

和洋菓子・デザート類市場に関する調査を実施(2016年)

【調査要綱】

矢野経済研究所では、次の調査要綱にて国内の和洋菓子・デザート類市場の調査を実施した。

1. 調査期間:2016年9月～12月
2. 調査対象:菓子類メーカー、卸売業、百貨店、エキナカ商業施設等
3. 調査方法:当社専門研究員による直接面接取材及び、電話取材、アンケート調査、文献調査併用

<和洋菓子・デザート類市場とは>

本調査における和洋菓子・デザート類市場とは、和菓子(どら焼きや大福などの生菓子や半生菓子、干菓子、焼菓子等)、洋菓子(ケーキやシュークリームなどの生菓子や半生菓子、焼菓子等)、デザート類(ヨーグルトやプリン、ゼリー、その他カップデザート類等)、アイス類(アイスクリームや氷菓等)の4分野を対象とし、メーカー出荷金額ベースで市場規模を算出した。

【調査結果サマリー】

- ◆ 2015年度の和洋菓子・デザート類市場規模は前年度比3.9%増の2兆2,216億円、2016年度は前年度比2.0%増の2兆2,655億円と拡大基調を予測

2015年度の和・洋菓子・デザート類市場規模は前年度比3.9%増の2兆2,216億円(メーカー出荷金額ベース)と拡大した。ヨーグルトやアイスクリーム市場が全体を牽引し、和菓子、洋菓子市場なども寄与した。2016年度は全体的には厳しい市場環境ではあるものの、デザート類が好調であることや、コンビニエンスストア(CVS)チャンネルが堅調であることなどから、前年度比2.0%増の拡大基調を予測する。

- ◆ 一般流通チャンネルの構成比が高まる

2015年度の和・洋菓子・デザート類市場のチャンネル別構成比は、量販店・スーパーが36.1%、コンビニエンスストア(CVS)が23.2%、百貨店が18.2%と続いた。市場全体が拡大するなか、専門店・路面店を除く全チャンネルで市場規模が拡大したが、特に量販店・スーパーやCVSなどの一般流通チャンネルが構成比を高めている。

- ◆ 和菓子市場が7年ぶりに拡大

製品別では、ヨーグルト市場とアイスクリーム市場の拡大が全体を牽引している傾向は、ここ数年変わらないが、2015年度は、2009年度以降縮小していた和菓子市場が7年ぶりに微増に転じた。日常的な和菓子の購入先として、スーパーやコンビニエンスストア(CVS)で展開されている流通系和菓子市場が拡大したことが寄与した。

- ◆ 資料体裁

資料名:「2016～2017年版 菓子産業年鑑 和・洋菓子・デザート編」
 発刊日:2017年1月31日
 体裁:A4判 673頁
 定価:115,000円(税別)

- ◆ 株式会社 矢野経済研究所

所在地:東京都中野区本町2-46-2 代表取締役社長:水越 孝

設立:1958年3月 年間レポート発刊:約250タイトル URL:<http://www.yano.co.jp/>

本件に関するお問合せ先(当社HPからも承っております <http://www.yano.co.jp/>)

(株)矢野経済研究所 マーケティング本部 広報チーム TEL:03-5371-6912 E-mail:press@yano.co.jp

本資料における著作権やその他本資料にかかる一切の権利は、株式会社矢野経済研究所に帰属します。
 本資料内容を転載引用等されるにあたっては、上記広報チーム迄お問合せ下さい。

