

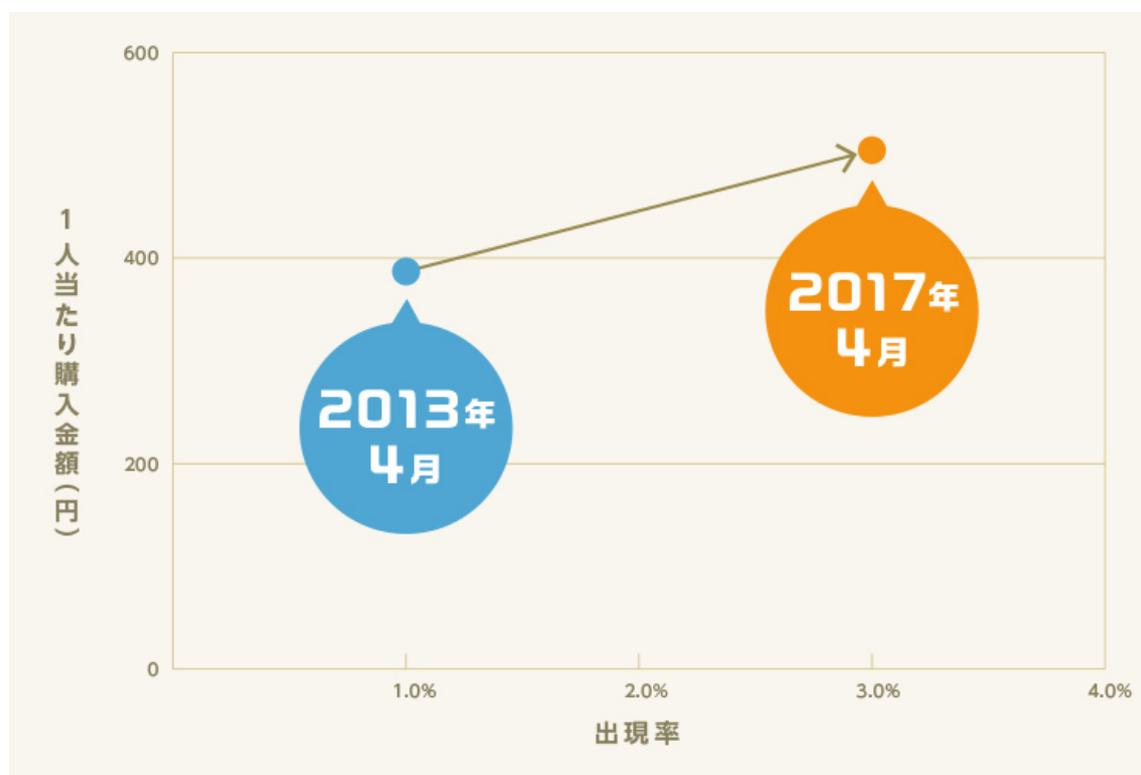
伸長する甘酒市場

近年、甘酒の売れ行きが好調です。甘酒は「飲む点滴」とも言われ、テレビ番組や雑誌で取り上げられることも多く、関心が高まっています。また、キャンディやアイスクリームなど甘酒を用いた商品も多く販売されています。

このような状況の中、食品 SM ではどのように購入されているのでしょうか。また、どのような食の嗜好の方が好んで購入しているのでしょうか。今回は飲料の甘酒に限定して、rsSM データを用いた分析を行いました。

最初に数年前に比べてどの程度伸長したのかを明らかにします。ショッパーインサイトでは、食品スーパーマーケット業態 購買行動レポートにおいて過去の購買動向をまとめております。その結果から 2013 年 4 月の「飲料_他」カテゴリーにおける出現率と購入者 1 人当たりの金額を 2017 年 4 月と比較しました。「飲料_他」カテゴリーは甘酒のほかしょうが湯などの売上も含みますが、多くは甘酒が占めています。その結果は図表 1 のとおりです。

図表 1 「飲料_他」カテゴリーにおける出現率と購入者 1 人当たりの金額



すると、出現率（＝期間中来店者のうち1度でも当該商品を購入した人の割合）が1.0%から3.0%に増加しました。裾野が広がったことがわかります。また、購入者が増えただけではなく、1人当たりの購入金額も387円から505円に増加しました。購入金額が増加していることがわかり、一過性のブームではないことが伺えます。

