



特集
たのしい外食



徹底解説！

「外食の歴史」を振り返る



ライフスタイルの変化や災害対応など、

外食産業を取り巻く環境は大きく変化してきました。

50年を振り返る年表を添えて、外食産業の現状をレポートします。

時代とともに大きく拡大！

外食産業の50年史

大阪で行われた日本万国博覧会での出店に始まり、バブル崩壊や震災など、
さまざまな環境の変化を受けながら、着々と市場拡大をし続けてきた、
外食産業の50年を振り返ります。



1970

- ・日本万国博覧会（大阪）
「ケンタッキーフライドチキン」が
実験出店
- ・ファミリーレストラン1号店オープン
「すかいらーく」（東京・府中）

- ・ドーナツチェーン1号店オープン
「ミスタードーナツ」（大阪・箕面）
- ・ハンバーガーチェーン1号店オープン
「マクドナルド」（東京・銀座）

1971

1972

- ・ファミレス初の24時間営業店
「すかいらーく」

- ・外食の業界団体として
「社団法人日本フードサービスチェーン協会」
現：「一般社団法人日本フードサービス協会」
が設立される

1974

1976

- ・持ち帰り弁当店1号店オープン
「ほっかほっか亭」（埼玉・草加）

- ・ファーストフード初のドライブスルー
「ケンタッキーフライドチキン」
（東京・久米川）

1977

1980

- ・コーヒーショップ1号店オープン
「ドトールコーヒーショップ」（東京・原宿）

- ・11月23日を「外食の日」として制定
社団法人日本フードサービスチェーン協会 制定

1984



1985

・宅配ピザ1号店オープン
「ドミノ・ピザ」 (東京・恵比寿)

