

フードサービス産業の現状と課題

中島 久夫 (なかしま ひさお) (株)新産業経済研究所 事業本部 営業推進部 上級研究員

1. フードサービス産業の事業領域

本誌第152号で、食品産業の中から、「食料品製造業」の現状と課題について概要をお示ししたが、今回の「フードサービス産業」特集は、これに続く食品産業の特集である。

食品産業という呼称は、非常に大きな広がりを持った名称であるが、この中に位置づけられる「フードサービス産業」という言葉は、一般に外食産業を示す言葉であり、近年ではこれに中食(なかしょく)産業を加えた事業を総称して使用されることが多い。

ただし「中食」という言葉は、ここ20年ほどで一般化してきたもので、通常、持ち帰り弁当や惣菜、宅配弁当、宅配ピザ、食材宅配、各種出前等のサービス事業を指す。飲食店における外食と家庭内食との中間領域に存在する食事形態を指して、このような名称が浸透してきたわけである。

しかし、事業として中食産業を考えた場合、その規定は未だ曖昧な状態に留まっているといわざるを得ない。

たとえば、ファミリーレストランやファーストフード店は一般に外食産業に分類される業態であるが、そこでテイクアウトされた食品や宅配された食品は概念的には中食に分類されるべきものであるが、統計上は、飲食店の売上としてしかカウントされない。

また、人によっては、冷凍調理食品を中食に分類する場合もあるし、食料品製造業には「そう(惣)菜製造業」という事業範疇もある。

このように、「中食」という言葉は非常に多義的に使用されている言葉であり、この言葉を使用する際には、このような点に注意する必要がある。

(図1-1)に示すように日本標準産業分類でみた場合、外食産業は、大分類Mの「飲食店、宿泊業」にほぼ包摂される業種として捉えることができる。

これに対して、中食産業は図に示す大分類Jの「卸

売・小売業」が販売している一部の商品(惣菜や調理食品等)販売(小売)を規定する概念に留まるものであり、業種区分として明確な規定がなされているものではない。

このような状況を受け、本稿では、「中食産業」を「弁当や惣菜等の持ち帰り可能な調理済み食品を小売販売、宅配サービスする事業」と規定しておく。

このような中食産業まで加えた「フードサービス産業」は、非常に広大な事業領域を対象とした業種概念でありながら、厳密な定義が困難で、業種区分として未分化な部分があることを留意されたい。

2. フードサービス産業の市場規模と事業所数

フードサービス産業の市場規模について、外食産業と中食産業に分けて考えてみた場合、前者については、財団法人外食産業総合調査研究センターが推計したデータが、後者については、社団法人日本惣菜協会が算出したデータが存在する。

以下では、これらのデータを基に、フードサービス産業の市場規模を示すこととする。

財団法人外食産業総合調査研究センターでは、毎年、外食産業市場規模推計を公表しており、そこでは、中食の一部に該当する「料理品小売業」の市場規模推計も行われているが、ここでは当該データから「料理品小売業」を除いた「外食産業」のみの市場規模推計値を(表2-1)に示す。

2006年の外食産業の市場規模は24兆3,592億円と推計されており、過去3ヶ年では微減する傾向が続いていることになる。

このような外食産業の事業所数を(表2-2)に示す。

2004年の「飲食店、宿泊業」の合計では80万事業所を超えているが、2001年に比較すると、約65,000事業所の減少となっており、市場規模と比例して減少する