

# 外食中食 調査レポート

## 外食市場のデフレ脱却のキー

～ 求められるドリンク注文率のアップ ～

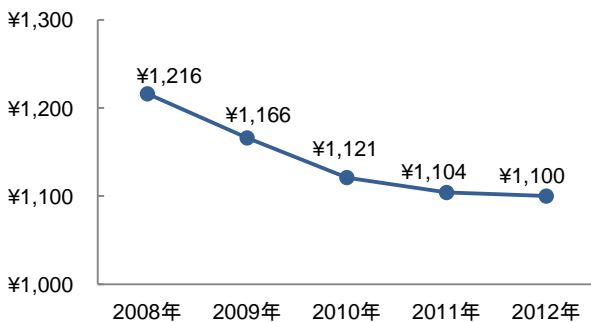


【東京、2013年3月5日】長らく不況下にある日本経済。昨年の政権交代後に進められている経済政策、いわゆる“アベノミクス”で、期待されていることの1つがデフレからの脱却である。外食市場においても、この期待は大きい。業界として、今後どのような取り組みがデフレの脱却を促進すると考えられるのか、エヌピーディー・ジャパン(株)が提供する外食中食市場情報サービス『CREST\*』から探してみる。

### ■ 外食市場の客単価は2008年以降下落が続く

まず、過去5年間の外食市場における一人あたりの平均支払い金額(客単価)をみよめる(図表1)。リーマンショックが起きた2008年度以降下落が続いており、外食市場はまさにデフレの渦中にあると言える。

【図表1】  
外食市場 平均支払い金額

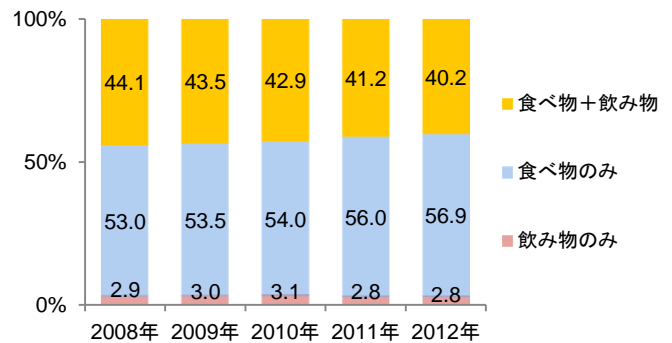


エヌピーディー・ジャパン(株) CREST より

### ■ 客単価減の一因は、食べ物を注文した人のドリンク注文率の低下

次に、図表2は外食市場における食べ物と飲み物の飲食パターンの比率である。客単価が高いと考えられる「食べ物+飲み物」を注文・飲食している割合は、客単価同様に2008年以降下落しており、直近の2012年度においては40.2%と2008年度に比べて-3.9ポイントであった。一方で、「食べ物のみ」の割合が増加しており、外食でお金を支払ってドリンクを飲用する機会が減少していることが分かる。このことから、外食市場における客単価減の一因として、消費者がドリンクの注文を控えていることが考えられる。

【図表2】  
外食市場 食べ物・飲み物飲食比率

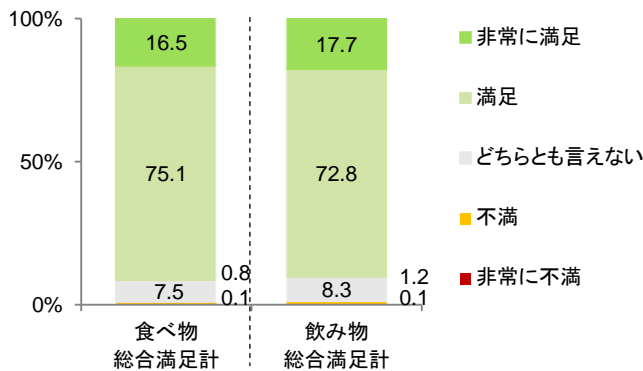


※無料で提供されるものは除いて算出  
エヌピーディー・ジャパン(株) CREST より

### ■ ドリンクの満足度が高い人は、総合満足度も高い

では、外食市場において注文が控えられているドリンクは軽視されてよいものなのか。図表3は、食べ物・飲み物に対して満足したと回答した人(5段階評価「非常に満足」+「満足」)の総合満足度である。前述の通り、ドリンクを注文する人は減少しているものの、ドリンクメニューに満足した人は総合満足度も高い。つまり、外食をする消費者にとって、ドリンクの質や品揃えは食べ物メニュー同様、重要であると言える。

【図表 3】  
食べ物・飲み物満足計別 総合満足度



エヌピーディー・ジャパン(株) CREST より  
(2012年1-12月度累計)

生活の中での景気回復は、まだ実感しにくい現状ではあるが、円安傾向や株価の上昇等、回復への期待感が高まっている。今後、外食での客単価がアップし、デフレからの脱却をを目指すには、ドリンクの注文率を上げていくことが課題のひとつであるかもしれない。

## CREST 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。

## お問合せ

エヌピーディー・ジャパン株式会社  
セールス&マーケティング部 小野 雄大  
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  
T: 03-5798-7663 / F: 03-5798-7665