2016年トレンド予測

飲食領域

まだ、ここにない、出会い。

RECRUIT

『ホットペッパー グルメ』『HOT PEPPER』のご紹介

日本最大級のグルメ・クーポン情報サイト
『ホットペッパー グルメ』

フリーペーパー
『HOT PEPPER』

PCサイト

ケータイ
スマートフォンアプリ

総掲載店舗数：約76万店
詳細情報掲載店舗数：約9.5万件
※2015年11月時点

全国49版＋１タブロイド誌
※東京23区4版は美容情報のみ掲載
月刊発行部数：315.4万部
※2015年度発行部数

飲食領域における2016年予測

キーワード

ビジター女性客とローカルおじさん客が
ゆるふわ交流し、
昭和的飲食街が地域創生につながる現象。

横丁ルネサンス

撮影協力：有楽町産直飲食街「魚〇本店」

「リア充」ネタを求めるビジターの若い女性客とローカルおじさん客が
「温かみはあるが、しがらみは発生しない」**リアルSNS的距離感で同居**。

交流人口および地域消費額増加のキラーコンテンツとして
「昭和的飲食街＝横丁」が**地域創生を担う**。

「横丁ルネサンス」の背景

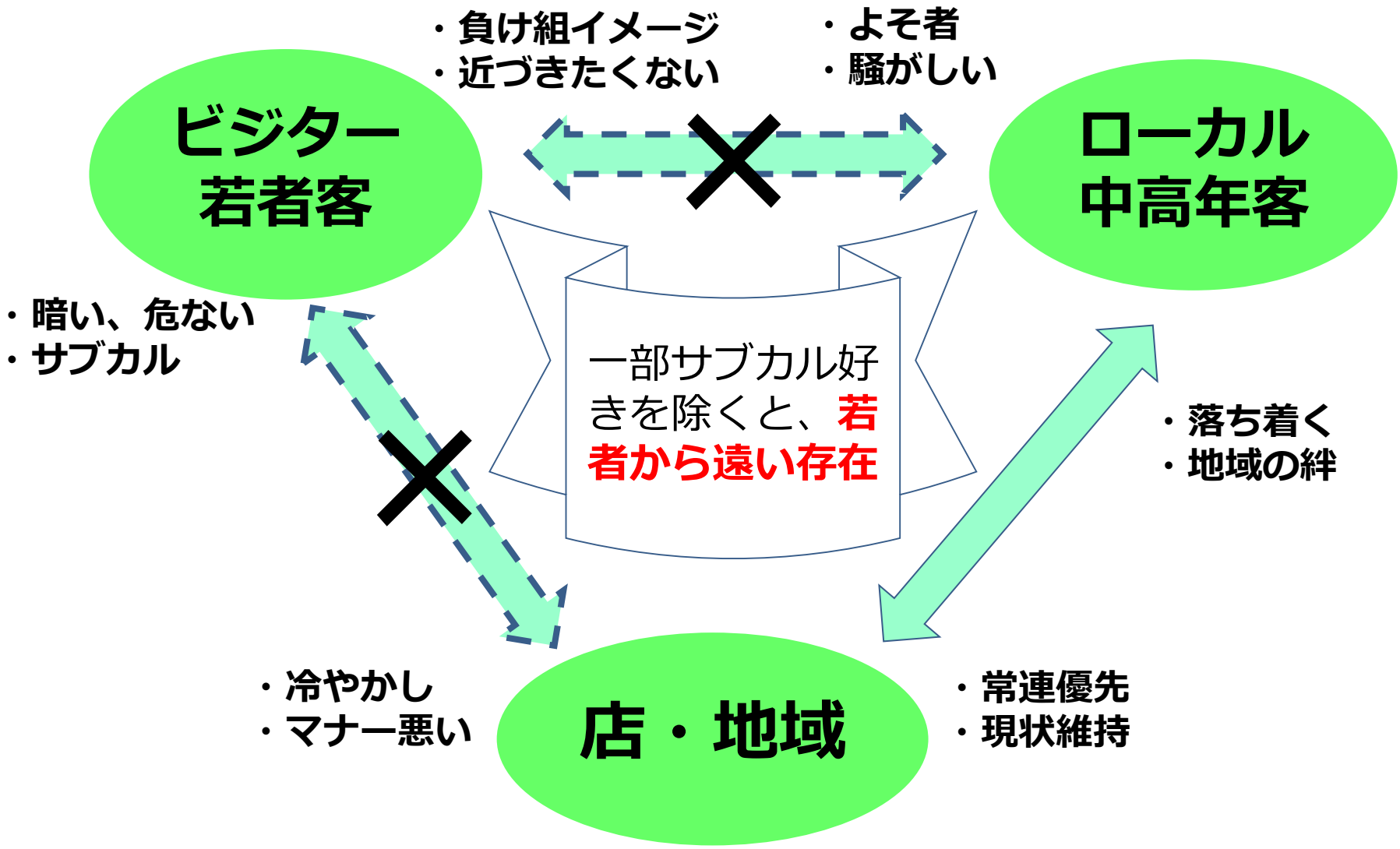
2015年は「昭和リバイバル」モードの年。

- 戦後を振り返り、総括した**「戦後70年談話」**
- 安保闘争と類似性を感じた**「集団的自衛権デモ」**
- **「一億総活躍」**キャッチコピーの、高度経済成長時代っぽさ
- **「東京オリンピック」**の準備と開発ラッシュ

