

2010年10月13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

14分野130の外食市場を多角的に分析

2010年の外食市場は前年比0.6%減の3兆2,542億円の見込

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、4月～7月にかけて調査した14分野130の外食市場の調査結果から日本の外食市場全体を分析した。その結果を報告書「外食産業マーケティング便覧 2010(総括編)」にまとめた。

この調査では14分野130の外食市場の調査結果を多角的に分析するとともに外食市場全体を俯瞰した。併せて景気低迷下でも成長を続ける好調な企業の事例研究を行った。また、外食産業エリアマップとして、エリア別の外食市場規模、エリア別企業シェア、エリア別業態構成比などについても検証した。この報告書で捉えた外食市場は、料理品小売業も対象とし、また、宿泊宴会場、レジャー施設、交通機関などの対象範囲も広く捉え、広義の外食市場となっている。

<調査結果の概要>

2010年(見込)/2009年 市場成長率トップ10

順位	業態名	成長率
1	均一価格型居酒屋	49.6%
2	クイックパスタ店	36.7%
3	たい焼き専門店	21.5%
4	とんかつ・かつ丼店	17.9%
5	サンドイッチ店	16.5%
6	立ち食い・セルフ式そばうどん店	14.1%
7	有料老人ホーム給食	14.0%
8	宅配釜飯	10.8%
9	ホルモン料理店	9.5%
10	ギョーザ店	9.2%

130市場のうち市場規模が2009年より増加すると見込まれるのは、全体の4割にも満たない50市場である。売上高成長率トップは、49.6%が見込まれる均一価格型居酒屋である。この市場は2ケタ成長を続けており、2010年も鳥貴族をはじめとする上位企業が店舗数を拡大させており、高成長が見込まれる。2位は、36.7%でクイックパスタ店となっている。2010年は、「スパーロ」が店舗数を拡大しているほか、「パスタフローラ」が店舗展開を加速していることから大きく拡大する見通しである。3位は21.5%のたい焼き専門店である。2009年の“たい焼きブーム”により出店数が急激に増加しており、2010年も大手チェーンを中心に新規出店が積極的に行われている。

外食市場全体

2009年	前年比	2010年見込	前年比
3兆2,560.2億円	98.2%	3兆2,542億円	99.4%

2009年の外食市場規模は、景気低迷の影響を受け前年比1.8%減の3兆2,560.2億円となった。全14分野のうち市場が拡大したのはファストフードのみで、他の13の分野はすべて減少した。2010年は前年比0.6%減の3兆2,542億円と引き続き縮小する見込みである。市場が拡大するのは、ファストフードとテイクアウト、給食の3分野であるが、テイクアウト、給食については僅かに前年を上回るに過ぎない。テイクアウトは

不況を要因とした低価格なテイクアウト弁当などの増加によるもの、給食は高齢者福祉施設などの増加によるもので、いずれも全般的には伸び悩んでいる。

2010年も消費者の節約志向は続き、料飲店や専門料理店など高客単価の店は軒並み打撃を受け、業種を問わず多くのチェーンで客単価が下落する傾向が見られる。このような環境のなかで、客単価を低く抑え消費者のニーズを取り込んでいるチェーンや、食べ放題スタイルの導入で顧客の支持を獲得し高成長しているチェーンも出てきている。

2009年に前年比3.3%増と唯一プラスになったファストフードを見ると、ギョーザ店が同16.7%増と最も伸び率が高かった。消費者の生活防衛意識が強まる中で、「餃子の王将」が手作りの日常食を値頃感のある価格で提供する点が支持され大きく成長したほか、上位企業の多くが店舗数を増やしたことが主な要因である。また、立ち食い・セルフ式そばうどん店も、同16.4%増と大きく成長した。「丸亀製麺」(トリドール)が120店以上の大量出店をしたことが大きな要因である。ファストフードは2010年も拡大する見込である。

<業種別動向>

イタリアン(イタリア料理店、イタリアF R、宅配ピザ、クイックパスタ)

	2009年	2010年見込	前年比
イタリア料理店	3,279億円	3,242億円	98.9%
イタリアF R	1,341億円	1,390億円	103.7%
宅配ピザ	1,295億円	1,304億円	100.7%
クイックパスタ店	25億円	34億円	136.0%
合計	5,940億円	5,970億円	100.5%

2009年は、イタリアF R(ファミリーレストラン)では、低価格志向に応えた「サイゼリヤ」が好調に推移したほか、巣ごもり需要が追い風となった宅配ピザもプラスとなった。しかし、イタリア料理店では高級イタリア料理店が景気の低迷から苦戦し、イタリアントータルではマイナスとなった。2010年も、イタリア料理店の回復が見込まれないものの、「サイゼリヤ」が牽引するイタリアF Rや巣ごもり需要を獲得している宅配ピザ、「スパーロ」、「パスタフローラ」が積極的に店舗数を増やしているクイックパスタ店の拡大が見込まれ、イタリアントータルではプラスとみられる。

