

外食産業の現状と展望 ～求められる差別化～

〈要 旨〉

外食産業は市場規模約30兆円に達するわが国有数の産業であるが、90年代に入ってからその成長性は大きく鈍化しており、市場規模はほとんど横這いで推移している。企業レベルに目を転じると、「勝ち組」としての地位を確実にしている企業もあれば、業績が振るわずに苦戦している企業も見受けられる。このような状況を整理して、外食産業の現状を浮かび上がらせ、また将来の展望にも言及する。

まず、第一章では外食産業の特色について述べる。外食産業は、様々な業種業態から構成されており極めて多様性に富んでいる。これは消費者ニーズが多様であることに起因している。また、生業店比率が高いためプレーヤー数が多い。これらが外食産業を一括りにして語ることを難しくしている。消費者ニーズが多様であるため、ある一業態が外食市場を寡占する可能性は低い。わが国の産業構造でも上位250社の売上高合計が外食市場に占める割合は2割未満であり、チェーン企業化が進んでいる米国でも、上位100社の売上高合計のシェアは3割強である。一方、足許ではチェーン化が進展し上位集中化傾向が現れている。ファミリーレストラン業界、ファーストフード業界、居酒屋などでそれが顕著に現れている。

次に、第二章で外食産業が歩んできた道を振り返り、現在の状況の背景を探る。外食産業の大きな流れは「非日常的な利用」から「日常的な利用」への変化である。そして、その流れの牽引役となったのがチェーン企業であった。また同時に、2010年までの外食産業市場規模の中期予測も試みた。この予測によれば、今後も大きな伸びは期待できそうもなく、30兆円を越えるのは2003年頃で、2010年の市場規模は34兆円弱と推計される。

第三章では、外食産業の構造を明らかにした上で、業界別の分析を行った。外食産業は業界毎に発展段階が異なっており、優勝劣敗が発生している業界もあれば、そこまで到達していない業界もある。そして、外食産業の優勝劣敗は、他産業のように「勝ち組」、「負け組」と分かれるのではなく、「勝ち組」、「マイペース組」、「負け組」とに分類される。また縮小均衡による生き残りが可能であるため「負け組」のもつニュアンスも他産業より柔らかい。このような産業構造を踏まえ、業界毎に発展段階を明らかにし、更にその業界に属する企業の動向を分析した。

第四章では、以上を踏まえ今後の外食産業における課題を指摘した。最も重要な課題は“差別化業態”を開発することである。また、出店精度の向上や、チェーン展開の意義を認識して組織として企業を運営していくことも大切である。

外食産業は今後、年平均成長率10%を越えるような大幅な市場規模の拡大は望めない。従って、勝ち抜いていくためには、各企業の更なる工夫が求められる。鍵となるのは“差別化”である。