

## 吉野家とゼンショード 2013年

5

### 外食産業の現状

「外食」とは、文字通り「外で食事をする」という意味であり、その市場規模は約30兆円といわれている。さらに、外食には2つの定義があり、居酒屋・レストラン・喫茶店などを総称して「狭義の外食」と呼び、それに総菜・持ち帰り弁当などの料理品小売業(中食:なかしょく)を合計したものを「広義の外食」と呼ぶ。

図1では、1980年から2012年までの狭義および広義外食産業の市場規模の推移をプロットしている<sup>[1]</sup>。1990年代後半より、外食産業で構造変化が起きていることがわかる。狭義の外食市場は、90年代後半に30兆円に迫ったが、それ以降年々減少傾向にあり、2012年の外食産業市場規模は、前年比1.5%増加の約23兆2,386億円の規模となっている<sup>[2]</sup>。一方、中食市場はコンビニエンスストアの急伸によって2012年において6兆4,648億円(前年比2.7%増)の規模にまで成長している<sup>[3]</sup>。

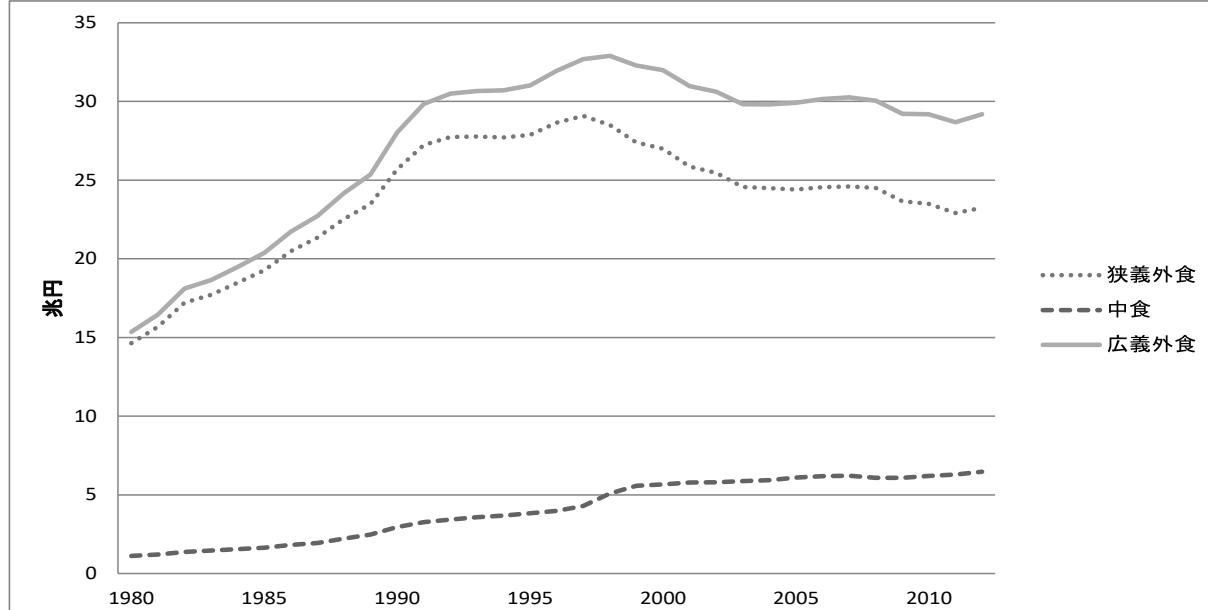


図1 外食産業の市場規模の推移

<sup>[1]</sup>『平成24年外食産業市場規模推計について』、財団法人食の安全・安心財団附属機関外食産業総合調査研究センター。

<sup>[2]</sup>2011年の市場規模は3月の東日本大震災の影響を受けたため、2012年はその反動により微増となっている。

<sup>[3]</sup>広義および狭義の外食市場規模の詳細については、巻末資料①を参照のこと。

本ケースは、慶應義塾大学大学院経営管理研究科准教授 村上裕太郎がクラス討議の参考のために作成したものである。本ケースは慶應義塾大学ビジネス・スクールが出版するものであり、複製等についての問い合わせ先は慶應義塾大学ビジネス・スクール(〒223-8526 神奈川県横浜市港北区日吉4丁目1番1号、電話045-564-2444、e-mail:case@kbs.keio.ac.jp)。また、注文は<http://www.kbs.keio.ac.jp/>。慶應義塾大学ビジネス・スクールの許可を得ずに、いかなる部分の複製、検索システムへの取り込み、スプレッドシートでの利用、またいかなる方法(電子的、機械的、写真複写、録音・録画、その他種類を問わない)による伝送も、これを禁ずる。

Copyright(C)村上裕太郎 (2013年7月作成)