



米国における消費拡大



ジュディス・ゲインズ・
チェース

SCAA
2010年4月



J. Ganes Consulting, LLC

米国における消費拡大

● コーヒーは景気低迷の中でも健闘

● 消費者は価格に対してやや敏感

● 飲料業界のマーケットシェアをめぐる熾烈な争い

● 健康上のメリットが引き続き重要

● 若年層、高齢層、人種

米国のコーヒー市場は現在も世界をリード

- 米国の輸入量は、1年を通したすべての月において、世界のコーヒーの総出荷量の20~26%を占めている。
- 昨年の米国のコーヒー輸入量は2,430万袋で、前年を200万袋上回った。
- 1975年以降、米国に毎年輸入されるコーヒーの量は約600万袋増加している。
- ブラジル（の生産量）は、年間1,800万袋を超える消費量にも対応しており、毎年3~5%増加している。

米国の飲料市場の競争は熾烈

- 販売業者は、驚異的なペースで新製品を送り込んでいる。
- 栄養飲料のように、活力を与え、健康上のメリットを売り物にした飲料が市場をリードしている。
- ドリンク戦争：消費者の選択肢は拡大している。フレーバーはベリー系とシトラス系が大半だが、消費者は、飲み物の効果についてはどれを選んだらよいのか迷っている。
- ティータイム：フレーバーティーによって多様化が進んでおり、白茶と緑茶は、健康意識の高いお茶の愛好家をターゲットとしている。
- コーヒーの人気も依然として高いが、販売業者は、店舗での販売スペースを確保し、急増する他の飲料に対抗するための継続的な手段を求めている。

2009／2010年の全米コーヒー協会による米国での飲料調査では、景気低迷による影響はごくわずかであることが判明

- 米国における冬期の飲料調査：景気低迷にもかかわらず、コーヒーの消費量は前年もほぼ横ばいであった。
 - 回答者によれば、前年の消費量は2008年と比べても安定しているが、2007年のピーク時よりは下回っており、グルメコーヒーの売り上げは減少している。通常のコーヒーの売上は変わらない。
 - コーヒーをあまり飲まない人々の間では消費量はやや減少しているものの、コーヒーを定期的に消費する人々の消費頻度および浸透率は変わっておらず、厳しい経済状態にもかかわらず消費にはかなり弾力性があることがわかる。
 - 1日当たりに消費されるカップ数は、全体では3.3カップ、グルメコーヒーでは2.3カップである。
 - 消費者が消費頻度を大幅に増やす可能性は少ない。したがってコーヒーの消費量を拡大するには、新規消費者を継続的に取り込む必要がある。

販売時の考慮事項－健康

- ❖ コーヒーの健康効果は不明だが、人々の認識は誤った方向に向かい、過度に否定的になる傾向が見られる。
- ❖ 最近の調査では、コーヒーに糖尿病や一部のがん、精神疾患の予防に役立つ可能性があることが示されている。
 - こうした利点、および糖分やカロリーの含有量の少なさを強調すれば、疑問も解消され、消費が増える可能性がある。
- ❖ ニッチ市場を狙う焙煎業者は、高品質のカフェインレス・コーヒーの製造を続けているため、カフェインを嫌う消費者をターゲットにする可能性も考えられる。

コーヒーの高級化

- ❖ コーヒーショップおよびレストランの多くは、コーヒーを淹れることを一種の芸術のように取り扱っている。
 - カフェインレス・コーヒーですらも、特別な注意と配慮が払われている。
- ❖ スターバックスは、アルコール飲料や高級感のある軽食を提供し、“スターバックス”のブランドを名乗らないおしゃれな店舗を2店オープンした。
 - 最近では午後にドリップ式サービス（pour-over-brewing）を導入し、より新鮮なコーヒーを提供し始めた。
- ❖ イリカフェ（IllyCaffe）は、同社の製品のみを提供し、同社に品質管理の権限を与えることに同意した米国の独立系コーヒーショップと契約を結んでいる。
 - 今後3年間で店舗数は100店を超える見込みである。