そんな中注目を集めているのが「昭和的飲食街＝横丁」

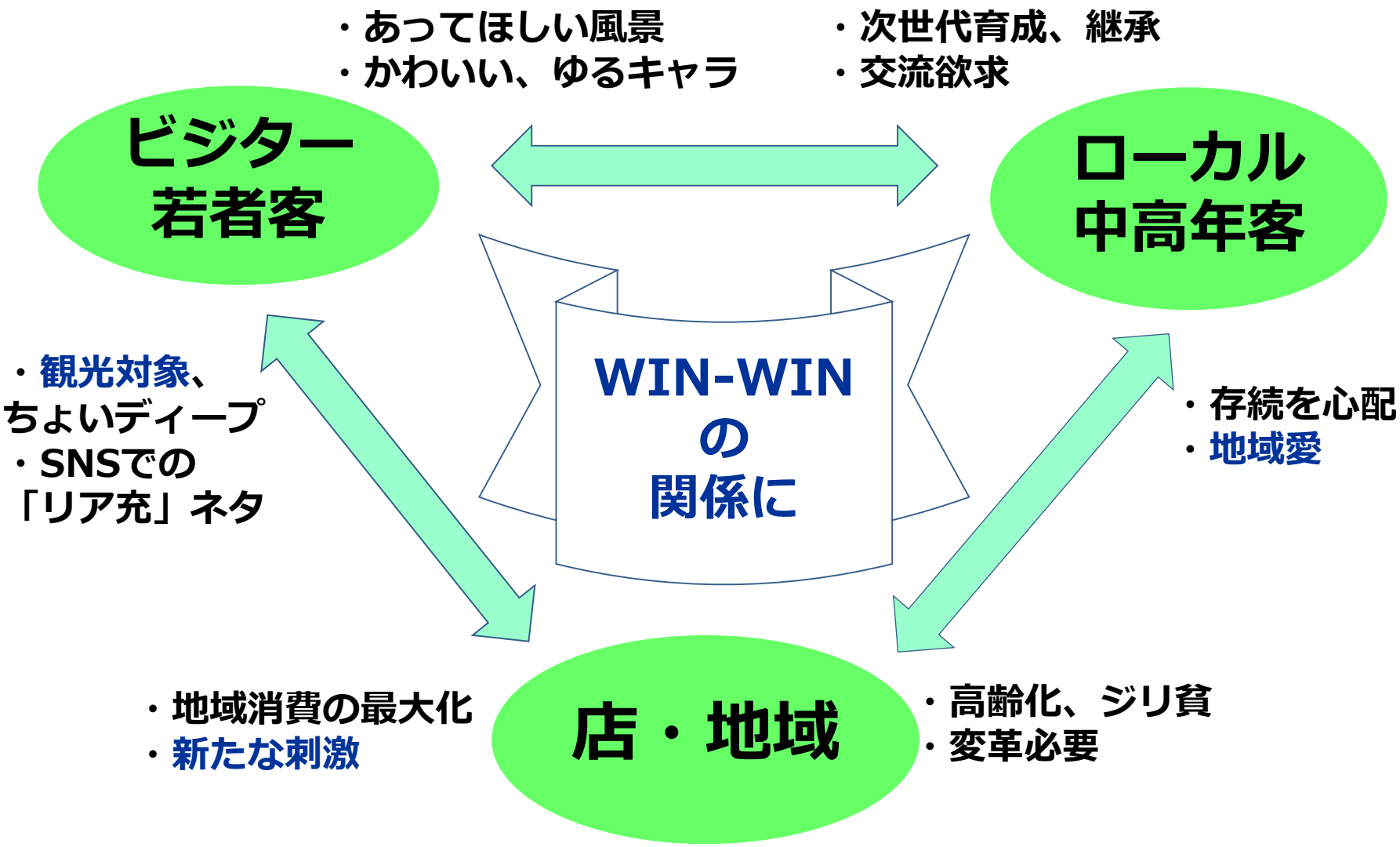
「横丁ルネサンス」の登場人物・ひと昔前

ひと昔前、横丁は若者から遠い存在。



「横丁ルネサンス」の登場人物・最近

若者が「昭和」を観光することでオープンな関係に。



「横丁ルネサンス」への3STEP

「再生型」横丁をきっかけに「旧来型」横丁エリアが勝ち組に。

2008～2011年頃
再生型横丁
ブーム

恵比寿横丁
（2008年
オープン）

有楽町
産直
飲食街
（2010年オープン）

八王子
ロマン地下
（2011年オープン）

2012～2015年頃
昭和飲み屋街
部分的に復活

横浜・野毛
ハーモニカ横丁など

赤羽
一番街など

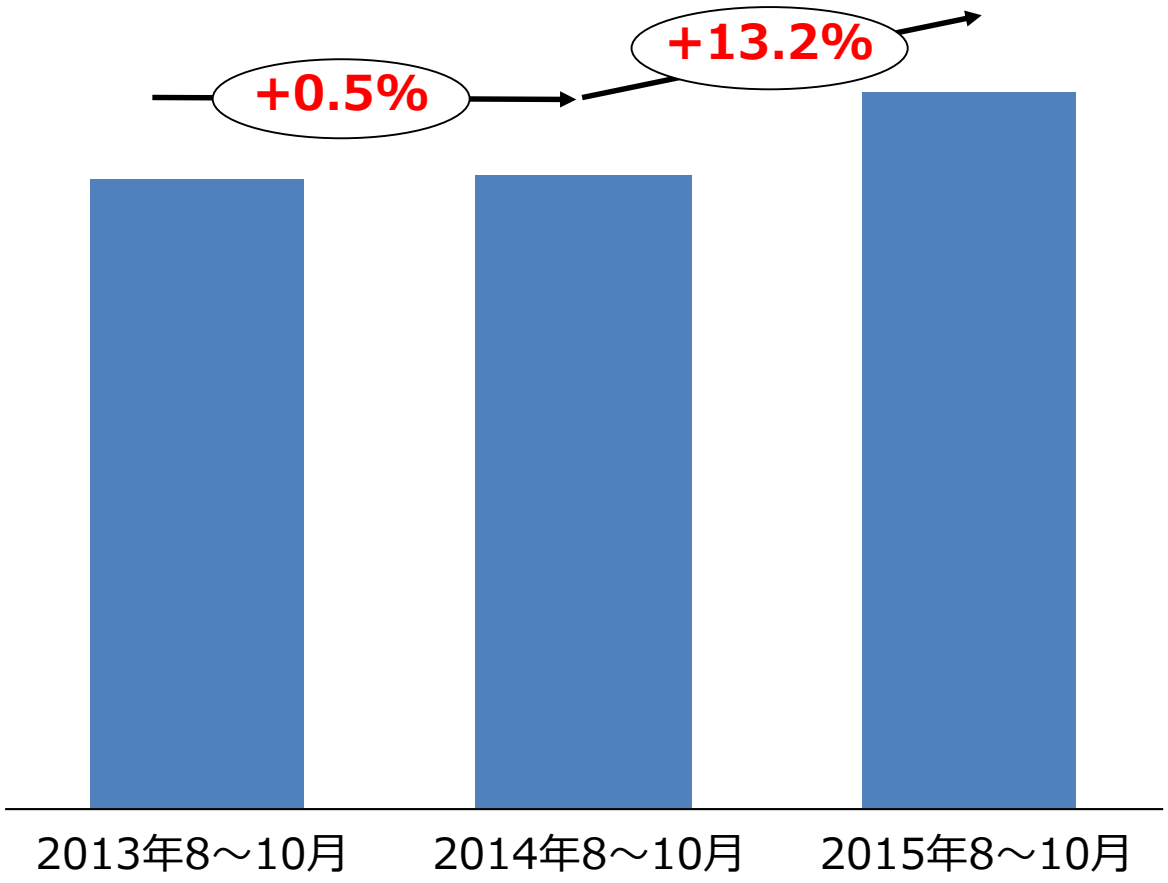
立石
呑んべ横丁など

