

# IEO 市場の変貌とグローバル展開

## The Growth of IEO Markets and Global Expansion

研究代表  
相原 修  
Aihara Osamu

所 管：特定プロジェクト  
研究期間：平成26年度～平成27年度  
研究代表者：相原 修（本学教授）  
研究分担者：嶋 正（本学教授），高井 透（本学教授），宇田 理（本学准教授），  
田中 幸治（本学准教授），戸田 裕美子（本学准教授），  
横山 斉理（本学准教授），木立 真直（中央大学商学部教授）

### 研究の目的・概要

背景：IEO（Informal Eating Out）とは，気楽に食べられる外食の事をさし，具体的にはファストフードのような外食や，コンビニエンスストアで米飯，惣菜などを購入し食事とすることである。ユーロモニター インターナショナルが定義するIEOでは，ファストフード，カジュアルレストラン，宅配，持ち帰り，路上販売，キオスク，スペシャルコーヒー，カフェテリアが具体例として挙げられている。

新興国，先進国を含めたグローバルなIEO市場は，2011年で約700万店，1兆500億ドルという巨大市場になる。IEOの提供企業としては，マクドナルド，スターバックスなどのフードサービス業や7-11のようなコンビニエンスストアが代表的であり，またスーパーマーケットや百貨店も惣菜など食品に力を入れており，近年注目されている市場である。

目的と内容：今回の研究は，このIEO市場の誕生と変貌をマクロ的に把握するとともに，その中で伸びている注目企業をグローバルな視点で事例研究し，強さの源泉を探ることである。

IEOの誕生は先進国であり，サービス経済が進むとともに，朝昼晩定期的に決まった時間に食事をとるという時代から，時間に囚われないで自由気ままに食を楽しむ形が増加してきた。それらを提供するフードサービス企業が様々な業態を開発し，有望な市場として規模の拡大を見せている。また市場の変化対応のため従来は食材の提供を主として来たスーパーマーケットやハイパーマーケットなどの食品小売りがミールソリューションという概念で食材を提供するのではなく食事を提供してきている。

先進国のみならず，IEOは新興国でも注目を浴びている。企業が，市場で生き残るには，市場が伸び，競争相手が少ない市場を選択することが一つであり，新興国のIEO市場がその代表例として注目されている。アメリカや日本のフードサービス業が中国や東南アジア

に進出し現地の人々に受け入れられているという報道も増加している。小売業の進出を認めていない国へは、コンビニエンスストアがファストフードのレストランとして出店し、物販も並行して行なうという形式をとっている例もある。

IEOの一部であるハンバーガーはアメリカの食文化として先進国のみならず新興国でも受け入れられているのは周知の事実であるが、近年は日本食がヘルシーであるとして、回転すしが世界の国々へ普及しつつあり、さらにうどん屋、ラーメン店の出店など日本食レストランは先進国を中心に3万店を超えるともいわれる。

以上のようなIEO市場をめぐる企業の事例研究や変貌の動向を総合的に研究した例は数少ない。今回の研究では先進国を中心に顧客に直接接するフードサービス業や小売業の変化を時系列に追い変貌を明らかにするが、サプライヤーである生産者や食品製造業がIEO市場をどのように捉え、対処しているかの事例も考察する予定である。またIEO市場の増大は社会的、教育的な問題を起こしている場合もあるため食育でどのように扱われているかも見ていく。

## 活動経過報告

平成27年度は、前年度に引き続き各人の研究や視察結果の報告を研究会として行い、さらに中間報告的な形としてシンポジウム（10月10日）を開催した。シンポジウム全体のテーマは「ボーダーレス化する食」であり、コンビニエンスストアにおける食の取組を第3次産業の小売りであるローソンが、第1次産業の農業に参入したローソンファームの実例を発表した。また小売りと飲食の競争戦略やユーロモニターデータを基に分析したミールソリューションの国際比較分析の結果報告を行った。この発表にはシンガポールの現地調査の結果も利用した。その後研究分担者と飲食業研究の専門家や専門誌の記者も交えたパネルディスカッションを行い、今までの研究内容の一部が披露された。聴衆の方々から数多くの質問と感想が寄せられ、小売店の背後のサプライチェーンを知り面白かったなど好評であった。またパネルディスカッションの中で、スペイン視察で得られた知見から祖師谷の商店街でもバル方式の飲食を展開してはどうかという案もだされ、2016年2月に実現することになった。研究発表が契機となり地元の商店街活性化の一つの手段が提供された。

