

aff

あふ
Agriculture Forestry Fisheries



特集

たのしい外食





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

- ・消費税 (3%) 導入

1989

- ・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

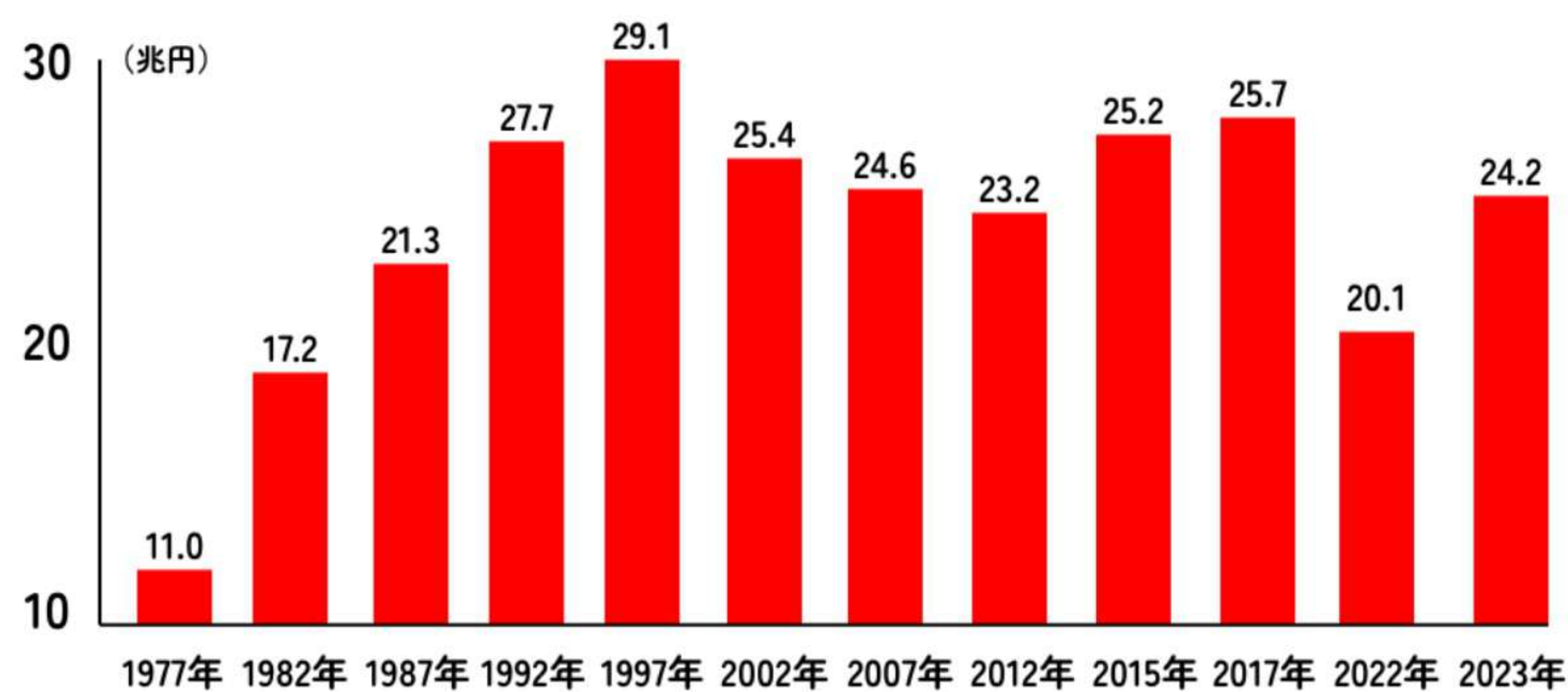
・特定技能在留外国人が
2万人を突破 **2024**

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

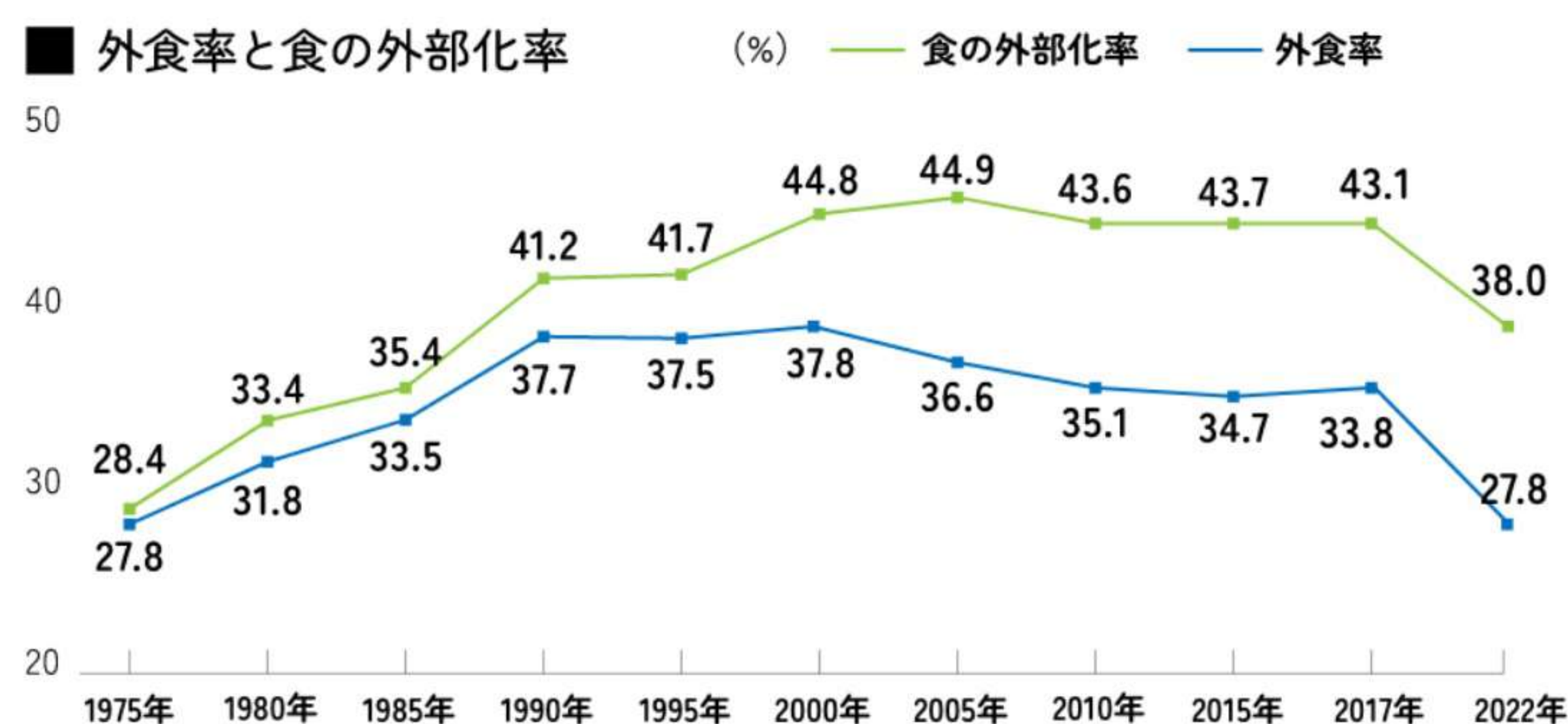


出典：(一社)日本フードサービス協会による統計

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。





特集
たのしい外食



キーワードで読む！
これからの「外食」



環境配慮、ダイバーシティ、インクルーシブ、生産性向上。

4つのキーワードを軸に、

未来に向けた外食産業の取り組みを紹介します。

KEYWORD 01

環境配慮

外食産業では食品廃棄物の削減、エネルギー使用量の低減や再生可能エネルギーの利用などを進める企業や飲食店が増えてきました。

ここでは生産者と協力し、生物多様性に配慮して育てた米を使用するなど、さらに進んだ取り組みを始めた企業の事例を紹介します。

（株）アレフ

食べ残しを活用したリサイクルループを実践！