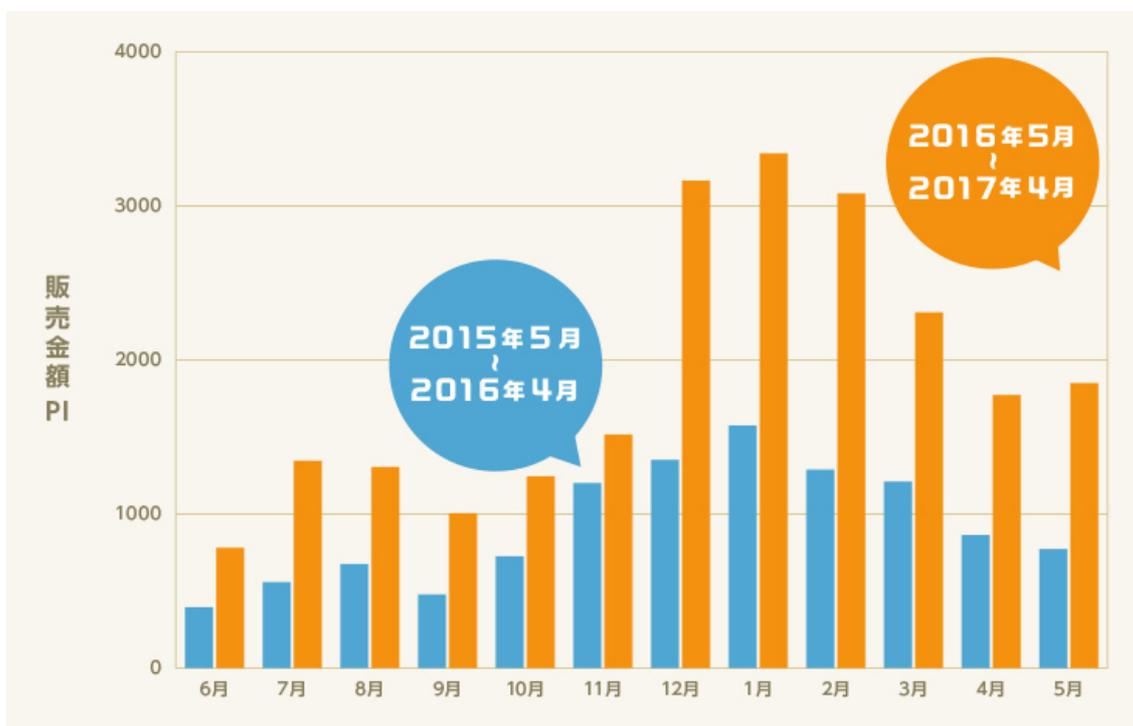
もう少し細かく見ていくため、ここからは「甘酒」に限定して分析を行います。主な商品は図表2のとおりです。

図表2 主な甘酒商品

商品名	
イチビキ冷やしあま酒330g	森永甘酒3缶パック190g×3
イチビキ冷糍あま酒1人前×5225g	森永甘酒4袋
かねこあま酒500g	森永甘酒缶190g
かねこ甘酒1000ml	森永冷やし甘酒190g
カネジユウ禅あま酒無加糖400g	森永冷やし甘酒パック1L
プラス糍米糍からつくった甘酒125ml	中埜酒造國盛酒蔵のあまざけ500g
メロディアン甘酒1000ml	宝来屋冷やしあま酒PET350ml
メロディアン甘酒195g	鳴門屋甘酒1L
伊豆Fお湯を注いですぐ甘酒50g×5	鳴門屋甘酒500ml
伊豆フェルメン夏の冷やしあま酒50g×4	国菊甘酒瓶900ml

まず、月別の甘酒商品の金額PIを集計し、前年同期と比較しました(図表3)。するとどの月も前年に比べて約2倍販売金額が増加しており、特にすると、右肩上がりであることがわかります。特に12月～2月にかけて販売金額PIが増加しました。

