

新しい外食産業のスタイル

●雇用と人を育てる場

外食産業のようなサービス産業は、雇用と人材育成の場でもある。ホスピタリティの精神に裏打ちされたプロフェッショナルな対応、消費者を楽しませる工夫や演出が求められる。この産業の根幹をなす人材育成はますます重要となる。

●食料の安定供給の支援者として

外食産業は生産者との連携により、食材をメニューとして提供するという重要な役割を担っている。生産者には食材の安定的調達を、消費者にはリーズナブルな価格と質で多様なメニューを提供することにより、農産物の価値を伝えていく。

●食育の場

生産者と消費者をつなぐ産業として、外食店舗のスタッフが学校へ訪問し、子供たちに食の大切さやリサイクルなどの環境活動に関する授業を行ったり、親子で参加する料理教室や食材の収穫体験を企画するなど外食産業の視点に立った食育活動を推進する。

●先端的エコロジープジネス

CO2等の温室効果ガスの削減をめざし、省エネ設備や機器の採用、また食品残渣を堆肥や飼料として再利用など、地球にやさしい産業へ。

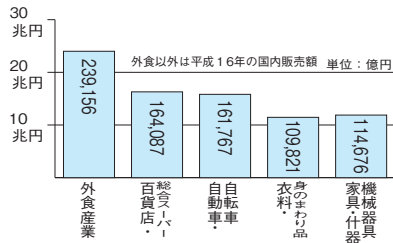
●日本らしさの発信

日本には世界の料理を「編集」と「修正」を加え、より洗練された料理に仕上げる力がある。日本の強みを世界に発信していく。

〈出典・参考資料〉

総務省統計局「事業所統計」(H.18)／経済産業省「商業統計」(H.19)／外食産業総合調査研究センター「外食産業統計資料集2009」[外食産業市場規模推計値](H.21)／社会経済生産性本部「レジャー白書2009」／JF外食産業市場動向調査(H.21)／JF経営動向調査(H.21)

■他産業との比較



■余暇市場と外食(レジャー白書2009より)

- 余暇市場(72兆8,760億円)の中での外食(飲食)は17兆8,770億円で24.5%を占め、身近なレジャーとして人気が高い。
- 余暇・レジャー活動の中で日常的なものを除く外食は、参加人口・率とも断然トップ。
- 年間の外食(日常的なものを除く)参加回数は19.5回で、1回当たりの利用金額は3,370円となっている。

	参加人口(万人)	参加率(%)
1位 外食	7,370	66.7
2位 国内観光旅行	6,020	54.5
3位 ドライブ	5,140	46.5
4位 宝くじ	4,560	41.3
5位 パソコン(ゲームなど)	4,470	40.5

■外食企業経営および関連データ

JF外食産業経営動向調査報告書 H21.3より

	1社当たりの平均売上高(百万円)	客単価(円)	原材料費率(%)	人件費率(%)	バート化率(%)
全体	21,488	1,825	40.2	24.2	80.9
ファーストフード	28,016	752	45.8	20.4	81.8
ファミリーレストラン	21,784	1,249	34.2	30.7	84.4
ディナーレストラン	7,657	4,286	36.5	27.1	70.0
パブ・居酒屋	24,445	2,408	31.9	25.0	82.1
喫茶	26,945	545	47.8	17.4	77.2
給食・他	26,733	—	53.5	14.9	77.5

- 外食産業で働く社員の平均年齢は32.4歳、男性34歳、女性29歳。
- 外食店舗における食品ロス率(食べ残し)は平成19年で3.1%、前年より0.1ポイント減った。家庭は3.8%。
- 国民1人1日当たりのカロリーは平成20年度で2,473kcal。
- 日本の食料自給率はカロリーベースで平成20年度概算で41%。(昭和35年は79%)
米国は128%、フランス122%、ドイツ84%、イギリス70%。(海外は平成15年数値)

●食料の国内生産量と輸入量(2008年・概算値)

	国産(千t)	輸入(千t)	輸入比率
野菜	12,654	2,810	18.2%
果実	3,411	4,889	58.9%
牛肉	518	671	56.4%
豚肉	1,260	1,204	48.9%
鶏肉	1,383	643	31.7%
魚介類	5,028	4,851	49.1%



外食産業 データハンドブック 2010

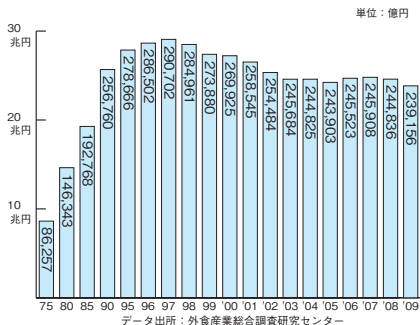
市場規模 23兆9156億円
店舗数 749,874店
従業者数 4,418,000人

社団法人 日本フードサービス協会
JAPAN FOODSERVICE ASSOCIATION

〒105-0013 東京都港区浜松町1-29-6 浜松町セントラルビル10F
TEL 03(5403)1060 FAX 03(5403)1070
<http://www.jfnet.or.jp>

