

ピスタチオ商品の販売動向

ピスタチオを用いた商品への需要が高まっています。従来、おつまみ向けの商品は販売されており、期間限定商品でお菓子等も販売されていましたが、2020年以降コンビニエンスストアや専門店でピスタチオを用いたスイーツの販売が行われています。そこで、rsSMデータを用いて食品スーパーにおけるピスタチオ商品の販売動向を明らかにしました。

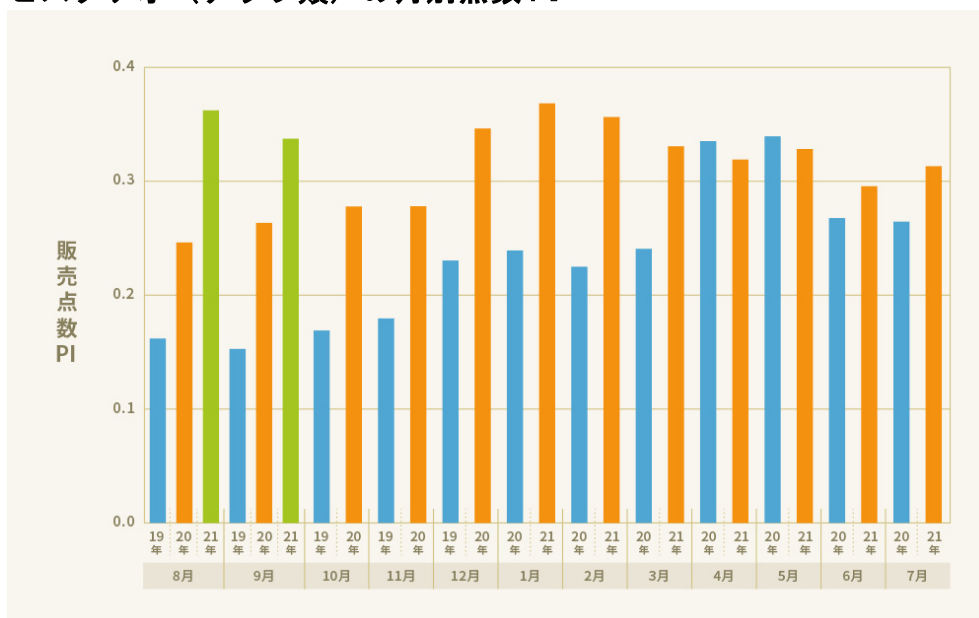
主なピスタチオ商品は下記のとおりです。本コラムでは、「ナッツ類」とそれ以外の「ピスタチオ商品」でそれぞれの動向を明らかにします。

主なピスタチオ商品

商品名	サブカテ
共立食品素焼きピスタチオチャック付75g	ナッツ類
東洋ナッツ食塩無添加ピスタチオ70g	ナッツ類
吉田ピーナツ食塩不使用ピスタチオM130g	ナッツ類
共立食品ピスタチオチャック付75g	ナッツ類
なとりJOLLYPACKピスタチオ24g	ナッツ類
パスコショコラピスタチオ1個	菓子パン
フジピスタチオ&ショコラパイ	菓子パン
ヤマザキホワイトナイススティック(ピスタチオクリ)	菓子パン
137Dピスタチオミルク180ml	飲料
サントリーボスラテベースピスタチオ490ml	飲料
パピコ大人の濃厚ジェラードピスタチオ160ml	アイスクリーム
森永乳業ピノピスタチオ60ml	アイスクリーム
井関食品ピスタチオメープルキャンディ80g	キャンディ
森永製菓ミルクキャラメルピスタチオ袋74g	キャンディ
森永製菓ダースプレミアムピスタチオ12粒	チョコレート
グリコポッキーフランボワーズ&ピスタチオ4袋	チョコレート
森永製菓ピスタチオガレットサンド6個	ビスケット
YBCノアールミニサンドピスタチオ60g	ビスケット
ドンレミーピスタチオ&イタリアンチョコパフェ	洋風半・生菓子
サンラヴィアンピスタチオロールケーキ4個	洋風半・生菓子

