

外食・中食 調査レポート

中食市場 ~ コンビニ化するスーパー躍進のカギは夕食マーケット ~



【東京、2014年3月25日】 2014年2月、「ローソンマート」1号店がオープンした。生鮮コンビニ「ローソストア100」の進化型で、売場面積はローソストアの約2倍。取扱アイテム数を増やし、生鮮品や出来たて商品も強化しており、まさにコンビニが「スーパー化」し消費者の更なるニーズを捉えようとしているようだ。

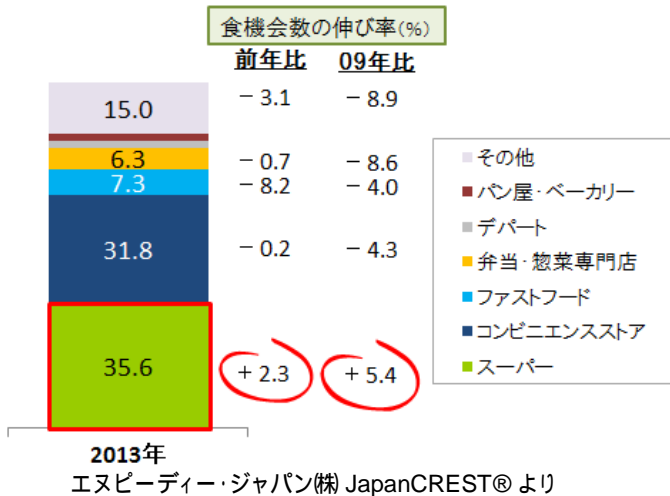
今回のレポートでは、コンビニ、スーパーを含む中食市場のトレンドについてエヌピーディー・ジャパン(株)が提供する外食・中食市場情報サービス『CRESTTM』から探ってみる。

■ 中食市場の成長を牽引する「スーパー」

まずはじめに 2013 年の外食・中食利用率を見てみると、2009 年と比べて中食利用率は-0.8 ポイント微減で大きな変化は見られなかった。

では、中食市場における業態別のトレンドはどうだろう。図表 1 は、中食市場における業態別シェアと各業態の食機会数^{*2}の伸び率のトレンドを分析したものである(図表 1)。

【図表 1】 中食市場 業態シェアと食機会数の伸び率の推移 (2013年 vs 2012年、2009年 / 食機会ベース %)



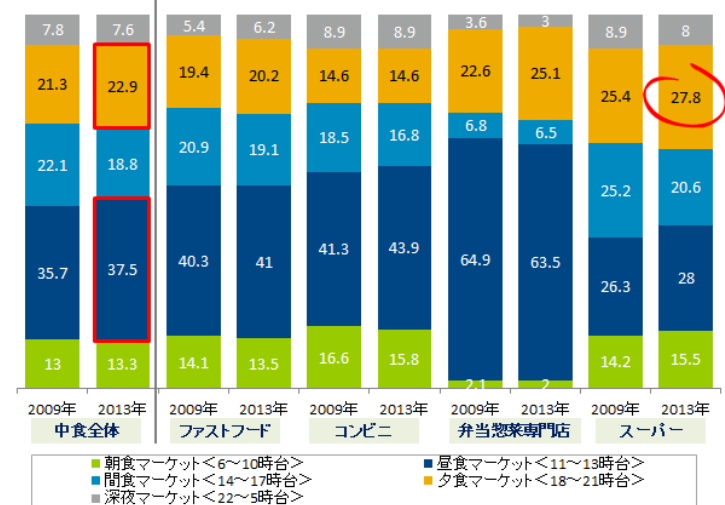
2013 年中食市場の業態シェアは、「スーパー」が 35.6%と最も大きく、続いて「コンビニ」が 31.8%のシェアを占めている。最もシェアの大きいスーパーの食機会数の伸び率に注目すると、前年比+2.3%、09 年比で+5.4%増加しており他業態と比べて好調である。

近年消費者が中食する機会においては、スーパーが他業態に比べてより選ばれる傾向にあることがうかがえる。

■ スーパーは客単価の高い夕食市場が好調

では好調なスーパーは、消費者のどのような需要をつかんでいるのだろうか。図表 2 は、中食市場における業態別の食機会(朝食/昼食/夕食/間食)シェアの推移を 09 年と 13 年でそれぞれ比較したグラフである(図表 2)。

【図表 2】 中食市場 業態別 食機会シェア (%) (2009年 vs 2013年 / 食機会ベース)



