

－ 米国における不況下の消費行動と外食産業の成長 － (米国リサーチ会社 The NPD Group 調べ [要約])

【東京、2011年5月24日】 [要約]

米国リサーチ会社 The NPD Group は、景気と外食・消費行動の関係性について調査レポートをまとめた。これによると、消費者には、お金を‘自由に消費できる人’と‘自由に消費できない人’の2通りがあり、この2つのグループによって、現在あるいは将来の外食産業は形成されるであろう、と予測している(『The Changing Consumer Mindset: What it Means to the Restaurant Industry』、The NPD Group)。

この不況下で‘自由に消費できない人’は、調査対象者の76%であった。このグループに多い人は、失業者や比較的貧困層、定年退職者であり、レストランの利用回数、客単価、注文アイテム数はいずれも減少傾向にある。また、景気に左右されず、不況下でも‘自由に消費できる人’は少数派で、24%であった。このタイプの人々は、外食を抑制しようせず、定職者や裕福な家庭に多くみられた。

The NPD Group の外食産業アナリストであるポニー・リグスは、「自由に消費できる人はサービスや店の雰囲気、そうでない人は価格やお値打ち感に、より重点を置いている」と両者の店舗選択理由の違いを指摘している。さらに、「外食産業の景気回復と成長は、消費者行動の変化を理解することに関係し、戦略を新たな基準に合わせていくことである。レストランの種類や利用頻度は、年齢層だけでなく、長引く失業や不況によって富を失ったことなどが影響していく。」と締めくくっている。

※NPDのレポート(『A Look into the Future of Foodservice (外食産業の将来)』)では、2019年までの米国における外食産業・成長率を1%未満と予測している。

※ 原文 http://www.npd.com/press/releases/press_110510.html

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、マーチャンダ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。

yudai.ono@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