

料飲店や喫茶など

8 カテゴリー・68 業態の外食産業国内市場を調査

—2021年市場見込（2020年比）—

●焼肉料理 5,380億円（110.0%）

新規出店や他業態からの参入により、前年比二桁の伸び

■喫茶 1兆2,096億円（111.6%）

高価格型喫茶店・コーヒー専門店ですり目的のファミリー層の客足戻る

総合マーケティングビジネスの株式会社富士経済（東京都中央区日本橋小伝馬町 社長 清口 正夫 03-3664-5811）は、新型コロナウイルス感染症の影響によって休業や営業時間の短縮を余儀なくされたものの、テイクアウトやデリバリーの強化などで対応を進める外食産業の市場を調査した。その結果を「[外食産業マーケティング便覧 2021 No. 2](#)」にまとめた。

この調査では、料飲店、ファミリーレストラン、喫茶、西洋料理、日本料理、東洋料理、エスニック料理、宿泊宴会場の8 カテゴリー・68 業態の市場について現状を調査し、将来を予想した。

なお、ファストフードやテイクアウトなど、6 カテゴリー・64 業態の市場調査結果については「[\(同\) No. 1](#)」でまとめ、7月30日に発表した。また、No. 1とNo. 2に収載した業態の市場を客単価別や時間帯別など横断的に分析した結果については「[\(同\) No. 3](#)」でまとめ、今後発表する。

<注目市場>

●居酒屋・炉端焼

2020年	2019年比	2021年見込	2020年比
7,934億円	49.4%	8,339億円	105.1%

市場は2000年代後半から均一価格型低価格チェーンと地鶏や海鮮料理、串カツなど特定の料理を提供する専門店型チェーンが台頭し、2010年まで拡大してきた。2010年代後半からは鶏料理を主力としたチェーンが積極的に店舗を増やしたものの、一部の専門店型チェーンで価格改定による集客力の低下、店舗数が飽和するなど、市場は縮小が続いている。

2020年は宴会需要が減少した。また、外食を避けるケースや在宅勤務の増加によって仕事帰りのビジネスマンの利用も減り、他業態への転換や不採算店の閉店によって店舗数が大幅に減少し、市場は半減した。

2021年は宴会需要の低迷や、テイクアウトやデリバリーなど他業態への需要流出が続き、店舗数はさらに減少すると予想される。一方、前年に比べ外出機会が増えており既存店を中心に1店舗当たりの売上が増加するとみられるため、市場は拡大が予想される。

●焼肉料理

2020年	2019年比	2021年見込	2020年比
4,889億円	86.1%	5,380億円	110.0%

市場は1990年代に無煙ロースターが普及し、多店舗展開する企業が増加したことで急速に成長した。2000年代以降BSE問題による米国産牛肉の輸入停止や景気の悪化、東日本大震災の影響で市場は縮小したが、2012年にテーブルオーダーバイキングがお得感から支持され拡大に転じた。その後は、郊外ロードサイド型を中心

に市場は拡大を続けてきた。

2020年の市場は年末の宴会需要が消失し、前年比二桁減となった。それでも無煙ロースターが店内を換気するため新型コロナの感染への不安感軽減につながったことや、テーブルオーダーバイキングなどが休日のファミリー需要を獲得したことから、外食産業の中では新型コロナの影響が比較的軽微であった。

2021年は上位企業が新規出店を進めているほか、繁華街では居酒屋、郊外ではファミリーレストランといった他業態を展開していた企業の参入がみられるため、市場は前年比10.0%増が見込まれる。

●ジューススタンド

2020年	2019年比	2021年見込	2020年比
141億円	75.4%	162億円	114.9%

市場は2009年頃から青木商店が商業施設内を中心とした出店で店舗を増やしたことから拡大してきたが、2019年は最需要期の7月に気温が上がらなかったことやタピオカドリンクとの競合でわずかに縮小した。

2020年はレモネードを展開するレモネード・レモニカが店舗数を増やしたことで好調だった。しかし、緊急事態宣言の発出により商業施設内店舗が休業となったことや、夏に第2波が到来したことで多くの企業が苦戦したことから、市場は大きく縮小した。

