

2009年10月8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

第三回報告 日本の外食市場を総括

2009年の外食市場は2年連続縮小の見込み(前年比1.1%減の3兆7,393億円)

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、日本の14カテゴリー129市場の調査を基に外食市場を総括した。その結果を調査報告書「外食産業マーケティング便覧 2009(総括編)」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、第一回報告の上巻では、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、第二回報告の下巻では、ファミリーレストラン(FR)10、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。そして第三回目の報告となるこの総括編では外食企業の企業研究・分析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した。

<調査結果の概要>

1. 外食市場(14カテゴリー129市場)

	2008年	2009年見込	前年比
売上高	3兆1,030億円	3兆7,393億円	98.9%

2008年の外食市場は、前年比0.8%減となった。年初からのガソリン高による郊外店の不振や、食材価格の高騰などにより値上げせざるを得ず苦戦した業態が多く、更にリーマンショックに端を発した秋以降の景気後退が外食離れに追い討ちをかけマイナスとなった。全14カテゴリーの内、増加したのはファーストフードとテイクアウトのみである。ファーストフードは、低価格な業態が多いことから不況によって節約志向が高まった消費者に支持され前年比3.1%増となった。中でもラーメンやギョーザの一部のチェーンでは、値頃感ある価格で居酒屋の代替としてウィズアルコール需要を獲得した。テイクアウトでは、CVSデリカと量販店デリカが伸びた。伸び率こそ高くないが、市場規模が大きいことから市場拡大に貢献した。また、テイクアウト弁当・惣菜は、2008年5月に分裂した「ほっかほっか亭」と「ほっともっと」の出店攻勢によって伸びた。一方、ファミリーレストランが前年比3.3%減と最も縮小した。最大手のすかいらーくを始め「デニーズ」「ロイヤルホスト」などが不振店を大量閉鎖したことからである。また、宿泊宴会場が前年比2.5%減と2番目に縮小した。中でも、3年連続で実績を拡大してきたホテルが世界同時不況により宿泊需要が急減して前年割れとなり、旅館も縮小幅が拡大した。

2009年の市場は前年比1.1%減と、2年連続で前年割れとなる見込である。引き続きファーストフードとテイクアウトがプラスとなるが、伸び率は前年よりも若干低くなる見通しである。また、縮小幅が最も大きいのが前年同様ファミリーレストランである。ファミリーレストランは、引き続き不振店の大量閉鎖をしている。次いで縮小幅が大きいのが料飲店である。料飲店は、不況のダメージから脱却できずに縮小幅は前年よりも大きくなる見込である。

2. 2009年売上見込み 伸び率上位チェーン

2008年の売上高が20億円以上のチェーンを対象としている。2009年の売上高の前年比伸び率が最も高いと見込まれるチェーンは、物語コーポレーションが展開するお好み焼き店「大阪梅田お好み焼本舗」である。「大阪梅田お好み焼本舗」は2006年7月にFC展開を開始して以来、順調に店舗数を拡大しており、それに比例して売上も増加している。2位は、鳥貴族(2009年8月1日にイターナルサービスから社名変更)が展開するやきとり専門店「鳥貴族」である。「鳥貴族」は、2000年以降急速に店舗数を増やしている。2007年に東京初進出、2008年には東京への出店を本格化させたことで売上も前年比1.5倍となった。2009年も引き続

き出店しており、前年同様の売上増が見込まれる。3位は、オーバンが展開するたい焼き専門店「たい夢」である。「たい夢」は、折からの“たい焼きブーム”にも乗る形で、2008年秋以降出店ペースを加速しており、2009年も50以上の新規出店を予定していることから売上も増加すると見込まれる。

2008年の売上高が100億円以上のチェーンを対象とすると、トリドールが展開する立ち食いそば・うどん店「丸亀製麺」がトップとなる。近年、ロードサイドを中心に新規出店を加速している。売上高が100億円を越えてもなお勢いは衰えず、2009年も約100の出店を予定、売上も続伸する見通しである。