ハンバーグレストラン「びっくりドンキー」などを運営する（株）アレフが取り組んでいるのは、自社の飲食店から排出された食べ残しや食品残さを価値あるものとして再生するリサイクルループです。食品廃棄物を生ごみ処理機で堆肥の原料に変え、家畜の糞尿とともに発酵させて堆肥に。これを使用した農場で栽培された米や大根を、一部の店舗で食材として活用。食品廃棄物が循環する仕組みができています。

残さず食べる子どもたちを応援する「もぐチャレ!!」



「びっくりドンキー」の全店（ポケットキッチンを除く）では、小学生以下の子どもを対象に完食応援イベント「もぐチャレ!!」を実施しています。チャレンジを宣言した子どもが、料理を残さず食べると表彰状にスタンプを押印。2つたまったら、次回の来店時にデザートをプレゼントします。残さず食べる喜びを体験していただく取り組みです。

誰もが安心して永く 使える割れないグラス

「びっくりドンキー」では、軽くて割れないお冷グラスを採用しています。哺乳瓶にも採用される「トライタン」という安全性の高い新素材樹脂でできており、軽くて丈夫で割れる心配がなく、食器洗浄機への耐久性に優れています。誰もが安心して使用できて、スタッフの作業負担が軽減できると好評です。※一部店舗を除く



・ COLUMN ・

行ってみたい！ 環境への理解が深まる「えこりん村」



「えこりん村」（北海道恵庭市）は、（株）アレフが運営するエコロジーテーマガーデン。広大な敷地では羊の放牧、生物多様性に配慮した米の生産、再生可能エネルギー発電などを実践しています。体験を通じて、生き物や自然環境の大切さを学べる環境教育プログラムも充実。持続可能な開発を行うための教育を行う、地域ESD活動推進拠点にも登録されています。



