

新型コロナ受け、ネットスーパーも存在感 (2)

米国、英国、ニュージーランドの主要サイト比較(ヨーグルト編)

新型コロナウイルス感染拡大に伴う「巣ごもり需要」で、多くの国でオンラインショッピングの売上げが増加した。ここに着目し、ネットスーパーで販売される牛乳のバリエーションについて6月5日付「J-MILK INTELLIGENCE」で紹介したの続き、今回は「発酵乳(ヨーグルト)」に焦点を当てて調査した。国ごとに商品コンセプトに多様性が見られ、フレーバーは多岐にわたる。レシピ提案も多く、そのまま食べるだけでなく料理の素材としても多く使われているようだ。外出制限の解除・緩和から、消費者がスーパーなどの実店舗を訪れる機会は増えたとみられるが、感染拡大への懸念から商品を手にとって確認すること(品定め)は以前より手控えられと予想される(*1)。その点、ネットスーパーでは消費者が製品情報を確認することが容易だ。今後の利用者増を見据え、製品情報を充実させることは、消費者の利便性向上に役立つのかもしれない。目新しさを求める消費者の心をつかむマーケティングのヒントになれば幸いである。

ヨーグルトの「健康」イメージ拡大

米国の調査会社 SPINS の「FOOD AS MEDICINE: WHAT SHOPPERS ARE LOOKING FOR TO STAY HEALTHY (薬としての食品:健康であるために消費者が求めているもの)」(*2)によると、身体の感染防御機能に重要な免疫力の維持向上を期待する食品として、ヨーグルト、カッテージチーズ、野菜のピクルスなどが挙げられている。

また英国では「Probiotics (プロバイオティクス)」の製品カテゴリーが確立されている。プロバイオティクスは、欧米の科学者らがヒトの健康に有益な乳酸菌などの生きた微生物に対して提唱したもので、近年、認知度が高まっている。

日本の特定保健用食品(トクホ)や機能性表示食品には、乳酸菌を機能性に関与する成分として利用した製品も多い。トクホは海外でもFOSHU(Food For Specified Health Uses)として認知されている。

調査内容と手順

前回の「牛乳(Milk)」編同様に、各国を代

表する大手小売りチェーン店のネットショッピングサイトで「Yogurt(ヨーグルト)」製品について調査した。登録のある品目数、商品構成や分類方法は、別表の通り国によって異なるが、商品分類は細分化されている。前回と同様、海外からのアクセス制限や、会員登録しなければ商品リストにアクセスできないなどの理由から、調査対象は限られた。

米国 (Walmart、Ralph's)

全米第一の小売り業者で、日本の西友の親会社であるウォルマート(*3)は、オンライン販売に力を入れており、アマゾンの売上げに急迫している。「Yogurt」で検索すると「Eggs & Dairy」のカテゴリーに874アイテムと多くの登録があったものの、デリバリーが可能な商品は28品目と少なかった(別表1)。

ラルフスのオンラインサイトも調べた。同じく別表1の通り、ヨーグルトについては383品目の登録があり(*4)、八つの分類に分けられる。また「Nutrition(栄養)」をキーワードに検索することも可能で、「Milk(牛乳)」以上に細分化されている。

品目数として一番多いのは「Flavored (フレーバー)」で 230 品目、バリエーションとしては日本でもポピュラーなストロベリー、ベリー類に加え、バニラ、ピーチ、チェリーなどが多いよう

だ。また「キーライム(フロリダ半島キーウエスト特産のライム)」も人気がある。

次いで Greek and Icelandic (ギリシャ・アイスランドスタイル) の製品で 136 品目、さらに

別表 1: 各国のスーパーのオンラインショッピングサイトの商品分類と品目数

米国(Walmart): 店舗販売とオンラインデリバリーの品目数

第1分類	第2分類	第3分類	店舗販売	デリバリー
Dairy, Eggs & Cheese	Yogurt & Yogurt Drinks	Total	874	28
		Greek	149	1
		Drinkable	35	1
		Yogurt	258	5
		Soy	4	
		Fat Free	139	2
		Low Fat	153	6
		Organic	45	
		Gluten Free	173	8