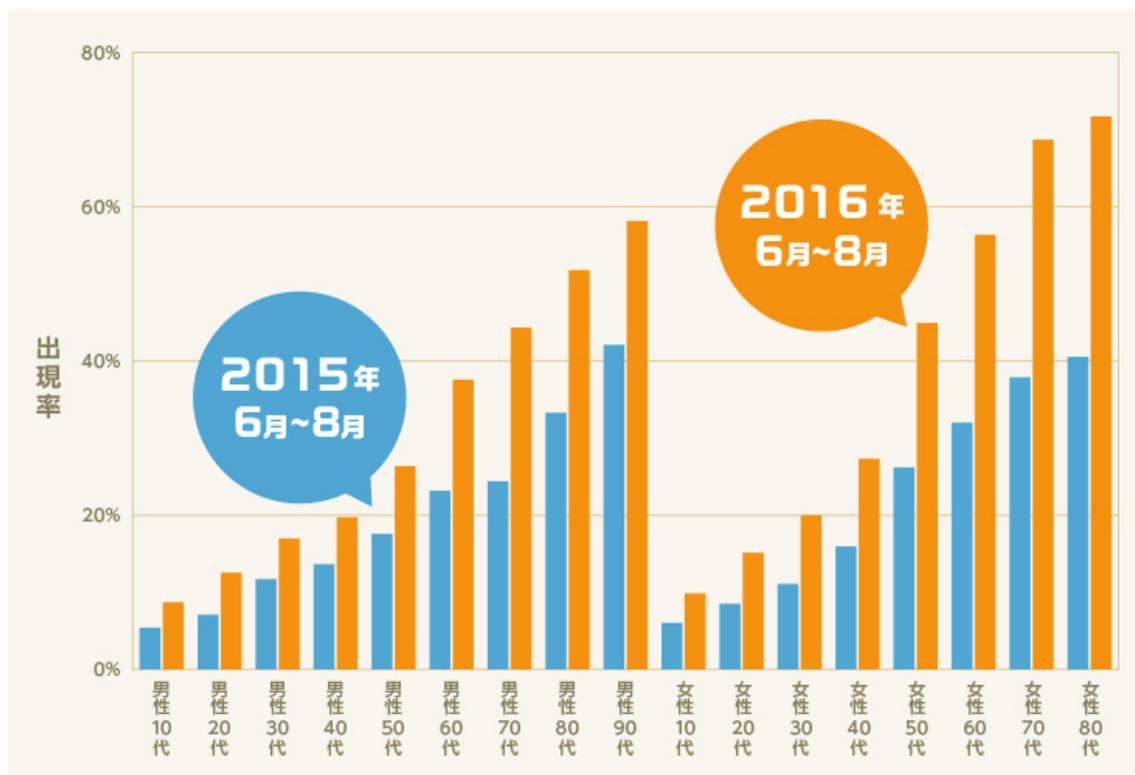
図表 3 甘酒カテゴリーの月別販売金額



ここまで見ると非常に好調な甘酒市場ですが、冬場に比べて夏場はまだ拡大の余地がありそうです。そこで、夏場の需要活性化策を、rsSM を用いて引き続き分析します。

前年同期に比べてどの世代が伸びているのか、6月～8月の出現率（＝期間中来店者のうち1度でも当該商品を購入した人の割合）を2015年と2016年で集計し、比較しました（図表4）。すると、どの性年齢も前年同期に比べて出現率が増加していますが、若年層はまだ増加する余地がありそうです。そこで、女性20-30代に限定してさらに細かく分析を行います。

図表 4 甘酒性年齢別出現率



甘酒全体における単品ごとの金額構成比を女性 20-30 代と全体と比較し、全体に比べて女性 20-30 代の金額構成比が高い商品を抜粋しました (図表 5)。

商品名に「こうじ」とついている米麴を原料とする商品の構成比が高い傾向にあります。もしくは、「森永冷やし甘酒パック 1L」のように大容量の商品の構成比も高いです。図表にはありませんが、「甘酒の素」などお湯を注ぐ商品や、190 g × 3 個などの商品の構成比が低いです。

図表 5 全体に比べて女性 20-30 代の金額構成比が高い甘酒 (2016 年 6 月~8 月)

コーセーこうじや里村甘酒缶 375ml	中埜酒造國盛酒蔵のあまざけ 500g
プラス糀米糀からつくった甘酒 125ml	宝来屋冷やしあま酒 PET 350ml
伊豆 F 金太くん米こうじ造りあま酒 400g	森永冷やし甘酒パック 1L
マルコメプラス糀甘酒豆乳ブレンド 125ml	かねこ甘酒 1000ml

それでは甘酒購入時に何と一緒に購入するのでしょうか。ここでは、「森永冷やし甘酒 190g」など飲みきりタイプの甘酒を購入した女性 20-30 代が同時に購入するカテゴリーを集計しました（図表 6）。