すし(すし店、回転ずし、テイクアウトずし店、宅配ずし)

	2009年	2010年見込	前年比
すし店	1兆 580億円	1兆 500億円	99.2%
回転ずし	4,282億円	4,358億円	101.8%
テイクアウトずし	965億円	963億円	99.8%
宅配ずし	457億円	455億円	99.6%
合計	1兆6,284億円	1兆6,276億円	100.0%

6割以上を占めるすし店の減少に歯止めが掛からないのに対して、低価格帯の回転ずしがファミリー需要を取り込み成長し、すしトータルでは微増推移していた。2009年も、「カップ・クリエイト」、「あきんどスシロー」、「くらコーポレーション」の上位3社の新規出店による回転ずしの拡大が市場を牽引し、プラスとなった。しかし、不況の影響からこの3社も既存店が前年割れするケースもでてきており、伸びは鈍化した。2010年も回転ずしは増加しているものの他はマイナスが見込まれ、トータルでは微減とみられる。

テイクアウトずしは、近年「小僧寿し」が店舗数を縮小させており、2009年は「寿司本舗 季咲楽」も店舗数を減らしマイナスとなった。2010年も「小僧寿し」が総店舗数を減らす見込みであるが、「京樽」、「ちよだ鮓」が実績を伸ばしており、減少幅は小さくなるとみられる。宅配ずしは、レストラン・エクスプレスの「銀のさら」が成長を続けているが市場から撤退する企業が増えており、2010年もマイナスの見込みである。

焼肉(焼肉料理(ホルモン料理含む)、焼肉F R)

	2009年	2010年見込	前年比
焼肉料理店	4,818億円	4,774億円	99.1%
焼肉F R	796億円	790億円	99.2%
合計	5,614億円	5,564億円	99.1%

1991年に牛肉の輸入が自由化されたことで安価な牛肉の調達が可能となり、「炭火焼肉酒家 牛角」などの

新規参入が相次ぎ焼肉市場は急成長した。しかし、2001年秋にBSE騒動が発生したことで同年は牛肉輸入自由化以降初めて市場はマイナスとなった。一段落した2003年12月にBSE騒動が再発し再びマイナスに転じ、その後2006年の道路交通法改正、2008年からの不況により市場の減少が続いており、2009年も景気悪化から不採算店の閉鎖や既存店の苦戦によりマイナスとなった。2010年も前年同様マイナスが見込まれる。

2005年頃から焼肉店に替わるものとしてホルモン料理店などの開発が活発化している。ホルモン料理店は五苑マルシンが展開する「情熱ホルモン」などが消費者の支持を集め実績を伸ばしており、2010年もプラスが見込まれる。

コーヒー店（喫茶店・コーヒー専門店、コーヒーショップ、多毛作型コーヒーショップ）

	2009年	2010年見込	前年比
喫茶店・コーヒー専門店	1兆 161億円	9,988億円	98.3%
コーヒーショップ	2,893億円	2,896億円	100.1%
多毛作型コーヒーショップ	193億円	188億円	97.4%
合計	1兆3,247億円	1兆3,072億円	98.7%

フルサービス型の喫茶店・コーヒー専門店が減少する一方、「ドトールコーヒーショップ」や「スターバックスコーヒー」などセルフサービス型チェーン店が増加しており、コーヒー店トータルでは微増推移してきた。2009年は、「スターバックスコーヒー」を含めた大半のチェーンで既存店売上がマイナスとなり、市場はついに前年割れとなった。2010年は、「スターバックスコーヒー」の当日2杯目100円という期間限定の販促策などにより既存店売上が回復傾向にあるほか、「サンマルクカフェ」が出店攻勢をかけているが、景気が低迷する環境下でコーヒー店全体としてはマイナスの見込みである。

喫茶店・コーヒー専門店では、「コメダ珈琲店」が愛知・岐阜・三重でのドミナント展開により強力な地盤を構築し、近年は首都圏や関西エリアへの出店も積極的に行っている。郊外ロードサイドを中心に、オフィス街やショッピングセンターにも出店しており、2010年には400店舗近い規模に達すると見込まれる。

<調査対象>

14分野130市場

ファストフード(20) テイクアウト(13) ホームデリバリー・ケータリング(7) 料飲店(10)
交通機関(5) レジャー施設(10) ファミリーレストラン(10) 喫茶(10) 西洋料理(10)
日本料理(14) 東洋料理(5) エスニック料理(3) 給食(7) 宿泊宴会場(5)

注目外食企業事例(30社)

リーディングカンパニー12社、ミドルステージカンパニー11社、ベンチャーカンパニー7社

<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、電話取材、公的データ・公表資料等文献調査により補完

<調査期間>

2010年7月～8月

以上

資料タイトル:「外食産業マーケティング便覧 2010(総括編)」

体 裁 : A4判 402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/>