

# 外食・中食 調査レポート

## 外食・アルコール市場 ～伸びる“ちょい飲み”需要のドライバーは？～



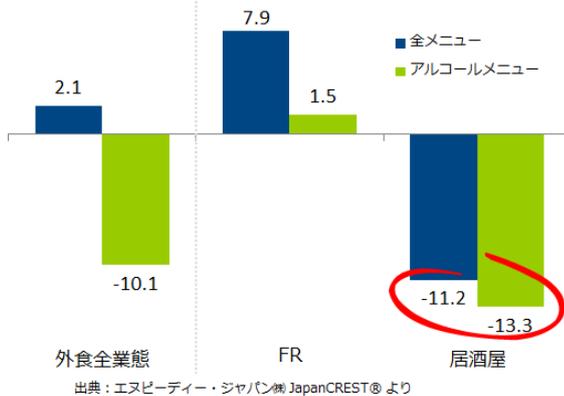
【東京、2014年7月31日】6月29日、居酒屋大手のワタミが上場以来初の赤字に転落し、居酒屋の1割にあたる60店を閉店すると発表した。同社創業者の渡邊氏は居酒屋事業の不振の原因について「お酒を習慣的に飲む人の減少や、『チェーン店の安心感』が強みにならなくなったため」とコメントしている。

今回のレポートでは、外食でお酒が飲まれる機会についてエヌピーディー・ジャパン(株)が提供する外食・中食市場情報サービス『CREST\*1』から探ってみる。

### ■ 居酒屋業態の食機会数\*2は減少傾向

まず2013年における外食市場の食機会数の伸び率(2009年比)をみてる(図表1)。

【図表1】2013年外食市場 業態別食機会数の伸び率  
(2009年比、食機会ベース、%)



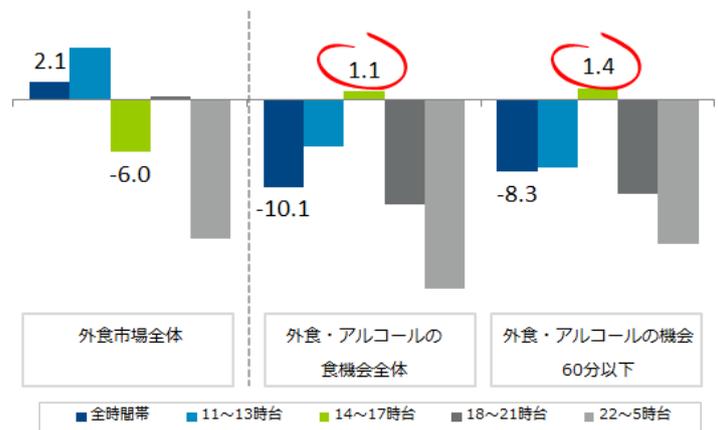
外食全体の伸び率は+2.1%と増加。なかでもファミレス業態は+7.9%増と全体以上に伸び率が高く好調の一方で、居酒屋業態は-11.2%と大きく減少している。さらにアルコールが飲まれる食機会に絞ると、外食全体では-10.1%減、居酒屋業態は-13.3%減とその伸び率はさらに減少している。

外食でアルコールが飲まれる食機会が減少する中、居酒屋業態ではその傾向がさらに顕著で、消費者の食機会を増やすことに苦戦している様子がうかがえる。

### ■ 14-17時台の“ちょい飲み”\*3が伸びている

では、減少するアルコールが飲まれる食機会について、喫食シーン別にみるとどうだろう。図表2は外食でアルコールが飲まれる食機会における、滞在時間・時間帯の食機会数の伸び率を分析したグラフである(図表2)。

【図表2】2013年外食・アルコールが飲まれる機会の滞在時間・時間帯別 食機会数の伸び率  
(2009年比、食機会ベース、%)



時間帯別にみると、外食全体では11-13時台の伸び率が最も高い。一方アルコールが飲まれる機会に注目すると、14-17時台が5年前から唯一プラス成長(+1.1%)しており、さらに滞在時間60分以下に絞るとその傾向が強くなる(+1.4%)。

