

外 食

【要約】

- 2002 年の外食支出と中食支出の推移を見ると、食の外部化は進展するも伸びは鈍化した。外食支出の回復に力強さが見られなかったこと、中食支出が7 月以降前年割れとなったこと等が主な要因として挙げられる。また単身世帯・企業においても外食支出の抑制傾向が続いている。
- 2003 年の外食市場は、所得環境に明るい兆しが見えず、外食支出の抑制傾向は続くと考えられることから、引き続き規模の縮小が予想される。また、これまで拡大を続けてきた中食市場についても、家計調査ベースで前年割れとなる可能性は否定できない。
- 主要企業 76 社の 2002 年度決算は、増収・減益基調。前年と比較しても売上高・営業利益共に悪化の傾向にあり、企業業績は厳しい状態が続いている。
- 外食各社は消費者動向・競合状況等を勘案し、既存店の収益改善へ事業方針を転換し始めている。しかし、客単価は改善する傾向が見られるものの客数は回復せず、売上高は依然低迷が続いている。
- 2003 年に入り大手外食企業の創業者が相次いで経営の一線から退くこととなった。創業オーナーを引き継ぐ経営陣にとって難しい舵取りが要求される。組織力を向上し、スピードを加えた事業展開に加え、これまでの企業文化からの転換を求められるケースも出てこよう。老舗企業と新興企業が切磋琢磨することによる外食産業の更なる発展が期待されること。

. 産業の動き

1. 外食・中食支出はともに減少傾向

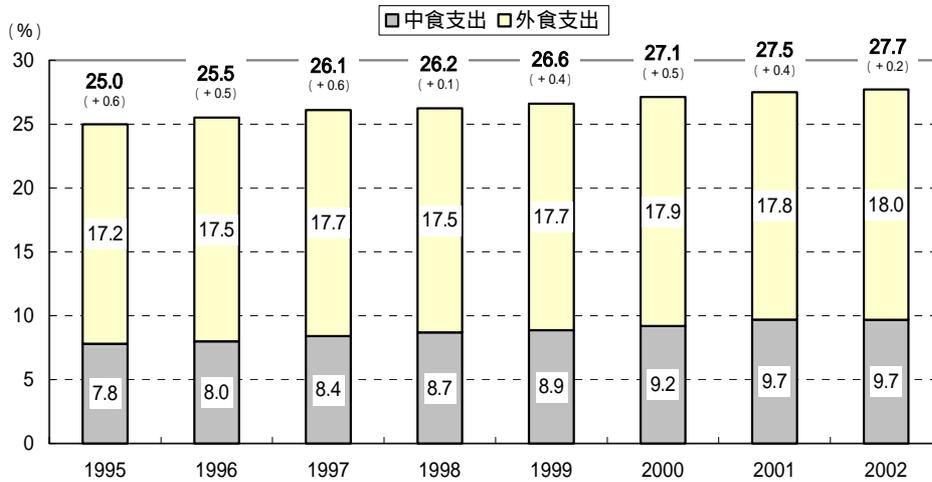
食の外部化は進展するが伸び率は鈍化

「家計調査報告」によると、2002 年の外食支出と中食支出(注)は共に前年を上回った。同時に、食料支出に占める外食支出と中食支出の割合(=食の外部化率)も増加していることから、これまで食の外部化は着実に進展してきたと言える。

(注)中食は、現状では明確な定義はないものの、本稿では「家庭外で調理された食品を家庭等に持ち帰り、そのまますぐに食事として食べられる食品」を指す(いわゆる市販の弁当・おにぎり・惣菜等)

