

特殊ルートにおける物販市場を調査

－物販市場2013年見込（2010年比）－

- 遊園地・テーマパーク（4.9%増） ～ 新アトラクションなど集客増の取り組みが物販にも貢献
- ミネラルウォーター宅配（90.1%増）～ 2桁成長が続き市場は拡大、今後は水以外の物販も期待

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、量販店、CVS、百貨店、一般小売店などの「店舗型一般小売ルート」、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」とし、同ルートにおける物販市場の現状を調査し将来動向を予測した。その結果を報告書「有望特殊ルート徹底調査 2013」にまとめた。

本報告書では、レジャー施設（5ルート）、スポーツ施設（5ルート）、交通機関（6ルート）、宿泊施設（5ルート）、ダイレクトセリング（6ルート）、ヘルス&ビューティー（6ルート）、生活サポート（6ルート）の7カテゴリー39ルートをとり上げ、各ルートの市場動向、利用者特性、品目別売上推移、加えて「高齢者向け」「女性向け」「地域性」等の商品コンセプト別の動向などについて分析した。なお、震災前からの物販市場の動きを見るために2010年と2013年の市場を比較した。

<ルートカテゴリー別物販市場（小売ベース）>

1. レジャー施設（5ルート）

2010年	2013年見込	13/10年比
1兆4,391億円	1兆3,276億円	92.3%

複合カフェ、遊園地・テーマパークは拡大しているものの、構成比の高いパチンコ店が減少しているため、2013年は2010年比7.7%減の1兆3,276億円が見込まれる。

2. スポーツ施設（5ルート）

2010年	2013年見込	13/10年比
963億円	935億円	97.1%

各ルートとも、2011年前半は東日本大震災による予定試合の自粛などで市場は落ち込んだものの、復興試合や自粛ムードの収束により後半から盛り返しを見せている。しかし、公営ギャンブルや野球の慢性的な若者需要の落ち込み、ファンの高齢化による観客減に伴い、徐々に縮小しつつある。そのような中、2013年は2010年比2.9%減の935億円となる見込みである。

3. 交通機関（6ルート）

2010年	2013年見込	13/10年比
6,175億円	6,480億円	104.9%

JRや地下鉄では全国的に売店からCVSへのリニューアルが進んでいる。JRでは駅ナカ・駅周辺の開発、高速道路では整備によってSA・PAでの物販が増加、また一般道路沿いに設置されている「道の駅」も活性化が見られる。空港売店はLCCの登場と空港のリニューアルが進んだことにより、物販市場も拡大傾向にある。私鉄売店を除いた5ルートの伸長により、2013年は2010年比4.9%増の6,480億円が見込まれる。

4. 宿泊施設（5ルート）

2010年	2013年見込	13/10年比
4,822億円	4,526億円	93.9%

シティホテル、リゾートホテルはオリジナル商品や地域限定商品などの展開により、他ルートと比較して物販市

場の減少が抑えられている。一方、宿泊に必要な商品が物販の大部分であるビジネスホテルは利用客数の低下が直接影響し、2011年に2桁のマイナスとなった。宿泊施設の2013年における物販市場は、2010年比6.1%減の4,526億円となる見込である。

5. ダイレクトセリング（6ルート）

2010年	2013年見込	13/10年比
1兆2,642億円	1兆3,365億円	105.7%

ミネラルウォーター宅配は家庭、オフィス向けに顕著な成長を続けている。オフィス向け通販は成長期から安定期へと移行しつつあり、高齢者施設や病院施設向けの商品ラインナップなど新しい分野の開拓を進めている。好調な2つのルートが牽引し、2013年は2010年比5.7%増の1兆3,365億円の見込である。

6. ヘルス&ビューティー（6ルート）

2010年	2013年見込	13/10年比
3,778億円	3,697億円	97.9%

フィットネスクラブはスポーツ用品やカロリー消費向上のサプリメント、ヘルスセンターは地場野菜などの販売により、市場は安定している。一方、エステティックサロン、マッサージサロン、理・美容院では価格訴求に注力する傾向が見られ、拡大は難しいと予想される。2013年は2010年比2.1%減の3,697億円が見込まれる。