RTDコーヒーの展開

- ❖ 比較的高設定の価格と競争の激化により、2009年の売上は大幅に減少した。
- ❖ 店舗では、機能性飲料、水、栄養飲料のすべてがRTDコーヒーと競合している。
- ❖ 手ごろな価格のプレミアムコーヒー飲料を提供するファストフード店（QSR=Quick Service Restaurant）やコンビニエンスストアも増えている。
 - サブウェイとバーガー・キングがコーヒー市場に参入したことで、シアトルズ・ベストのコーヒーが販売される店舗は17,000店を超える見込みである。
- ❖ 栄養補助剤を添加した機能性コーヒー飲料も、成長源となる可能性がある。
 - ボルトハウス・ファームズのパーフェクトリー・プロテインドリンクは、順調な売り上げを記録している。

若年層に人気のアイスコーヒー

- ❖ チェーン店は、数々の新製品で売上を伸ばしている。
- ❖ スターバックスは“お好みに応じたフラペチーノ (however-you-want-it frappuccinos)”のサービスを開始し、来店客が好みに合わせてドリンクの材料を選べるようにしている。
- ❖ ダンキン・ドーナツとマクドナルドも、新種のアイスコーヒーやフラッペ、スムージーを導入している。
- ❖ スターバックスは、コールドドリンクについて31オンスの“トレンタ”サイズのカップのテストを実施しているが、これも最終的には他の種類の飲料にも導入される可能性がある。
 - ベンティサイズは24オンスだが、ダンキン・ドーナツはすでに容量32オンスのアイスコーヒー用のカップを提供している。

シングルサーブの市場も加熱傾向が続く

- ❖ 2009年、キューリグ（Keurig）の売上はほぼ倍増し、ホリデーシーズン後もコーヒーメーカーは引き続き順調な売上を記録している。
- ❖ コーヒーメーカーおよびポッド（K-cup）のバリエーションも増え続けている。
 - 小規模企業のための新型コーヒーメーカー
 - フォルジャーズ（Folgers）およびミルストーン（Millstone）ブランドのポッド
 - revvおよびrevv pulseのポッドは、栄養飲料のように販売されている。
- ❖ シングルサーブ用のプレミアムインスタントコーヒーが新たな競争市場となる可能性がある。
 - スターバックス・ヴィア（VIA）が売上を後押しし、国内での販売店はまもなく30,000店に達する見込み
 - ネスレは、テイスターズ・チョイス（Taster's Choice）をシングルサーブ用のパッケージで提供

何が消費されているのか？

2009年の食品・薬品・量販市場における売上	100万ドル	マーケットシェア (%)
焙煎コーヒー	3,027	80.2%
• 豆	332	8.8%
• 粉	2,429	64.4%
• 粉 (カフェインレス)	267	7.1%
インスタントコーヒー	517	13.7%
• レギュラー	420	11.1%
• カフェインレス	97	2.6%
RTDコーヒー	230	6.1%
• カプチーノ/アイスコーヒー	213	5.6%
• RFG (Retail Food Group)のRTDコーヒー	18	0.5%
合計	3,774	100%

出所: Mintel

誰が何を飲んでいるのか？

利用割合 (%)	総合	白人	黒人	アジア系	ヒスパニック
種類を問わない (正味)	77	78	66	78	84
粉もしくは豆	62	66	41	56	53
インスタントコーヒー	27	23	43	38	48
RTD コーヒー飲料	26	24	29	37	32

出所: Mintel/Experian

誰が何を飲んでいるのか？

コーヒー飲用者における 利用割合 (%)	総合	白人	黒人	アジア系	ヒスパニック
カフェインレス	47	45	58	48	54
公認 有機栽培コーヒー	11	10	7	17	13
“フェアトレード” コーヒー	10	10	5	15	13
“日陰で栽培された” コーヒー	4	4	4	3	5