しかし、2002 年の伸びは前年比+0.2%に留まり、これまで(+0.4~+0.6%)と比較して鈍化している(【図表 18-1】)。

【図表18 - 1】 食料支出に占める外食・中食支出の比率推移



(出所) 総務省「家計調査報告」よりみずほコーポレート銀行産業調査部作成

(注) 中食支出は「調理食品支出」。但し「缶詰」、「冷凍調理食品」、「惣菜材料セット」を除く

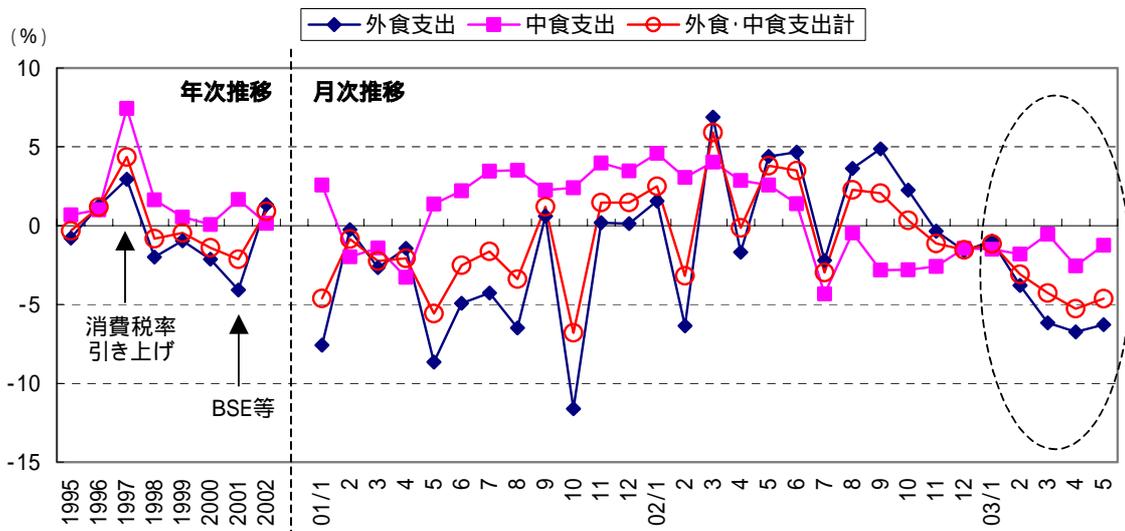
(注) () 内は前年との差

外食・中食支出
共に減速感が漂
う状態

外食支出は 2001 年に BSE・食品表示偽装事件等により大幅な減少(前年比 4.1%)となったが、2002 年はその反動増も含めても+1.3%と回復に力強さが見られなかった。また、これまで比較的好調に推移してきた中食支出も、7 月以降前年割れに転じたことから+0.1%に留まった(【図表 18-2】)。

2003 年に入っても、外食・中食支出共に前年割れが続いている。内食支出が外食・中食支出ほど減少していないことを勘案すると、長引く所得環境の悪化により外食支出のみならず、中食支出も抑制しようという動きが出てきたとも考えられる。外食・中食を取り巻く環境は一段と厳しさを増してきたと言えよう。

【図表 18 - 2】 外食・中食支出推移



(出所) 総務省「家計調査報告」よりみずほコーポレート銀行産業調査部作成

(注) 中食支出は【図表 18-1】に準じる

2. 単身世帯・企業においても外食支出は抑制傾向

単身世帯も外食支出は減少

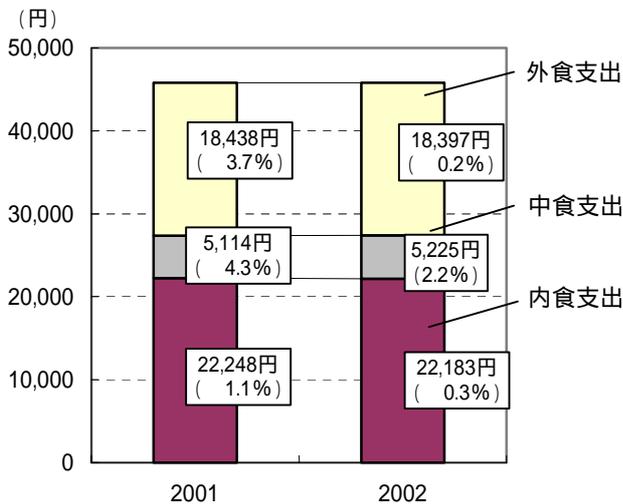
一方、一般世帯と比較して家事に対する時間が少ない単身世帯は(注)、日々の食事を外食に依存する傾向が強く、食の外部化の牽引役とされている。しかし、単身世帯における 2002 年の外食支出も前年比 0.2%となっている。所得環境の悪化等による外食支出の抑制傾向は、単身世帯においても現れてきていると考えられる(【図表 18-3】)。