最初に、ナッツ類の月別点数PIを集計し、前年、一昨年同月と比較しました。前年を上回る月が多く、2021年8月は前年比147.1%、一昨年比223.7%となりました。ピスタチオそのものへの需要も高まっていることがわかります。

ピスタチオ（ナッツ類）の月別点数PI

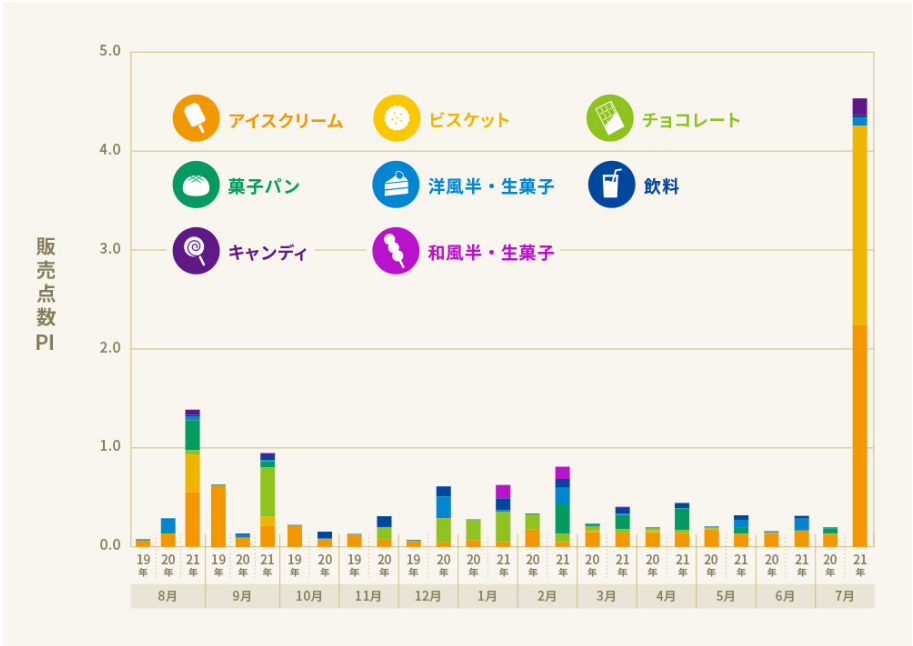


※2021年9月は10日までの数値

次に、ピスタチオ商品の月別点数PIを集計し、前年、一昨年同月と比較しました。前年を上回る月が多く、特に2021年7月は前年を大きく上回りました。アイスクリームやビスケットが好調に推移したことが要因として挙げられます。

