



プレスリリース 2011年4月号 【特別版】

～ 首都圏の外・中食市場への東日本大震災の影響 ～

この度の東日本大震災により被災された方々に、心よりお見舞いを申し上げます。
被災地の一日も早い復旧をお祈りいたします。

特別版発行に関して

- 2011年3月11日に発生した三陸沖を震源とする東北地方太平洋沖地震(以下、震災と表記)では、東北・関東地方に甚大な被害を及ぼし、多くの尊い命が失われた。
- 1か月以上経過した現在でも大きな余震が続き、さらに福島第1原子力発電所からの放射能漏れの影響で、多くの農作物や海産物が出荷制限がかかり、一部の地域で水道水から基準値を上回る放射性セシウムが検出された時期もあり、食市場への震災の影響は今後も含めて大きいと考えられる。
- 通常、CRESTでは月次データしか提供していないが、今回のCRESTハイライト特別版では、首都圏エリア(東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県)における外食・中食実態を「震災前(2011年3月1～10日)」と「震災後(2011年3月11～31日)」に分けて前年同期と比較し、外食・中食市場にどのような影響が出ているのかを検証した。
- なお、本レポート内のデータはあくまでもその時飲食されたものの実態であって、他のもの(例. スーパーやCVSで購入された生鮮食料品、保存するために購入した食料品、日用品等)は含んでいない。

まとめ

- 震災後、外食・中食共に客足が大幅に減少。外食では客単価も落ち込んだ。
- 業態では、居酒屋とFRが大きくマイナス。3月の歓送迎会シーズンの宴会を自粛する動きが影響。

目次

【一般公表情報】

- 外食・中食別客数・客単価動向 2
- 外食・中食計 業態別客数伸び率 3

【CREST年間ご契約クライアント様のみへの情報】

※ご契約いただいていないクライアント様でP4以降を必要とされる場合は、有料にてお分けいたします。お手数ですが、巻末の「お問合せ先」までご連絡ください。

- 外食 業態別客数伸び率 4
- 中食 業態別客数伸び率 5
- 外食・中食計 時間帯別客数伸び率 6
- 外食 時間帯別客数伸び率 7
- 中食 時間帯別客数伸び率 8
- 外食・中食計 メニューランキング・伸び率 9



外食、中食共に客足は大幅減 外食は客単価も大幅減

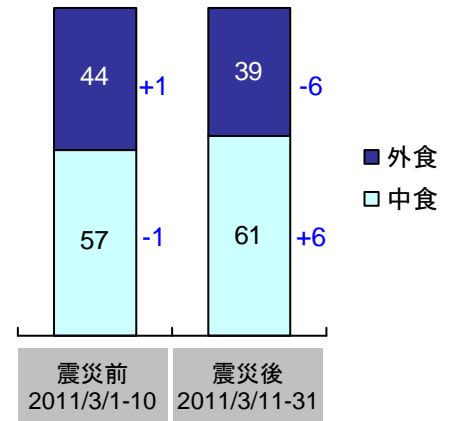
2011年3月度における外食・中食割合をみると、震災前は前年同期から大きな変化がなかったものの、震災後は外食の割合が前年同期比-6ポイントと大きく減少している<グラフ1>。

食機会数伸び率は、震災前で+5%であったものの、震災後は-17%（外食・中食計）<グラフ2>。特に、外食においては、震災後-27%と下げ幅が大きかった。

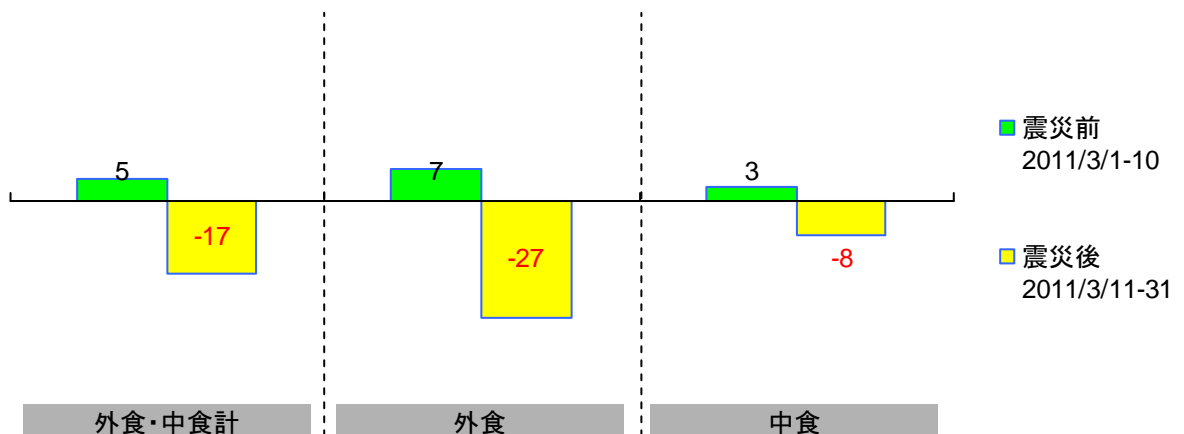
客単価をみると、震災前は前年同期比+14円であったものの（客単価：703円）、震災後は同-117円（外食・中食計）と大幅に減少した。これは、客単価の高い外食において、震災後に同-148円と大きく減少していることが影響していると考えられる（客単価：1,061円）<グラフ3>。

