス型のコーヒーショップの内、客単価が400円未満を低価格型、400円以上を高価格型としている。2007年、2008年と低価格型が苦戦する中、高価格型は順調に拡大している。出店ペースは、2003年頃までの急成長時期に比べると落ちているものの、依然として上位各社は、積極的な出店攻勢を続けている。

2008年の高価格型の市場は、新規出店を続けるイタリアントマトやカフェクロワッサンなどの一部企業が不採算店舗を閉鎖したことで縮小したが、スターバックスコーヒーやタリーズコーヒーなどが積極的な出店攻勢で実績を伸ばし、拡大した。2009年は新規出店を抑えていたドトールコーヒーも出店攻勢に転じ

ていることから、市場の続伸が見込まれる。上位各社は、従来のSCや路面店を中心とした出店政策から、初期投資が低く安定した集客が期待できる病院や駅構内、アウトレットモールなどへの出店で需要を獲得している。

もつ鍋

もつ鍋は、1990年に東京で「もつ鍋元氣」が出店されたことを契機にもつ鍋の第一次ブームとなった。第二次ブームは「蟻月」がオープンした2003年からである。第一次ブームが、低価格と栄養の豊富さが支持されていたのに対して、第二次ブームは健康性とおいしさ、コラーゲンを摂取できることが消費者に受け入れられている。また、スタイリッシュな店内空間や、有名人も来店している店舗で食べることに価値を見出している。

2008年の市場は、一六堂、KID'Sを中心に上位企業が数多くの新規出店を行い高い伸びを確保した。2009年は、新規出店のペースが鈍化しており、市場の伸びも小幅に留まると見込まれる。もつ鍋は依然として新奇性が高いメニューであり、また、居酒屋の代替需要を取り込み当面拡大基調で推移すると見られる。

すきやき・しゃぶしゃぶ

すきやき・しゃぶしゃぶは、安価な価格設定や食べ放題コースを提供する大衆店も増えている。ヘルシー感から特にしゃぶしゃぶが好調に推移しており、野菜の食べ放題を設け女性層など利用者の裾野を広げている。

2008年の市場はトップの木曽路が前年割れとなったものの、2位のレイズインターナショナルが二桁成長、アトムが自社の外食業態を相次いですきやき・しゃぶしゃぶ店に転換したことなどから実績増となり、拡大となった。2009年は2008年後半からの景気悪化の影響により既存店が苦戦しているが、どんやワンダーテーブルが新規出店を重点的に行っていることなどから続伸が見込まれる。消費者の節約・低価格志向が進む中で当面は高級店の苦戦が予測されるものの、大衆店が出店を重ねていることから、市場は今後も拡大を続けると予想される。

ホルモン料理

ホルモン料理は、焼き肉料理店の内、ホルモンメニューを主体に扱う店舗を対象としている。2000年半ばに焼き肉ブームが一巡したが、ポスト焼肉としてホルモンが脚光を浴びている。もつ鍋ブームが先行していたため、内臓肉に対する抵抗感も薄れ、焼き肉に飽きてきた顧客にとっては安価で目新しいメニューが認知され、市場は成長している。また、コラーゲン摂取という観点から女性客の獲得にも成功している。

2008年の市場は、トップシェアの五苑マルシンが70以上店舗を増やし、新規参入も多かったため前年比5.1%増となった。2009年も五苑マルシンが前年ほどではないが、店舗数を増やしていることから引き続き市場拡大が見込まれる。

< 調査結果の概要 >

カテゴリー	2008年	2009年見込	前年比
ファミリーレストラン	1兆5,798億円	1兆5,244億円	96.5%
喫茶	1兆4,603億円	1兆4,565億円	99.7%
西洋料理	7,182億円	7,143億円	99.5%
日本料理	3兆 166億円	2兆9,976億円	99.4%
東洋料理	1兆1,727億円	1兆1,593億円	98.9%
エスニック料理	1,204億円	1,201億円	99.8%
給食	3兆4,251億円	3兆3,870億円	98.9%
宿泊宴会場	4兆2,990億円	4兆2,247億円	98.3%