出所: Mintel/Experian

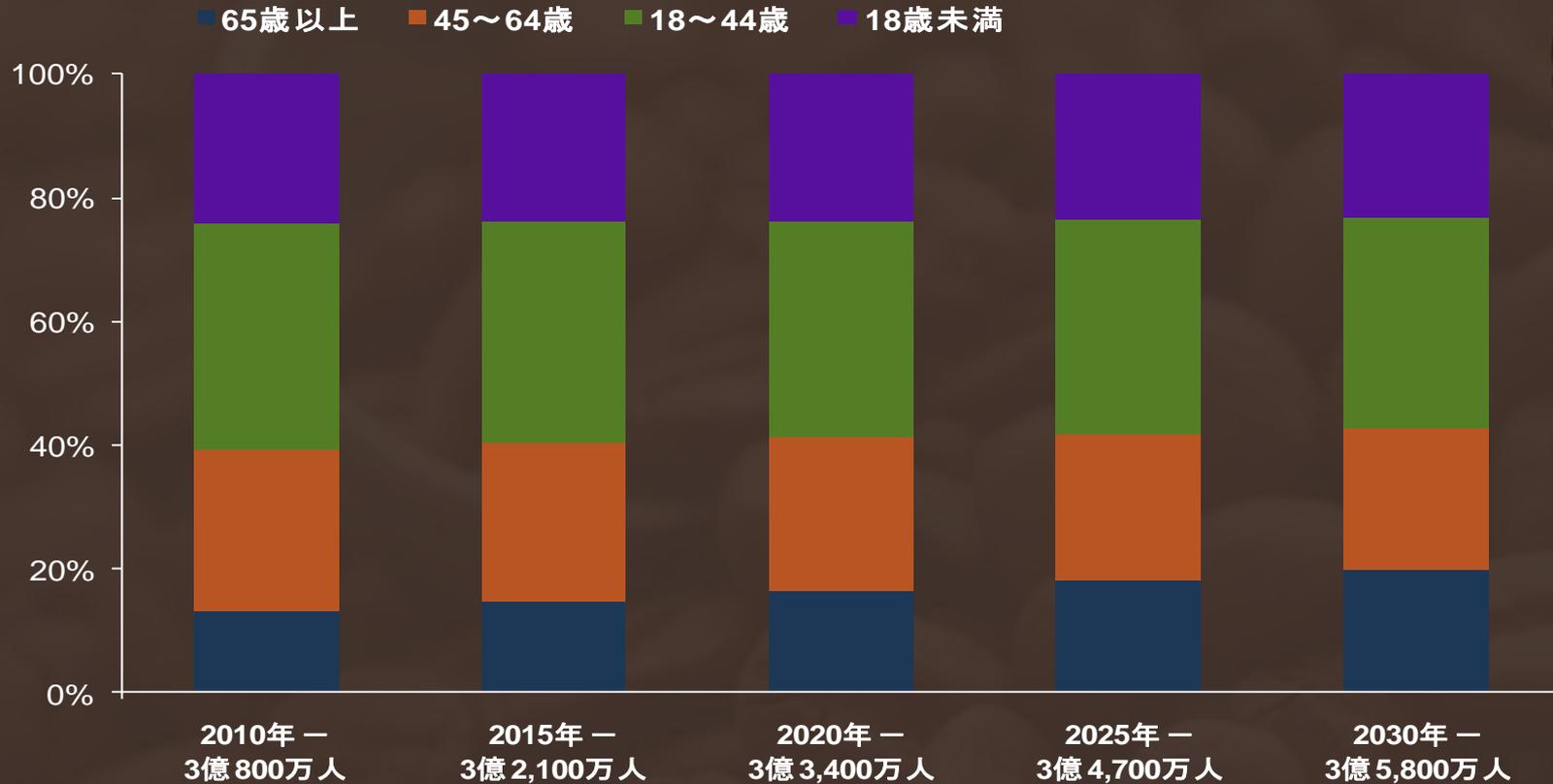
ケーススタディー ネスカフェ・クラシコ (Clasico)

- ❖ クラシコは、ヒスパニックをターゲットとしたインスタントコーヒーで、パッケージもニカ国語表記である。
- ❖ クラシコは、コーヒーに対して強い文化的な結びつきをもつ未開拓市場に注目した製品で、目覚ましい売上とマーケットシェアを獲得している。
 - 2009年には、売上は20%増加して5,000万ドルを記録
 - インスタントコーヒーを飲んだと報告したヒスパニック系の人々48%のうち、ネスカフェを飲んだという人は57%
- ❖ 米国の人口に対してヒスパニック系が占める割合は、今後40年間で3倍に増加すると予想されている。