・外食市場規模が20兆円を超える

1986

1989 ・消費税 (3%) 導入

・ファミレス「ガスト」で
初のドリンクバーがスタート

1992

1994

・初のフードアミューズメントパーク「ラ
ーメン博物館」がオープン (神奈川・横浜)
現:「新横浜ラーメン博物館」

・「マクドナルド」が日本の外食
チェーン初となる2,000号店到達

1996

1997

・外食市場規模が29兆円超に

・牛丼チェーン初の1,000店舗到達
「吉野家」

2001

2007

・回転寿司が5,000億円市場に
・「ミシュランガイド東京2008」刊行

・東日本大震災発生、
外食業界も被災地支援に奔走する

2011

2013

・「和食：日本人の伝統的な食文化」が
ユネスコ無形文化遺産に登録

・ミラノ万博 (ミラノ国際博覧会) で
日本館の日本食が人気に

2015



2016 ・訪日外国人観光客数
2,000万人突破

・消費税率が10%に引き上げられるとともに、
軽減税率が導入される **2019**

2020 ・新型コロナウイルス感染症拡大により、
緊急事態宣言が発令され、
外食店舗の営業休止や営業時間の短縮措置が拡大

・東京オリンピック・パラリンピック開催 **2021**

2023 ・外食産業の市場規模が
新型コロナウイルス感染の影響以前に回復

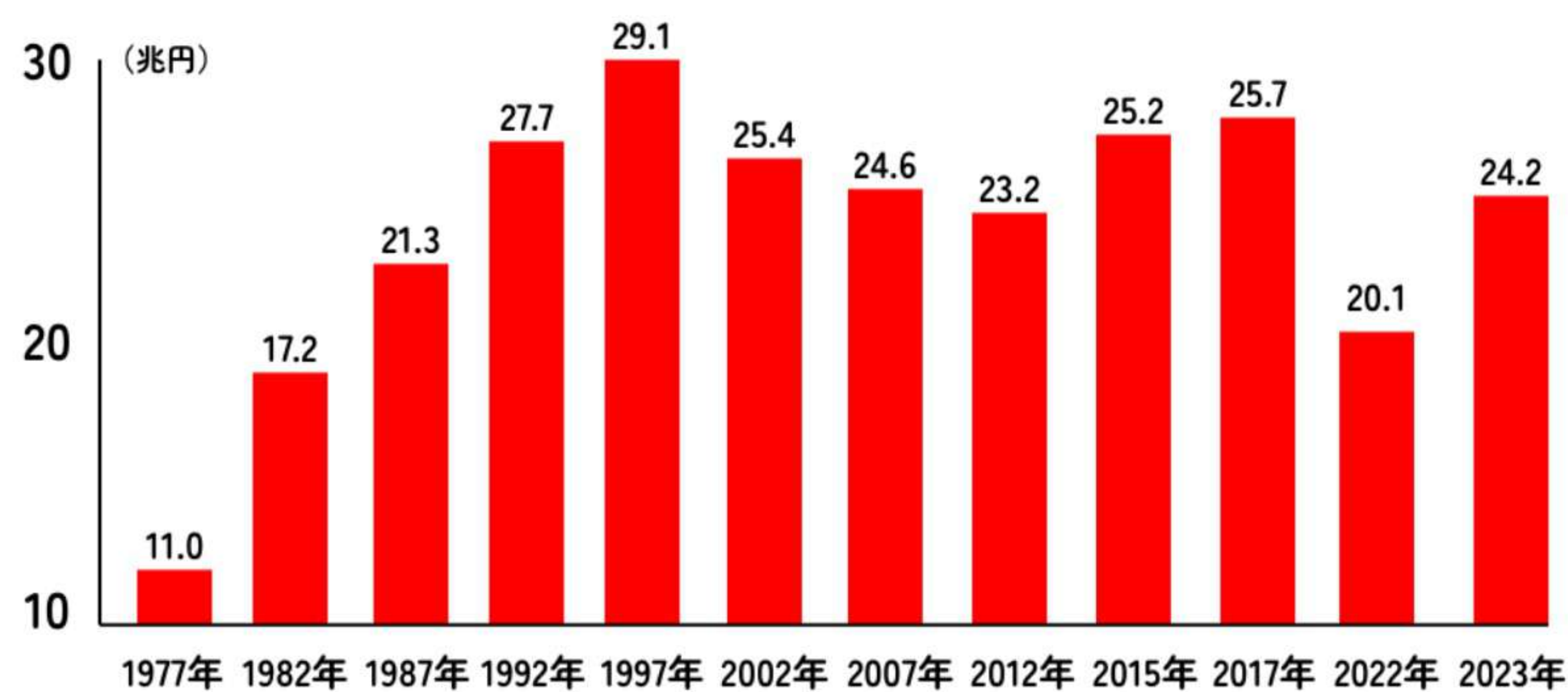
・特定技能在留外国人が
2万人を突破 **2024**

時代のニーズに寄り添い 外食産業も進化を続けてきた

日本の外食元年ともいえる1970年、米国の大手外食チェーンや国内資本のレストランが次々と開店し、外食は産業として人々の生活に浸透していきました。テイクアウトや宅配、ドリンクバーなど、サービスは多様化し、市場規模も拡大します。2011年の東日本大震災では業界全体で被災地を支援する動きが活発化し、その後も災害時での積極的な支援が行われています。2013年には和食がユネスコ無形文化遺産に認定されたことで、日本の外食産業に注目が集まっています。



