

外食・中食 調査レポート

コンビニエンスストア スイーツ市場 ~ 男性需要の掘り起こしがカギ? ~



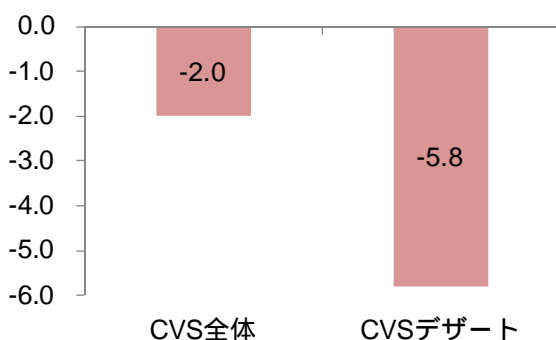
【東京、2013年7月22日】外食・中食市場のトレンドのひとつとして、数年前からコンビニエンスストア(以下、CVS)各社がデザート類に注力し、スイーツブームをうみ出した。特に女性は一度は足を運び、本格的なデザートを購入した経験があるのではないだろうか。今回のレポートでは、そのCVSデザート市場に関して、エヌピーディー・ジャパン(株)が提供する外食・中食市場情報サービス『CREST 1』から探ってみる。

■ CVSデザート市場のマイナスが顕著

まず、CVSにおけるデザートの食機会数の変化をみてる。図表1は、CVS全体とCVSデザート市場の食機会数成長率²であるが、全体と比べてデザートの食機会数の減少が顕著であり(-5.8%)、デザート類が苦戦していることが分かる。

【図表1】

CVS市場 食機会数成長率 (%)
(2012年6月 - 2013年5月 vs. 前年同期)



エヌピーディー・ジャパン(株)CRESTより

■ 「アイス・氷菓類」「プリン」は健闘

次に、CVSにおけるデザートメニューの動向に変化はあるのだろうか。図表2は各デザートメニューの出現回数である。前年同期と比較すると、上位3メニューの出現回数は減少傾向にある。一方、ほぼ横ばいではあるものの、「アイス・氷菓類」(+0.3回)、「プリン」(+0.1回)が健闘している。

【図表2】

CVSデザート市場 メニュー出現回数(回)

	2011年6月 - 2012年5月	2012年6月 - 2013年5月	直近1年 - 前年同期
ケーキ・シュークリーム	3.4	3.1	-0.3
スナック菓子	3.0	2.8	-0.2
チョコレート菓子	3.2	2.7	-0.5
アイス・氷菓類	2.1	2.4	0.3
プリン	1.5	1.6	0.1
ヨーグルト	1.4	1.4	0.0

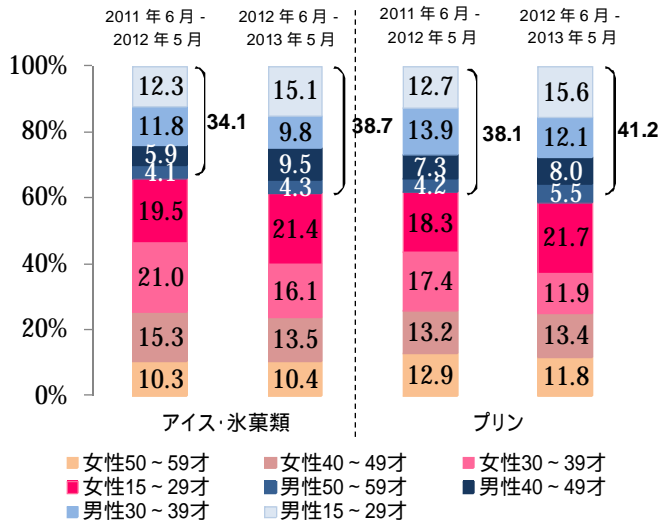
直近1年で、100食機会中の出現回数1.0回以上のメニューを掲載

エヌピーディー・ジャパン(株)CRESTより

■ 男性、特に若者のシェアが高まっている

では、「アイス・氷菓類」、「プリン」がCVSデザート市場全体に反してプラス成長した要因を考えてみる。これらのメニューが含まれる食機会における、性・年齢構成比を、直近1年と前年同期で比べてみる(図表3)。どちらのメニューにも共通した特徴は、男性のシェアが高くなっていることである。「アイス・氷菓類」では+4.6ポイント、「プリン」は+3.1ポイントと男性シェアの上昇がみられる。また、その内訳では、男性15~29歳のシェアが高くなっていることが分かる(「アイス・氷菓類」+2.8ポイント、「プリン」+2.9ポイント)。

【図表 3】
CVS 市場 メニュー別 性・年齢構成比 (%)



少し前までは、「男性が甘いものなんて…」という雰囲気があったが、ここ数年は『スイーツ男子』という言葉も流行り、今では定着したと言えるだろう。CVS デザート市場においては、スイーツ男子に向けて既に商品を販売している企業もあるが、今回の考察から、このターゲット層へのアプローチは商品購買につながる事が分かった。今まで以上に、男性に購入されるような商品を一層洗練させること、また現在、男性向けの商品がない分野においては、そのデザートを開発し、販売することがCVSの売上アップに貢献するかもしれない。

1 CREST とは

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」などの消費者動向のさまざまな情報を、1年365日、直接消費者から収集、約20,000人/月ものサンプル数を元に調査分析できる情報サービスです。(海外各国版もご用意)
詳細は <http://www.npdjapan.com/service/food.html>

2 当該データにおける成長率とは、以下の計算式で算出

$$\frac{\text{直近1年における食機会数}}{\text{前年同期における食機会数}} - 1 \times 100$$

お問い合わせ

エヌピーディー・ジャパン株式会社
セールス&マーケティング部 高橋・小野
Email: npdjapan.info@npd.com

〒108-0074
東京都港区高輪3-23-17 品川センタービル 13F
TEL: 03-5798-7663 / FAX: 03-5798-7665