(注)単身世帯は「家計調査報告」の対象外

企業の外食支出も減少基調が続く

また、企業も接待等により外食を利用するが、法人交際費の支出額推移を見ると年々減少傾向にある(【図表 18-4】)。これは長引く不況等により、レストランの一環として接待等を削減していることが主な要因として挙げられる。この動きは 2003 年も継続していると考えられることから、企業における外食支出も減少が続いていると推察される。

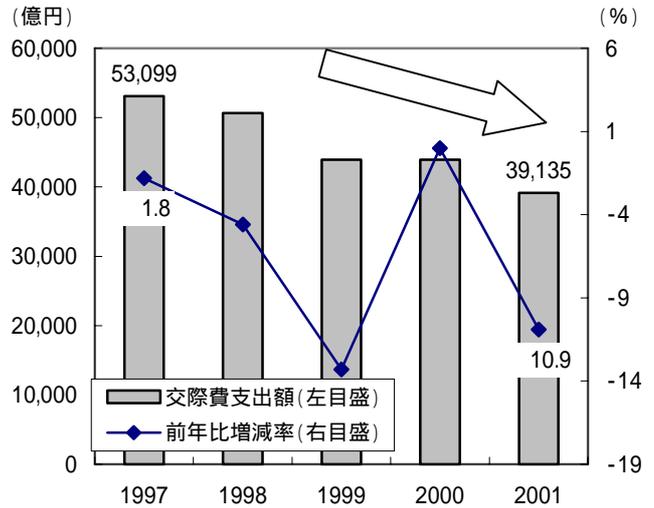
【図表 18 - 3】 単身世帯の食料支出内訳推移



(出所)総務省「単身世帯収支調査年報」より
みずほコーポレート銀行産業調査部作成

(注) ()内の伸び率は前年比
(注)一ヶ月当たり支出額

【図表 18 - 4】 法人交際費支出額推移



(出所)国税庁「税務統計からみた法人企業の実態」より
みずほコーポレート銀行産業調査部作成

2003 年は外食・中食両市場共に厳しい状況が予想される

以上見てきたように、2003 年も所得環境に明るい兆しが見えず、消費の抑制傾向が続くと考えられることから、外食市場の回復は考えにくく、引き続き規模の縮小が予想される。一方、これまで拡大を続けてきた中食市場についても各世帯の需要動向等を勘案すると、家計調査ベースで前年割れとなる可能性も否定できない。