おもな人口統計－高齢の消費者

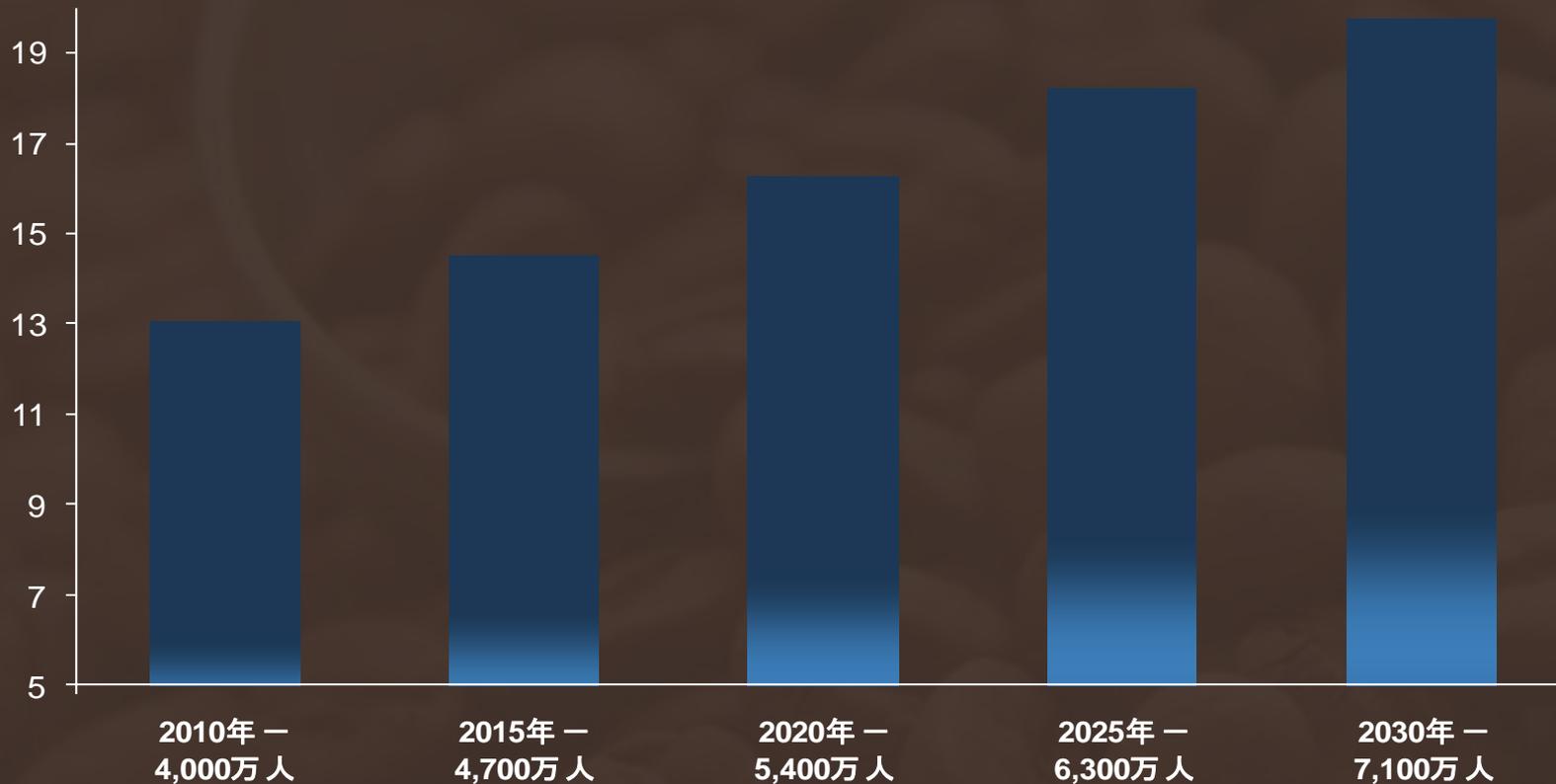
- ❖ 55歳から74歳までの消費者は、若年層と比べて多くのコーヒーを飲む。
- ❖ このセグメントはベビーブーム世代で、急速に増加している。
 - ただしこの世代が、今後も現在のようなコーヒーの飲用習慣を続けるか、あるいは消費量を増加させるかは不明。
- ❖ 高齢の消費者は、健康意識が高い。
 - “胃への負担が少ない”として販促されているフォルジャーズの“シンプル・スムーズ（Simply Smooth）”のような製品にビジネスチャンスの可能性も。

