

外食・中食 調査レポート

2013年第2四半期、日本の外食・中食市場の食機会数は世界で最も顕著な増加



【2013年8月28日、シカゴ】2012年第4四半期に低迷した後に日本経済は回復を見せたが、これにより、外食・中食市場の食機会数および金額ベースの市場規模の増加に大きく拍車がかかることとなった。特に食機会数は、大手マーケティングリサーチ会社であるNPDグループが調査対象とする、どの世界の外食・中食市場よりも顕著な増加であった。

オーストラリア、カナダ、中国、フランス、ドイツ、イタリア、日本、スペイン、英国、米国の外食・中食の利用状況を継続的に追跡調査しているNPDグループのCREST®によれば、2013年第2四半期に日本の外食・中食市場における食機会数は+3%、金額ベースの市場規模は+2%増加した。

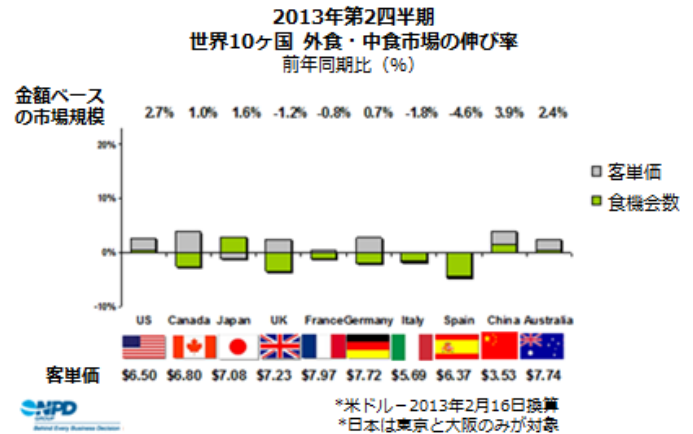
当四半期中、日本の外食・中食市場が成長する一方で、カナダ、フランス、ドイツ、英国では悪天候のため消費者による外食・中食産業の食機会数が抑制された。

イタリアとスペインでは経済不安が続き、食機会数減少の主な要因となった。英国とスペインでは、食機会数が前年同期比で-4%減となり、最も急激な減少となった。

米国では経済が回復基調にあるにもかかわらず、外食・中食市場の成長は横ばいとなった。

通常最も顕著な食機会数の増加を記録している中国は、法規制、インフレ、食品安全性への懸念などの要因により、わずか+1%の増加にとどまった。

オーストラリアでは、首相交代と今後の経済に対する警戒感の高まりのため、支出に対する姿勢がより慎重となり、当四半期における食機会数は横ばいとなった。



出典：NPD グループ CREST®

「日本の外食・中食市場は2011年の東日本大震災以来、最も顕著な食機会数の増加を記録しました」とエヌピーデー・ジャパンの広報担当・高橋英子は述べている。

「日本のマクロ経済は、2012年第4四半期に底を打って以来回復の兆しを見せています。消費者の信頼感が徐々に好転しつつあり、日本の消費者はますます外食・中食を利用するようになっていきます。」

「世界各国の外食・中食市場に関する当社の調査結果が明らかになる中、当四半期においてユーロ圏の景気後退が収束を見せたものの、ユーロ圏内のすべての国について収束したわけではない、と金融関連のニュースで報じられていました。」とNPDフードサービスのグローバルシニアバイスプレジデント、ボブ・オブライエンは述べている。

「しかし、欧州各国の外食・中食市場も、経済の下降局面の終了で活気づくことはありませんでした。また当四半期は、中国の外食・中食市場の成長はその他世界各国の市場を超えることはありませんでした。これは、当社が当市場の追跡調査を開始して以降初めてのことで。」

NPD グループについて

NPD グループは、より優れたビジネス上の意思決定をサポートするためのグローバルな情報・分析サービスを提供しています。当グループは、独自データと業界に関する比類無き専門知識を組み合わせることで、クライアントの皆様がマーケットを調査し、消費者を理解し、収益性を伴う成長を実現するためのお手伝いをいたします。対象カテゴリーは、化粧品、家電、エンターテインメント、ファッション、フードサービス、家庭用品、スポーツ、テクノロジー、玩具、ビデオゲームなどがあります。www.npd.com および npdgroupblog.com にてさらに詳しい情報をご覧ください。Twitter: @npdgroup もご覧ください。

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>

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 高橋
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