2016年～
広範囲に
横丁で
地域創生

「横丁ルネサンス」の兆し①

『ホットペッパー グルメ』での「横丁」の検索数は増加傾向。

『ホットペッパーグルメ』フリーワード検索における
「横丁」の検索数推移



出典：『ホットペッパー グルメ』Webサイトにおけるフリーワード検索（PC+スマートフォン）での「横丁」検索数（最新3か月：2015年8～10月と過去2年同時期の比較）

「横丁ルネサンス」の兆し②

世の中での「横丁」の検索数も増加傾向。

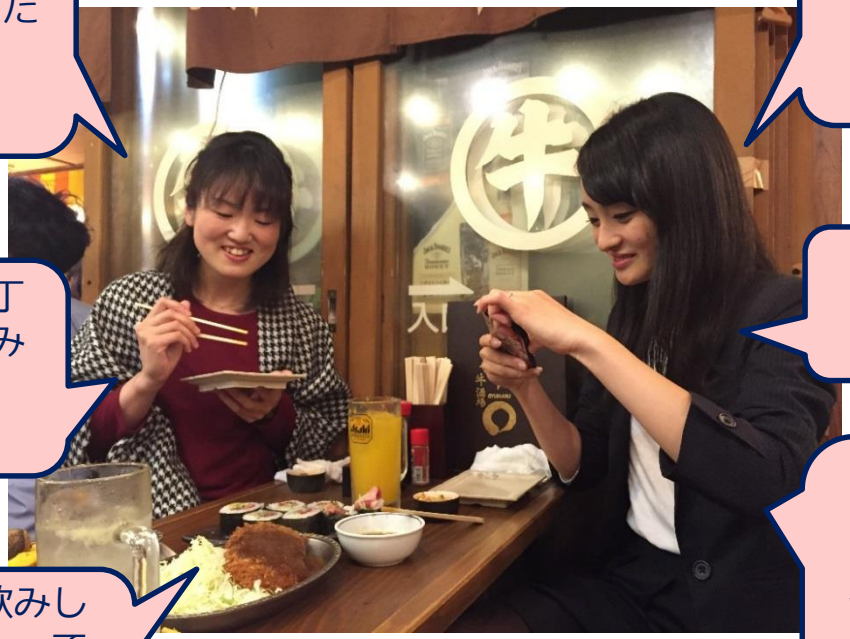
出典：グーグルトレンド
※「検索インタレスト」・・・（各時点の検索ボリューム÷検索ボリュームの最大値）×100。
検索ボリュームが最も高い地点を100とした場合の、各時期の相対的な検索ボリュームを示している。
上記グラフでは2015年6月が100。検索実数は非公表。