米国の人口は着実に高齢化



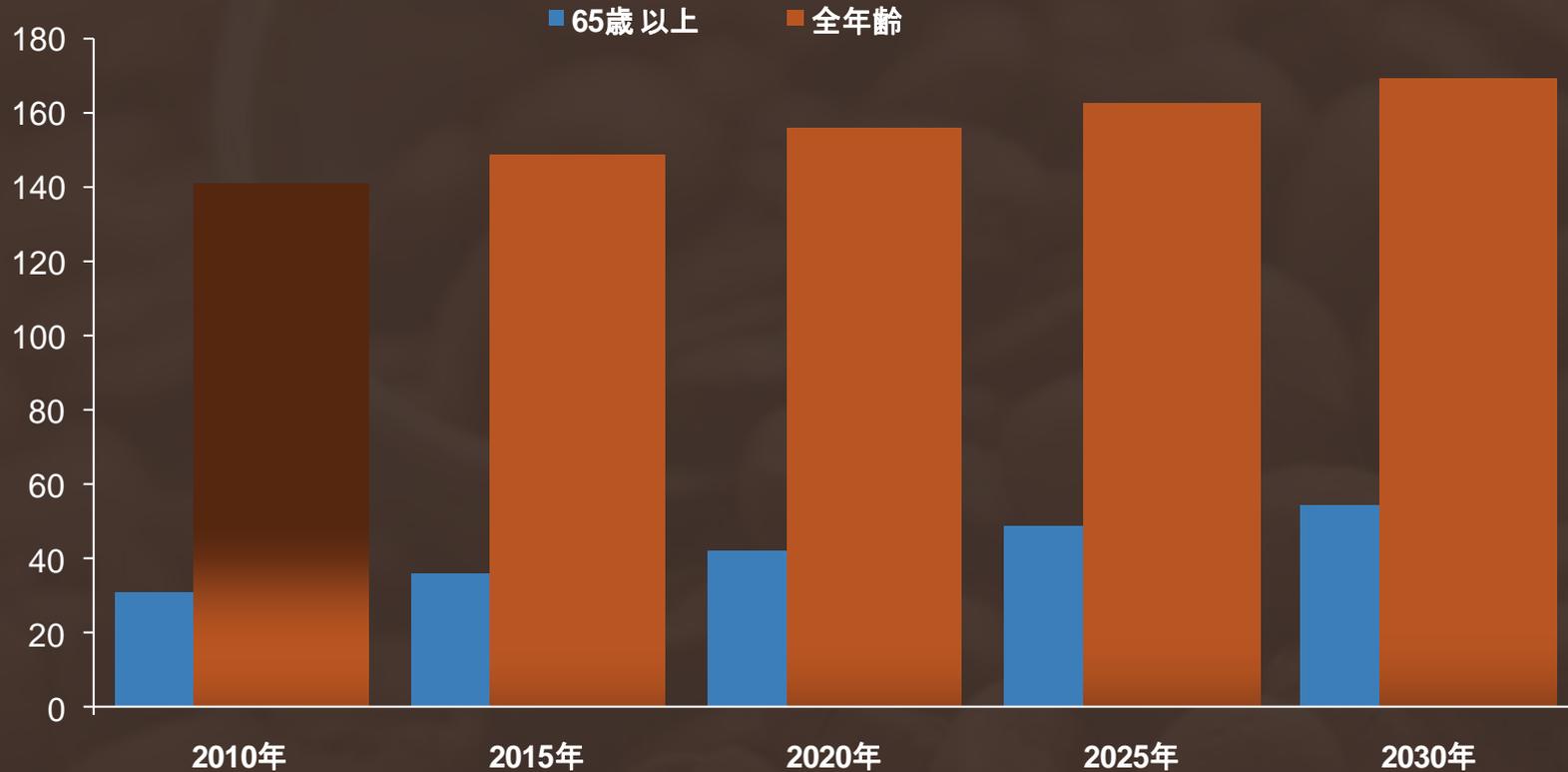
詳細データ

65歳以上の人口が占める割合 (%)