外食産業の市場規模の推移

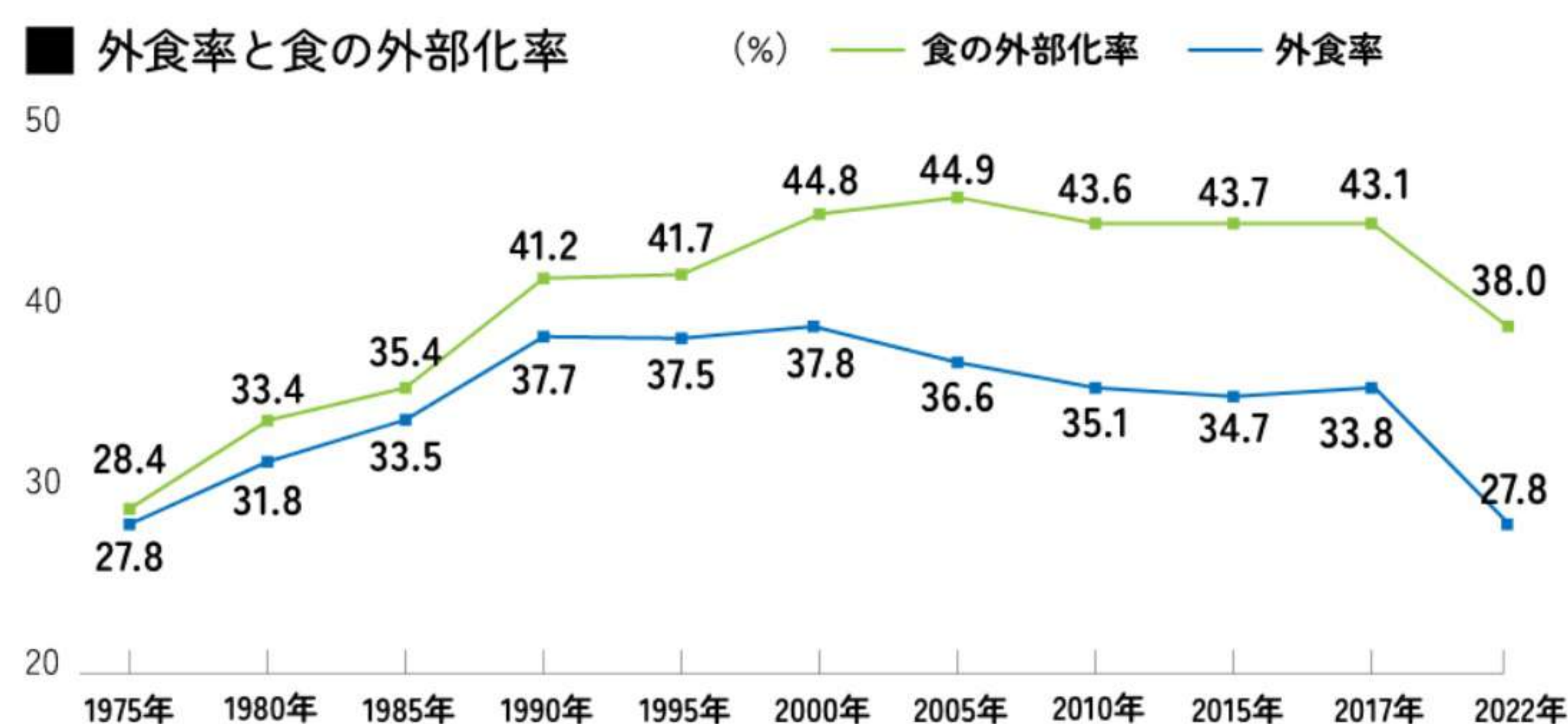


出典：(一社)日本フードサービス協会による統計

外食産業の市場規模は1997年に29兆702億円をピークに、減少に転じました。2015年から2017年にかけては、訪日外国人の増加などにより市場規模が拡大。また新型コロナウイルス感染症の影響を受けてから3年目を迎え、まん延防止等重点措置による営業制限が解除された2022年は、売り上げも徐々に回復していきました。しかしロシアのウクライナ侵攻によるエネルギーコストの高騰や人手不足などが、売り上げに影響を与えています。



外食率と食の外部化率



出典：(公財)食の安全・安心財団による統計

外食率 食料消費支出に占める外食の割合

食の外部化率 外食率にそう菜・調理食品の支出割合を加えたもの

食事のスタイルは3つに分類されます。レストランなどへ出かける「外食」、家庭で作って食べる「内食」、市販の弁当や惣菜などを家庭や職場で食べる「中食」です。外食と中食の支出は日本人の飲食料消費の44パーセントを占め、外食と中食を合わせたこれら広義の外食産業の市場規模は2023年に30兆円を超えています。新型コロナウイルス感染症の影響を受けた2020年以降は、外食率は低迷したもののテイクアウト需要が増加しました。