2021年は上位企業が大容量商品や高付加価値商品を販売し客単価を上昇させているほか、新規出店を進めている。また、参入企業が独自商品やコラボ商品などを展開し集客に努めていることから、市場は拡大が予想される。

<調査結果の概要>

	2020年	2019年比	2021年見込	2020年比
喫茶	1兆 841億円	72.9%	1兆2,096億円	111.6%
料飲店	2兆5,342億円	47.9%	2兆5,964億円	102.5%
ファミリーレストラン	9,142億円	71.8%	9,832億円	107.5%
西洋料理	6,106億円	67.0%	6,520億円	106.8%
日本料理	1兆8,373億円	70.9%	1兆9,635億円	106.9%
東洋料理	1兆 870億円	76.3%	1兆1,750億円	108.1%
エスニック料理	1,133億円	78.2%	1,253億円	110.6%
宿泊宴会場	1兆9,431億円	50.0%	2兆8,588億円	147.1%

2020年の喫茶は、市場構成比の高いコーヒーショップと喫茶店・コーヒー専門店において、緊急事態宣言の発出に伴う臨時休業や外出自粛から、モーニングや休憩目的の来店が減少した。また、上位企業が新規出店を進めたため店舗数は増加したが、個人の喫茶店・コーヒー専門店が減少したことが影響し、前年比27.1%減の1兆841億円となった。2021年は商業施設の客数や高価格型喫茶店・コーヒー専門店において食事目的のファミリー層の客足が戻りつつあるため、市場は11.6%増の1兆2,096億円が見込まれる。

2020年の料飲店は、新型コロナの影響や在宅勤務の増加で宴会や仕事帰りの需要が減り、上位企業が不採算店の閉店や他業態への転換を進めたことから、市場は前年比52.1%減の2兆5,342億円となった。2021年も営業時間の短縮で9割以上を占めるディナー帯の需要獲得が難しいため店舗数の減少がみられる。また、ランチ営業やテイクアウトなどの売り上げは向上しているが、アルコール提供の制限が継続され、市場は前年比2.5%増の2兆5,964億円にとどまると見込まれる。

2020年のファミリーレストランは、営業時間の短縮や臨時休業などによりこれまで好調であったイタリアFRやチャンポンFRが前年比で大きく縮小したほか、テイクアウトやデリバリーに注力してきた総合FRも客数減で売上が減少し上位企業が不採算店の閉店を進めたため、市場は前年比28.2%減の9,142億円となった。2021年は3月以降客足が戻りつつあり、テイクアウトやデリバリーが好調なため、市場は前年比7.5%増の9,832億円が見込まれる。

2020年の西洋料理は、営業時間の短縮や臨時休業でプレミアムハンバーガーやステーキ・ハンバーグレストランなど全業態が縮小し前年比33.0%減の6,106億円になった。2021年はプレミアムハンバーガーが

テイクアウトやデリバリーで好調なほか、ステーキ・ハンバーグレストランやフランス料理、イタリア料理なども客足が戻りつつあり、市場は前年比6.8%増の6,520億円が見込まれる。

2020年の日本料理は、これまで好調であったすきやき・しゃぶしゃぶや、インバウンド需要が消失したてんぷらなど、全業態が営業時間の短縮や臨時休業を余儀なくされ、市場は前年比29.1%減の1兆8,373億円となった。2021年は上位企業の新規出店による店舗数増加ですきやき・しゃぶしゃぶが回復に向かうほか、すしなど他業態でも客足が戻りつつあるため、市場は前年比6.9%増の1兆9,635億円が見込まれる。

2020年の東洋料理では、焼肉料理は無煙ロースターによる店内換気が新型コロナの感染への不安感を軽減することや、テーブルオーダーバイキングなどのメニューが好評で縮小幅は比較的小さかったものの、高級中華料理は宴会需要が減少したことで大幅に縮小するなど、苦戦した業態も多く、市場は前年比23.7%減の1兆870億円となった。2021年は大手企業の新規参入で焼肉料理が二桁伸長するとみられる。また、その他の業態も前年より伸長するものが多いとみられ、市場は前年比8.1%増の1兆1,750億円になると見込まれる。