KEYWORD 02

ダイバーシティ

人種や国籍、年齢や性別などが異なる人たちが互いを尊重し、共存するダイバーシティの実現は、慢性的な人手不足に悩む外食産業の重要な課題のひとつ。

外国人材をはじめ多様な価値観、文化的な背景をもつ人たちが働きやすい環境を整えることは人手不足解消につながります。

〔 (株) ワンダーテーブル 〕

400人以上の 外国籍社員が働く

「ピーター・ルーガー・ステーキハウス 東京」「ロウリーズ・ザ・プライムリブ」など国内外に120店舗以上を展開する(株)ワンダーテーブルでは、外国籍の正社員が62人、アルバイトが352人。出身地は世界48の国と地域に及び、多様な文化的背景や価値観をもつ人材が集まっています。



多様性を受け入れる企業文化

近年増加しているインバウンド対応にも外国人材が重要な役割を果たしています。接客だけではなく、メニューやサイトなどの日本語を、外国語に翻訳する業務も必要になっています。一方で、従業員の働きやすさにも配慮が行き届いています。一部の店舗では業務マニュアルを7カ国語で作成したり、仕事の合間に提供するまかないのカレーをベジタリアン向け、ハラール対応など数種類つくって選べるようにするなど、フォロー体制も充実しています。外食産業ではこうしたニーズは、今後どんどん高まっていくでしょう。



KEYWORD 03

インクルーシブ

食物アレルギー、宗教や文化的理由によって特定の食物を食べられない人、乳児や高齢者など食事に何らかの対応を必要とする人たちがいます。あらゆる人を包括するインクルーシブを目指す社会のなかで、飲食店にはどのような対応が求められるのでしょうか。