年齢層別の飲用習慣が変わらなかった場合

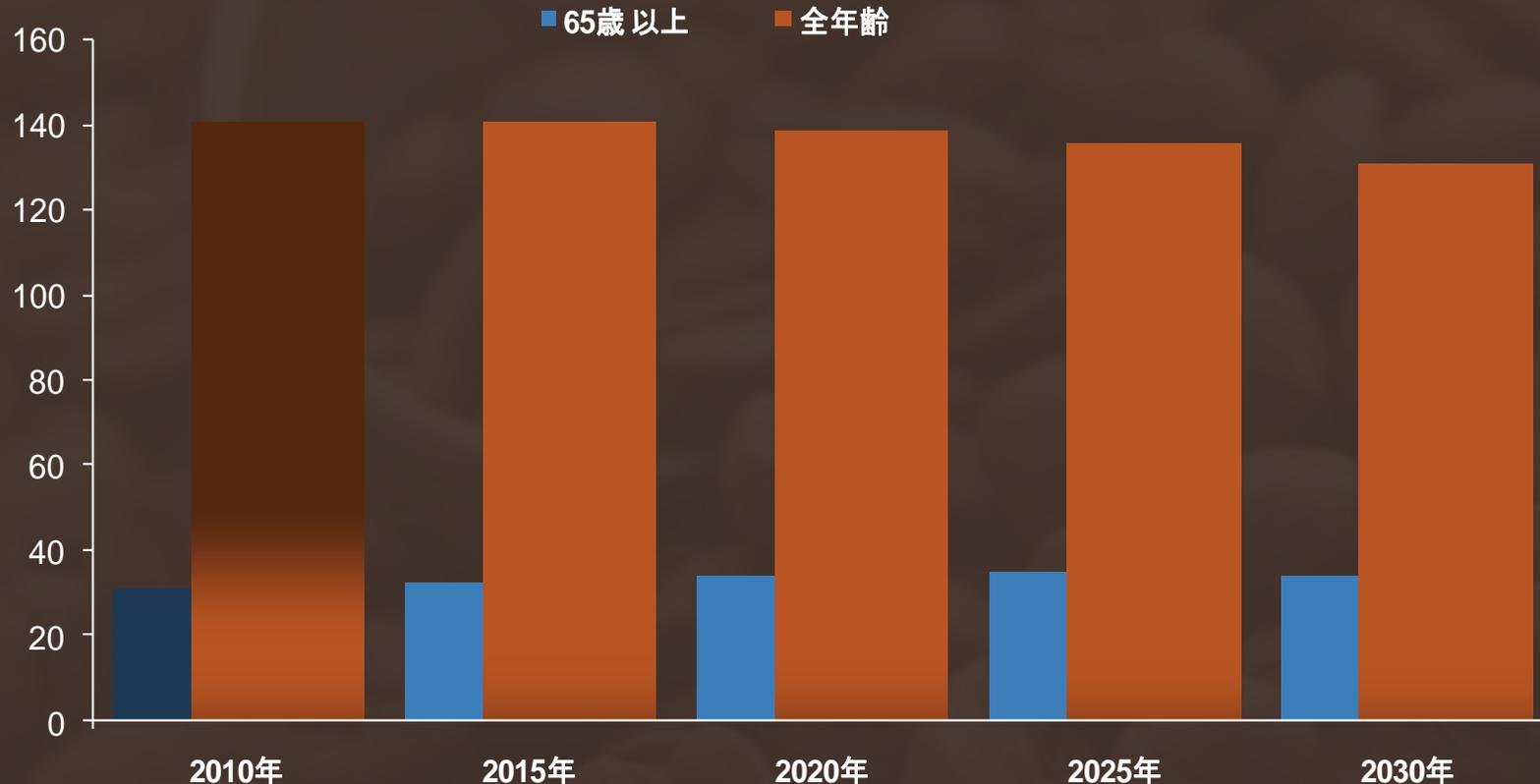
1年あたりに消費されるカップ数（単位：10億カップ）



出所：米国国勢調査およびNCA

ベビーブーム世代およびジェネレーションXが、それまでの世代ほどコーヒーを飲まなかった場合