5年前と比べて全体のアルコールが飲まれる食機会数が減少するなかで、時間帯と滞在時間に注目すると、唯一14-17時台の“ちょい飲み”の食機会数が伸びているといえよう。

### ■ “ちょい飲み”は、「一人で」「配偶者・恋人と」

外食で14-17時台の“ちょい飲み”が増えていることがわかった。では消費者は、どこで、誰と“ちょい飲み”しているのだろうか。

図表3は2013年の外食でアルコールが飲まれる食機会における滞在時間60分以下の業態シェア(上位10業態)である。

【図表 3】 外食・アルコールが飲まれる食機会  
滞在時間 60 分以下の業態シェア(上位 10 業態)  
(2013 年、食機会ベース、%)



業態シェアで最も大きいのは和風居酒屋で、続いてラーメン・ぎょうざ店が好まれている。さらに 3 位の洋風 FR は上位業態の中で 5 年前から最もシェアを伸ばしている業態であった。

また“ちょい飲み”するグループタイプを分析すると、「友人と」や「同僚」よりも、「1 人で」「配偶者・恋人と」のシェアが圧倒的に高く、その食機会数も伸びていることは興味深い(特典データ)。

消費者が外食でお酒を飲む機会は減少傾向だが、その飲み方も変わりつつあるようだ。

居酒屋各社が減少する食機会数を取り戻すためには、食機会数が伸びている「14-17 時台で、滞在時間 60 分以下のアルコールを飲む機会」における、「一人で、または配偶者・恋人と」をターゲットとする“ちょい飲み”需要を掴むことが一つのキーとなりそうだ。

また、お酒を飲む機会の中で伸びる 14-17 時台の需要を取り込むためには、「一人」や「恋人・配偶者」とご飯を食べながらサクッと飲める店舗環境や、ターゲット層に合わせたメニュー戦略がポイントとなるだろう。

今月 11 日大手牛丼チェーン吉野家が、夕方からお酒やつまみを提供する“よし呑み”をスタートすると発表したことは記憶に新しい。暑さの厳しいこの季節に、居酒屋業態だけでなく外食全業態で、いかに消費者の喉の渇きを潤せるかに注目が集まりそうである。

#### \*1 CRESTとは

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」など消費者のあらゆる喫食動態データを、1 年 365 日、直接消費者から収集し、年間 13 万を超えるサンプル数を元に調査分析できる情報サービスです。(海外各国版もご用意)

詳細は <http://www.npdjapan.com/service/food.html>

#### \*2 食機会数とは

外食・中食を利用した延べ食機会(朝/昼/夕/間食)数

#### \*2 ちょい飲みとは

本記事では“ちょい飲み”を、14-17 時台の時間帯で、店舗滞在時間が 60 分以内の食機会と定義しています。

### NPD 最新ニュース:

**新しいCREST**  
日本全国の外食・中食市場におけるあらゆるニーズを実現するサービス  
調査対象地域や年代の拡大だけでなく、調査票や調査手法自体の見直しにより  
さらに市場ニーズに沿ったデータベースになります!

調査地域が全国へ拡大、さらに 60~79 歳のシニア層のインサイトを追加し、様々なニーズへのご提案が可能です。詳細情報をご希望のお客様は下記までお問合せください。

#### お問合せ

エヌピーディー・ジャパン株式会社  
セールス&マーケティング 高橋  
Email : [npdjapan.info@npd.com](mailto:npdjapan.info@npd.com)

〒108-0074  
東京都港区高輪 3-23-17 品川センタービル 13F  
TEL: 03-5798-7663 / FAX: 03-5798-7665

#### 本 PR ご購読特典 (2014 年 8 月末まで)

特典データ「2013 年 外食・14-17 時台のアルコール市場 滞在時間別グループタイプシェア」を無料でご提供いたします。ご希望の方は上記お問合せ先までご連絡下さい。