2020年のエスニック料理は、上位企業がテイクアウトやデリバリーに注力したが、在宅勤務の定着や営業時間の短縮によるランチやディナーの需要減少がみられ、特に、アルコール需要が高いメキシコ料理は大きな影響を受けたことから、市場は前年比21.8%減の1,133億円となった。2021年に入っても緊急事態宣言下が発出されているが、エスニック料理の利用は少人数が多く、また、外食ならではのメニューを楽しめることから客足は回復に向かっており、市場は前年比10.6%増の1,253億円が見込まれる。

2020年の宿泊宴会場は、新型コロナの影響でホテルではインバウンドからビジネスまで様々な利用機会が減少し、結婚式場では婚礼のキャンセルや延期、少人数ウェディングの増加によって単価が低下したため、前年比50.0%減の1兆9,431億円となった。2021年は宿泊施設のビジネス利用が減少しているほか、結婚式などの宴会需要も減っている。しかし、後半からは国内旅行客数や宴会需要が徐々に回復に向かうとみられるため、市場は前年比47.1%増の2兆8,588億円が見込まれる。

<調査対象>

喫茶（10）		
・コーヒーショップ	・高価格型喫茶店・コーヒー専門店	・ジューススタンド
・低価格型コーヒーショップ	・紅茶専門店	・ティースタンド・カフェ
・高価格型コーヒーショップ	・フルーツパーラー	
・喫茶店・コーヒー専門店	・甘味処	
料飲店（10）		
・居酒屋・炉端焼	・やきとり専門店	・カフェバー・ショットバー
・高価格型居酒屋	・ビアレストラン	・スナック・クラブ・パブ
・低価格型居酒屋	・クラフトビールレストラン	
・串カツ・串揚げ専門店	・ディスコ・クラブ	
ファミリーレストラン（FR）（7）		
・総合FR	・中華FR	・バイキングレストラン
・和風FR	・ステーキ・ハンバーグFR	
・イタリアFR	・チャンポンFR	
西洋料理（13）		
・フランス料理	・プレミアムハンバーガー	・オイスターバー
・イタリア料理	・スペイン料理	・カフェレストラン
・高級イタリア料理	・ステーキ・ハンバーグレストラン	・ワイン酒場
・パスタレストラン	・シーフードレストラン	
・アメリカ料理	・オムレット・オムライスレストラン	
日本料理（12）		
・そば・うどん	・てんぷら	・かに料理
・そば居酒屋	・とんかつ	・もつ鍋

・すし	・すきやき・しゃぶしゃぶ	・お好み焼き
・うなぎ	・料亭・割烹	・牛タン専門店
東洋料理（9）		
・韓国料理	・焼肉料理	・一般中華料理
・ホルモン料理	・焼肉テーブルオーダーバイキング	・点心料理
・ジンギスカン専門店	・高級中華料理	・餃子専門店
エスニック料理（3）		
・メキシコ料理	・インド料理	・東南アジア料理
宿泊宴会場（4）		
・ホテル	・結婚式場・宴会場	
・ビジネスホテル	・旅館	

<調査方法>

富士経済専門調査員による参入企業および関連企業・団体などへのヒアリングおよび関連文献調査、社内データベースを併用

<調査期間>

2021年3月～6月

以上

資料タイトル	： 「外食産業マーケティング便覧 2021 No.2」	
体裁	： A4判 380頁	
価格	： 書籍版 121,000円（税抜110,000円） 書籍／PDF＋データ版セット 165,000円（税抜150,000円） ネットワークパッケージ版 242,000円（税抜220,000円）	
発行所	： 株式会社 富士経済 〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町1番5号 PMO日本橋江戸通 TEL：03-3664-5811（代） FAX：03-3661-0165 URL： https://www.fuji-keizai.co.jp/ e-mail：info@fuji-keizai.co.jp	
調査・編集	： フードビジネスソリューション事業部	
この情報はホームページでもご覧いただけます。 URL： https://www.fuji-keizai.co.jp/press/		