企業業績

1. 企業収益は低迷

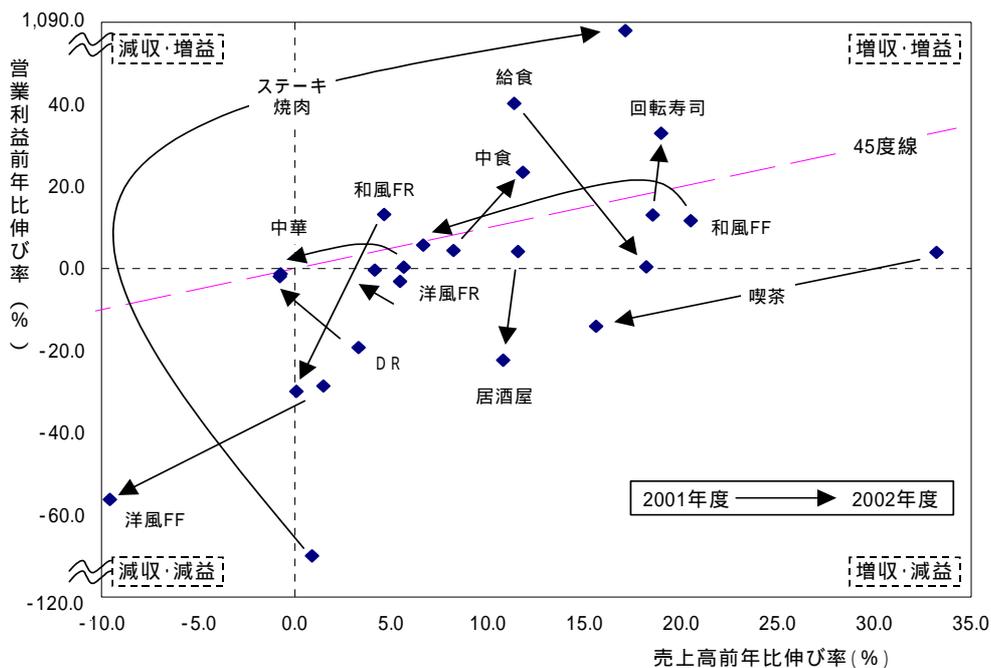
2002 年度決算は
増収・減益基調

主要外食企業 76 社の 2002 年度決算は、全体で売上高が前年比+5.6%、営業利益は 3.8%と増収減益となった。2001 年度と比較しても、売上高で 2.7 ポイント、営業利益で 0.3 ポイント伸び率が鈍化している。

増収業種において
も伸び率は鈍化

セグメント別に見ると、企業・病院等のアウトソースの流れが続く「給食」、積極的な出店が続く「和風 FF」、「中食」、「回転寿司」、そして BSE の影響から回復した「ステーキ・焼肉」が増収・増益となったものの、大半の業種は減益であり、また増収でも伸び率は鈍化している。一方、増収・増益業種においても「給食」は競争激化により利益率の伸びが大幅に鈍化。また「和風 FF」についても値下げ以降 BSE 等の影響もあり、既存店が客数・客単価共に前年割れが継続していることから、売上高・利益共に伸び率が鈍化している（【図表 18-5】）。

【図表 18 - 5】 主要外食企業 76 社のセグメント別業績 (2001 年度 2002 年度)



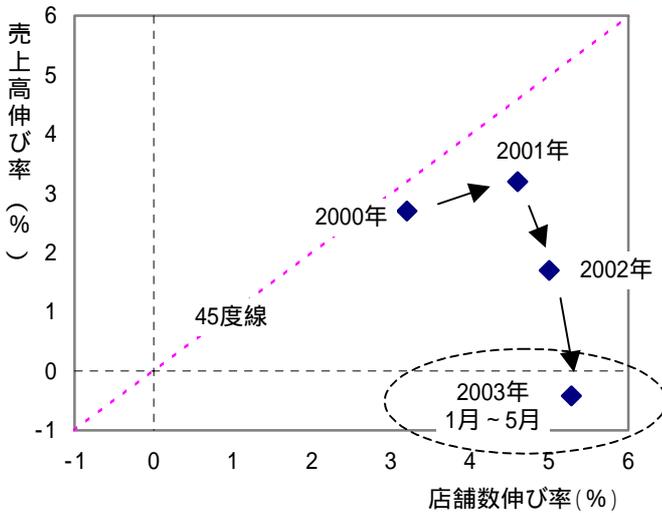
(出所) 各社決算資料よりみずほコーポレート銀行産業調査部作成
(注) FR:ファミリーレストラン、FF:ファストフード、DR:ディナーレストラン