<グラフ1> 外食・中食構成比
(2011年3月) %

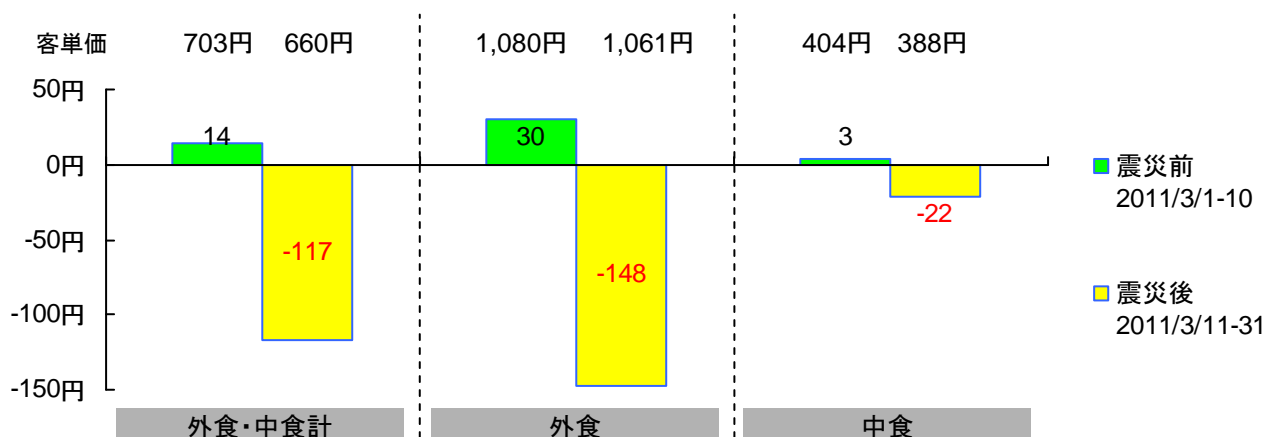
前年同期との差(単位:ポイント)



<グラフ2> 外食・中食別 食機会数伸び率(対前年同期比) %



<グラフ3> 外食・中食別 客単価 対前年同期との差 円





宴会需要が高い居酒屋、FRが大きくマイナス 好調が続いていたFFもマイナス転換

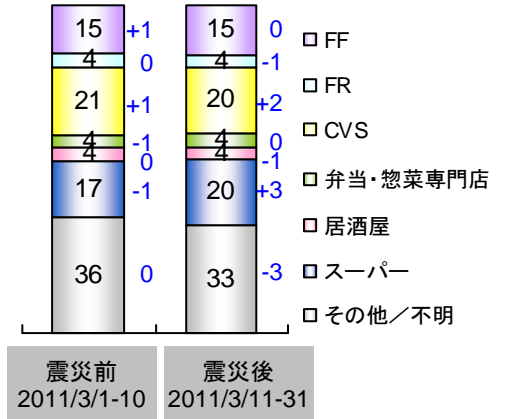
外食・中食市場における業態シェア(食機会ベース)をみると、震災後は中食中心業態のCVS(20%、前年同期比+2ポイント)、スーパー(20%、同+3ポイント)のシェアが若干高くなった<グラフ4>。

業態別の食機会数伸び率(前年同期比)は、いずれの業態においても震災後にマイナス成長<グラフ5>。特に、居酒屋(-32%)、FR(-28%)での落ち込みが著しく、消費意欲の減退が客単価の高い業態に及ぼした影響が大きかったことがわかる。また、3月は例年、宴会シーズンとなっているが、震災後は歓送迎会などを自粛したケースが多かったとみられる。好調が続いていたFF業態においても、震災前の前年同期+9%から一転、震災後は同-16%と大きくマイナスに転じた。