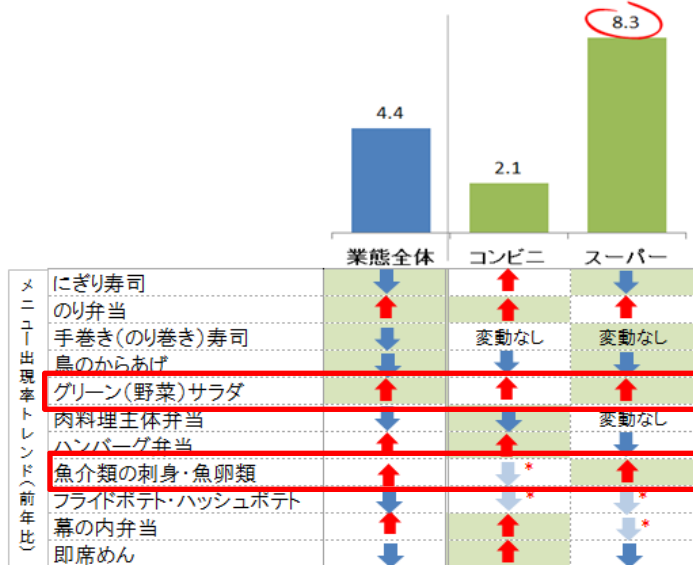
中食市場全体では昼食のシェアが最も大きく(2013 年 37.5%)、次に夕食(2013 年 22.9%)が続いている。さらにスーパー業態に注目してみると、「夕食」のシェアが中食全体と比べて大きく、その伸び率(+2.4 ポイント)も全体の伸び率(+1.6 ポイント)と比べて大きいことがわかる。

また、どの業態も 1 人あたりの平均客単価は「夕食」が高い傾向であり、スーパーが夕食において喫食機会を増やせたことはその躍進の一因と考えられる。(特典データ参照)

■ 中食・夕食市場ではヘルシーな惣菜メニューが人気

スーパーは夕食マーケットで食機会が伸びたことがわかった。では消費者は夕食の機会に、スーパーでどんなメニューを選ぶのだろうか。図表3は2013年の中食・夕食市場における業態別食機会数の伸び率および業態別メニュー出現率^{*3}のトレンドである(図表3)。

【図表3】 中食・夕食市場 業態別食機会数の伸び率(%)とメニュー出現率トレンド(2013年、前年比)



※緑のハッチング=各業態の出現率TOP5

* = サンプル数が少ないため参考値

エヌピーディー・ジャパン(株) JapanCREST® より

まず、2013年中食・夕食市場における食機会数の伸び率は+4.4%で、業態別ではスーパーが+8.3%増加し業態全体に比べて大きい。

また各業態のメニュー出現率を見ると、業態全体では寿司・弁当系が高く、「サラダ」や「刺身」などヘルシー系が伸びたことが特徴で、揚げ物や即席めんは減少傾向だった。好調なスーパーでも、寿司やヘルシー系メニュー(サラダ、刺身)は出現率が高い傾向であり、中食・夕食市場でヘルシーなメニューを好む消費者の心を掴んでいるようだ。

先に「コンビニのスーパー化」に言及したが、逆にスーパーでは近年「コンビニ化」が進んでいる。以前に比べて深夜および24時間営業が増え、多様な惣菜を提供するようになっている。コンビニでは買えない厨房を活かしたメニューがコンビニ感覚で利用できることは消費者に支持され、「スーパーのコンビニ化」も進んでいるようだ。中食市場は、業態を超えた新たな戦いが始まっているといえるだろう。

*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)

詳細は <http://www.npdjapan.com/service/food.html>

*2 食機会数とは

外食・中食を利用した延べ食機会(朝/昼/夕/間食)数

*3 メニュー出現率とは

当該メニューが100回喫食されたとしたとき、何回そのメニューが注文されたかを示す数字

NPD 最新ニュース:



調査地域が全国へ拡大、さらに60~79歳のシニア層のインサイトを追加し、様々なニーズへのご提案が可能です。詳細情報をご希望のお客様は下記までお問合せください。

お問合せ

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

本PRご購入読特典(2014年4月末まで)

特典データ「2013年業態別食機会別1人当たりの平均客単価」(パワーポイント形式)を無料でご提供いたします。ご希望の方はNPDの貴社ご担当者および上記お問合せ先までご連絡下さい。