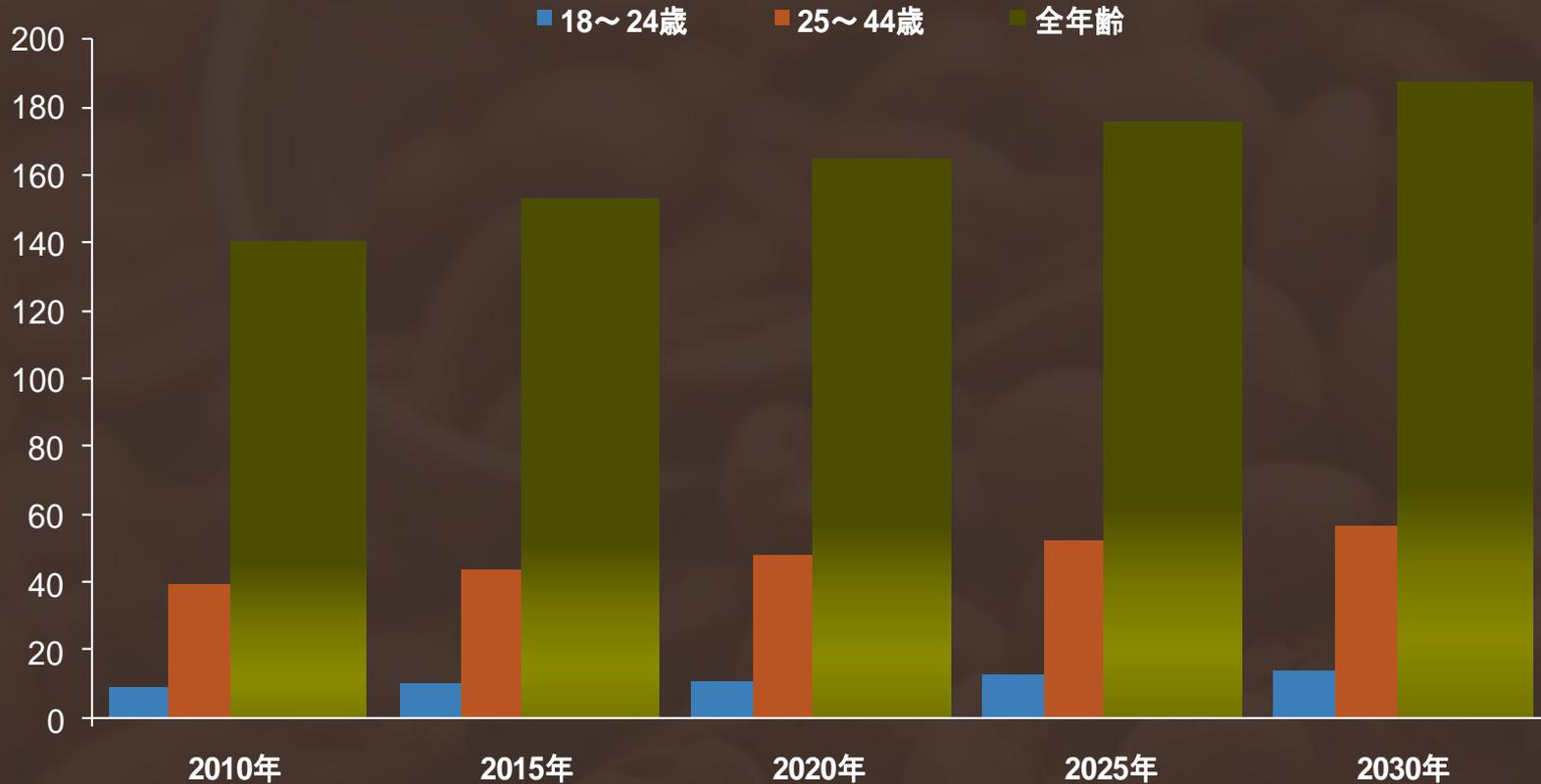
1年あたりに消費されるカップ数（単位：10億カップ）



出所：米国国勢調査およびNCA

若い消費者が、現在よりも早い時期にコーヒーを飲み始め、より多くのコーヒーを飲むとしたら... (高齢世代の消費量が現在と変わらなかった場合)

