

2004年11月11日

株式会社 富士経済

〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町

2-5 F・Kビル

TEL.03-3664-5811 FAX.03-3661-0165

URL : <http://www.group.fuji-keizai.co.jp/>

広報部 03-3664-5697

## 特殊ルートに関する調査を実施

総合マーケティングビジネスの(株)富士経済 (東京都中央区日本橋小伝馬町 社長 原 務 03-3664-5811)は、一般小売店ルートの縮小が続く中、「ダイレクトセリングルート」、「ヘルス&ビューティルート」などここ数年急成長している特殊ルートに関する調査を行った。その結果を調査報告書「新たなビジネスチャンス創造する特殊ルート徹底調査 2004」にまとめた。

### 特殊ルートの定義

量販店やCVS、一般小売店などの「一般小売ルート」、飲食サービスを目的とした「業務用ルート」のどちらにも属さないチャンネルとして形成されてきたルートを特殊ルートと呼ぶ。具体的には、「レジャー施設」、「スポーツ施設」、「交通機関」、「宿泊施設」、「ダイレクトセリング」、「生協関連物品販売」、「ヘルス&ビューティ」、例外として「給食産業」の市場を包括して特殊ルートと定義する。

### 2004年消費財物販市場規模内訳

一般小売ルート物販	129兆7,000億円	特殊ルート物販	12兆4,634億円
-----------	-------------	---------	------------

### <調査結果の概要>

「レジャー施設」のうち、利用者の減少で市場を縮小させているカラオケボックス以外のルートについては、微増で推移している。シネマコンプレックスや複合カフェといった新興勢力は、施設内での飲食を中心に、今後も市場規模拡大が予測される。

「スポーツ施設」は、国民的娯楽に位置付けられている野球とサッカー( J1 )は確実に観客動員数を増やしている。人気が高まっているテニスクラブやスイミングプールの利用者増加が物販市場に追い風になると期待される。

「交通機関」においては、鉄道関連ルートが、駅周辺のコンビニとの競合により売上高を減少させており、売店からミニコンビニへの転換が進められている。

「宿泊施設」については、宿泊料金の値上げが難しい状況にあることから自動販売機によるアルコール飲料の販売などの付帯収入で売上増を図る方向性にある。

「給食産業」は、施設事業所の減少や少子高齢化の影響により病院給食及び、学校給食、産業給食は減少傾向にある。そのためメニューのバラエティ化と嗜好性の高いメニューの提案が必要となってくる。

「生協関連物販販売」については、女性の就業率の向上によるライフスタイルの変化に伴い個別宅配方式の利用が増加している。しかし、全般的に「低価格・安全・安心・環境」といった点においてスーパーなどの他のルートに対する優位性がなくなりつつある。

### <特殊ルートの今後の展開>

今後の特殊ルートの方向性としては、「健康志向」「リラクゼーション志向」「低価格化」という3つのキーワードが挙げられる。また3つのキーワードに基づき有望と位置付けられるルートは、健康関連商品と高齢者関連商品市場である。それらルートのほか、民営化を控えている高速道路売店が、サービスと収益性の改善に積極的に取り組んでおり、各省庁が進める地域活性化支援事業として展開されている道の駅の施設数が増加傾向にあることから、自動車関連ルートも有望ルートとして注目される。

## <注目ルート>

### 1. ダイレクトセリングルート

#### インターネット通販

物販市場規模 2003年 6,750億円 2005年予測 1兆243億円(対2003年比 152%)

モバイル通販が普及してきたこと、決済方法や個人情報の管理などの課題が解決されてきたことから市場は拡大傾向にある。女性のパソコンユーザーが増加していることに加えて、モバイル通販が普及してきていることから、若年層を中心にユーザーが拡大している。現在では24時間手軽に注文できる「モバイル通販」が注目をされている。一般雑誌と提携して雑誌に掲載されている商品を販売するという仕組みが根付いていることもあり、若年層の利用増加が期待されている。取扱商品については、「健康」「美容」「癒し」「高齢者」をキーワードとした商品が目立つ。また一般小売店では購入できない限定商品や、高機能商品を取り扱うことで消費者の購買意欲を高めている。加えて、双方向コミュニケーションを図ることができるという特徴を活かし、利用者参加型の商品開発が盛んに行われている。オリジナリティと消費者満足が高く、好調な売れ行きとなっている。

