

## 国内外食産業を6分野64業種にわたり調査

### - 2011年見込 -

**「ファストフード」がプラス成長、前年比1.1%増 節約志向高まる消費者を取込む  
 震災の影響受け多くの市場縮小も、客単価の低い市場が拡大 牛丼店、均一価格居酒屋で伸び**

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、2011年4月～8月にかけて国内14分野128業種の外食市場と参入企業の戦略を明らかにする。

今回は、ファストフード、ホームデリバリー・ケータリング、料飲店、テイクアウト、交通機関、レジャー施設など国内6分野64業種の外食市場について調査を実施した。その結果を報告書「外食産業マーケティング便覧2011（上巻）」にまとめた。

今後、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分野を「同(下巻)」で調査し、外食産業の企業研究と上下巻をあわせた外食市場の総合分析を総括編で行う。

### < 調査結果の概要 >

分 野	2010年	2011年見込	前年比
ファストフード	2兆8,968億円	2兆9,291億円	101.1%
テイクアウト	5兆9,040億円	5兆8,805億円	99.6%
ホームデリバリー・ケータリング	1兆1,692億円	1兆1,567億円	98.9%
料飲店	6兆 863億円	5兆8,359億円	95.9%
交通機関	1,005億円	942億円	93.7%
レジャー施設	1兆 370億円	9,983億円	96.3%

### ファストフード

外食市場全体が低迷する中で、ファストフード市場の拡大は続いており、2010年は前年比3.2%増、2011年は成長率が鈍化するものの、6分野で唯一プラスの前年比1.1%増（2011年市場規模：2兆9,291億円）が見込まれる。特にハンバーガーショップ、ギョーザ店、立ち食い・セルフ式そばうどん店、牛丼店などが市場を牽引している。

2011年は、ハンバーガーショップ、ギョーザ店などを除き、東日本大震災による営業時間の短縮などの影響でマイナスに転じる業種が多い。しかしファストフード市場自体は客単価が低く、節約志向の高まっている消費者をうまく取込んでいることから、2012年にはプラスとなる業種が増加すると予測される。

### 注目市場：牛丼店

2010年	前年比	2011年見込	前年比
3,273億円	111.7%	3,390億円	103.6%

2009年に量販店などを中心とする低価格弁当に需要を奪われたものの、一部チェーンでの値下げやすき家の大量出店などによりプラスを維持した。2010年は、上位チェーン各社が期間限定値引きキャンペーンを頻繁に実施したことから、前年比11.7%増となり3年ぶりの2桁増となった。

震災直後は、消費者の買いためにより小売店から食料品が品薄になったことで、外食をする消費者が増加し需要を取り込んだ。2011年も引き続き積極的な出店と期間限定値引きキャンペーンを各社行っており、前年比3.6%増の3,390億円が見込まれる。

注目市場：立ち食い・セルフ式そばうどん店

2010年	前年比	2011年見込	前年比
2,060億円	105.4%	2,180億円	105.8%

「丸亀製麺」や「はなまるうどん」などの上位チェーンの出店攻勢により、2008年以降大幅な市場拡大が続いている。また、出店コストが低く、店舗オペレーションも煩雑ではないことから、新規参入企業が増え競争が激化している。中位チェーンでは頭打ちの傾向も見られ、今後は市場が拡大しながらも、企業の淘汰が進むとみられる。

なお、震災の影響により一時的に店舗の閉鎖や営業時間の短縮が行われたが、5月末にはほぼ通常営業に戻っている。また、低価格であることから消費者離れも一時的なものにとどまり、2011年は前年の成長率5.4%を上回る5.8%（市場規模：2,180億円）が見込まれる。

テイクアウト

中食需要の拡大により比較的好調に推移してきたが、2008年以降は市場が踊り場に差し掛かっている。震災の影響による需要の落ち込みはゴールデンウィーク以降回復に向かってはいるものの、2011年は前年比0.4%減の5兆8,805億円が見込まれる。

2011年に伸びが見込まれるのは量販店デリカとCVSデリカであり、特に量販店デリカは店舗数が減少する中でもGMSと都心型スーパーが牽引し、1店舗当たりの売上高を伸ばしている。

ホームデリバリー・ケータリング

同分野のおよそ80%を占める仕出し弁当・ケータリングの減少により市場縮小が続いており、2011年は前年比1.1%減の1兆1,567億円が見込まれる。FR(ファミリーレストラン)宅配は2010年に売上高、店舗数共に実績を伸ばしたが、2011年は参入企業の撤退や前年に大きく伸びた反動などから、売上高、店舗数共に縮小が見込まれる。一方で、2011年も引き続き市場の拡大が見込まれるのは病者・高齢者食宅配であり、需要の高まりと参入企業の積極的な事業展開によって2桁成長が見込まれる。