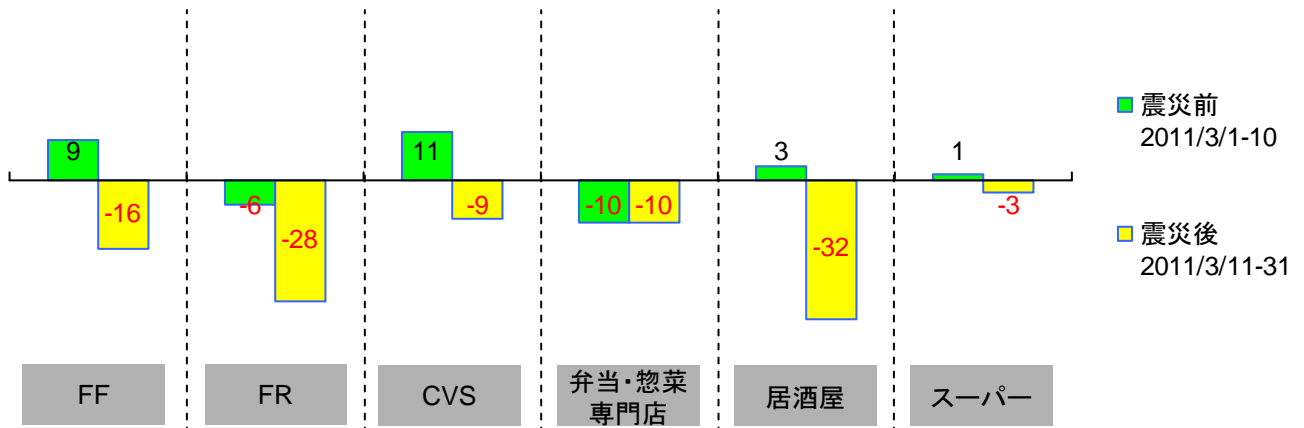
FFの業態を細かくみると、特にセルフサービス型カフェ(-31%)、その他FF(-25%)、ハンバーガー系FF(-22%)の落ち込みが激しい。一方、計画停電の影響が少なかった牛丼系FF(+1%)、パン屋・ベーカリー(+1%)は微増であった<グラフ6>。

<グラフ4>
外食・中食市場の業態シェア
(2011年3月期) %

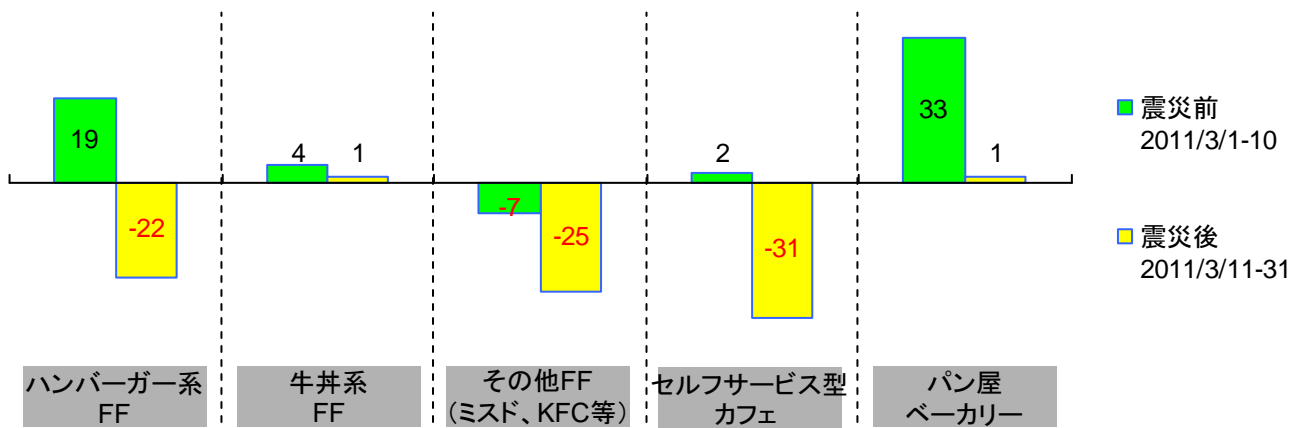
前年同期との差(単位:ポイント)



<グラフ5> 外食・中食計 業態別 食機会数伸び率(対前年同期比) %



<グラフ6> FF 中分類業態別 食機会数伸び率(対前年同期比) %





* **CREST(クレスト)**とは、約20,000人／月のサンプル数を誇る、2003年より開始したサービスであり、外食・中食市場において‘いつ、誰が、どこで、何を、どのように食べ、どの程度満足したか’という情報を1年365日、直接消費者から収集し、データベース化した情報サービスです。

The NPD Group について

The NPD Groupは、信頼性の高い消費者／小売り情報を幅広い産業に提供している、リサーチ業界のリーディング・カンパニーです。現在では、製造業／小売業／サービス業を営む1,800社以上のお客様に対し情報サービスを提供しており、様々な場面でお客様のビジネスにおける意思決定をサポートしています。日本には5つの事業部(フードサービス、スポーツ、アパレル、テクノロジー、ディスプレイサーチ事業部)があり、お客様の新たなビジネス機会の発見や商品開発、マーケティング・営業活動、マーチャンダイジングに貢献しております。

お問い合わせ先／メールの配信・解除は以下のアドレスまでご連絡お願い致します。

npdjapan.info@npd.com

担当: 小野 雄大

エヌピーディー・ジャパン株式会社

〒108-0074 東京都港区高輪 3-23-17 品川センタービルディング 13階

TEL: (03) 5798 - 7663 / FAX: (03) 5798 - 7665

www.npdjapan.com