カムカムスワロー



食べることに向き合うコミュニティスペース

「カムカムスワロー」（岐阜県岐阜市）は地域のコミュニティスペースで、カフェも営業しています。運営するのは、嚥下障害にも積極的に対応する近石病院です。カムは「噛む」と「COME（来る）」、スワローは、ツバメのほかに「飲み込む」という意味もあることから名付けられました。カフェのメニューは近石病院の管理栄養士が監修。モーニングプレートやランチ、デザート、ドリンクを提供しています。大きな特徴は、インクルーシブな対応をしていることです。

嚥下障害をもつ人への、細やかな配慮

カフェでは一部のメニューを除いて、管理栄養士がそれぞれの人の飲み込みの状態に合わせて料理を一口大にカットしたり、ミキサーにかけて柔らかくしたりするサービスを実施しています。ドリンクメニューはとろみをつけることができます。これなら嚥下障害のある人はもちろん、高齢者も安心して食事することができます。使用する食器についても、子どもが落としても割れない「つよいこグラス」や、すくいやすく口当たりがやさしい「ののじスプーン」などを用意。これから求められる、あらゆる人にやさしい飲食店のあり方を示しています。



COLUMN

飲食店における食物アレルギー対応

食物アレルギー患者やその家族の方も安心して外食ができるよう、飲食店においてもアレルゲンの情報提供や低アレルゲンメニューの提供といった取り組みが始まっています。政府としても飲食店向けに取り組みの必要性や注意点を解説する動画を作成し、更に食物アレルギー対応の取り組みが進むよう後押ししています。

外食・中食での
食物アレルギーについての動画



KEYWORD 04

生産性向上



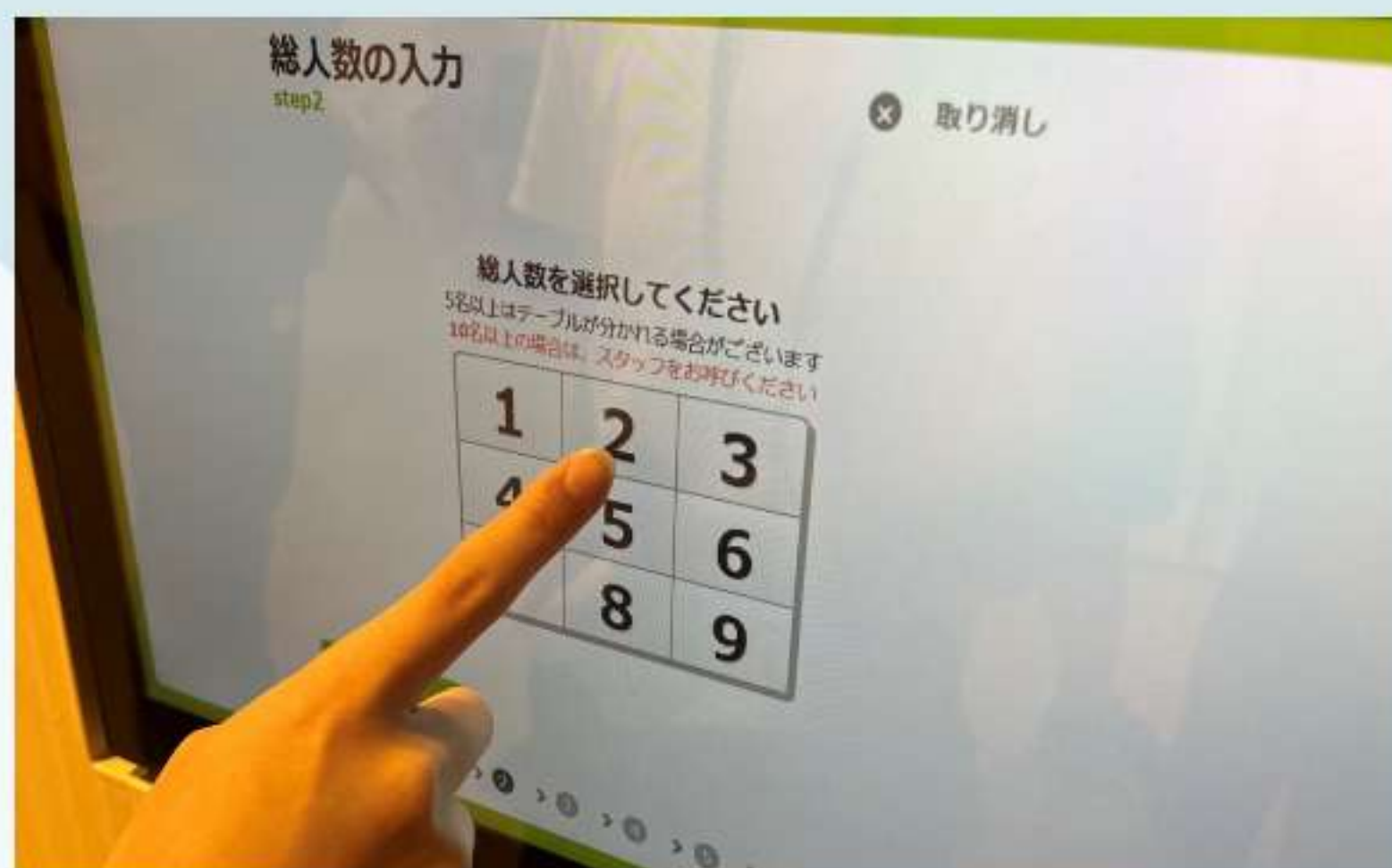
業務の効率化を図り、リソースを商品やサービスの向上に配分することで、
新たな付加価値を得ることが可能になります。
生産性向上に有効な手段のひとつとして注目を集める、
業務のDX・省力化の成功事例から、これから必要な取り組みについて考えてみましょう。

