



甘い話

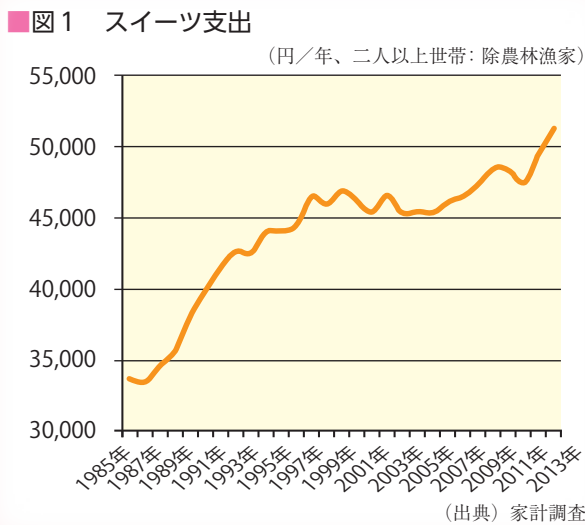


株式会社 日本経済研究所 地域本部
常務執行役員 本部長 佐藤 淳

スイーツが好調である。デザートや洋菓子である。若い女性だけではなく、中年男性の消費も増えている。イメージに合わない出来事は、時代の変化を象徴している可能性が高い。単なる甘い話なのか。検討を加えた。

■スイーツ市場の成長

スイーツが好調である。家計調査によると、1985年には年間3万円強であったスイーツへの支出は、2013年には年間5万円ほどにまで増加した(図1)。



30年間の支出額推移をみると、1985~92年のバブル期に急増し、バブル崩壊後も伸び率こそ鈍化したのが2000年近くまで伸長を続けた。2000~2005年にかけて停滞するが、その後は再び増加に転じている。

食料に対する支出は、所得の増加や経済の成熟化に伴って、そのウエイトが少なくなることが知られている。消費支出に対する食費のウエイトはエンゲル係数と呼ばれる。日本でも、経済成長に伴いエンゲル係数は低下を続けてきた。

図2にエンゲル係数と、スイーツ支出割合の比較を示す。エンゲル係数は1985年から2005年にかけて低下し、その後は概ね横ばいである。

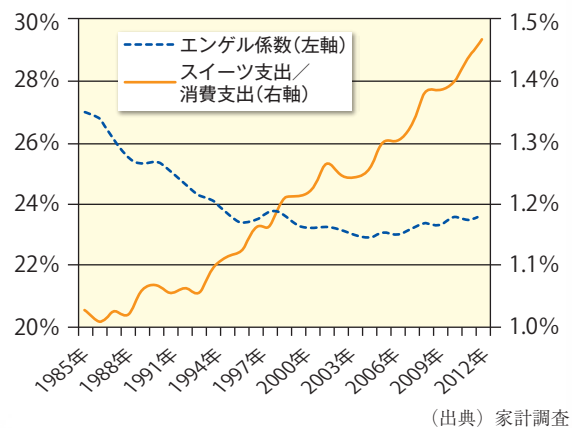
一方、スイーツに関する支出の割合は、1985年以降今日までの約30年間、右肩上がりであり、1985年には1%に過ぎなかった消費支出に対するウエイトは2013年には1.5%近くまで上昇した。

1985年から今日までの30年間は、大型スーパーやコンビニエンスストアが急成長し、我が国の流通チャネルが一新された時期に該当する。

この過程において、多くの食品は価格競争に巻き込まれ、価格は下落、エンゲル係数は低下してきた。

このような動きは食品に限らない。プラザ合意

■図2 エンゲル係数とスイーツ支出比率



(1985)以降の急速な円高に伴い安価な輸入品が流入し、さらに金融危機後のデフレが加わって、価格破壊が日常化した30年間であったと言えるだろう。

様々な逆風のなか、スイーツ市場は右肩上がり成長してきた。これはいかなるメカニズムによるものであろうか。

■品目別動向

品目別にみてみよう。家計調査品目のうち、スイーツに該当するものは、和菓子の一部（その他和生菓子）、洋菓子全般（カステラ、ケーキ、チョコレート）、デザート類（ヨーグルト、ゼリー、プリン）、アイスクリームである。

■表1 スイーツ成長率・寄与率

		スイーツ	和生菓子	洋菓子	デザート	アイス
1985~ 2013	成長率	52%	32%	21%	363%	8%
	寄与率	100%	12%	19%	65%	4%
2005~ 2013	成長率	13%	-2%	12%	25%	15%
	寄与率	100%	-4%	36%	49%	18%

(出典) 家計調査

スイーツ市場（支出）は30年間に5割成長したが、成長に最も寄与した分野はデザート類であり、寄与率は65%に及ぶ(表1)。成長の2/3がデザート類によるものであった。特にヨーグルトの寄与率が高く(44%)、スイーツ市場成長の半分弱はヨーグルトによるものといえる。

首都圏向けのヨーグルト生産は北関東が拠点となる。茨城にも大手の大工場から地域密着型まで多数存在する。

デザート類の勢いは近年も衰えていない。2005年以降、スイーツ市場は13%成長したが、成長の1/2はデザート類によるものであった。

デザートに次ぐ成長寄与は、洋菓子である。洋菓子は近年の成長が著しい。ケーキやカステラのような古典的な洋菓子ではなく、洋生菓子が伸長している。コンビニエンスストアが独自のスイーツを手掛けたことが大きいだろう。

アイスクリームも近年は好調である。バブル前後の勢いはないが、2005年以降は成長率で洋菓子を凌駕した。

一方、近年停滞しているのは和菓子である。

2010年頃までは堅調であったものの、ここ数年減少が続いている。

■地域資源とスイーツ

2012年1月にスイーツ市場をアンケート調査した日経産業地域研究所によると、60代の高齢層を除く全ての層が、数年前よりスイーツの摂取機会を増やしていた。若い女性だけでなく、50代の男性まで幅広い支持を集めた。

購入場所は、スーパーを筆頭に、洋和菓子店、デパ地下、コンビニエンスストアである。最近ではコンビニが増えている。コンビニ業界はやや高級なプライベートブランドのスイーツに注力しており、今後「健康」「本物」を重視するとみられている。

健康面では、例えば小麦粉を「ふすま」に変えることで、糖質を半分に、カロリーを2/3に抑えたりする等の工夫がみられる。また、本物志向では、地域の素材を前面に出した商品の展開が検討されている。

日本でも欧州のように、地域原料にこだわる本物志向の加工食品が増えている。例えば日本酒では「山田錦」等、原料米の表示が価格や売れ行きを左右する状況になりつつあるし、乳製品では北海道産を謳う商品が多い。

スイーツでは「○○産使用」とする部分的な活用が多かったが、本物志向の商品がヒットすれば、本格的な地域原料使用が当たり前になるのかも知れない。

茨城県は、スイーツ素材として有力な、メロン、クリの生産が日本一である。今年で三回目となった「いばらきスイートフェア(2014)」では、メロン・スイーツに対する人気投票「いばらきスイーツ総選挙」が実施され、グランプリには笠間市の「真夏の貴婦人」が、準グランプリには結城市の「3D/メロンショート」が、3位には水戸市の「メロンチーズ」が選ばれた。

スイーツが好調な一方、メロンの消費は減り続けている。メロン・スイーツは本物志向の流れに乗って茨城経済の救世主となれるだろうか。要注目である。