

女性中心のスイーツ市場、コンビニやネット通販は“スイーツ男子”需要も狙う

## 「スイーツ市場」をチャネル別に徹底調査

- 2009年市場見込 -

コンビニは前年比5.3%増の971億円...各社オリジナルブランド商品が好調  
 たい焼きチェーンは前年比約5倍の急成長388億円...福岡発“白たい焼き”全国に

総合マーケティングビジネスの株式会社富士経済（東京都中央区日本橋小伝馬町 社長 阿部 界 03-3664-5811）は、テレビや雑誌などメディアが取り上げた有名・人気菓子店を発端として、百貨店の“デパ地下”、スーパーなどの量販店、コンビニエンスストアといった小売店、更に外食店など様々な業態へと波及し、女性を中心に一大ブームを巻き起こしている“スイーツ”の市場調査を行った。その結果を報告書「スイーツ市場のチャネル別需要分析調査 2010」にまとめた。

この調査では、主に大人をメインターゲットとした菓子＝スイーツ（洋菓子10品目、和菓子8品目）について、小売6業態と外食12業態を中心にインターネット通販も加えて、チャネル別の需要動向を分析することでスイーツ市場を多角的に捉えた。

<調査結果の概要> （各チャネル市場を億円単位で四捨五入しているため、合計とは一致しない場合がある）

2009年のスイーツ市場は、小売市場が前年比1%減の8,595億円、外食市場が前年比6%増の6,409億円が見込まれる。スイーツブームは続いているものの、景気後退の影響で全般的に消費者の節約志向が広がっており、比較的単価の低い商品に人気が集まっている。“スイーツ男子”と呼ばれるなど男性の需要も顕在化しているが、需要の中心は依然として女性であり一層の取り込みがスイーツ市場拡大には必須と言える。

### 1. 小売市場 注：個人経営店などは除く。メーカー出荷金額

チャネル	2009年見込	前年比	2010年予測	前年比
百貨店	3,560億円	95.9%	3,402億円	95.6%
量販店	1,866億円	101.2%	1,875億円	100.5%
駅ナカ・駅ビル	1,208億円	99.0%	1,185億円	98.1%
コンビニ	971億円	105.3%	999億円	102.9%
空港売店	565億円	99.1%	563億円	99.6%
高速道路売店	425億円	102.7%	430億円	101.2%
合計	8,595億円	99.0%	8,453億円	98.3%

2009年の小売市場は、最も市場規模の大きい百貨店において、景気後退による来店客数の減少に加え、贈答用のイメージが強く高価格帯商品の多い和菓子の不振が影響し前年割れとなった。一方で、コンビニと量販店は洋生菓子を中心に健闘した。両者共に比較的低価格の商品が多く、好調に推移した。コンビニは、各社がオリジナルブランド商品の開発、販売に注力しており前年比5.3%増が見込まれる。量販店は、価格訴求を強めることで需要を獲得し、前年比1.2%増が見込まれる。また、交通関係のチャネルでは、旅客数の減少などにより駅ナカ・駅ビル（キヨスクは除く）と空港売店が前年割れしている一方、高速道路売店（サービスエリア、パーキングエリア）は“休日1,000円”効果で前年比2.7%増が見込まれる。

### 2. 外食市場 注：個人経営店などは除く。店舗販売金額

チャネル	2009年見込	前年比	2010年予測	前年比
スイーツ専門店	4,622億円	108.9%	4,765億円	103.1%
主要外食店	1,787億円	99.0%	1,765億円	98.8%
合計	6,409億円	106.0%	6,530億円	101.9%

1) スイーツ専門店(ドーナツチェーン、クレープチェーン、総合洋菓子店、アイスクリームチェーン、ショコラ専門店、たい焼きチェーン)

2009年は前年比8.9%増の4,622億円が見込まれる。市場規模の大きい総合洋菓子店(シャトレーズ、銀座コージコーナー、不二家など)、ドーナツチェーン、アイスクリームチェーンが堅調に推移した。また、福岡を発祥とする「白いたい焼き」のヒットを契機に、全国的な“たい焼きブーム”となっており、2009年のたい焼きチェーン市場は前年(78億円)の5倍近くの急成長(388億円)が見込まれ、スイーツ専門店市場全体の成長を牽引している。さらに、外資系専門店がブランド力や新奇性から需要を獲得し出店数を増加している。

2) 主要外食店(コーヒーショップ、ファーストフード、ファミリーレストラン、居酒屋、カラオケBOX、回転寿司)

2009年は前年比1%減の1,787億円が見込まれる。スイーツ専門店以外の外食店におけるスイーツの位置付けは、アイドルタイムの来客数の増加を目的とするなど戦略的なものが多く、各社共に注力度が高い。しかし、外食業態自体の不振により、店舗数や客数の減少が影響し苦戦している。中でもファミリーレストランや居酒屋ではデザートを注文しなくなったり、単価の低い品を注文するケースが増えるなど客単価の減少も目立っており、今後もこの傾向が続くと予測される。また、新奇性の高いメニューよりも定番メニューに需要が集中していることから、各社共に定番メニューの強化に努めている。

<注目チャネルの動向>

1. 百貨店【小売市場】

2009年は前年比4.1%減の3,560億円が見込まれる。中元・歳暮期の需要が大きく、洋菓子では日持ちのする焼き菓子や半生菓子の構成比が高くなっている。百貨店への来店客数が減少する中、“デバ地下”のスイーツは比較的安定した需要を確保していたが、景気後退による影響は中元・歳暮、バレンタイン、ホワイトデー、クリスマスといったイベント期以外の落込みや、法人ギフト需要の減少、割高感のある商品の敬遠に繋がっている。

