

「唐揚げ店」の倒産 ピークから半減 淘汰の波は収束へ

唐揚げブームから「定着」へ変化
リピート客の取り込みが成否分ける

「唐揚げ店」の倒産動向(2025 年 1-11 月)



本件照会先

飯島 大介（調査担当）
帝国データバンク
東京支社情報統括部
03-5919-9343(直通)
情報統括部:tdb_jyoho@mail.tdb.co.jp

発表日

2025/12/02

当レポートの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。
当レポートはプレスリリース用資料として作成しております。著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。

SUMMARY

2025 年 1-11 月に発生した「唐揚げ専門店」の倒産件数は 12 件で、過去最多の 2023 年(27 件)から半減し、前年(16 件)からも 25% 減少した。競争激化から市場退出が進むなか、倒産ペースは一転して大幅に鈍化した。生き残った店舗は小容量サイズの拡充やメニューのこだわりを SNS で発信し、固定客やリピーターを維持する戦略を採用する一方、新規出店も慎重に行い、競争環境に適応してきた。食品スーパーとの価格競争も続くなかで、唐揚げ専門店の戦略が引き続き注目される。

株式会社帝国データバンクは「唐揚げ店」の倒産発生状況について調査・分析を行った。

集計期間:2000 年 1 月 1 日～2025 年 11 月 30 日まで

集計対象:負債 1000 万円以上・法的整理による倒産

「唐揚げ店」の倒産、2025 年は 12 件 ピークから半減

コロナ禍の「出店ブーム」で競争激化が続いた唐揚げ専門店の「淘汰の波」が収束の傾向をみせている。持ち帰りを中心とした「唐揚げ店」経営者の倒産（負債 1000 万円以上、法的整理）は、2025 年 1-11 月に 12 件発生した。過去最多だった 2023 年（27 件）に比べて半減、前年（16 件）から 25% 減となり、年間でも 2 年連続で前年を下回る見込みとなった。

2025 年に倒産した唐揚げ専門店の 12 件すべてが資本金 1000 万円未満だった。オリジナルブランドの唐揚げ店のほか、大手唐揚げチェーンの FC 店、サブビジネスとして唐揚げ事業に参入した事業者など様々で、閉店や廃業といったケースを含めると、より多くの唐揚げ専門店が市場から退出したとみられるものの、唐揚げ店の倒産ペースは大幅に鈍化した。

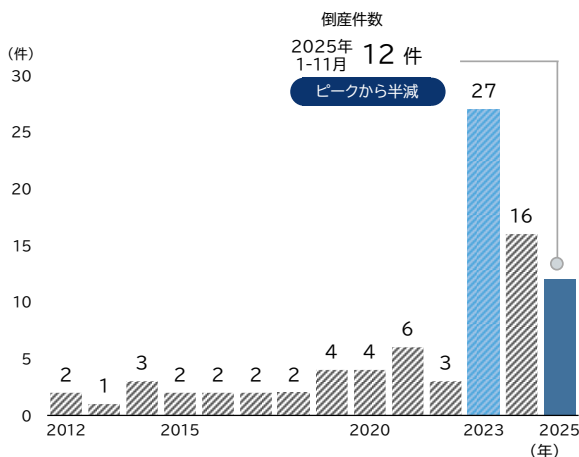
「持ち帰り」を前提とする唐揚げビジネスは、参入コストの低さやオペレーションの簡便さ、根強い人気を背景に、大手飲食チェーンから個人店まで様々な企業が参入してきた。他方、コロナ禍が明けてブームが収束し、成長が見込まれた唐揚げ市場は一転、限られた需要を多数の事業者が奪い合う「レッドオーシャン」となり、短期間で競争が激化。唐揚げの原材料として使用される鶏肉価格も高止まりが続くほか、調理に必要なキャノーラ油、店舗スタッフの人件費、光熱費といった各種コストが急増し、安価な原材料で利益を出す「唐揚げビジネス」の前提も崩れている。

こうしたなか、生き残った唐揚げ専門店では、小容量サイズの拡充やムネ・モモ肉の配合調整による「食べ応え」の訴求、メニューのこだわりを SNS で発信し、固定客やリピーターを軸に来店客数を維持するなど「納得感のある値上げ」に注力し、値上げしても客離れが起きづらい経営を進めている。また、不採算店を積極的に整理しつつ、集客が見込める立地を吟味して出店したり、新規出店の「選別」を進めるなど、過去の急激な出店による過当競争から一線を画した店舗戦略も目立つようになっている。結果的に、急激なブーム拡大と縮小を経て「美味しい唐揚げを食べたい」リピート客の取り込みが進み、唐揚げ専門店がブームから定着へと移行したことも、倒産の沈静化に大きく影響したとみられる。

他方で、足元では食品スーパーなど競合する業態でも唐揚げの品揃えを強化するなか、昨今の物価高を背景に消費者の節約意識も強まり、100g200 円台に値上げすると「急に売れなくなった」など、価格面での競争がシビアになっている。人気メニューの唐揚げをめぐる競争をどのように専門店が制するのか、引き続き注目される。

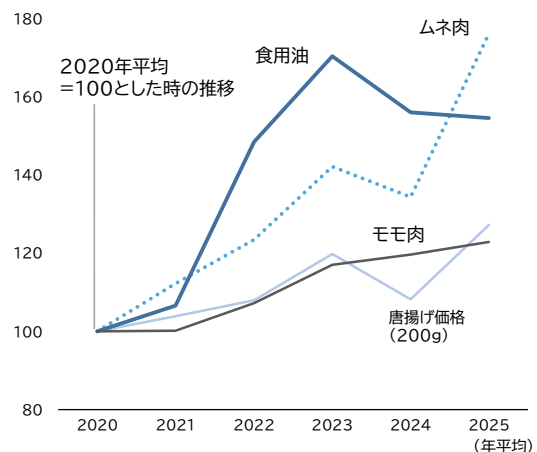
「唐揚げ店」倒産動向と背景

「唐揚げ店」倒産件数推移



【注】「倒産」：負債1000万円以上の法的整理

唐揚げ原材料の価格動向



【注】 帝国データバンク推計、2025年は10月までの平均
【出典】 総務省「小売物価統計調査」、農林水産省「食肉市況情報(東京、卸売価格)」