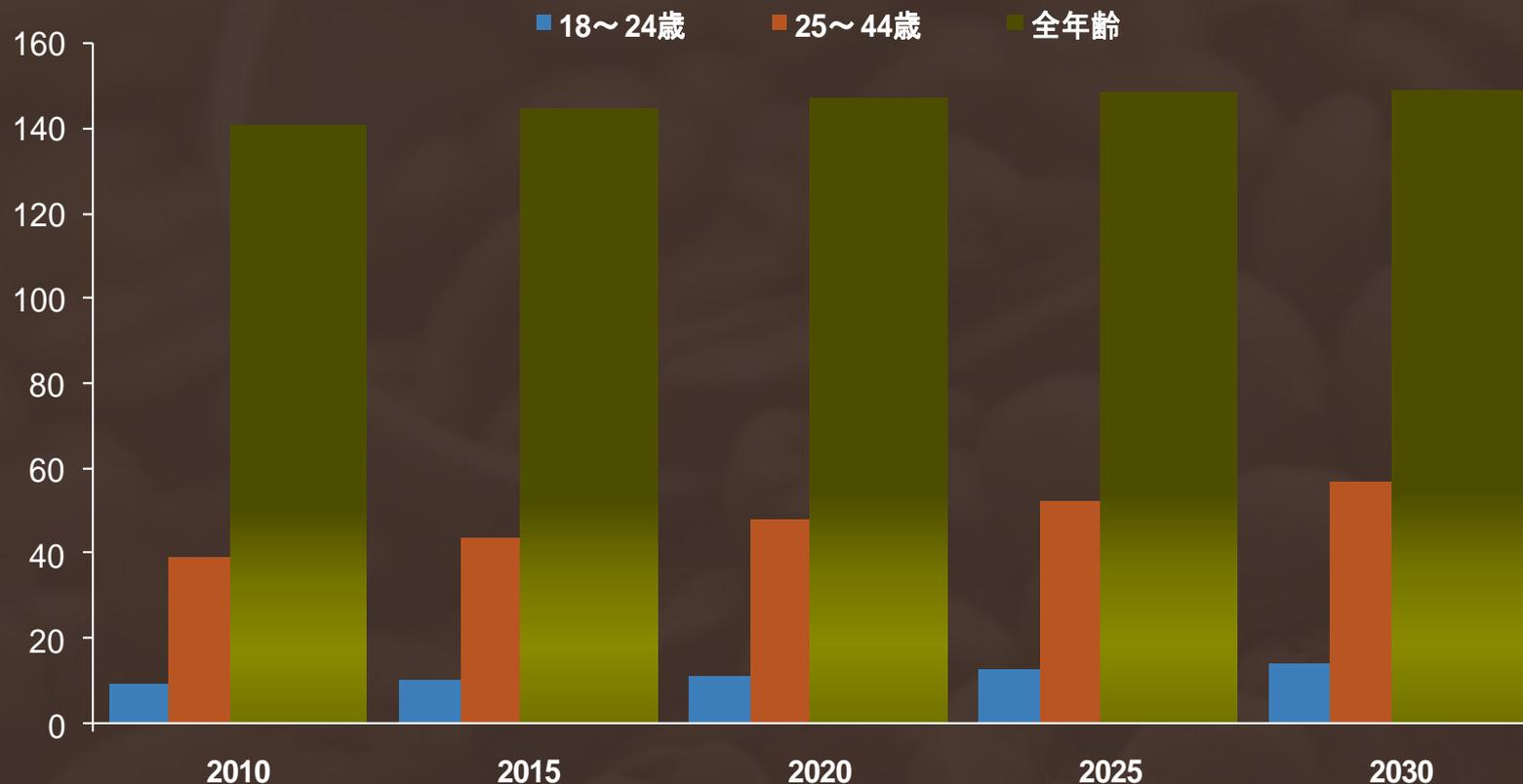
1年あたりに消費されるカップ数 (単位: 10億カップ)



出所: 米国国勢調査およびNCA

若い消費者が、現在よりも早い時期にコーヒーを飲み始め、より多くのコーヒーを飲むとしたら... (高齢世代の消費量が減少した場合)

1年あたりに消費されるカップ数 (単位: 10億カップ)



出所: 米国国勢調査およびNCA