また短期外国人招聘事業で商学部において研究中であったジョン・ドーソン氏（エディンバラ大学名誉教授）にイギリスにおける飲食・小売りの動向について講義していただき討議する機会も研究会の一環として開催することができた。

上記に示した活動の結果は、論文として公表される。現在作成中である研究成果の一部は以下のようなものである。

ミールソリューションの国際比較については、食品雑貨店での販売は内食として、飲食店での販売は外食として考え、各々の店数と販売額を比較することで、内食が中心となっている国と外食が中心になっている国の国際比較（24ヵ国）を行っている。東南アジアの屋台文化が現在も引き継がれている国や、まだまだ家庭内食が中心の国もあることや、先進国では飲食店が増加してきていることなど、経済発展度や飲食文化の歴史をひもときIEOを含む飲食市場全体の動向を解明している。

また海外の事例としては、最近日本でも増加しつつあるバルを取り上げ研究中である。バルは南欧の食文化を代表するもので夕食までの時間を使って小さな飲食店を飲み歩くものである。南欧中心にヨーロッパ各国の実態を調査してきており、日本でも福岡市と鹿児島市のバルを見学した。日本のバルは様々のものを呼称し、たとえば焼鳥屋でもアジア多国籍料理でもバルと呼ぶことによって多様化したバルが氾濫している。今後はバルの定義を作成し、ビジネス・チャンスをつかめる方向でマーケティングを行う必要があり、IEOとしての可能性を考察していく。

さらにメーカー側からの取り組みとして水産養殖の事例を研究している。養殖事業のプロセス全体を価値創造プロセスと捉え、プロセスの各段階でどのようなテクノロジー、設備、コンサルティングなどの価値創造活動が必要かを明らかにしてきている。今後は、この分野での持続的成長のためのビジネスモデルとイノベーションの方法を解明する予定である。経営学におけるイノベーション研究は、ほとんどが製造業を分析対象に研究されてきている。つまり、対象がモノである。しかし、水産養殖事業の場合、生き物が対象であり、その成功もかなり自然の力によって強く影響を受けることになる。そのため、既存のイノベーション論とは異なるマネジメントのロジックが必要となると思われる。

上記のようなメーカーと外食・中食産業のサプライチェーンの構造特性の研究も進めてきている。外食・中食企業のサプライチェーンについて、食材調達方式や調理加工の集中化、アウトソーシングについてケーススタディを踏まえて考察している。最後に、日本におけるこれからの食生活スタイルの方向性との関連で、外食・中食産業の課題について整理する方向でまとめている。

また食育という視点からの研究も行っている。まず食育基本法の制定の背景や立法化による有効性について、文献調査や内閣府が実施している食育に関する意識調査などの公開データを分析することから始め、その後明治30年代に始まる食育の経緯や学校における食育へと研究を進め、その成果をまとめる予定である。特に、学校における食育については、文部科学省が平成22年3月に改訂した『食に関する指導の手引』などをもとに、新たな方策の提案や学校現場における食育推進上の課題を提示していく。

国際比較については、南欧だけでなくイギリスについても考察中である。これはイギリス小売研究を専門としている高名なジョン・ドーソン氏の協力が得られることになったためである。食に関わる諸問題を対象とし、食の安全から食育に至るまで、日英の小売各社の取り組みを研究する。すでに日本については、中食の歴史的変遷に関する研究を日本惣業協会編『中食2025』（2015年）に発表している。また、現在、日本と同様に食育へ取り組み始めているイギリスの小売業の動向についても調査を進めている。イギリスの取り組みについて、ジョン・ドーソン教授を共同執筆者に迎えて、食関連事業の日英小売業におけるマーケティング実践の国際比較を行うことを計画している。

このほか、アメリカのIEO展開や日本の食品スーパーの取り組み実態の考察なども加えており、当初予定していた以上に国際的な広がりをもつ総合的かつ実践的な研究になりつつある。勿論時間的な制限もあり、課題も残されているが、それらを明確にすることで、今後のIEO研究分野の基礎となる考察を進めていく。