

US 大手ハンバーガーチェーン、 新セットメニュー展開。顧客の反応は？

外食・中食市場情報サービス『CREST(R) *1』を提供するエヌピーディー・ジャパン株式会社(所在地：東京都港区、代表取締役：トーマス・リンチ)は、この度、NPDグループによるUSの外食・中食市場のトレンドについての調査・分析を紹介します。

【シカゴ、2016年4月27日】情報調査サービスの世界的なリーディング・カンパニーであるNPDグループは、大手ファストフードハンバーガーチェーン店が、不景気中の集客のために行った大幅な値引きをやめることに、時間をかけて重点的に取り組んだ後、ルーツであるセット商品の提供に戻り、顧客もそれに反応していることが調査の結果わかりました。数年間の減少の後、ファストフード店においてセット商品を注文する客は、前年同期比で2016年2月末までの1年で1%増加し、この増加は全てセット商品の取り扱いによってもたらされたものでした。

セット商品は、以前は3つのメニューをセットで販売していましたが、ここ数年間は顧客がより多い選択肢やカスタマイズできることを望んだため、人気は低下していました。半年以上前から、価格重視の選べるセット商品を取り入れるチェーン店が次々と出てきています。ウェンディーズは、4ドルで4品のセットの販売を始め、マクドナルドは2ドルでMcPick 2を売り出した後に、メニューを変えてそのセットを2品で5ドルに変更しました。バーガーキングも後に続いて、4ドルで5品のセットを発売し、その他の多くのファストフードチェーン店も、顧客にとってバリューのあるセットを加えています。

顧客は、これらのセット商品に反応しており、お得だととらえています。ファストフード店における、夕食として購入されたセット商品は2015年2月末までの1年間で増加率6%でしたが、2016年2月末までの1年間では8%に上昇しました。この増加の結果、1億1,000万件のセット商品の注文がプラスされ、トータルで6億8,600万件の注文となりました。3つの主要ハンバーガーチェーン店、バーガーキング、マクドナルド、ウェンディーズ全てがセット商品を販売したことが、総合的に全体の注文増加に寄与しました。

「セット商品に再び強い反応があったことは、適切な販売促進を適切な時期に行えば、販売によって商売をプラス成長させることができることを示唆している。」と、NPD外食産業アナリスト Bonnie Riggs は言います。「その反応は、顧客が、カスタマイズできることと選択できることを重視していることも示している。」とも語っています。

***1. CREST®**

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」など消費者のあらゆる喫食動態データを、1年365日、直接消費者から収集し、年間13万を超える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 URL : <http://www.npdjapan.com/service/food.html>

エヌピーディー・ジャパンでは、専門アナリストによる世界各国の市場・消費者トレンドについてのコメントを紹介しています。

より専門的・具体的なデータをご要望の方は、下記よりお問い合わせください。

■ 本件に関するお問合せ先

エヌピーディー・ジャパン株式会社

〒108-0074 東京都港区高輪 3-23-17 品川センタービル 8F

TEL : 03-5798-7663

FAX : 03-5798-7665

Email : npdjapan.info@npd.com