8月、9月は、7月ほど点数PIは増加しませんでした。それでも菓子パンやチョコレートへの需要が増加しており、前年を大きく上回っています。

ピスタチオ商品の月別点数PI

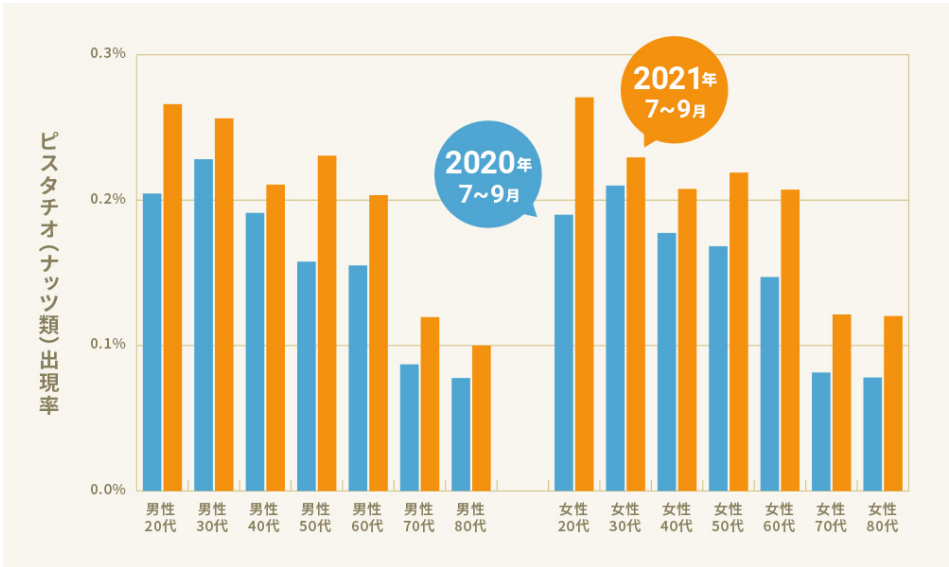


※2021年9月は10日までの数値

ナッツ類、ピスタチオ商品ともに前年同期を大きく上回る状況が続いていますが、どの世代からの支持が高かったのでしょうか。性年齢別の出現率（＝期間中来店者のうち、当該カテゴリーを購買した人の割合）を集計し、前年同期と比較しました。

ナッツ類は、どの世代も前年同期の出現率を上回りましたが、男女ともに若年層の出現率増加率が高いです。元々出現率の高かった若年層の購買がさらに進んだことが、ナッツ類の好調要因と言えそうです。

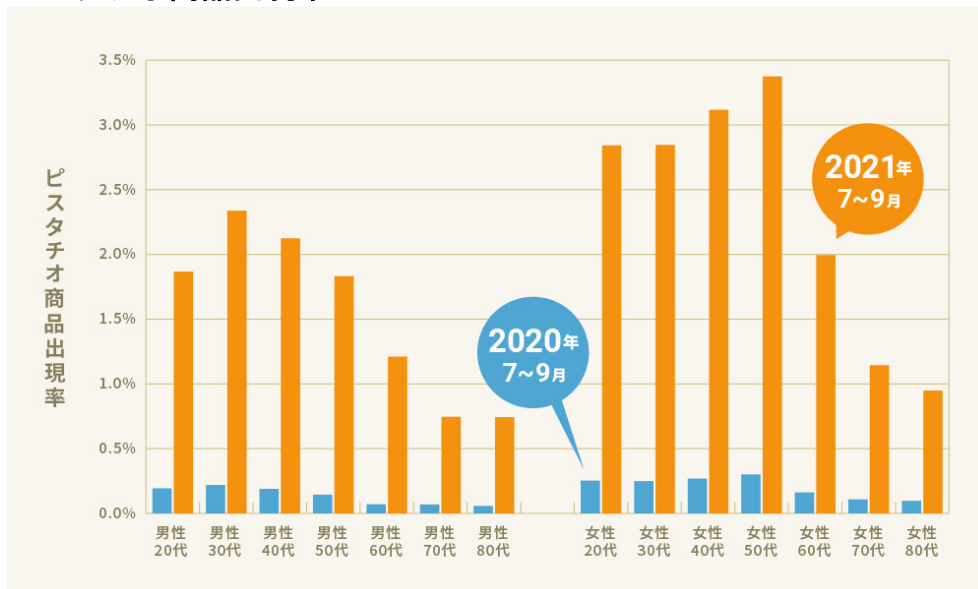
ピスタチオ（ナッツ類）出現率



※7月1日～9月10日までの数値

ピスタチオ商品は、ナッツ類同様どの世代も前年同期の出現率を上回りましたが、男女ともに若年層の出現率が高まりました。

ピスタチオ商品出現率



※7月1日～9月10日までの数値

これまで紹介したように、ナッツ類、ピスタチオ商品の需要増は、若年層の購買が進んだことが要因の1つとして挙げられます。ナッツ類に関しては、在宅が増えたことでおつまみの需要が増加したことが考えられますが、他に調理用途への需要が高まったことも要因として考えられます。そこで、若年層（20～40代）がナッツ類（特に、無添加、素焼きのピスタチオ）を購入する際に、同時に購入するカテゴリーに違いが見られるのか、同時併買分析を行いました。