2. 多くの企業で出店による拡大戦略から既存店対策へ事業方針を転換

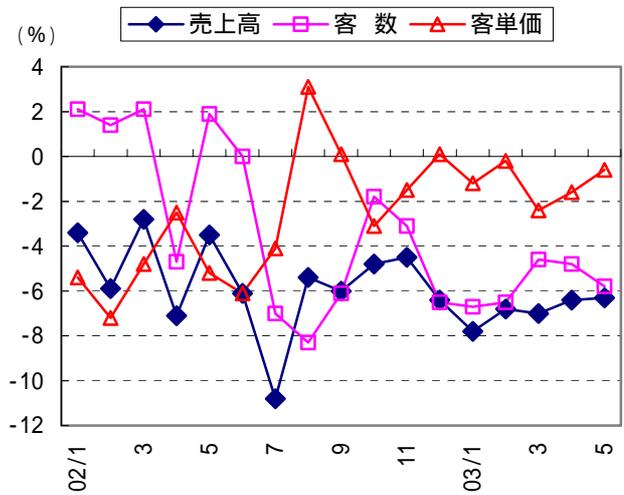
出店重視から
既存店対策へ戦略
転換

「外食産業市場動向調査」によると、全店ベースの売上高は店舗の伸びに比較して年々鈍化し、2003 年は前年比マイナスに転じている（【図表 18-6】）。すなわち、以前は新規出店により売上高の増加が見込まれたものの、現在は出店してもこれまでのような売上高を確保できない状況となっている。また、既存店ベースで見ても、競争激化の傾向から客数・客単価共に減少し売上高が低迷する状態が継続している（【図表 18-7】）。

