

現 状	<p>【<b>食料消費</b>】発泡酒に代表される低価格商品への消費シフトと、小売業界の競争激化による末端価格の下落により、食料品に対する消費抑制傾向が続いている状況【<b>図表 10-1, 2</b>】。</p> <p>【<b>酒類業界</b>】ビール・発泡酒の8月時点での累計出荷数量は、夏場の猛暑にもかかわらず前年並み。一方、ビール・発泡酒市場に占める発泡酒比率は、①アサヒビールの本格参入（今年2月）②消費者の低価格志向——により30%台に上昇。なお、発泡酒増税問題については依然先送りになっている状況【<b>図表 10-3</b>】。</p> <p>【<b>企業業績</b>】ビール大手4社の6月中間決算は発泡酒の新製品で明暗が分かれた。アサヒ・サッポロはそれぞれ「本生」・「北海道生搾り」が好調、会計基準の変更を除けば実質連結営業増益。キリン・サントリーは、販促費の投入が売上に結びつかず酒類部門では苦戦したが、飲料部門は好調に推移【<b>図表 10-4</b>】。</p> <p>【<b>外食業界</b>】消費低迷からくる外食率の伸び悩みと外食チェーンの価格引下げにより、外食市場は引き続き弱含みの基調が続いている【<b>図表 10-5, 6</b>】。昨年来からのFF（ファーストフード）業態における価格競争の動きは今年に入っても活発で、特に牛丼チェーンにおいては単品200円台への値下げによる来客数増加に成功、既存店売上がプラス2桁台に転じており、小売や食品メーカー等の他業種にも影響が波及【<b>図表 10-7, 8</b>】。</p>
-----	--

展 望 (2001年)	<p>【<b>食品業界</b>】食料品の価格下落圧力が販促費の増加を通じて食品メーカーの収益を圧迫する構図は当面続く。収益確保を目指す企業側においては、生産部門や物流部門の協働など合理化を目的としたアライアンスが進展。</p> <p>【<b>酒類業界</b>】ビール・発泡酒の出荷数量が前年並みと見込まれるなか、企業収支については、シェア争いの加熱による販促費の更なる増加が、業界全体の収益を低下させる懸念も。キリンは販促広告費を約150億円追加投入、通期業績を大幅下方修正へ。</p> <p>【<b>外食業界</b>】外食チェーンの価格競争が激化するなか、値下げによる増収効果はいずれ限定的なものに。消耗戦の先には事業提携等の業界再編が予想される。個別企業では、今年7月に上場を果たした日本マクドナルドの次なる成長シナリオに注目。</p> <p>市場低迷が続く一方で、外食企業の株式公開は活況。昨年の6社に続き、今年は10社程度の新規公開が予想される【<b>図表 10-9</b>】。足許では、総合商社が商権拡大とキャピタルゲイン獲得のために、新興ベンチャーを積極的に支援する動きも。</p>
----------------	---

《トピックス》

<p>【<b>食品メーカーにおける「事業分社化→経営統合」の事例</b>】</p> <p>食料品の価格下落による競争環境の激化から、多角化を進めてきた食品メーカーにおいて、価格競争力の向上を企図した「特定事業部門の分社化→同業他社との経営統合」の動きが見られる。</p> <p>○味の素……今年4月に油脂部門を分社。その後8月に、製油業界2位のホーネンコーポレーションとの経営統合を決定、来年4月に共同持株会社を設立予定。同社は食用油部門で業界トップに。背景には油脂関税の引下げ圧力も。</p> <p>○雪印乳業……今年10月に冷凍食品事業を分社。かねてより業務提携を進めていた伊藤忠商事系のヤヨイ食品と来年4月の事業統合を目指す（両社連合は業界5位）。冷凍食品市場は食品業界において数少ない成長市場といわれるが、特売が常態化しているなど価格競争が厳しい。</p>
--

	単位	99年	2000年	2001年
年間食料消費支出	(名目)	▲2.1	▲3.3	▲2.6
	円	1,005,973	972,422	946,764

	2000/上	2000/下	2001/上	2001/下
年間食料消費支出	▲3.2	▲3.4	▲3.3	▲2.0
	462,125	510,297	446,673	500,091

	単位	99年	2000年	2001年
ビール・発泡酒出荷量	千kl	0.0	▲0.5	▲0.0
		7,145	7,112	7,110

	2000/上	2000/下	2001/上	2001/下
ビール・発泡酒出荷量	0.0	▲0.9	3.7	▲3.3
	3,323	3,789	3,446	3,664

