

外食産業市場の規模縮小の深化とその一因

東京農業大学 国際食料情報学部 准教授 菊地昌弥

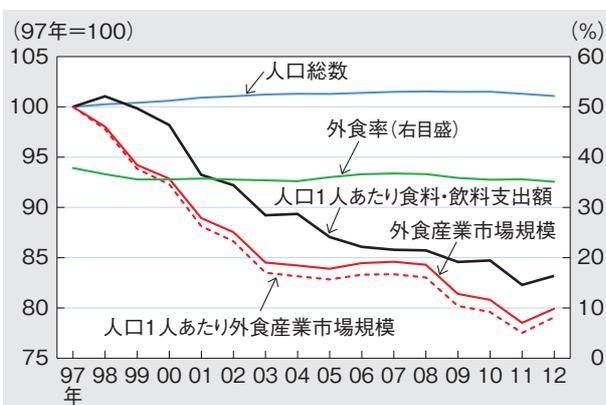
1 外食産業の位置付け

外食産業は食品小売業と同様に商品を消費者に対して最終的に販売する存在である。それゆえ、両者の販売動向は、それらへ商品を直接販売する食品卸売業者や食品製造業者はもとより、食品製造業者に原料を供給する国内外の産地にも間接的に大きな影響を与える。すなわち、外食産業市場が低迷すればそれに伴って関連産業も低迷する傾向にある。それだけに、フードシステムのなかでも特に注目すべき存在といえる。

2 外食産業市場規模の大幅な縮小

では、わが国における外食産業の市場動向はどのような状況にあるだろうか。第1図から捉えてみよう。この図は外食率(食料・飲料支出額に占める外食額の割合)以外の指標を指数化しているが、具体的数値を提示した方が有益な情報になると思うので以下の説明においては実数をあげる。

第1図 わが国における人口総数・外食率・外食産業市場規模の推移



資料 食の安心・安全財団HP「外食率と食の外部化率の推移」および総務省統計局「人口推計」

(注) 人口総数と外食産業市場規模は指数で示している。ここでは1997年の実数を100としている。

外食産業市場はピークにあった1997年から2012年にかけて、29兆702億円から23兆2,314億円へと5兆8,388億円(約20%)も規模が縮小している。食品産業センター「食品産業統計年報」を参照すると、この規模は2013年度の業界最大手の日本マクドナルドの売上5,046億円の11.5倍に相当する。この点からもいかに激減しているかを理解できる。

3 縮小の要因

次に外食産業の市場規模縮小の要因について考察する。第1図によると1997年から2012年にかけて、外食率は37.8%から35.1%へと低下しているが、低下幅は2.7ポイントにとどまっている。また総人口は1億2,615.7万人から1億2,751.5万人へと増加しているが、これも1.1%の微増となっている。つまり、これらから人口が大きく減少し、しかも食生活において外食が端的に減少するという構造変化は起こっていないと考えられる。にもかかわらず、20%もの市場規模の縮小がみられるのはなぜであろうか。

この主要因は消費者の動向に合わせて本業界で低価格化(値下げ)を進展させたことにあると考えられる。理由は、①市場規模が日本の外食企業の売上総額を示したものであること、②外食を利用する人口の総数にほとんど変化がなく、③外食率にも大きな変化がない一方で、④人口1人あたり外食産業市場規模の減少幅が人口1人あたり食料・飲料支出額の減少幅を上回るほど大きく低下していることがあげられる。

なお、外食企業が淘汰されたために市場規

模が縮小したと考える方もいるだろう。もちろん、そうした実態は確認されるものの、上述のように人口総数と日本人口の外食の利用状況にほとんど変化がないので結局はどこかの外食店で喫食していることになるため、このことをその要因として説明できない。

4 低価格化の背景

それでは、なぜ低価格化が進展しているのだろうか。周知の通り経済学においては需要と供給の面から説明がなされる。いうまでもなく、供給量を上回って需要量が増加すれば価格は上昇し、その逆は低下する。以下ではこの観点に立って一因を考察する。

外食をはじめ、食事は生きていくために不可欠な熱量(エネルギー)を得る行為であることから、本稿では熱量に焦点を当て需給状況を捉える。ここで着目するのは第1表の「超過率」である。これは摂取熱量に占める供給熱量の超過量を示すものであり、いわば供給過剰の状況を表している。これをみると、1975年から1995年にかけて超過量が330kcalから612kcalへと大きく増加するとともに、超過率も15.1%から30%へと上昇している。そして、2005年には超過率が35.1%に達するとともに、同年以降も高水準で推移している。すなわち、熱量でみると1995年から2010年まで30%以上もの供給過剰が慢性的に発生しており、これに起因して外食産業をはじめとする食品産業で価格低下が発生していると判断される。

こうしたなかでも消費者は特に価格を重視し、外食を利用する傾向が強かったと考えられる。例えば、全国麺類生活衛生同業者組合連合会が実施した「平成19年度そば・うどん消費動向調査」によると、昼食で外食をする際の店舗の選択基準は、メニュー価格が手軽であることが最大(60.2%：サンプル数925人)の基準となっている。それゆえ、外食企業では

第1表 わが国における1日1人あたり供給熱量と摂取熱量の推移

(単位 kcal、%)

	①供給熱量	②摂取熱量	③超過量 (②-①)	超過率 ($\frac{③}{②} \times 100$)
75年	2,518	2,188	330	15.1
85	2,597	2,088	509	24.4
95	2,654	2,042	612	30.0
05	2,573	1,904	669	35.1
08	2,464	1,867	597	32.0
10	2,447	1,849	598	32.3
12	2,431	1,874	557	29.7

資料 食品産業センター「食品産業統計年報」平成26年度版 p.83
データ
基データは農林水産省「食料需給表」および厚生労働省「国民健康・栄養調査」

その対応を強化した結果、人口1人あたり食料・飲料支出額の減少幅を上回って人口1人あたり外食産業市場規模が低下したのであろう。

5 今後の注目点

最後に2010年以降の近年の動向について触れたい。外食産業における過度な値下げは同業界だけではなく、商品(食材を含む)を供給する多くの食品企業にも影響を与える。そのため、外食企業だけではなく、食品製造業者でも安さを求めるあまり安全管理対策に不備が生じ、テレビや新聞等で報じられるような残留農薬問題等の食品安全問題や偽装事件が発生することもあるだけに、これには一定の歯止めをかけることが必要である。

そうしたなか、第1図および第1表によると、2012年については供給熱量の超過率が29.7%と1995年以降の近年で30%の大台を初めて下回るとともに、市場規模についても1990年以降最低であった2011年の22兆8,282億円から23兆2,314億円へと若干の回復をみせている。この短期間では値下げが解消されたか否かについて検証することはできないが、そうしたことを期待させる動向であるだけに、今後注目していきたい。

(きくち まさや)