

<外食・中食 調査レポート>

# ライフスタイルの変化とキーセグメント の食志向

2017年4月20日

エヌピーディー・ジャパン株式会社

## <外食・中食 調査レポート>

# ライフスタイルの変化とキーセグメントの食志向

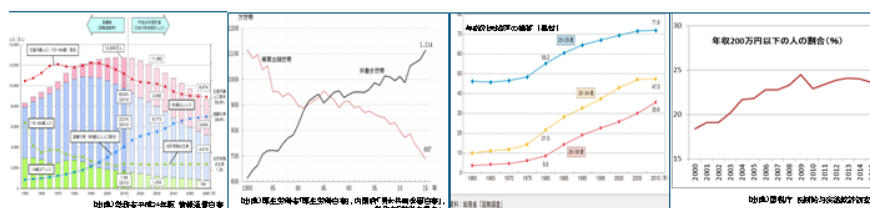
～FABEX 展示で好評を博した本レポートの販売決定～

外食・中食市場情報サービス『CREST®\*1』を提供するエヌピーディー・ジャパン株式会社（所在地：東京都港区、代表取締役：トーマス・リンチ）は、この度、日本において起こっているライフスタイルの変化とそれに伴うキーセグメントの食志向についての分析を、FABEX にて公表したレポート「世界と日本の食市場の“今”と“今後”」より紹介します。また、引用元レポートである「世界と日本の食市場の“今”と“今後”」を販売いたします。

## 日本のライフスタイルの変化のキーワードとキーセグメント

今日本では、消費に影響を与える大きな変化が起こっています。この変化の重要なキーワードは、① 少子高齢化・人口減少社会 ② 共働き世帯の増加 ③ 未婚者の増加 ④ 低所得世帯の増加 の4つが挙げられます。2017年4月10日に厚生労働省の国立社会保障・人口問題研究所が公表した「将来推計人口」によると、50年後には人口は3割減り、生産人口は4割減る推計です。

### 日本のライフスタイルの変化のキーワード



#### 少子高齢化・人口減少社会

- 少子高齢化によって、65才以上の割合は25%超。
- 日本人の人口は7年続けて減少
- 総人口が減るなか、東京への一極集中が進む

#### 共働き世帯の増加

- 専業主婦の減少
- 共働き世帯の増加
- 子供を産んでも働きたい女性が増加
- 保育園待機児童問題

#### 未婚者の増加

- 未婚者は男女ともに増加。
- 特に男性の未婚率が高い。
- 女性の社会進出や所得の低下等が影響

#### 低所得世帯の増加

- 労働人口の1/4近くが年収200万円以下、その比率は増加。
- 高齢化に伴う生産労働人口の減少も影響。
- 正規社員は2015年、2016年は増加したが、まだ非正規社員も増加を続けている。

### キーセグメント

シニア



ワーキングママ



単身男性世帯



低所得世帯



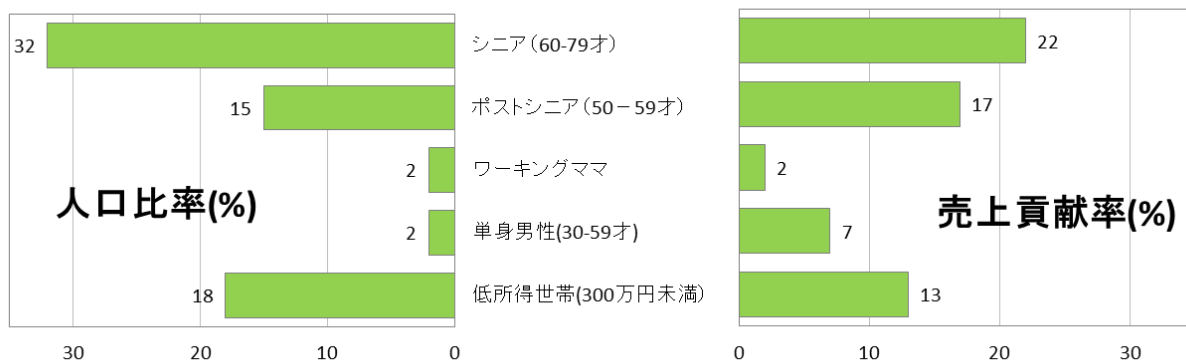
このような社会の中で、消費のキーセグメントとなるのは、以下のような人たちだと考えられます。すなわち、「シニア」、「ワーキングママ」、「単身男性世帯」、「低所得世帯」の4セグメントです。本分析では、こ

の4セグメントの食志向について探ります。

## 外食・中食市場における売上貢献率の高い「シニア」

各キーセグメントの人口比率と外食・中食市場における売上貢献率をみると（図表1）、人口比率の高い「シニア」、「ポストシニア」の売上貢献率が高いことがわかります。とくに次の10年のシニア市場をけん引する「ポストシニア（50-59才）」は、人口比率の15%に対し、売上貢献率17%と2ポイントも高く、市場において重要なセグメントであることがわかります。「シニア」「ポストシニア」とともに、客単価が他の世代に比べて高いことも特徴の一つです。