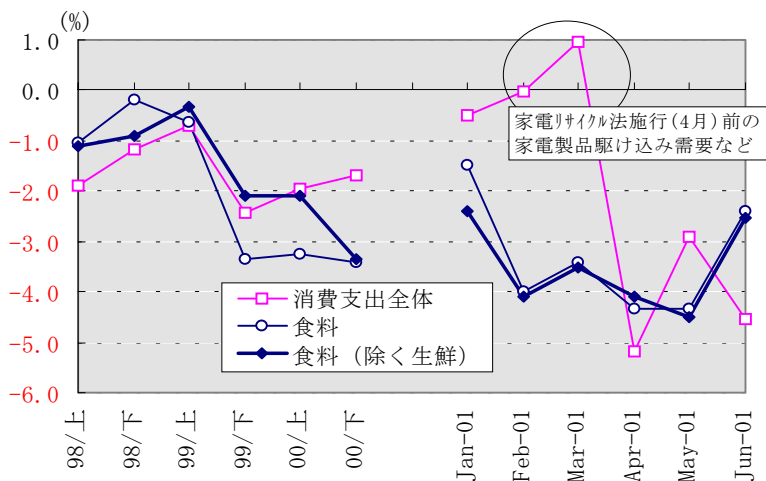
	単位	99年	2000年	2001年
売上高(連結決算)	ビール大手3社	▲0.5	3.6	▲0.4
		34,213	35,440	35,298
経常利益	(億円)	34.6	▲29.3	26.7
		1,618	1,145	1,451

	単位	99年	2000年	2001年
外食産業市場規模	(億円)	▲3.9	▲0.7	▲2.3
		273,711	271,765	265,516

注) 左肩数字は対前年比伸び率(%)。食料消費支出は1世帯当たりの平均金額で、伸び率は名目ベース。企業収支のビール大手3社はキリンビール、アサヒビール、サッポロビール。

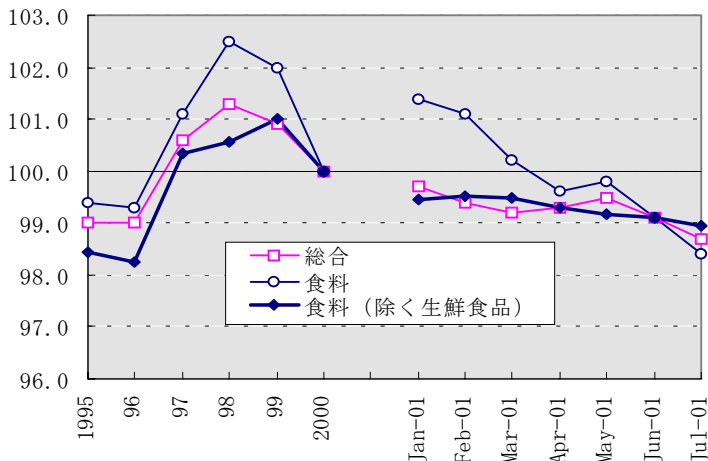
(出所) 食料消費支出；総務省「家計調査」(品目分類、全世帯)ビール・発泡酒出荷量；日本食糧新聞、国税庁資料外食産業市場規模；(財)外食産業総合調査研究センター推計  
2001年(上半期については実績値)は日本興業銀行産業調査部の予測。

【図表10-1】食料消費支出伸び率(家計調査)



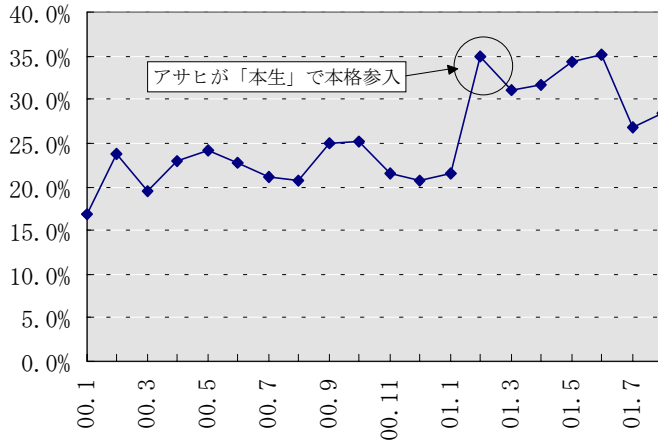
(出所) 総務省「家計調査(品目分類)」より日本興業銀行産業調査部作成  
(注) 伸び率は前年同期比、名目ベース。

【図表10-2】消費者物価指数(2000年=100)