一方、パーソナルギフト需要や美味しく割安感のある商品は好調に推移しており、依然としてスイーツブームの原動力となっている。特に2009年は群馬の洋菓子店「原田」が展開するブランド「ガトーフェスタ・ハラダ」のラスク「ゲーテ・デ・ロワ」が大ヒット商品となった。“究極のフランスパン”を用いたラスクということが話題を集め、出店している一部の百貨店では行列が絶えないなどの人気を呈している。百貨店におけるラスク市場は小規模だったが、2009年は前年(41億円)の2.5倍近く拡大し101億円が見込まれる。「ゲーテ・デ・ロワ」のヒットが火付け役となり、各社がラスク商品の開発や販売に乗り出している。

2. コンビニ【小売市場】

2009年は前年比5.3%増の971億円が見込まれる。2009年はコンビニ主要各社で売上高が前年比微増に留まる厳しい市場環境であったが、スイーツは例外で好調だった。全体の過半数を占めているケーキ、シュークリームなどチルドの洋生菓子は、コンビニ各社の展開しているオリジナルブランド商品が人気を集めている。高単価のエクレアやロールケーキなどでヒット商品が生まれているほか、チルドの和生菓子が新たな需要を獲得している。また、パウムクーヘン、ドーナツなど洋半生・焼き菓子もオリジナルブランド商品が拡充してきており、専用の売り場コーナーを設置することで存在感が増している。

コンビニ利用者の7割は男性であり、これまで“スイーツ男子”や“ついで買い”の需要を獲得することで市場を拡大してきたが、一方で女性層の取り込みも意識し、セブン-イレブン・ジャパンの「7IRO CAFE」「七色茶屋」、ローソンの「Uchi Cafe SWEETS」、ファミリーマートの「Sweet's+」など各社がオリジナルブランドを展開し、商品の拡充や専門店に劣らぬ素材の使用、味覚の本格化が進められている。

3. ショコラ専門店【外食市場：スイーツ専門店】

2009年見込	前年比	2010年予測	前年比
87億円	110.1%	94億円	108.0%

ボンボンショコラ(1粒チョコ)店舗のうち、イトインのある店舗を対象とした。2009年は前年比10.1%増の87億円が見込まれる。「テオプロマ」などショコラティエ(チョコレート専門職人)の店舗や、「ゴディバ」「ジャン=ポール・エヴァン」など海外高級チョコレートブランドのイトイン併設店舗の増加で市場が拡大してきた。2009年時点の店舗数は約150店である。2009年は景気後退の影響が懸念されたが、「ゴディバ」がカフェタイプの新業態「ショコイスト」を展開し新規出店を進めたことが市場の拡大に寄与した。

<インターネット通販の動向> 注：カタログ、テレビ、モバイル通販は除く。メーカー出荷金額

2009年見込	前年比	2010年予測	前年比
230億円	119.8%	256億円	111.3%

楽天やヤフーなどの仮想ショッピングモールと、販売元が自社で運営しているサイトを対象とした。2009年は前年比19.8%増が見込まれる。楽天やヤフーが商品数を増やしていることに加え、景気後退の影響から「割れチョコ」など形が不揃いなものの価格の安い“訳あり商品”が人気を集めている。また、遠方の有名・人気店商品の“お取り寄せ”が市場の拡大を牽引してきたが、百貨店の物産展などに来店し実店舗販売にも好影響を与えといった相乗効果も見られている。

顧客はインターネット通販の中心顧客層となっている30代～40代が最も多い。また、男女比では男性の方が高く、実店舗では買づらいという意識を持つ“スイーツ男子”の需要も取り込んでいる。

インターネット通販市場は出店の初期投資が低く、今後も高成長が続くと考えられる。また、インターネット通販のメリットとしてトレンド商品や新商品をリアルタイムで紹介しやすいことがあり、注力度が高まっている。一方で参入障壁が低いことから新規参入も相次いでおり、競争が激しくなっている。

以上

<調査対象>

【小売市場】

対象品目	
洋菓子	ケーキ、シュー、カップデザート、クレープ・ワッフル、その他洋生菓子、ラスク、パウムクーヘン、その他焼き菓子・半生菓子、ドーナツ、ショコラ
和菓子	ようかん・水ようかん、まんじゅう、大福、団子、もち菓子、どら焼き、カステラ、あんみつ、みつ豆、ぜんざい、たい焼き、今川焼き、人形焼、その他和菓子
チャンネル	
量販店、コンビニエンスストア、百貨店、駅ビル・駅ナカ、空港売店、高速道路売店	

【外食市場、通販・宅配市場】

業態	チャンネル
外食	【スイーツ専門店】 ドーナツチェーン、クレープチェーン、総合洋菓子店、シューチェーン（総合洋菓子店の内数）、アイスクリームチェーン、ショコラ専門店、たい焼きチェーン
	【主要外食店】 コーヒーショップ、ファーストフード、ファミリーレストラン、居酒屋、カラオケBOX、回転寿司
通販・宅配	インターネット通販

<調査方法>

富士経済専門調査員による対象企業及び関連企業・団体などへのヒアリング調査

<調査期間>

2009年12月～2010年2月

資料タイトル	：「スイーツ市場のチャンネル別需要分析調査 2010」
体裁	：A4判 298頁
価格	：120,000円（税込み126,000円）
調査・編集	：富士経済 東京マーケティング本部 第一事業部 TEL:03-3664-5831 FAX:03-3661-9778
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 TEL:03-3664-5811（代） FAX:03-3661-0165 e-mail:info@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： <a href="http://www.group.fuji-keizai.co.jp/">http://www.group.fuji-keizai.co.jp/</a> <a href="https://www.fuji-keizai.co.jp/">https://www.fuji-keizai.co.jp/</a>