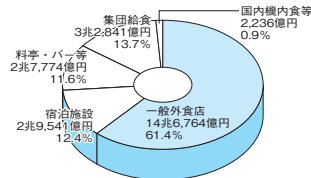
■ 外食産業市場規模 (推計値)

- 2009年(平成21年)の一般飲食店をはじめ、宿泊施設の飲食、集団給食、料飲店なども含めた外食産業市場規模は23兆9,156億円。
- 弁当、惣菜、小売主体のファーストフードなど料理品小売業を合算した広義の外食市場規模は29兆4,838億円。
- 店舗数は749,874店(事業所統計/新産業別)
- 従業者数は441万8,000人(事業所統計/新産業別)

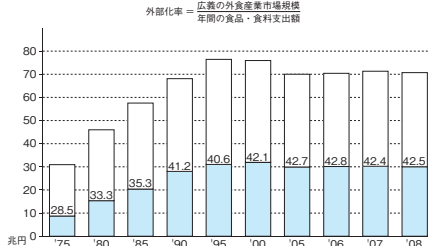


■ 業種別市場規模 (平成21年推計値)

- 一般的な外食部門は、14兆6,764億円。内訳は一般飲食店12兆6,526億円、喫茶店1兆51億円、居酒屋・ビヤホール等1兆187億円



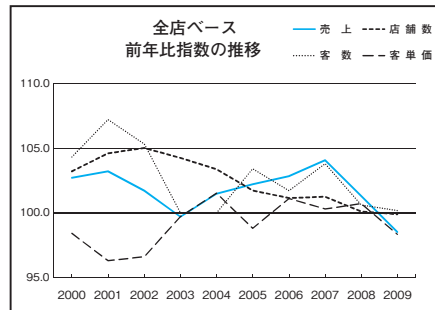
■ 食の外部化 (食品・食料支出と外食市場規模)



■ 外食産業(JF会員社)の外食市場動向(2000~2009年)

JF 外食産業市場動向調査より

年別動向 対前年比 (%)



単位 (%)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
売上	102.7	103.2	101.7	99.7	101.5	102.2	102.8	104.1	101.3	98.5
店舗数	103.2	104.6	105.0	104.2	103.4	101.7	101.1	101.2	100.1	99.9
客数	104.3	107.2	105.3	100.0	100.0	103.4	101.7	103.8	100.6	100.2
客単価	98.4	96.3	96.6	99.7	101.5	98.8	101.1	100.3	100.7	98.3

■ 最近の外食産業の動向

- 消費者の生活防衛意識が高まり、メニューや価格のわかりやすさが鍵。2009年の日本経済は、サブプライムローン危機から端を発したリーマンショックの影響により、実体経済が急激に落ち込み厳しい状況となった。現金給与総額(全産業)は前年に比べ3.3%減少、完全失業率は5.2%と高く、所得・雇用状況も厳しい。また、消費者物価指数(生鮮食品を除く総合)は、前年より1.6%減少となったが、総世帯の消費支出は実質(物価変動の影響を除いた値)で1.4%減少するなど、デフレ傾向が懸念された。こうした中、2009年の外食産業市場規模は前年より2.3%減少し、23兆9156億円となった。
- 外食大手企業が加盟するJFの調査でも、新店を含めた全店ベースの売上は客単価の低下により前年を1.5%下回り、平成15年以來のマイナスとなった。こうした中でも、全メニューを均一料金で提供する業態やメニューに専門性を持たせた業態等に人気が集まるなど、客数は前年を0.2%上回るなど堅調に推移している。その他、既存店の活性化に目を向け、店舗改装や社員教育に力を入れる企業等もみられる。

● 市場の変化

日本の人口は2004年をピークに減少している。一方、世帯数は単身世帯などの増加により、2015年には150万以上も増加する見込みである。また、人口に占める65歳以上世帯の割合は2015年には26.9%、2030年には31.8%に増大すると推計されている。こうしたことから、人口の減少による外食市場の縮小が懸念される。しかし、二人以上世帯に比べ、外食率の高い単身世帯が増加することは外食市場の拡大につながる。また、自立するシルバー世代が増えることで、食の外部化比率は一層高まっていくと考えられる。既にテイクアウトや宅配など利用形態の変化や栄養バランスを考えたメニュー提供などの対応が進んでいるが、市場の変化は店舗での食事利用に留まらず、新しい外食ビジネスの在り方を創出する。

● 外食業界に関わる問題・課題

人材育成等雇用問題への取り組みとして、店舗での高齢者の雇用や外国人労働者の活用、また外食各企業の海外進出にともない国際化に対応できる人材教育を進めている。食の安全・安心問題への取り組みとして、食材の調達や加工流通、調理等の技術革新および店舗でのメニュー表示等を通じて食の信頼を確保するための努力を進めている。地球環境対策への取り組みとして、業界全体で温暖化ガスの排出削減、また改正食品リサイクル法に従い、業界に課せられた食品リサイクル率の目標を達成するための努力を進めている。その他、食料価格の高騰や米国産牛肉の輸入正常化、消費税問題などの外食産業をめぐる問題・課題がある。