

和洋スイーツ市場に関する調査結果 2009

— 男性消費の顕在化、新たなチャネル開拓に期待 —

【調査要綱】

矢野経済研究所では、次の調査要綱にて国内和洋生菓子、デザート類の市場の調査を実施した。

1. 調査期間: 2009年4月～6月
2. 調査対象: 製造メーカー、卸売業等
3. 調査方法: 当社専門研究員による直接面談、電話・e-mailによるヒアリング、ならびに文献調査併用

<和洋スイーツ市場とは>

本調査では和生菓子、洋生菓子、デザート類(プリン、ゼリー、その他チルドデザート類、およびヨーグルトを含む)、アイス類(アイスクリーム類、氷菓)を対象とする。

【調査結果サマリー】

◆ 2008年度和洋スイーツ市場規模は1兆7,874億円、前年度比0.2%増

2008年度和洋スイーツ市場は1兆7,874億円(メーカー出荷金額ベース、前年度比0.2%増)と、2004年度以降堅調に推移した。景況感悪化の影響から消費者需要が低迷するなか、商品分野別では和生菓子が堅調、また猛暑が幸いし、アイス類のうち氷菓が好調であったことなどが市場を下支えた。

◆ 本格派洋生菓子、業態を超えた消費者獲得競争へ

消費者の低価格志向を受けて、コンビニエンスストアではオリジナルでありながら価格を抑えた本格派洋生菓子を強化してきている。専業である製造小売業との垣根が低くなりつつあり、今後、業態を超えた消費者獲得競争が推測される。

◆ 2009年度1兆7,415億円、男性消費の顕在化や通信販売チャネルに期待

景気後退による消費低迷が続くことから、2009年度和洋スイーツ市場規模は前年度比2.6%減の1兆7,415億円と予測する。全体的には厳しい市況になると推測されるが、若年層を中心とした男性消費の顕在化や通信販売チャネルの開拓など、新たな需要層への訴求により拡大が期待される。

◆ 資料体裁

資料名：「2009年版 菓子産業白書～和・洋生菓子・デザート編～」
 発刊日：2009年9月30日
 体裁：A4判 528頁
 定価：105,000円(本体価格100,000円 消費税等5,000円)

◆ 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 営業本部 広報・PRグループ 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・PRグループ迄お問合せ下さい。

【 調査結果の概要 】

1. 市場概況

和洋スイーツ市場規模は2004年度以降微増基調にあり、2008年度は前年度比0.2%増の1兆7,874億円(メーカー出荷金額ベース)であった。景況感悪化の影響により消費者需要が低迷し、全体的には厳しい状況ではあったが、なかでも和生菓子が堅調に推移した。また、猛暑が幸いし、アイス類のうち氷菓が好調であったことなどが市場を下支えた。

2. 主要商品分野別動向

2-1. 和生菓子

2007年度は前年度比0.3%増の4,965億円、2008年度は同0.1%増の4,970億円で、2年連続で堅調に推移した。2007年度は主原料である砂糖価格の高騰による商品価格への転嫁がプラスに働いた面があったが、2008年度は大福やどら焼き、団子といった朝生菓子(製造当日が賞味期限となる和菓子)関連が流通系や製造小売系チャネルともに堅調に推移した。この背景には、消費者の節約志向や低価格志向を反映し、洋生菓子と比較すると手ごろな価格であることが挙げられる。一方で進物需要は厳しい状況であった。

2-2. 洋生菓子

2007年度は前年度比0.5%減の4,436億円と縮小に転じ、2008年度は同0.6%減、4,411億円と引き続き減少傾向であった。2007年度は原材料費高騰や人件費増による製造コスト上昇やパティシエブームの一段落などのマイナス要因があったが、2008年度は消費者の低価格志向を受けて、値ごろ感のある商品が堅調であった一方、全体的には小売店舗への来店客数の減少や高額品が苦戦したことが影響した。

また、消費者の節約志向を受けて、コンビニエンスストアではオリジナルでありながら価格を抑えた本格派洋生菓子を強化してきており、専業である製造小売業との業態を超えた消費者獲得競争が推測される。

2-3. デザート類

デザート類について、2007年度は前年度比0.8%減の4,728億円、2008年度は同1.7%減の4,648億円と洋生菓子同様縮小したが、減少幅は大きかった。その要因として、デザート類の約6割を占めるヨーグルトは消費者の健康志向を背景に「脂肪ゼロ」商品が大きく売上げを伸ばしたが、ヨーグルト全体を押し上げるには至らず、また近年好調に推移してきたプリンは2008年度に減少に転じたことがある。一方で常温タイプの「ゼロカロリー」ゼリーやチルドカップのゼリー飲料など、消費者の利便性や健康志向を背景に新たな提案をした商品がヒットしたが、デザート類全体は縮小傾向となった。