「横丁ルネサンス」登場人物① 20・30代女性

「横丁経験」に92%が満足。「リア充」投稿ネタとして最適。

「学生の時にハモニカ横丁（吉祥寺）に行こうとしたら怖くて入れなかった」
（29歳・銀行員）

「おじさんのほうが話せる。同年代にお店で話しかけられると、身構えちゃう」
（25歳・美容師）



「友人がInstagramで横丁の写真をあげているのをみて、行きたいと思った」
（22歳・学生）

「自分らだけ若いからちやほやされやすい」
（27歳・建設業）

「今度は着物で昭和飲みしている写真をInstagramで上げたい」
（26歳・小売業）

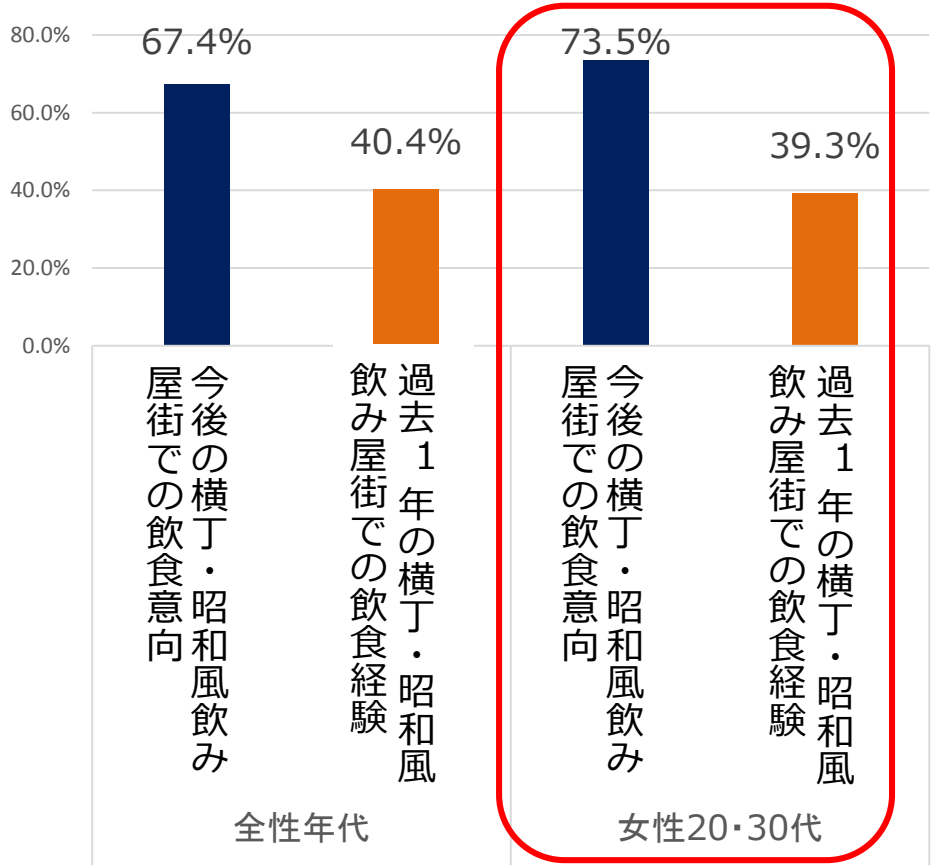
「野毛で地元のおじさんが何軒もごちそうしてくれた。地域のマスコットキャラクターのような人だった。」
（26歳・不動産業）

調査概要：
調査方法：株式会社マクロミルの登録モニターを対象としたインターネット調査
N＝240:首都圏在住、20・30代女性、過去1年間に横丁や昭和風の飲食街に飲みに行ったことがある人が対象、満足＝「とても楽しかった」「やや楽しかった」の合計。
コメントは20・30代女性インタビューと上記調査より。
調査期間：2015年11月6日 ～ 2015年11月7日
撮影協力：有楽町産直飲食街「牛〇本店」

