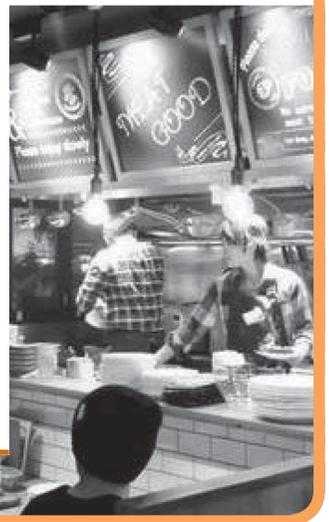


# 飲食業界の最新動向&トレンド

徹底分析!

二杉 明宏 (株)船井総合研究所  
フードビジネス支援部 部長

飲食業界の市場規模や特徴をみたうえで、最新動向やトレンド、よく見られる経営課題などを解説する。



## 1 飲食業の市場規模と業界特性

多種多様な業種・業態があり  
ライフサイクルの進行が速い

「飲食業」と呼ばれる業界は非常に身近で、大きな市場である。広義で捉えられる外食産業全体の市場規模は33兆円を超える(図表1)。これは人口一人当たりで換算すると、年間25万円以上の消費金額となる。すなわち、人口10万人の町の飲食業の市場規模は250億円にも達するということだ。そんな大きな市場だが、市場の担い手は多種多様である。いわゆるレストランや様々な専門飲食店、学校給食、さらにはテイクアウトや宅配デリバリー・ケータリングに至るまで食の提供スタイル(専門業種や業態)は多岐にわたる。よって、ひと口に飲食業とい

ってもその経営課題や支援ニーズは多種多様であることから、飲食業の本業支援を行うためには、業種や業態ごとの特性を踏まえたうえで正確な実態把握を行うことが不可欠である。飲食業は立地によっても成功モデルが大きく異なる。例えば、焼鳥専門店という業態を見ても、駅前や繁華街といったアルコールドアウツが成功パターンと、郊外ロードサイドなどアルコールドアウツが成功パターンはまったく異なる。さらに、市場特性の一つとして利用頻度が高い業種であることが

ら、消費者の購買経験が増えるスピードが速く、ライフサイクルの進行スピードが速いという特徴がある。また、法規制や資格制度が特段存在せず、その気になれば誰でも市場への参入が可能であるため、競争も非常に活発だ。消費者に対して次から次へと新しい提案が出現してくるため、業態の陳腐化のスピードが速いことも飲食業の特徴の一つである。本業支援につながる提案を行うにあたっては、以上のような飲食業ならではの業界特性を理解したうえで、細やかな実態把握をすることが大切だ。

## 2 飲食業の市場動向と成長業態

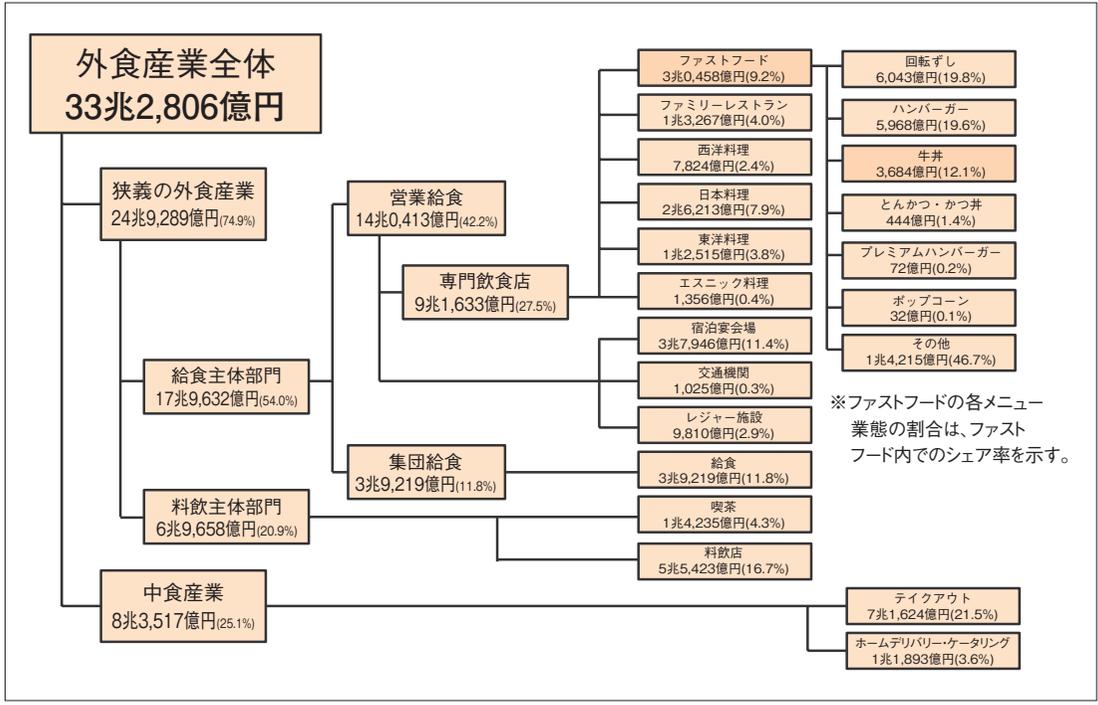
ファストフードと  
テイクアウト市場は成長が続く

わが国の飲食業は他の産業と同じく、戦後の高度経済成長とともに右肩上がりの成長曲線を描いてきた。そして、1991年のバブル崩壊をきっかけに成長角度は鈍化し、97年の消費税増税を機にして斜陽期へと転換していった。その後市場は安定期となり、横ばいの時代が続いたが、2008年のリーマン・ショック、11年の東日本大震災などをきっかけとして一時的に市場はさらに縮小した。現在は持ち直し、再び横ばいの安定期として推移している(図表2)。

飲食業全体の市場動向はこのような流れであるが、もう少し細かく業種・業態ごとに市場の推移を見ていくと、面白い傾向が見取れる。広義の飲食業全体は横ばい

なのだが、「ファストフード」と「テイクアウト」市場については大きく伸びているのである(図表3)。ファストフードといえば、従来はマクドナルドに代表されるハンバーガー専門店や牛丼チェーンなどが市場の代表格だった。しかし、近年では、うどん専門店やカツ丼専門店、そば専門店、100円回転寿司店などファストフード市場の中でも「専門店化」が進み、業態の多様化と市場規模の伸張が進んでいる。また、テイクアウト市場はコンビニエンスストアでの惣菜や弁当の販売の充実が進んだことで市場が伸びてきている。これら二つの市場に共通するキーワードは「利便性」や「パーソナル化」である。今後、人口減少

図表1 外食産業の市場規模



出典：(株)富士経済「外食産業マーケティング便覧2016」より船井総合研究所作成