7. 生活サポート（6ルート）

2010年	2013年見込	13/10年比
1兆1,589億円	1兆888億円	94.0%

各ルートとも少子高齢化、経済不況、人口減少、晩婚化、自然災害など人々のライフサイクル・ライフスタイル、生活環境などに影響を受けやすい。備蓄ルートは食品の伸長率が高く、今後も賞味期限の長い商品などが自治体の備蓄食糧として期待できる。その他ルートは市場規模の縮小に伴い、物販市場も苦戦しており、2013年は2010年比6.0%減の1兆888億円の見込である。

<注目特殊ルートにおける物販市場（小売ベース）>

1. 遊園地・テーマパーク

2011年は伸び悩んだが、2012年にレゴランド・ディスカバリー・センター東京やガンダムフロント東京がオープンにより入場者数を押し上げたことで、市場は拡大した。2013年はハウステンボスや東京ディズニーランドの新アトラクションが開業予定であり、既存施設でのアトラクションやエリアの新設による入場者獲得への積極的な展開が市場を後押しすると予想される。2013年は2010年比4.9%増の2,875億円の物販市場が見込まれる。

2. JR駅内売店

鉄道利用者人口はやや減少傾向にあるが、「駅ナカビジネス」が注力され続ける中、駅も大型商業施設の一つとしての役割が大きくなりつつある。また、「ゆるキャラ」ブームなど地域振興の影響と、東北地方の震災復興を目的にした特産品即売会なども増加しており、2013年のJR駅内売店は2010年比3.4%増の1,520億円となる見込みである。

3. ミネラルウォーター宅配

家庭・オフィス・病院などにウォーターサーバーを設置し、メンテナンス及びウォーターボトルを宅配する無店舗型の宅配サービスを対象とする。

ミネラルウォーター宅配は、食の安全に対する意識の高まり、宅配サービス、湯と水の両方が使用できるといった利便性が受け入れられて2桁増で続伸している。特に2011年は東日本大震災の影響から、放射性セシウムへの不安や備蓄飲料水として問い合わせが殺到し、市場は前年比30%以上伸長した。ミネラルウォーター宅配の世帯普及率は5%程度と考えられ、認知度の高まりに伴って今後も前年比2桁前後の増加が期待される。

<調査対象>

1. レジャー施設	パチンコ店（パチスロ店含む）、カラオケボックス、複合カフェ（インターネットカフェ・漫画喫茶）、遊園地・テーマパーク、動物園・水族館
2. スポーツ施設	公営ギャンブル場（競馬場・競輪場・競艇場）、ゴルフ場、野球場、サッカー場、ボウリング場
3. 交通機関	JR駅内売店、地下鉄売店、私鉄売店、高速道路売店（SA・PA）、空港売店、道の駅
4. 宿泊施設	シティホテル、ビジネスホテル、カプセルホテル、リゾートホテル、旅館
5. ダイレクトセリング	ミネラルウォーター宅配、牛乳宅配サービス、食材宅配サービス、オフィス向け通販、オフィスドリンクサービス、家庭配置薬
6. ヘルス&ビューティー	フィットネスクラブ、ヘルスセンター、公衆浴場（一般公衆浴場）、理・美容院、エステティックサロン、マッサージサロン
7. 生活サポート	結婚式場、葬儀場、病院売店、介護福祉用品専門店、ガソリンスタンド、備蓄ルート

<調査方法>

富士経済専門調査員による調査対象企業及び関連企業、関連団体などへのヒアリング調査

<調査期間>

2012年12月～2013年3月

以上

資料タイトル	：「有望特殊ルート徹底調査 2013」
体裁	：A4判 219頁
価格	：書籍版 100,000円（税込み100,500円） PDF版 100,000円（税込み100,500円） 書籍版・PDF版セット 120,000円（税込み126,000円）
調査・編集	：富士経済 大阪マーケティング本部 第二事業部 TEL:06-6228-2020 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12-5 小伝馬町YS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 : http://www.group.fuji-keizai.co.jp/ https://www.fuji-keizai.co.jp/