「横丁ルネサンス」登場人物① 20・30代女性

74%が「横丁で飲みたい」。ポテンシャルは大きい。

横丁飲みのニーズ・実際に飲んだ経験率

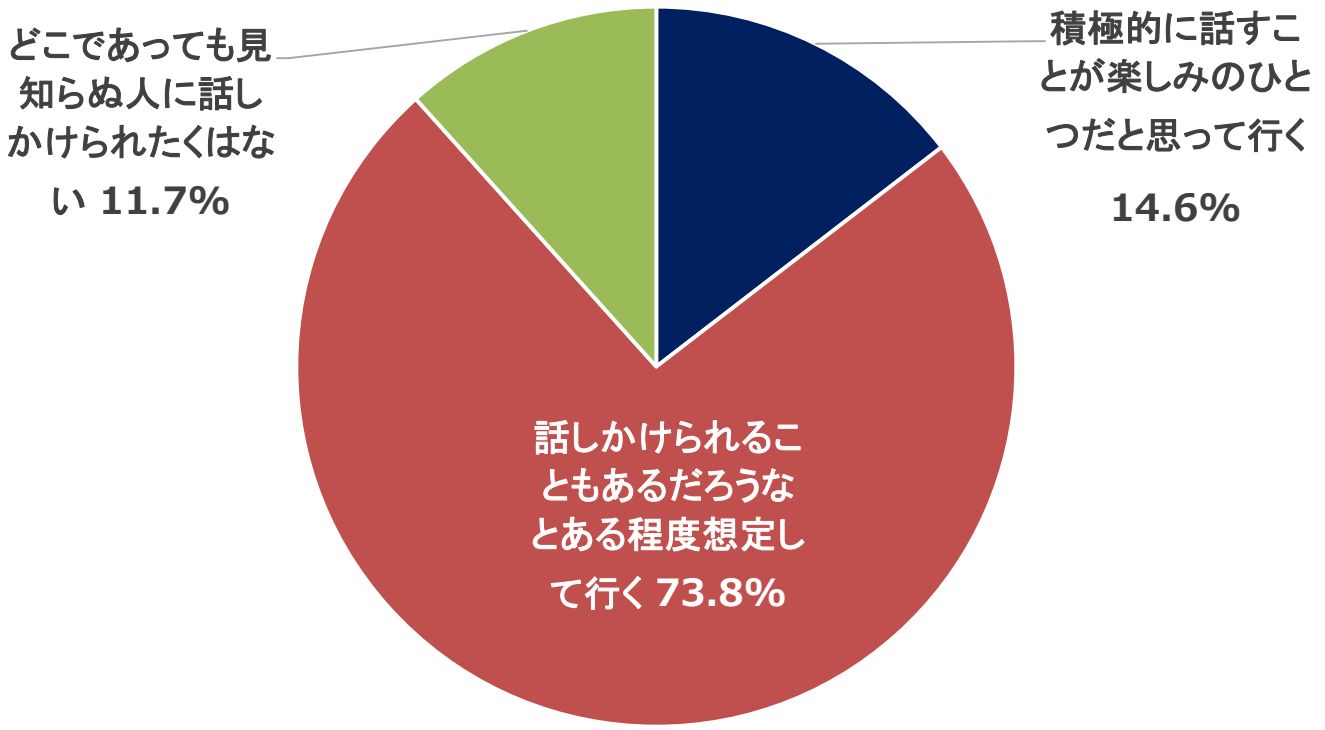


調査概要：
調査方法：株式会社マクロミルの登録モニターを対象としたインターネット調査
N＝1030：首都圏在住、20代～60代男女・各セル103名、飲食店で月に1回以上お酒を飲む機会がある人
調査期間：2015年11月6日 ～ 2015年11月7日