(出所) 総務省「消費者物価指数」より日本興業銀行産業調査部作成  
(注1) 2000年に調査対象品目の改廃が行われた。食料における追加品目は、おにぎり・コーヒー飲料・発泡酒・牛丼など。  
(注2) 「総合」については、持家の帰属家賃を除いたもの。

【図表 10-3】ビール・発泡酒市場に占める発泡酒比率の推移



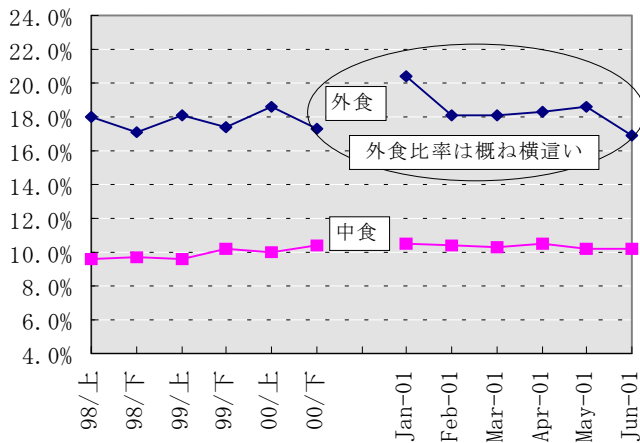
(出所) 国税庁資料、各種報道記事より日本興業銀行産業調査部作成  
(注) 出荷数量ベース

【図表 10-4】ビール・発泡酒の2000年上半期ブランド別ランキング(単位: 万函, %)

【ビール】				【発泡酒】			
会社名	ブランド	販売数量	前年比	会社名	ブランド	販売数量	前年比
アサヒ	スーパードライ	7,995	92	麒麟	麒麟 淡麗	3,452	112
麒麟	ラガー	3,494	89	<b>アサヒ</b>	<b>本生</b>	<b>1,805</b>	
麒麟	一番搾り	2,533	101	サントリー	マグナムドライ	1,413	107
サッポロ	黒ラベル	1,933	89	<b>サッポロ</b>	<b>北海道生搾り</b>	<b>813</b>	
サントリー	モルツ	918	107	サッポロ	冷製辛口	304	136
サッポロ	エビス	364	92	サッポロ	プロイ	276	40
<b>ビール全体</b>			<b>90</b>	<b>麒麟</b>	<b>常夏</b>	<b>118</b>	
				<b>発泡酒全体</b>			<b>153</b>

(出所) 食品産業新聞より日本興業銀行産業調査部作成  
(注) 100万函以上を対象。斜字体ブランドは今年の新製品。

【図表 10-5】家計調査に見る外食・中食比率の推移



(出所) 総務省「家計調査(品目分類)」より日本興業銀行産業調査部作成  
(注) 中食比率は家計調査の食料支出に占める「調理食品」支出の割合。

【図表 10-6】外食市場の構成(単位: 億円, %)

	2000年	構成比	2001年	構成比
外食産業計	271,765	100.0	265,516	100.0
給食主体部門	211,847	78.0	207,395	78.1
営業給食	173,083	63.7	168,807	63.6
飲食店	128,543	47.3	124,687	47.0
国内線機内食等	2,563	0.9	2,563	1.0
宿泊施設	41,977	15.4	41,557	15.7
集団給食	38,764	14.3	38,588	14.5
学校	4,824	1.8	4,785	1.8
事業所	21,195	7.8	21,089	7.9
病院	10,566	3.9	10,513	4.0
保育所給食	2,179	0.8	2,201	0.8
料飲主体部門	59,918	22.0	58,120	21.9