＜図表1＞キーセグメントの人口比率と売上貢献率(%)



出典:エヌピーディー・ジャパン「CREST」2016年1-12月

## 次の10年のシニア市場をけん引する「ポストシニア」の食志向

では、重要なキーセグメントとなる「ポストシニア」は、各食シーンでどのような業態を利用しているのかみてみます（図表2）。この世代が中食するのは、スーパーが最も多くなっています。「シニア」層もスーパーの利用が圧倒的に高くなっています。「ポストシニア」の中食利用で2番目に多いのはコンビニですが、若い世代に比べると少なくなっています。外食は社員食堂が多く、夜は居酒屋。ラーメン店も多くなっています。

「ポストシニア」の食べているメニューランキング（図表3）を見てみると、シニアではトップ5に入らないラーメン、調理パンがランクインし、他世代に比べても指数が高いことがわかります。飲み物では、コーヒーが非常に多く、外食ではビールも多いです。

<図表2>ポストシニア（50-59才）利用業態トップ7

## 朝食

ホテルやハンバーガーFFが他世代と比較して多い。

1. スーパー (100)
2. コンビニエンスストア (97)
3. ホテル・宿泊施設 (117)
4. パン屋・ベーカリー (100)
5. ハンバーガーFF (115)
6. 学食・社員食堂 (104)
7. 牛丼系FF (100)

## 昼食

社食、弁当店、麺類の指数が高い。

1. コンビニエンスストア (92)
2. 学食・社員食堂 (118)
3. スーパー (96)
4. 弁当・惣菜専門店 (106)
5. そば・うどん店 (115)
6. ラーメン・ぎょうざ店 (111)
7. 洋風FR (90)

## 夕食

スーパー、居酒屋の指数が高い。

1. スーパー (109)
2. コンビニエンスストア (79)
3. 和風居酒屋 (117)
4. 弁当・惣菜専門店 (102)
5. 寿司店 (100)
6. ラーメン・ぎょうざ店 (103)
7. 洋風FR (71)

## 間食

自販機の指数が高い。

1. スーパー (100)
2. コンビニエンスストア (94)
3. 自動販売機 (123)
4. 学食・社員食堂 (122)
5. セルフサービス型カフェ (97)
6. 従来型喫茶店 (113)
7. 洋菓子店・フルーツパーラー店 (100)

() 内は、全世代を100としたときの指数。

出典：エヌピーディー・ジャパン「CREST」2016年1-12月

<図表3>ポストシニア（50-59才）が食べているもの

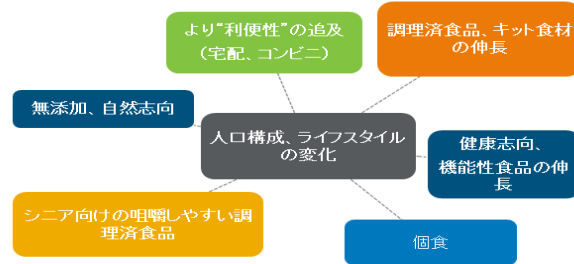


() 内は、全世代を100としたときの指数。

出典：エヌピーディー・ジャパン「CREST」2016年1-12月

ライフスタイルの変化がもたらす食市場への変化とこのようなニーズをしっかりとらえていくことが、人口減少市場において勝ち残るために必須となってくることでしょう。

## ライフスタイルの変化がもたらす食市場への変化



本分析の詳細をもっと知りたい方へ

## レポート「世界と日本の食市場の“今”と“今後”」リリース

本分析を含めた外食・中食市場におけるキーセグメント（「シニア」、「ポストシニア」、「ワーキングママ」、「単身男性世帯」、「低所得世帯」）の食志向や動向について分析・解説するレポートは、業務用専門展 FABEX2017(開催日：2017年4月12日～14日)の主催者ファベックス提案ゾーンにおいて展示し、大変好評を博したものです。この度、販売の要望を多くいただきましたことを受け、販売決定いたしました。詳細は、以下の URL でご覧いただけます。

[http://www.npdjapan.com/solutions/food/report\\_fabex2017/](http://www.npdjapan.com/solutions/food/report_fabex2017/)

### \*1. **CREST®**

外食・中食市場において「いつ、誰が、どこで、何を、どのように食べ、どの程度満足したか」など消費者のあらゆる喫食動態データを、1年365日、直接消費者から収集し、年間13万を超えるサンプル数を元に調査分析できる情報サービスです。  
(海外各国版もご用意)

詳細 URL: <http://www.npdjapan.com/service/food.html>

### ■ 本件に関するお問い合わせ先

エヌピーディー・ジャパン株式会社

担当：東（あずま） さやか

〒108-0074 東京都港区高輪 3-23-17 品川センタービル 8F

TEL : 03-5798-7663

FAX : 03-5798-7665

Email : [npdjapan.info@npd.com](mailto:npdjapan.info@npd.com)