「横丁ルネサンス」登場人物① 20・30代女性

88%が「横丁で飲むなら他のお客さんと会話する」モード。

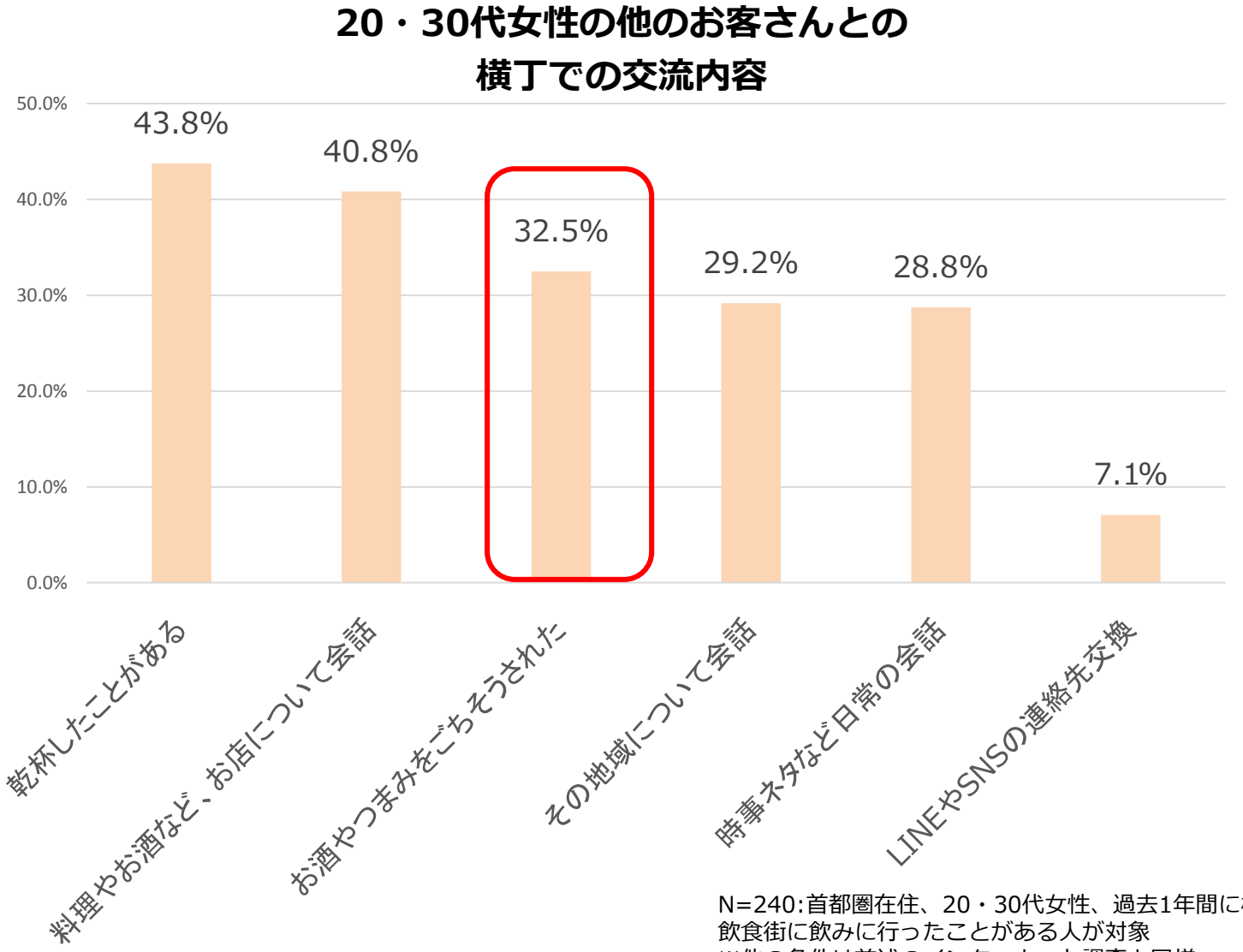
横丁や昭和的飲食街で飲む際に普通に飲む時と比べて
他のお客さんと会話することについての抵抗感に違いはありますか？