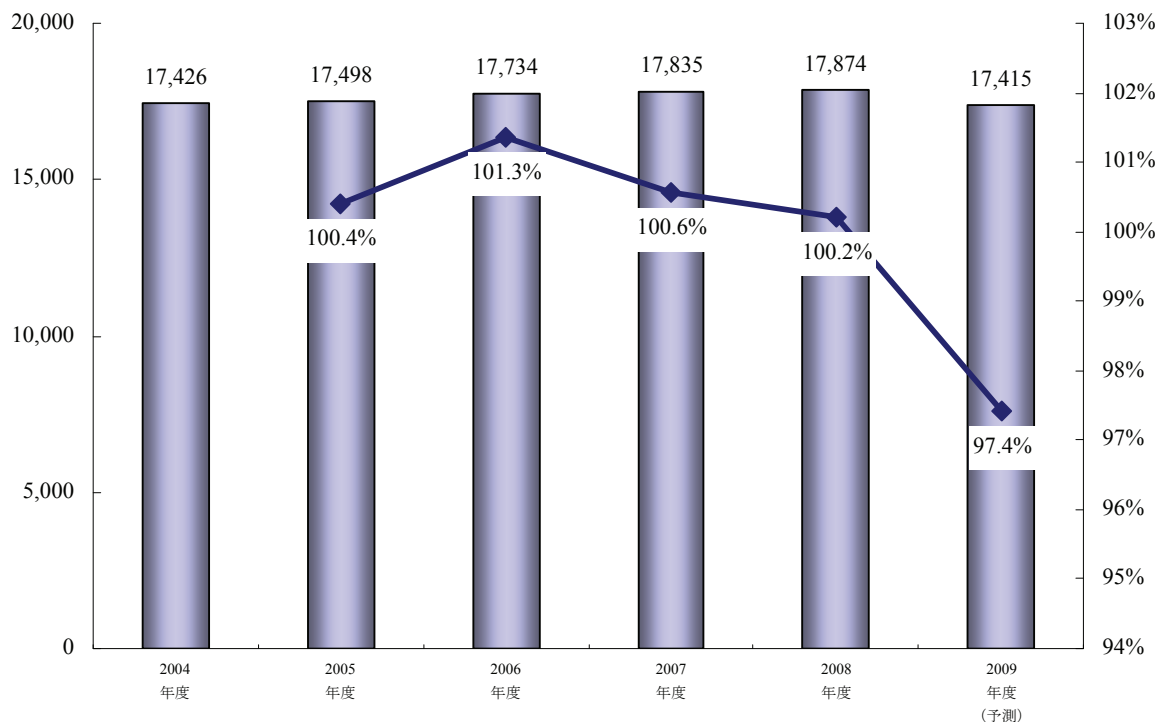
3. 将来予測

景気後退による消費低迷が続くことから、2009年度の和洋スイーツ市場規模(メーカー出荷金額ベース)は前年度比2.6%減の1兆7,415億円と予測する。和洋スイーツともに2009年1月以降、製造小売業における売上が前年度を下回る場所が多くみられるなど、2009年度も全体的に厳しい状況と見込まれる。和生菓子で約7割、洋生菓子では約6割を製造小売業が占めるため、同チャネルの動向は市場を左右することとなる。また、量販店やコンビニエンスストアを中心とした流通系チャネルについては、引き続き朝生菓子を中心に和生菓子は堅調に推移するとみられるが、洋生菓子やデザート類については低価格なプライベートブランド商品の投入による単価下落などにより、数量増ほどに金額ベースでの伸びはそれほど見込めないと考える。

その一方で若年層を中心とした男性消費の顕在化や通信販売チャネルの開拓など、新たな需要層への訴求により拡大が期待される。

図1. 和洋スイーツ市場規模推移と予測

単位: 億円

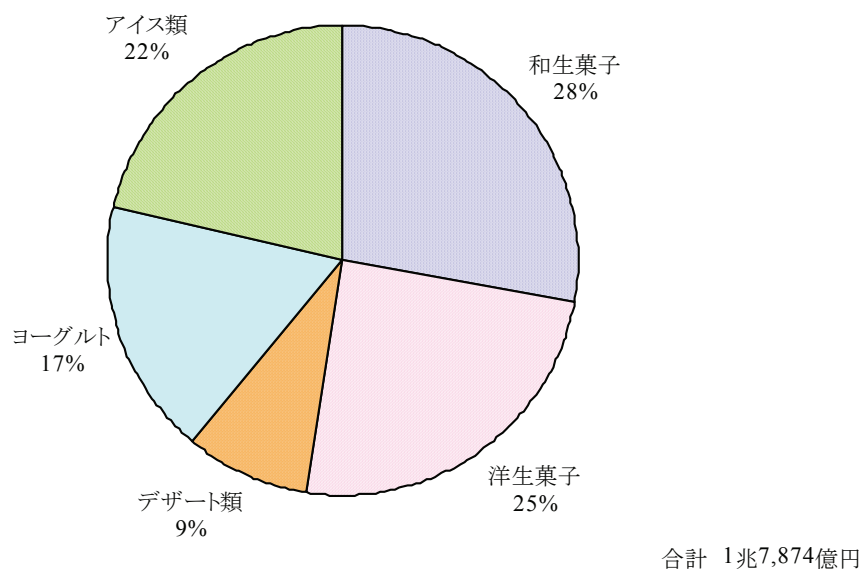


注1: 2008年度までのアイス類実績値は社団法人日本アイスクリーム協会より引用、それ以外は矢野経済研究所推計値

注2: メーカー出荷金額ベース

注3: (予測)は予測値

図2. 2008年度商品分野別構成比



注4: メーカー出荷金額ベース

注5: アイス類実績値は社団法人日本アイスクリーム協会より引用、それ以外は矢野経済研究所推計値

注6: デザート類にはプリン、ゼリー、その他カップデザートを含む