

ー 外食・中食におけるコーヒーマーケットの変化ー

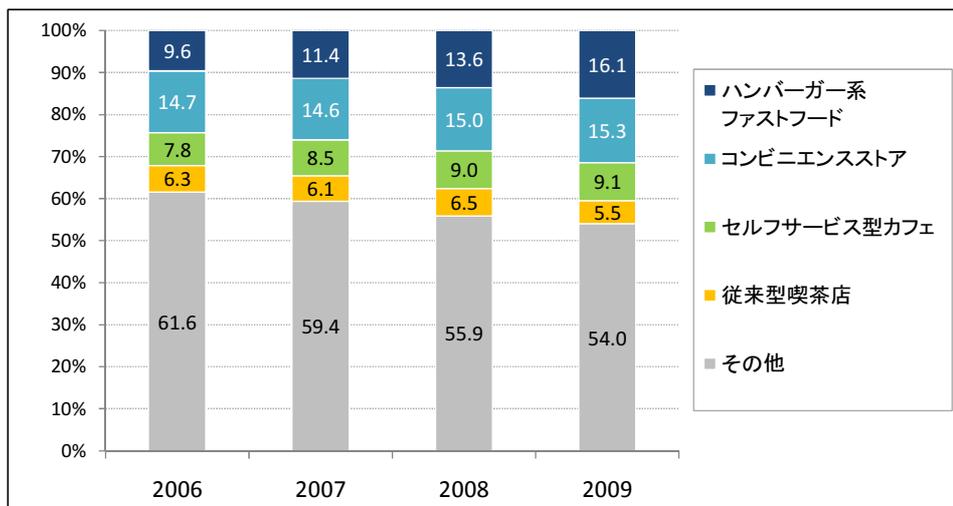
(エヌピーディー・ジャパン 社 調べ)

～ ここ数年でハンバーガー系ファストフードが台頭 ～

【東京、2010年12月14日】シアトル系コーヒー専門チェーンが日本に上陸してから10年以上経ち、コーヒーをテイクアウトする文化が日本にも定着したといわれている。コーヒー専門店に限らず、コーヒー強化に乗り出した業態が増え、今では、本格的なコーヒーを様々な業態で手軽に味わえるようになってきた。

エヌピーディー・ジャパン社が提供する外食・中食市場データサービス CREST*で、2006年から2009年のコーヒーが飲まれた食機会における業態シェアをみたところ、そのシェアに変化があった。2006年には、1位のコンビニエンスストア(14.7%)以下、ハンバーガー系ファストフード(9.6%)、セルフサービス型カフェ(7.8%)が続く。しかし、2009年になると、ハンバーガー系ファストフード(対2006年 +6.5ポイント)がコンビニエンスストアを上回り首位となった。(グラフ1)

グラフ1 【コーヒーが飲まれた食機会における業態シェア】

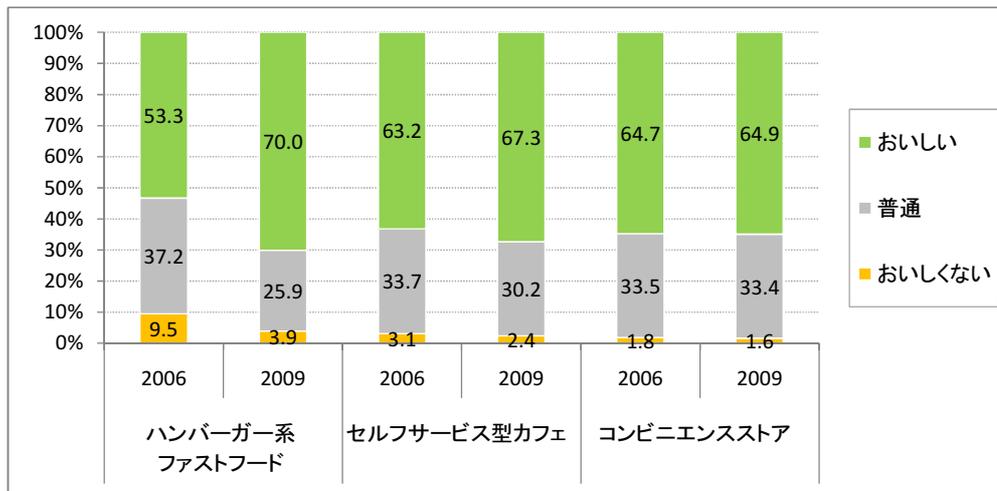


(エヌピーディー・ジャパン(株) 'CREST' より)

では、業態別コーヒーの味に対する評価はどのように変化しただろう。2006年、コーヒーを「おいしい」と評価している割合は、セルフサービス型カフェ(63.2%)とコンビニエンスストア(64.7%)が、ハンバーガー系ファストフード(53.3%)を約10ポイント上回っていた。2009年をみると、セルフサービス型カフェとコンビニエンスストアの評価は大幅には変わらなかったが、ハンバーガー系ファストフードでは16.7ポイント伸び、著しく評価が高まっていることが分かる。(グラフ2)

グラフ1でみたコーヒーが飲まれた食機会におけるハンバーガー系ファストフードの伸びの一因は、味の評価が高まったことによるといえよう。(宮川尚美)

グラフ2【業態別「コーヒー」味の評価】



(エヌピーディー・ジャパン(株) 'CREST' より)

* **CREST(クレスト)**とは、約20,000人/月のサンプル数を誇る、2003年より開始したサービスであり、外食・中食市場において「いつ、誰が、どこで、何を、どのように食べ、どの程度満足したか」という情報を1年365日、直接消費者から収集し、データベース化した情報サービスです。

The NPD Group について

The NPD Group は、信頼性の高い消費者/小売り情報を幅広い産業に提供している、リサーチ業界のリーディング・カンパニーです。現在では、製造業/小売業/サービス業を営む1,800社以上のお客様に対し情報サービスを提供しており、様々な場面でお客様のビジネスにおける意思決定をサポートしています。日本には5つの事業部(フードサービス、スポーツ、アパレル、テクノロジー、ディスプレイサーチ事業部)があり、お客様の新たなビジネス機会の発見や商品開発、マーケティング・営業活動、マーチャライジングに貢献しております。

お問合せ先/メールの配信・解除は以下のアドレスまでご連絡お願い致します。

npdjapan.info@npd.com

担当: 小野 雄大

エヌピーディー・ジャパン株式会社 (www.npdjapan.com)

〒108-0074 東京都港区高輪 3-23-17 品川センタービルディング 13階

TEL: (03) 5798 - 7663 / FAX: (03) 5798 - 7665