注目市場：病者・高齢者食宅配

2010年	前年比	2011年見込	前年比
626億円	107.7%	703億円	112.3%

食事制限を必要としている糖尿病や腎臓疾患などの病者向けであったが、栄養バランスの良さや簡便性などの点から高齢者向けでも支持されている。また、専用商品が発売されたことにより、市場は急拡大を遂げた。近年では、宅配時に安否確認を行うなど、配食だけに留まらないサービス展開が進められている。

2011年は、ワタミタクシヨクの工場新設やシニアライフクリエイト、ソーシャルクリエーション、シルバーライフなどがフランチャイズ方式のメリットを生かした出店攻勢により、2005年以降で最大の伸び率となる12.3%増（市場規模：703億円）が見込まれる。今後は出店や配食エリアの拡大による企業間の競合も進むと見られるが、外食産業全体が縮小傾向にある中で、今後の市場の伸びが期待される有望市場の一つである。

料飲店

2008年後半のリーマンショック以降、全体的に需要が落ち込んでおり、マイナス成長が続いている。例年1~2%程度の縮小にとどまっていたが、2011年は震災以降の消費マインド低下の影響もあり、市場は前年比4.1%減の5兆8,359億円と大きく縮小する見込みである。

チェーン各社では客単価を下げた低価格型居酒屋へ軸足を移す動きが見られ、その中でも均一価格で商品を提供する均一価格型居酒屋が2009年より大きく台頭している。均一価格型居酒屋は2011年も2桁増が見込まれる。

注目市場：均一価格型居酒屋

2010年	前年比	2011年見込	前年比
492億円	144.3%	580億円	117.9%

市場の落ち込みが止まらない居酒屋・炉端焼の中で、均一価格型居酒屋は2009年に前年比363%、2010年も同144%と急成長を遂げている。チェーン各社では既存居酒屋店舗から価格均一型店舗へ業態

展開を進めており、先行する鳥貴族や三光マーケティングフーズなどに続き、ワタミフードサービスや大庄など大手居酒屋チェーンも参入を果たしている。しかし、中期的に収益性を確保するには、メニューの絞り込み、スケールメリットを最大限に活用した仕入れルートの構築など、徹底したローコストオペレーションが必要であり、多店舗化に慎重な姿勢を示す企業や、市場から撤退する企業も現れている。

震災の影響により一時的な需要の落ち込みも見られたが、低価格を訴求する均一価格型居酒屋としてはプラスに作用する側面も大きく、成長率は鈍化するものの、2011年の市場は前年比117.9%の580億円と2桁増が見込まれる。

### 交通機関

高速道路の休日上限1,000円などにより2010年は有料道路SA・PAはプラスとなったものの、2011年は震災により被災地周辺の高速道路の利用が減少したことや休日上限1,000円が6月に終了したことにより、前年比6.3%減の942億円が見込まれる。また、福島第一原子力発電所の事故の影響を懸念する外国人旅行者の訪日取り止めや、日本人のレジャー自粛ムードにより、他の交通機関でもマイナスが見込まれる。

### レジャー施設

2008年以降マイナス成長であったが、2011年は震災以降の自粛ムードによりレジャーなどを控える傾向が見られており、市場は3.7%減の9,983億円が見込まれる。微減傾向にあった1施設あたりの売上高も例年よりマイナス幅が大きくなると見られる。

以上

### <調査対象>

ファストフード	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・セルフ式そばうどん、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(洋生菓子)店、百貨店スイーツ店、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、たい焼き専門店
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、宅配釜飯、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、アッパー居酒屋、低価格型居酒屋、均一価格型居酒屋、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、ギャンブル場、カラオケボックス、複合カフェ

### <調査方法>

富士経済専門調査員による対象企業及び関連企業・団体などへの直接面接取材と文献調査による補完

### <調査期間>

2011年4月～6月

資料タイトル	「外食産業マーケティング便覧2011(上巻)」
体 裁	A4判 199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:03-3664-5821 FAX:03-3661-9514
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 TEL:03-3664-5811(代) FAX:03-3661-0165 e-mail:info@fuj-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> <a href="https://www.fuji-keizai.co.jp/">https://www.fuji-keizai.co.jp/</a>