くら寿司

DX・省力化で非接触型サービスが実現！



1 自動受付・案内



スマホアプリなどで時間を指定して予約すると、来店時には自動的に客席まで誘導します。

2 タッチで注文



メニュー注文用タッチパネルを業界に先駆けて導入。現在はタッチパネルに表示されるQRタグを読み込むことで、自身のスマホからも注文可能に。

3 時間制限管理システム・製造管理システム



寿司カバーにつけたQRタグによって、レーン上の寿司などの提供後の経過時間を管理。滞在時間によって消費皿数（食べる量）を予測して厨房に表示することで、レーンに流す皿数を最適化し、廃棄ロスを軽減します。

4 抗菌寿司カバー



従業員も客も直接触れずに商品を出し入れできるカバーを独自開発。鮮度だけでなく、空気中に漂うウイルスや飛沫からお寿司を守ります。

5 皿カウンター水回収システム



テーブルの皿回収ポケットに寿司皿を投入すると、水流により皿が洗い場まで運ばれます。

6 ビックラポン



食べ終わった寿司皿を皿回収ポケットに投入すると、5回に1回抽選ゲームができます。

7 セルフチェック



寿司が流れるレーンの上部に設置された小型カメラの画像分析により、どのテーブルで何枚のお皿を取ったかを、自動でカウント。

8 セルフレジ



会計ボタンを押すと支払い金額が確定し、会計することができます。

回転寿司チェーンとして知られる「くら寿司」の店舗は、自動案内やセルフチェックなどのシステムと組み合わせ、入店から退店まで従業員を介することなくサービスの提供が可能となる非接触型サービスを導入し、生産性向上に大きな改善を図りました。こうしたシステムをすべて自社で開発。営業の実態に最適化した仕組みを構築できる点も強みです。

今週のまとめ

社会や消費者のニーズに対応して、大きく成長してきた外食産業。

少子高齢化、労働力不足、環境負荷の軽減などと向き合いながら、

私たちの食生活を豊かにする外食産業を、ぜひ応援しましょう。

aff 10月号
特集一覧は
こちら>>



Follow Me !

instagramも更新中！