主な無添加・素焼きピスタチオ

共立食品素焼きピスタチオチャック付75g

東洋ナッツ食塩無添加ピスタチオ70g

吉田ピーナツ食塩不使用ピスタチオM130g

下記図表は20～40代が無添加・素焼きピスタチオを購入した際に、同時に購買する割合の高いカテゴリーを抜粋したものです。ウイスキー、輸入ワイン、ビールなどアルコール類のほか、ホイップクリーム、豆乳、アボカドなどとの併買率も高いです。

無添加・素焼きピスタチオ同時併買分析 (男女20～40代：2021年7月1日～9月10日)

		全体	分析対象	
		単独購買率	信頼度 (同時併買)	リフト値
1	嗜好食品:酒類:洋酒:ウイスキー	0.3%	3.3%	9.55
2	嗜好食品:酒類:ワイン:輸入ワイン	0.4%	3.2%	8.31
3	嗜好食品:酒類:ビール類:ビール	3.6%	14.9%	4.20
4	食品:加工食品:乳製品:ホイップクリーム	0.8%	3.0%	3.55
5	嗜好食品:酒類:ビール類:発泡酒	1.6%	5.3%	3.30
6	嗜好食品:酒類:酒関連:氷	1.5%	4.8%	3.26
7	嗜好食品:飲料:乳系飲料:豆乳	2.4%	7.5%	3.16
8	食品:加工食品:乳製品:ナチュラルチーズ	3.6%	11.4%	3.14
9	水産:塩干加工品:海草:もずく	1.2%	3.4%	2.84
10	農産:野菜加工品:冷凍野菜:冷凍枝豆	1.1%	3.1%	2.75
11	嗜好食品:酒類:リキュール類:チューハイ・カクテル	8.7%	23.2%	2.66
12	農産:果物:輸入果物:アボカド	1.6%	4.2%	2.66
13	畜産:鶏肉:鶏肉_他:鶏肉_他	4.5%	11.8%	2.59
14	食品:加工食品:漬物:浅漬	1.3%	3.2%	2.49
15	農産:野菜:葉物:大葉	1.8%	4.4%	2.40

前年同期の同時併買分析も行い、併買率に違いのあるカテゴリーを抜粋しました。酒類では、特にチューハイ・カクテルの併買率が高まりました。その他には、鶏肉、豆乳、ホイップクリーム、トマト調味料などの併買率が高まっています。つまみ需要に加えて、料理・お菓子づくりに用いられることが増えているようです。

無添加・素焼きピスタチオ同時併買分析（男女 20～40 代）

		2020年7月1日 ～9月10日	2021年7月1日 ～9月10日	差
		信頼度(同時併買)	信頼度(同時併買)	(ポイント)
農産	生椎茸	3.0%	4.3%	1.3
畜産	鶏肉_他	8.4%	11.8%	3.3
食品	ナチュラルチーズ	9.5%	11.4%	1.9
	ホイップクリーム	1.5%	3.0%	1.5
	和風レトルト	1.5%	4.0%	2.5
	トマト調味料	1.3%	3.0%	1.7
嗜好食品	豆乳	4.0%	7.5%	3.5
	ビールテイスト飲料	1.9%	3.0%	1.1
	ビール	13.4%	14.9%	1.5
	発泡酒	4.2%	5.3%	1.1
	チューハイ・カクテル	19.6%	23.2%	3.6
	輸入ワイン	2.1%	3.2%	1.1

コンビニエンスストアや専門店において、ピスタチオを用いたスイーツ等の需要が増加していますが、食品スーパーにおいても同様の傾向を示していることがわかりました。ピスタチオを用いた各種商品だけではなく、ピスタチオそのものへの需要も、若年層を中心に高まっていることがわかりました。

この需要を一時的なものにしないためにも、ピスタチオを用いたメニューや、お菓子作りの提案を行うと、つまみ以外の需要が定着し、さらなる市場拡大・定着が期待できるでしょう。

- ①今回お伝えした情報は、その完全性、正確性、皆様の目的に対する適合性、第三者の知的財産権を侵害していないことを現在及び将来にわたって保証するものではありません。
- ②今回お伝えした情報の使用に起因して生じる結果について一切の責任を負いません。