すると、「飲料_他」（甘酒、しょうが湯など）や豆乳といった飲料が上位に位置づけられます。飲料以外では、和風半・生菓子やゼリーなどとの併買率が高いです。また、和風惣菜煮物、巻物、佃煮など若年層が購入する割には和の食材との併買率が高いです。

図表 6 甘酒購入者（女性 20-30 代）のバスケット併買分析（2016 年 6 月～8 月）・高リフト値

ランク		全体	甘酒(女性20-30代)	
		単独購買率	信頼度 (同時併買率)	リフト値
1	飲料_他:飲料_他	0.2%	5.9%	28.72
2	乳系飲料:豆乳	2.6%	7.0%	2.73
3	野菜・果実飲料:野菜飲料	3.5%	7.3%	2.08
4	半・生菓子:和風半・生菓子	5.1%	9.9%	1.95
5	和風惣菜:和風惣菜煮物	1.7%	3.1%	1.80
6	基礎調味料:味噌	1.8%	3.1%	1.73
7	寿司惣菜:巻物	2.4%	4.1%	1.73
8	乳系飲料:乳酸菌飲料	8.3%	14.3%	1.72
9	ゼリー・プリン:ゼリー	3.8%	6.5%	1.71
10	煮豆・佃煮:佃煮	1.9%	3.1%	1.69
11	乾菓子:洋風乾菓子	1.9%	3.0%	1.60
12	清涼飲料:ミネラルウォーター	4.7%	7.5%	1.60
13	ゼリー・プリン:プリン	2.6%	4.1%	1.59
14	発芽野菜:かいわれ	2.1%	3.3%	1.58
15	野菜・果実飲料:果実飲料	8.3%	12.8%	1.54

※ 同時併買率 3.0%以上かつリフト値の高いカテゴリーを抜粋

※ 「森永甘酒缶 190g」「森永冷やし甘酒 190g」「メロディアン甘酒 195g」「プラス糎米糎からつくった甘酒 125ml」購入した際の併買カテゴリーを集計

逆に、甘酒購入時に何を一緒に購入しないのでしょうか。「森永冷やし甘酒 190g」など飲みきりタイプの甘酒を購入した女性 20-30 代が同時に購入しづらい（＝リフト値が低い）カテゴリーを集計しました（図表 7）。

すると、牛豚ひき肉など肉類や新ジャンルなどアルコール、唐揚げ惣菜など揚げ惣菜、大根など根菜を同時に購入しない傾向にあることがわかりました。

図表 7 甘酒購入者（女性 20-30 代）のバスケット併買分析（2016 年 6 月～8 月）・低リフト値

ランク		全体	甘酒(女性20-30代)	
		単独購買率	信頼度 (同時併買率)	リフト値
1	ひき肉:牛豚ひき肉	4.0%	3.1%	0.77
2	鶏卵:普通鶏卵	6.2%	5.0%	0.81
3	国産鶏:国産鶏正肉	5.0%	4.5%	0.89
4	ビール類:新ジャンル	4.1%	3.7%	0.89
5	果菜:ピーマン	4.6%	4.1%	0.90
6	国産豚:国産豚切り落とし	5.2%	4.7%	0.90
7	根菜:大根	3.4%	3.1%	0.91
8	根菜:人参	6.5%	6.1%	0.94
9	冷凍食品:冷凍惣菜	3.7%	3.5%	0.95
10	きのこ:えのき	3.6%	3.4%	0.95
11	揚げ惣菜:唐揚げ惣菜	3.7%	3.7%	0.98
12	揚げ惣菜:カツ惣菜	3.0%	3.1%	1.01
13	リキュール類:チューハイ・カクテル	6.1%	6.2%	1.02
14	冷凍食品:冷凍麺	3.7%	3.7%	1.02
15	練物:竹輪	3.1%	3.2%	1.03

※ 同時併買率 3.0%以上かつリフト値の低いカテゴリーを抜粋

※ 「森永甘酒缶 190g」「森永冷やし甘酒 190g」「メロディアン甘酒 195g」「プラス糀米糀からつくった甘酒 125ml」購入した際の併買カテゴリーを集計

しばらく甘酒市場の好調は続くことが予測されますが、需要拡大の余地がある若年層が好むカテゴリーとの併買等を通して需要をさらに活性化させることが期待されます。