3. 2009年売上見込み 伸び率上位市場

順位	市場	2008年	2009年見込	前年比
1位	宅配釜めし店	37億円	44億円	118.9%
2位	サンドイッチ店	97億円	110億円	113.4%
3位	クイックパスタ	23億円	25億円	108.7%
4位	牛丼店	2,852億円	3,098億円	108.6%
5位	たこ焼き・お好み焼き類店	890億円	960億円	107.9%

129市場の内、2009年に前年比プラスと見込まれる市場は、全体の4割弱である。その中で、2009年の市場が前年に対し最も伸びると見込まれるのが宅配釜めし店である。宅配釜めし店は、2005年以降2桁成長が続いているが、2009年もトップシェアの「釜寅」が約30もの新規出店を行うと予想されることから高成長が見込まれる。2位はサンドイッチ店である。トップシェアの「サブウェイ」が近年積極的に新規出店を行っている。2009年は、一気に60店舗もの新規出店を予定していることから拡大すると見込まれる。4位の牛丼店は、市場の大部分を占める上位4チェーンが賃料の下落などから新規出店への意欲が旺盛で、トータル400店もの増加が予想されることから拡大が見込まれる。市場の増加分では246億円でトップである。

<注目市場>

1. イタリアン市場

	2008年	2009年見込	前年比
イタリア料理店	3,376億円	3,365億円	99.7%
宅配ピザ店	1,284億円	1,299億円	101.2%
イタリアFR	1,337億円	1,383億円	103.4%
クイックパスタ店	23億円	25億円	108.7%
合計	6,020億円	6,072億円	100.9%

イタリアン市場では、イタリアンブームの終焉とともに2005年以降主力のイタリア料理店の伸びが鈍化している。同じ頃イタリアFRでも伸びが鈍化し始めている。また、宅配ピザ店は店舗数の過剰感や業態の鮮度が薄れたことで、2006年には店舗数が前年割れとなっている。

2008年の市場は、前年比0.5%増となった。宅配ピザ店は上位企業の明暗が分かれたが、好調な既存店が多かったことから拡大した。また、イタリアFRも僅かながら増加となった。

2009年の市場は、不況の影響で高級店の苦戦と客単価の低いカジュアル店の増加でイタリア料理店が前年割れするが、宅配ピザ店が巣籠もり需要を追い風とし、イタリアFRも低価格志向を捉えた「サイゼリヤ」やすかいらーく「グラッチェガーデンズ」が好調で伸びると見られるため、前年比0.9%増と見込まれる。

2. すし市場

	2008年	2009年見込	前年比
すし店	10,690億円	10,600億円	99.2%
回転すし店	4,100億円	4,180億円	102.0%
テイクアウトすし店	968億円	960億円	99.2%
宅配すし店	460億円	458億円	99.6%
合計	16,218億円	16,198億円	99.9%

すし市場は、すし店（立ちすし）、テイクアウトすし店の縮小に歯止めが掛かっていないのに対して、回転すし店、宅配すし店は右肩上がり推移した。特に回転すし店は、値頃感ある価格でファミリー需要を取り込んでおり、毎年5%以上の伸長を維持していた。

2008年秋以降、中下位チェーンの回転すし店は苦戦を強いられたところも多いが、上位チェーンの低価格政

策や店舗数増加によって拡大し、すし業態としても僅かな伸びを確保した。しかし2009年の市場は、回転ずし店の伸びが鈍化し、宅配ずし店が前年割れに陥るなど前年を下回ると見込まれる。尚、テイクアウトずし店は縮小推移が続いているものの、上位チェーンで下げ止まりの動きが見られる。

以上

<調査対象 14カテゴリー129市場>

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(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(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
ファミリーレストラン (10)	総合FR標準型、総合FR高価格型、総合FR低価格型、和風FR、イタリアFR、中華FR、焼肉FR、ステーキ・ハンバーグFR、チャンボンFR、バイキングレストラン
喫茶 (10)	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 (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 (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(6)	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(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、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(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> 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7月～8月

資料タイトル:「**「**外食産業マーケティング便覧 2009(総括編)**」**

体 裁 : A4判 181頁

価 格 : 100,000円(税込み105,000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:<http://www.group.fuji-keizai.co.jp/>

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