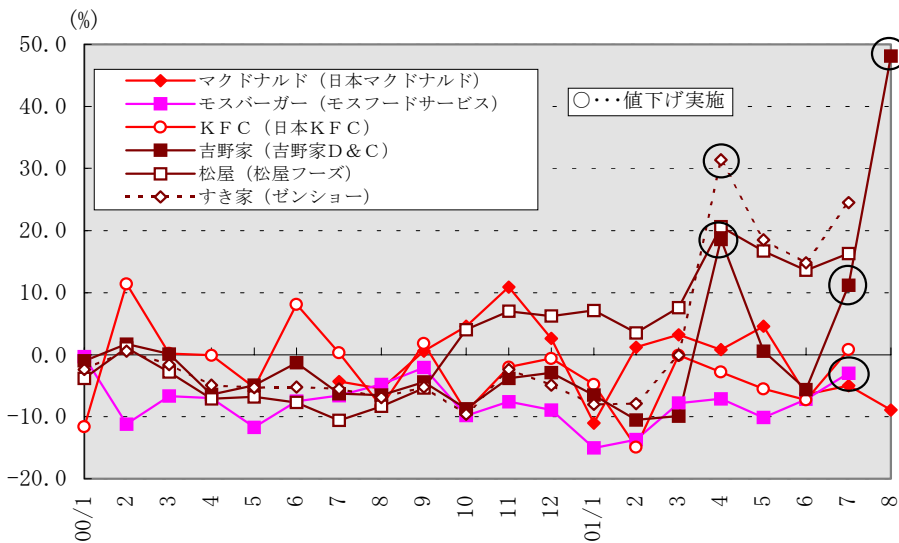
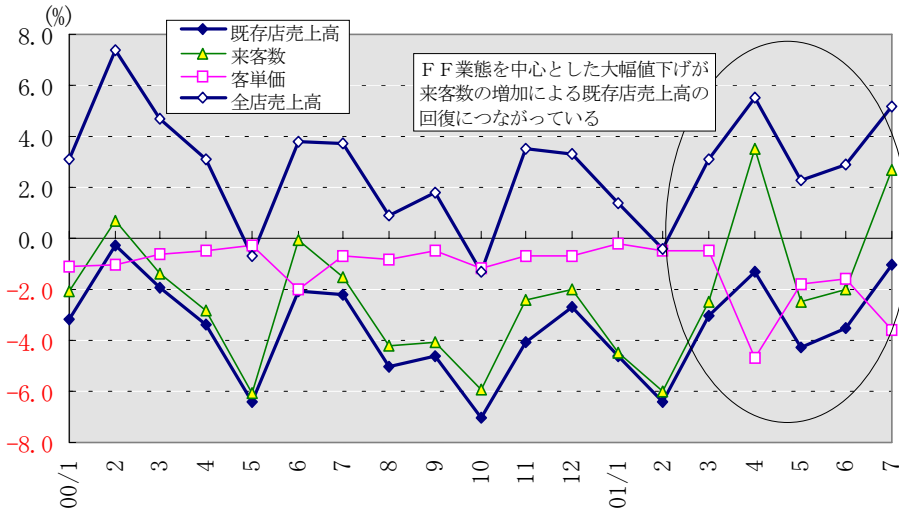
(出所) (財)外食産業総合調査研究センター資料より日本興業銀行産業調査部作成(2001年数値は当部推計)

【図表 10-7】2001 年の F F 業態におけるメニュー単価引下げの事例

実施月	チェーン名	主なメニュー値下げ	備考
3月	ロッテリア	「てりやきビーフバーガー」210円→105円	休日のみ
	すき家	「牛丼（並）」400円→280円	
	神戸らんぶ亭	「牛丼（並）」400円→290円	
4月	吉野家	「牛丼（並）」400円→250円	期間限定
7月	吉野家	「牛丼（並）」400円→280円	8月より全店値下げ 期間限定
	モスバーガー	「モスバーガー」290円→200円	
8月	神戸らんぶ亭	「牛丼（並）」290円→270円	
	なか卯	「牛丼（並）」400円→280円	
9月	マクドナルド	「マックナゲット」280円→140円	休日のみ・期間限定
	松屋フーズ	「カレー（並）」430円→290円	

(出所) 各種報道記事より日本興業銀行産業調査部作成

【図表 10-8】外食チェーン全体及び主要 F F チェーンの売上動向（前年同月比伸び率）



(出所) 日本フードサービス協会資料及び各社公表データより日本興業銀行産業調査部作成

(注 1) 下図は既存店売上高の推移。  
 (注 2) 凡例の ( ) は企業名。  
 (注 3) K F C は「ケンタッキー・フライド・チキン」の略称。

【図表 10-9】2001 年の外食業界における新規公開企業（判明分のみ、含む予定）

上場月	区分	会社名	チェーン名	業種
4月	店頭	平禄	平禄寿司	回転寿司店
5月	N J	くらコホレーション	くら寿司	回転寿司店
6月	店頭	大和フーズ	ミスタードーナツ 他	各種フランチャイジー
7月	店頭	日本マクドナルド	マクドナルド	ハンバーガー店
7月	N J	タリーズコーヒージャパン	タリーズコーヒー	コーヒー店
8月	店頭	大戸屋	大戸屋	定食専門店
9月	店頭	タスコシステム	北前そば高田屋 他	多業態
10月	N J	スターバックスコーヒージャパン	スターバックスコーヒー	コーヒー店

(出所) 各種報道記事より日本興業銀行産業調査部作成

(業種グループー生活・運輸 小川 利幸)