N=206
※他の条件は前述のインターネット調査と同様

「横丁ルネサンス」登場人物① 20・30代女性

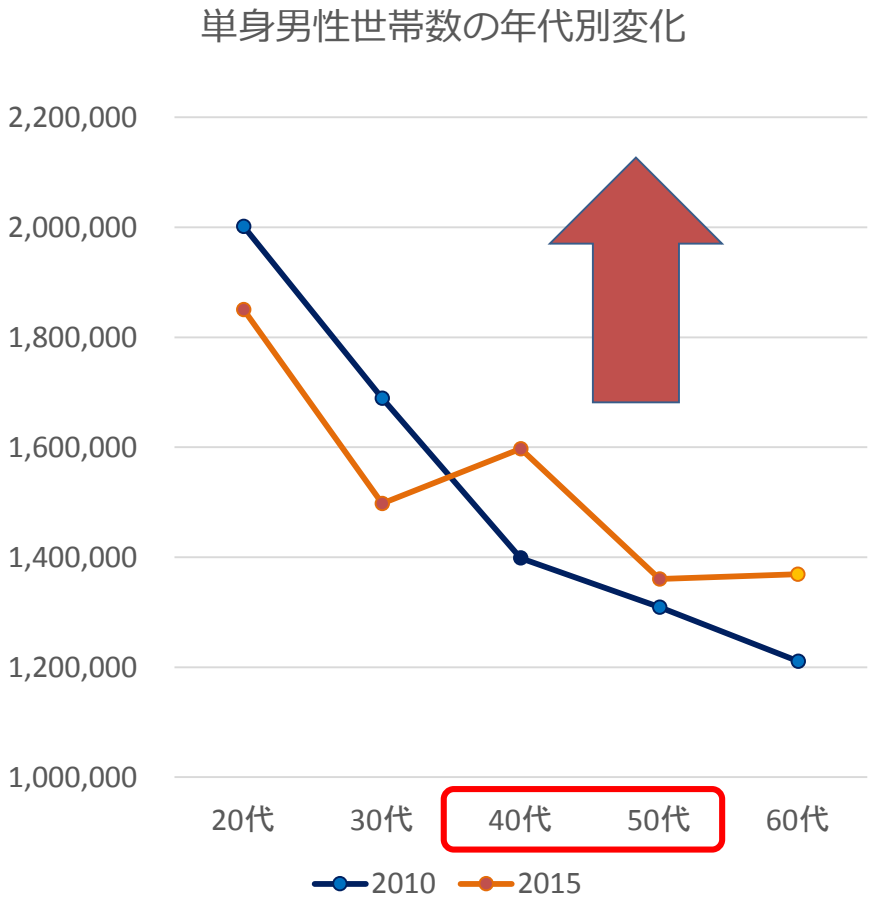
横丁で「他のお客さんにごちそうされた」33%。

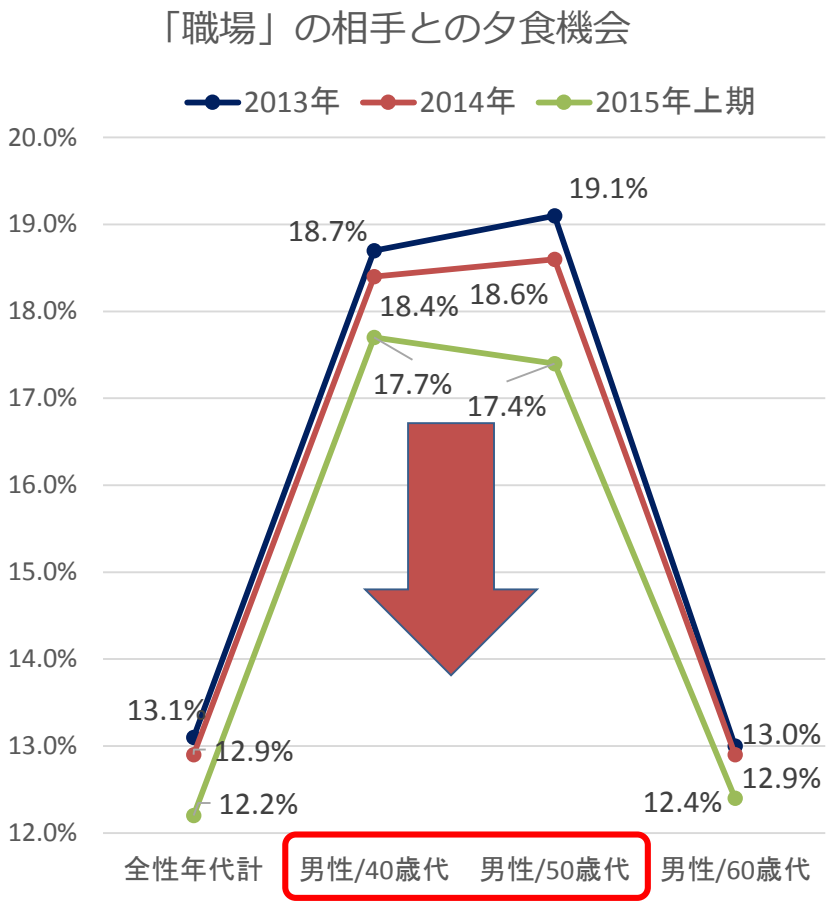


N=240:首都圏在住、20・30代女性、過去1年間に横丁や昭和風の飲食街に飲みに行ったことがある人が対象
※他の条件は前述のインターネット調査と同様

「横丁ルネサンス」登場人物② 40・50代男性

40代以上で単身世帯増加。若年層との交流機会は減少傾向。





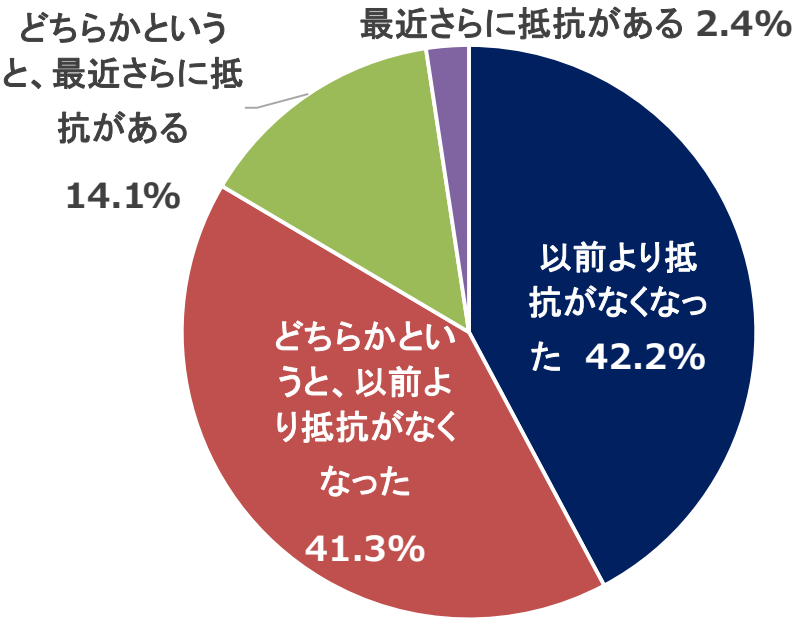
出典：国立社会保障・人口問題研究所
「世帯主の男女・年齢5歳階級別・家族類型別世帯数--『日本の世帯数の将来推計（都道府県別推計）』（2014年4月推計）」より当社で作成

出典：外食市場調査2013年度・2014年度より
N＝毎月約1万人、首都圏・関西圏・東海圏で毎月実施。
【職場】は厳密には「職場・学校仲間」として聞いている（20代なども調査対象のため）。