【図表 18 - 6】 チェーン企業全店動向



【図表 18 - 7】 チェーン企業既存店動向

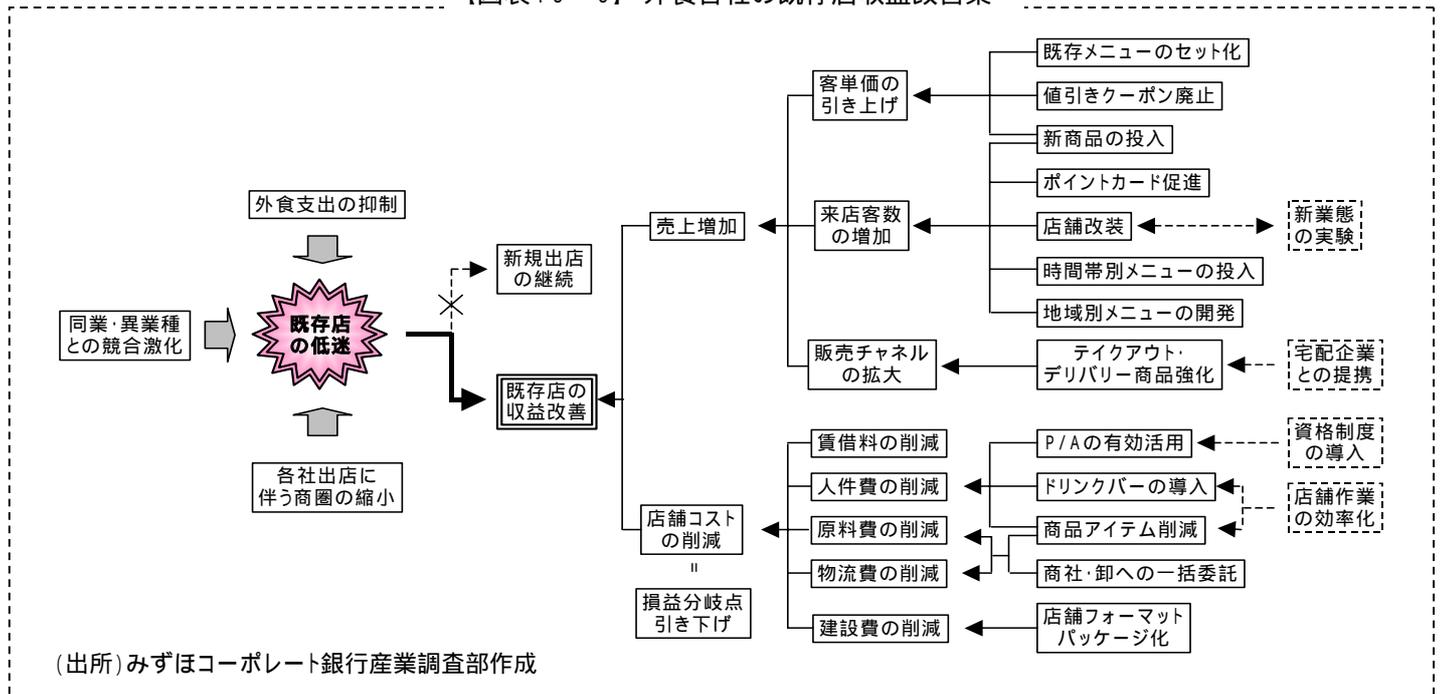


(出所) 【図表 18-6・18-7】 共に日本フードサービス協会資料よりみずほコーポレート銀行産業調査部作成

他社との提携が
既存店対策の重
要な戦略オプシ
ョンに

こうした環境の下、2003 年度以降は出店重視から既存店対策へ事業方針を転換した企業が多い。既存店対策とは売上を上げるか店舗コストを削減するか、の二つの方法が考えられるが、売上高については、新商品の投入等により客単価はプラスに転じた企業も見られ始めたが、大半の企業はこれらの施策が客数の増加に繋がらず、前年割れを続けている。このような状況下、販路の拡大を目指しデリバリーサービスを宅配企業と提携する企業も出現している。自社で対応できないノウハウを他社との提携等で取得する動きは、今後の外食企業にとって重要な戦略の一つになると考えられる(【図表 18-8】)。

【図表 18 - 8】 外食各社の既存店収益改善策



(出所) みずほコーポレート銀行産業調査部作成

3. 2003 年も企業業績は厳しい状況が続く見込み

2003 年度も厳しい決算が予想される

既存店対策に加え店舗のスクラップ&ビルド等により、業績の下降傾向に歯止めが掛かる可能性はあるが、消費支出の減少や法人交際費削減等の流れの中、外食市場のパイは縮小傾向にあることを勘案すると、2003 年度も引き続き厳しい決算が予想される(【図表 18-9】)。

【図表 18 - 9】 大手 5 社の業績見通し

【実績】		01fy (実績)	02fy (実績)	03fy (予想)
売上高	(単位) 大手5社連結ベース (億円)	10,826	10,482	10,518
営業利益		668	502	499

【増減率】		(対前年度比)		
		01fy (実績)	02fy (実績)	03fy (予想)
売上高	(単位) 大手5社連結ベース (%)	+ 2.8%	3.2%	+ 0.3%
営業利益		15.7%	24.8%	0.7%

(注)2003 年度の数值はみずほコーポレート銀行産業調査部予測
 大手 5 社・・・すかいらーく、デニーズジャパン、ロイヤル、
 日本マクドナルドホールディングス、吉野家 D & C

トピックス ~ 創業オーナーの退任

厳しい市場環境の中、新たな舵取りに期待

2003 年に入り、日本マクドナルドの創業者藤田田氏、すかいらーくの創業者横川瑞氏・茅野亮氏・横川寛氏・横川紀夫氏、ロイヤルの創業者江頭匡一氏が相次いで取締役を退任、経営の一線を退くこととなった。これら 3 社は、1970 年初頭にチェーンオペレーション等を導入し、これまで「飲食店」と呼ばれてきた外食を「産業」として確立させた点、また消費者に対し新しい食生活を提案し、身近で日常的な外食を提供してきた点で、多大な貢献があった。

その他、銀座ルノアール創業者小宮山正九郎氏も 6 月に社長を退任した。外食産業が誕生してから 30 年余りが経過したことを勘案すると、今後も世代交代の流れは続くことが予想される。

一般に創業オーナーは企業の精神的支柱の意味合いも強く、退任後に引き継ぐ経営陣にとって以後の舵取りは非常に難しいと考えられる。創業オーナーの知見等もなくなる中、企業の維持・発展を図るためには、組織力を向上し、スピードを加えた事業展開が必要となる。また、新しい感性に訴えた新興企業が勃興し競争が激化している現状では、これまで培ってきた企業文化からの転換を求められるケースも出てこよう。今や日常生活の中で欠かすことの出来ない存在となった外食が、老舗企業と新興企業が互いに切磋琢磨することにより、今後ますます発展していくことに期待したい。

(流通・生活チーム 会田 恵一)