米国(Ralph's): 通常の分類

第1分類	第2分類	第3分類	品目数	第4分類	品目数														
Dairy & Eggs	Yogurt	Low Fat & Fat Free	66		<table border="1"> <thead> <tr> <th>第4分類</th> <th>品目数</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Fat Free</td> <td>36</td> </tr> <tr> <td>Gluten Free</td> <td>83</td> </tr> <tr> <td>Kosher</td> <td>121</td> </tr> <tr> <td>Live Naturally</td> <td>15</td> </tr> <tr> <td>Low Fat</td> <td>30</td> </tr> <tr> <td>Organic</td> <td>8</td> </tr> </tbody> </table>	第4分類	品目数	Fat Free	36	Gluten Free	83	Kosher	121	Live Naturally	15	Low Fat	30	Organic	8
		第4分類	品目数																
		Fat Free	36																
		Gluten Free	83																
		Kosher	121																
		Live Naturally	15																
		Low Fat	30																
		Organic	8																
Greek & Icelandic	136																		
Kids & Baby	47																		
Yogurt Drinks & Kefir	36																		
Flavored	230																		
Plain	42																		
Plant Based & Vegan	40																		
Probiotic	15																		

(第4分類の一例)

米国(Ralph's): Nutrition(栄養)を指定し検索した場合

第1分類	第2分類	第3分類	第4分類	品目数
Dairy & Eggs	Yogurt	Nutrition	Fat Free	41
			Gluten Free	225
			Kosher	276
			Live Naturally	86
			Low Fat	67
			Non-GMO	34
			Organic	51

「Low Fat & Fat Free (低脂肪・無脂肪)」の製品が 66 品目だが、このカテゴリーでは「SKYR (スキル)」と呼ばれるアイスランドスタイルのヨーグルトが多い。このヨーグルトを製造するためには、一般的なヨーグルトの 4 倍の生乳を使うことから、米国の酪農業界では期待の製品として捉えられている(*5)。

英国 (Sainsbury's)

英国の大手スーパーマーケット、セインズベリーのネットスーパーで「Yogurt」をキーワードに検索すると、363 アイテムの登録があった(*6)。また「Dairy Free (乳製品不使用)」の商品分類にも 24 品目の登録があった。「Yogurt」の商品分類には、容器サイズ別、低脂肪・無脂肪、また「Probiotic & Active Health (プロバイオティクスと活力ある健康)」製品にも 68 品目あり、腸内環境だけでなくカルシウム強化、

心臓病リスク低減などをコンセプトにした製品がある。一方、「Indulgent Yogurt & Desserts (耽美で甘いヨーグルトとデザート)」の分類には 65 品目の登録がある。ヨーグルトは健康面だけではなく、デザートとしての要素も強いようだ。

また米国同様に「Icelandic (アイスランドスタイル)」ヨーグルトも「High Protein (高たんぱく質)」の分類に含まれるが、「Natural, Organic & Greek (天然・自然、有機とギリシヤ)」の 65 品目と比べ、アイスランドヨーグルトは米国での流行が先行しているようだ。英国の食品などの日用消費財専門調査会社 KAM CITY のレポートによると、消費者がヨーグルトを買う際に最も重視するものとして 64.4%が「味の良さ」、26.8%が「健康メリット」を挙げ、ロックダウン中に Müller 社のイタリアンスタイル、マスカルポーネヨーグルトの売り上げが大きく伸びたとし

別表 1: つづき

英国 (Sainsbury's)

第1分類	第2分類	第3分類	品目数
Dairy & Eggs	Yogurt	All Yogurt	351
		Natural, Organic & Greek Yogurt	65
		Big Pot Yogurt	71
		Multi Pack Yogurt	136
		Probiotic & Active Health Yogurt	68
		Single Pots & Corner Yogurt	54
		Kids Yogurt	40
		Fat Free & Low Fat Yogurt	85
		High Protein Yogurt	14
		Indulgent Yogurt & Desserts	65
		Danone	7
		Light & Free, Actimel, Activa & Oykos	47
		Dairy Free	Yogurt

ニューージーランド (New World)