「横丁ルネサンス」登場人物② 40・50代男性

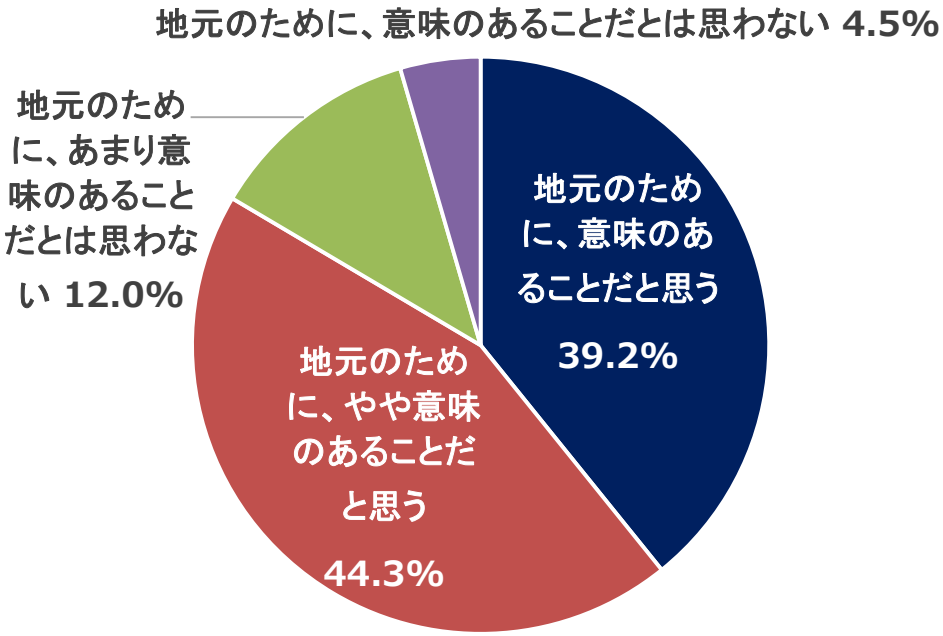
ビジター若者を受け入れる意識・ホスピタリティが向上。

なじみの店に一見さんの若者が来ることに対する抵抗感



N＝206：首都圏在住、40代～50代男性（居住地か勤務・通学地と居住地の間に、定期的に通っているお酒の飲める飲食店がある人対象）
※他の条件は前述のインターネット調査と同様

地元の飲食店に他地域から新規客の若者が来ることへの意識



N=309：首都圏在住、40代～50代男性
※他の条件は前述のインターネット調査と同様

「横丁ルネサンス」登場人物③ 店・地域（全国事例）

横丁による地域活性化は、首都圏以外でも。

＜先進例＞：**「観光開発型」**
八戸市「みろく横丁」

「**横丁と朝市の街**」。中心街だけで**8つの横丁**。平成新幹線八戸開業おもてなしの目玉として「みろく横丁」を開発。現在、同横丁**利用客の6割が観光客で地域経済に貢献**。
年2回、８つの横丁を飲み歩く【飲みだおれラリー】などの**イベントも開催**し、「収益は旧来からある横丁のPRなどにも充てられています」
（公益社団法人八戸観光コンベンション協会・八戸横丁連合協議会談）

＜今後＞：**「新世代店舗台頭型」**
広島駅西側「エキニシ」

スナックやお好み焼き屋などが並ぶ古いエリアが、タウン誌などで取り上げられ「**エキニシ**」として徐々に定着。近年は「**若いオーナーが新店やリノベーション店舗**をオープンさせている」（広島県・商工労働局・観光課談）。**地元の方が集う場所**として噂を呼び、最近では観光客も。まだ**観光地化には至らない今後注目のエリア**。

「横丁ルネサンス」登場人物③ 店・地域（首都圏事例）

注目エリア1
「再開発隣接型」
江東区・門前仲町エリア

POINT
■周辺のタワーマンション化
■豊洲に築地市場が移転予定

注目エリア2
「アクセス改善型」
足立区・北千住西口エリア

POINT
■アクセス改善
■大学移転、周辺がタワーマンション化

注目エリア3
「新店・新世代型」
杉並区・西荻窪南口エリア

POINT
■新店・新業態・新オーナー
■地域イベントを定期開催

「横丁ルネサンス」登場人物③ 店・地域（仕掛け人）

<横丁再生の仕掛け人に聞く>

今後は飲食・物販併設の「商店街」な横丁が求められるだろう。
横丁再生は地元の覚悟が問われる。
「使命で動く人」が地域を変える。

人はビルの中で過ごす時間が長いと、**地面や風を感じるオープンな場所**で飲みたくなるものだと思います。

今こそ、**世代を超えたコミュニケーション**、地域の人にとっての**「たまり場」**が必要な時代。**商店街**には飲食だけでなく物販もあるのが普通だと思うので、今後は**物販店もある横丁**を仕掛けたいと考えています。

各地から横丁で街を再生してくださいというような依頼も多いですが、**地域がどこまでまとまれるか**が問われますね。**お金より「使命」で動く**人がいるかどうかで決断することが多いです。

恵比寿横丁、有楽町産直飲食街など、再生型横丁を多数プロデュースしている
浜倉 好宣（はまくら よしのり）/レストランプロデューサー

飲食領域における2016年予測

キーワード

ビジター女性客とローカルおじさん客が
ゆるふわ交流し、
昭和的飲食街が地域創生につながる現象。

横丁ルネサンス

撮影協力：有楽町産直飲食街「魚〇本店」

「リア充」ネタを求めるビジターの若い女性客とローカルおじさん客が
「温かみはあるが、しがらみは発生しない」**リアルSNS的距離感で同居。**

交流人口および地域消費額増加のキラーコンテンツとして
「昭和的飲食街＝横丁」が**地域創生を担う。**