【 調査結果の概要 】

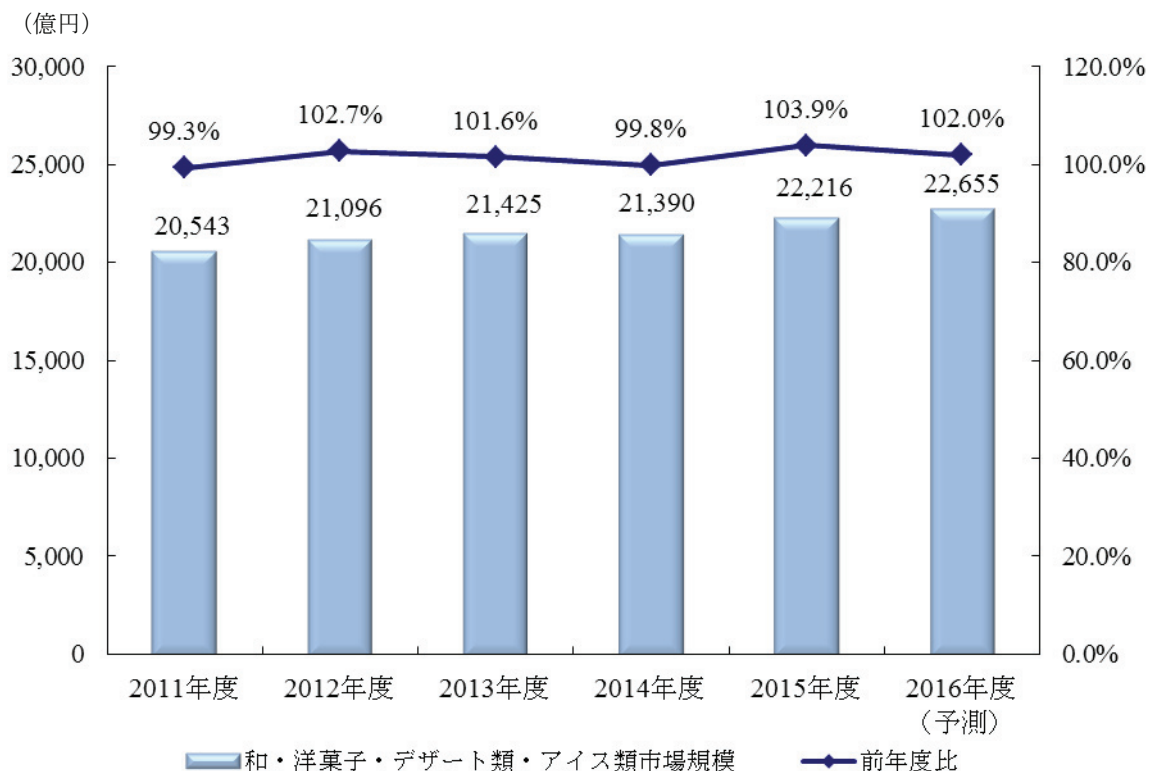
1. 和洋菓子・デザート類市場全体の概況

2015年度の和洋菓子・デザート類の市場規模はメーカー出荷金額ベースで、前年度比3.9%増の2兆2,216億円で、2013年度以降、2年ぶりに市場は拡大した。ここ数年、市場が大きく拡大しているヨーグルト市場が、2015年度も大幅伸長となったほか、アイスクリーム市場も引き続き拡大するなど、デザート類の市場拡大が全体を牽引した。価格改定による出荷額押し上げも要因のひとつであるが、需要そのものが堅調であり、また、和菓子市場が2009年度以降7年ぶりに微増に転じたほか、洋菓子市場も堅調に推移したことが寄与した。

和菓子市場は、日常的な和菓子の購入先として、スーパーやコンビニエンスストア(CVS)などが定着しつつあり、個人経営の和菓子屋が後継者不足等で数を減らすなか、流通系和菓子が堅調に推移している。また、2015年度の夏の天候不順の影響からの回復、消費税増税後の消費者の支出抑制志向からの回復などもプラスに働いた。

2016年度は、年初から続いた資源安、新興国の景気減速などを背景に円高が進んだほか、世界的な先行き不透明感なども影響し、日本国内の景況感に停滞感が見られた。和洋菓子・デザート類市場においても、概して消費者の低価格志向が根強く、全体的に厳しい市場環境ではあるものの、ここ数年の市場の牽引役であるヨーグルトやアイスクリームを中心としたデザート類が好調であることや、CVSチャネルが引き続き堅調であることなどから、2016年度の市場規模は前年度比2.0%増の2兆2,655億円を予測する。

図1. 和洋菓子・デザート類市場規模推移



矢野経済研究所推計

注1. メーカー出荷金額ベース

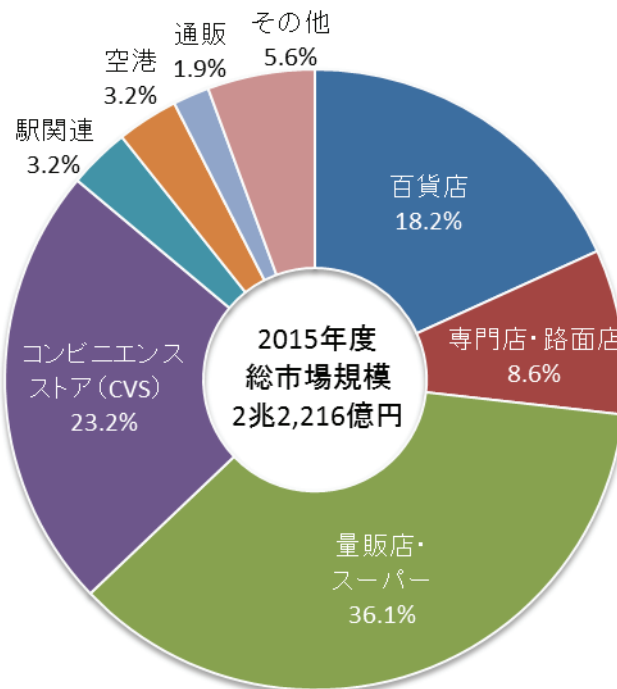
注2. (予測)は予測値

注3. 2015年度までのアイス類市場規模(内数)は一般社団法人日本アイスクリーム協会より引用、2016年度は矢野経済研究所予測値

2. 流通チャネル別概況

2015年度のチャネル別構成比は、量販店・スーパーが36.1%、コンビニエンスストア(CVS)が23.2%、百貨店が18.2%と続いた。2014年度と比較すると、専門店・路面店を除く全てのチャネルで市場規模は拡大したが、なかでも伸長率が高かったのは、量販店・スーパー、CVSといった一般流通チャネルと、空港であった。一般流通チャネルは、市場全体でヨーグルト市場、アイスクリーム市場が好調に推移するなかで、その主要販売チャネルとして拡大しているほか、和洋菓子のデイリー需要の購入先としても存在感を高めている。空港は、国内の空港利用客の安定推移に加え、訪日外国人客の大幅増加で、免税エリアを含めて菓子類の売場が拡大していることが寄与している。

図2. 2015年度の和洋菓子・デザート類の流通チャネル別市場規模と構成比



矢野経済研究所推計

注4. メーカー出荷金額ベース

注5. 本調査における主な流通チャネルの定義は次のとおり;専門店・路面店とはショッピングモール内専門店や路面店をさし、駅関連とは駅構内の商業施設(エキナカ)や駅ビルをさす。その他には高速道路のサービスエリア・パーキングエリアや法人需要等を含む。