ファミリーレストラン(FR)は、コンセプト自体がファミリー層のニーズと合致しなくなりつつあり、市場は前年に続きマイナスを喫した。上位チェーンは不振店の撤退や低価格型への転換を急速に進めており、生き残り競争が熾烈さを増している。景気が後退するなかで総合FR低価格型や客単価が低めのイタリアFRは伸長しており、他のFRの需要を取り込んで成長しているが、2009年の市場はマイナスが見込まれる。

喫茶市場は拡大を維持したが、2009年は6年ぶりのマイナスに転じると見込まれる。セルフサービス型のコーヒーショップは低価格型がマイナスに転じたが、高価格型が「スターバックスコーヒー」をはじめとする出店攻勢で実績が拡大したことから、2008年もプラス成長となった。しかし、喫茶市場の中で最もウェイトの高い喫茶店・コーヒー専門店では、個人経営による単独店が中心であることから後継者問題や他の喫茶業態との競合でマイナスが続いており、喫茶市場に影響を与えている。

西洋料理ではこれまで堅調に推移してきた各市場も、横ばいもしくは減少に転じており、市場は前年割れとなった。高級業態では一部ブランド力のある店舗を除き冷え込みが目立ち、中・低価格業態でも出店ペースの鈍化や閉鎖店舗数も増えており、今後は西洋料理市場内で需要の奪い合いが激化し企業淘汰も生じると見られる。唯一、ブームに踊らされることなく伸長を続けてきたパスタレストラン、スペイン風ちょい飲み「スペインバル」が伸びて

いるスペイン料理店は、僅かではあるが成長を維持すると見られる。

日本料理は、和食メニューを提供するF Rやファーストフードとの競合、後継者問題、個人経営が多いため食材の一括調達に難しく食材高騰の影響が大きいといった理由から苦戦している。消費者の節約・低価格志向が高まっており、客単価が1万円を超えるような店舗では苦戦しており、零細店は淘汰が進行している。こうした中でも、客単価を低く抑えたすきやき・しゃぶしゃぶチェーンや小規模店でも収益性の高いお好み焼き店は拡大しており、マイナス成長市場における一筋の光明となっている。

東洋料理市場では、規模の大きい焼肉料理店でホルモンメニューに特化したホルモン料理店が伸びているものの、2000年代初頭の焼肉ブームが終焉して以降減少している。また、高級中華料理店と一般中華料理店は共に長期に亘って微減が続いている。

エスニック料理市場は、インド料理店が小型店舗の増加によって実績が伸びたが、メキシコ料理店の実績が減少に転じ、東南アジア料理店の実績減も続いているため、僅かに縮小となった。2009年も縮小が見込まれる。

給食市場は新規委託需要の減少で低迷が続いているが、高齢者福祉施設給食、幼稚園・保育所給食は、施設の新規開設が相次いでおり新規受注が維持されている。

宿泊宴会場では、ホテルの実績が世界同時不況による外国人ビジネスマンの減少などによって横ばい、2009年には減少に転じると見込まれる。結婚式場・宴会場は、ハウスウェディング企業の躍進によって拡大が続いているが、成長のスピードがやや鈍化してきている。旅館は、売上高、店舗数共に一貫して縮小している。

以上

<調査対象>

ファミリーレストラン	総合F R標準型、総合F R高価格型、総合F R低価格型、和風F R、イタリアF R、中華F R、焼肉F R、ステーキ・ハンバーグF R、チャンポンF R、パ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
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、すきやき・しゃぶしゃぶ、料亭・割烹、豆腐料理、低価格ふく料理、かに料理、ちゃんこ料理、もつ鍋、お好み焼き
東洋料理	焼肉料理、ジンギスカン料理、ホルモン料理、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、高齢者福祉施設給食、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> 富士経済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> 2009年5月～7月

資料タイトル：「 外食産業マーケティング便覧 2009（下巻） 」
体 裁：A4判 211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/