食材や食品の輸出にも貢献！ 世界に広がる、日本の外食

日本食は1970年代から海外展開が始まり、昨今はラーメンがその代表格として、海外の日本食市場を広く開拓しています。2013年に和食が世界無形文化遺産として登録されたことも追い風となり、海外での日本食レストランの数は約18.7万店（2023年農林水産省集計）と年々増加し続けています。新型コロナウイルス感染症の流行以降も、外食産業の海外出店は再び活発化しています。こうした日本食市場の拡大にともなって日本の食材や食品の輸出も増加し、今や世界各国で本格的な日本食を楽しめる機会が増えてきています。

日本食は
「ヘルシー」「美しい」「高品質」な
イメージで人気！



• COLUMN •

ミラノ万博を契機に欧州でも

アジアや北米に比べて欧州は食品輸入の規制が厳しいこともあり、外食産業の海外出店が一步遅れていましたが、2015年に行われたミラノ万博の日本館で、クオリティが高い日本食が提供されたことによって人気を博し、欧州にも日本食レストランが増加。カレーライスやうどんなどの日本食が、欧州の食文化に広がりを見せています。



関係各所のチームワークで実現！ 食事の提供で、被災地を支援

（一社）日本フードサービス協会では1995年の阪神・淡路大震災から本格的な被災地支援を展開してきました。政府や地方公共団体と連携し、炊き出し支援が必要な被災地と外食企業との調整役をはじめ、キッチンカーなど災害派遣に従事する車両証明の交付申請、被災地までの安全な交通網に関する情報収集などを行い、被災地支援が円滑に行われる取り組みを行っています。
新潟県中越地震や東日本大震災、熊本地震、2018年7月や2020年7月に発生した豪雨、能登半島地震でも被災地支援を行っています。

能登半島地震における温かい食事の提供

kitchen car

キッチンカー
約

5 万食



Bentō



弁当
約 2 万食

うどん
約 1850 食



Udon

能登半島地震の被災地では外食企業によるキッチンカーで、牛丼やカレーライスなど温かい食事が無償で提供されました。
また弁当の配布やうどんの炊き出しなども行われました。



食料自給率向上にも貢献する食材の国産化への取り組み

戦後、自由貿易の発展によって高品質な海外の食材を扱う外食企業が増える一方で、国内の農業関係者からは心配や反発の声が大きくなっていきました。

2000年代以降、外食産業では食材の見直しや食の安全に対する取り組みが活発化。2009年の農地法改正により、自社で農場を運営し、育てた野菜をメニューに使用する外食企業も現れ始めました。また日本各地の農家や畜産農家と提携し、野菜や米の仕入れ、食材の共同開発に取り組む外食企業も増えています。新鮮な国産の野菜を使うことは野菜の持続的な供給のみならず、日本の食料自給率の向上にも貢献します。



COLUMN

全国の産地と連携する 「リンガーハット」の取り組み

長崎ちゃんぽんで知られる「(株)リンガーハット」の名誉会長、米濱和英氏は「野菜のおいしさをもっと知ってもらいたい、日本の食料自給率の向上に少しでも貢献したい」との思いから2008年に「使用しているすべての野菜を国産に」と目標を掲げ、全国の産地を訪問して農業者と交流。2009年10月から全店で野菜を100パーセント国産化しました。また翌年の2010年には麺やぎょうざの皮に使用する小麦粉も国産のものを使用することで、国産化を現在でも進化させています。



今週のまとめ

海外進出や被災地支援、安心・安全な食材の追求など、

外食産業はさまざまな外部環境の変化に対応しながら、

日本人の食生活、農林水産業の成長をサポートしています。

aff 10月号
特集一覧は
こちら>>



Follow Me !

instagramも更新中！