### 2. ヘルス&ビューティルート

#### フィットネスクラブ

全体市場規模 2003年 3,600億円 2005年予測 3,740億円(対2003 104%)

物販市場規模 2003年 216億円 2005年予測 247億円(対2003年比 114%)

フィットネスクラブの形態は多様化してきているが、プール、ジム、スタジオ、温浴施設などが全て整備されている大型店舗が主流である。近年はプールを持たない低投資ネイバーフッド型施設や、エステティックサロンや病院などを付帯している施設、普段着のまま簡易プログラムが利用できるコンビニフィットネス、自宅でフィットネスクラブに入会でき、フィットネスが行えるホームヘルスフィットネスなどが注目されている。大手・中堅企業の新規出店の勢いが増していることから、施設数は増加傾向にある。また、市場規模については、競争の激化による会費の低価格化の影響で施設数の伸びままだはいかないものの拡大傾向にある。今後は健康に対する関心が強く余暇時間が豊富にある中高年層の需要をいかに取り込んでいくかが課題である。

### 3. 給食産業ルート

#### 高齢者関連施設給食

仕入れ市場規模 2003年 1,610億円 2005年予測 1,750億円(対2003年比 109%)

高齢化の進展を背景に特別養護老人ホーム、老人保健施設などの高齢者関連の施設数は増加しており、当市場も成長を続けている。高齢者関連施設給食は、他の集団給食事業同様に経費削減、サービスの向上を目的に給食業務の外部委託率が拡大している。介護保険施行後の施設新築数の増加も順調に進んでいることから、給食事業者にとっては有望ルートに位置付けられている。病院給食の延長として大手給食業者、病院給食業者からの参入が多いが、魅力的なルートであり、外食業者などの注目度も高い。更なる高齢化の進展により高齢者関連施設数が今後も増加することに加え、外部委託率も高まっていることから、市場は2010年頃までは成長を続けていくと予想される。有望であるが競争も厳しく、生き残るためにはコスト削減による効率化、メニューの差別化の両面での工夫が必要になるであろう。各地で地元給食事業者の新規参入が相次いでいたが、ここ数年は淘汰される業者も増え、大手企業による吸収・合併も進むと予想される。

**調査対象**

分野	対象ルート
レジャー施設	パチンコ店、カラオケボックス、遊園地・テーマパーク、動物園・水族館 劇場・映画館、複合カフェ
スポーツ施設	競馬場、ゴルフ場、野球場、サッカー場、スキー場、テニスクラブ、ボウリング 場、スイミングスクール
交通機関	キヨスク、地下鉄売店、私鉄売店、高速道路売店、空港売店、道の駅
宿泊施設	シティホテル、ビジネスホテル、リゾートホテル、ファッションホテル、旅館、 カプセルホテル
給食産業	病院給食、学校給食、産業給食、高齢者関連施設給食
ダイレクトセリング	カタログ通販、インターネット通販、テレビショッピング、牛乳宅配店、食材料 宅配サービス、オフィス向け通販、オフィスコーヒーサービス、家庭配置薬
生協関連物品販売	大学生協、学校生協、職域生協、地域生協
ヘルス&ビューティ	フィットネスクラブ、ヘルスセンター、公衆浴場、理・美容院、エステティック サロン、マッサージサロン
その他	ファミリーレストラン、結婚式場、葬儀ルート、ガソリンスタンド、病院売店、 介護用品ショップ、備蓄ルート

**調査期間**

2004年8月～10月

**調査方法**

富士経済専門調査員によるヒアリング調査及び富士経済データベース、もしくは公的データに基づき作成

資料タイトル：「新たなビジネスチャンスを創造する特殊ルート徹底調査 2004」

体 裁：A4判 280頁

価 格：97,000円(税込み101,850円)

CD-ROMセット価格 110,000(税込み 115,500円)

調査・編集：富士経済 大阪マーケティング本部 第3事業部

TEL:06-6228-2020(代) FAX:06-6228-2030

発 行 所：株式会社 富士経済

〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町2-5 F・Kビル

TEL03-3664-5811(代) FAX 03-3661-0165 e-mail:koho@fuji-keizai.co.jp

この情報はホームページでもご覧いただけます。URL:<http://www.group.fuji-keizai.co.jp>