第1分類	第2分類	品目数
Dairy & Eggs	Yogurt & Dairy Food	224
	Yogurt Bases	38

ている(*7)。また同社は最近、アイスランドヨーグルトを上市している。

フレーバーのバリエーションはストロベリー、ベリー類のミックス、バニラ、チョコレートなど、一定のバリエーションはあるものの、プレーンタイプが主流のようだ。

ニュージーランド (New World)

ニュージーランドでは、週末に行われる朝市を利用する消費者が多いが、新型コロナの影響でネットスーパーの利用者が増加しているようだ。商品・サービスの比較サイト「Finder」では新型コロナ関連の特集として、おすすめのオンラインショッピングサイトを紹介している(*8)。

前回に続きニュージーランド資本のスーパーマーケット、ニューワールドについて調査した。米国、英国と比較するとヨーグルトの登録品目数は224と少ない(*9)。分類は別表の通りシンプルで、他国のように第3分類以下の項目はサイト上にはないが、個別のキーワード、例えば「Low Fat (低脂肪)」と入力すると、ヨーグルト類だけでなく全ての商品が製品カテゴリー別に検索できる。「Icelandic (アイスランドスタイル)」には3品目があった。

また「Yogurt Bases (ヨーグルトベース)」(*10)というカテゴリーがあった。これはミルクパウダーと生菌のプレミックスで、家庭で手軽に作れる商品だが、ギリシャヨーグルトのミックスも含め38品目あった。数人のニュージーランド人に尋ねてみたところ、使用経験者はいなかったが、ニュージーランドは不便な場所に住む人が多いため、自分で作る人も多いのではないかとのコメントを得た。

フレーバーのバリエーションで目立ったものはバニラ、ベリー類だった。またオーストラリアからの輸入品が多いようだ。

豊富なレシピ提案

3カ国のオンラインスーパーで調査をした際、各スーパーでは調理方法の提案に力を入れているように感じた。ヨーグルトのレシピについてもさまざまな調理方法とアイデアが紹介されていた。ヨーグルトの新たな可能性を感じ、各スーパーが提案する調理レシピについてもまとめてみた(別表2)。

米国、英国のサイトでは、素材からレシピが検索できるようになっており、同様に「Yogurt」をキーワードにして検索すると、米国のラルフス(Ralph's)は941種類(*11)、英国のセインズベリーでは436種類(*12)のレシピの登録があった。それぞれ調理にかかる時間、低脂肪食、ビーガン、ベジタリアン、前菜、主菜、朝食などの食事の場面など、分類が多岐にわたっている。

英国の紹介レシピ数はカテゴリーの区分けが非常に細かく、またTPOに応じたメニュー提案がなされており、今回比較した中では最も内容が充実しているように感じた。

ニュージーランドのニューワールドでは九つのキーワードでさまざまなメニューが提案されているが、「レシピ」の画面で材料別に検索することはできなかった。次に「Yogurt」をキーワードとして検索すると197種類のレシピが登録されており、前菜から主菜、デザートと幅広い>(*13)

日本では

日本では、ヨーグルトというと「健康」のイメージが消費者に強く定着しているようだ。PR会社のPR TIMESによると、2016年に行われたヨーグルトに関する調査では、ヨーグルトを毎日食べる人は2010年以降増加し、3割弱を占めた。食べる理由は「健康によい」「おいしい」だった(*14)。また2020年5月1日にJミ

ルクが発表した「新型コロナウイルス(COVID-19)の影響による食生活動向緊急調査」でも「免疫力、抵抗力強化」を理由にヨーグルトの

消費機会が増加している(*15)。

こうした傾向は、日本の「ヨーグルト」製品ではトクホや機能性表示食品が数多く上市され

別表 2:「ヨーグルト」を使用した料理レシピ

米国(Ralph's)

カテゴリー	内容	例	登録レシピ数
Duration	調理にかかる時間 (4段階)	1時間以内	443
Fresh Picks	春夏秋冬の季節メニュー	夏	12
Main Ingredient	12の肉や魚等の素材	牛肉	16
World Cuisine	15の国と地域	地中海風	27
Meal & Dish Types	前菜、主菜、デザート、朝食、夕食向けなど11の食事シーン別メニュー	夕食	138
Cooking Style	煮る、焼く、揚げる等10通りの調理法別	揚げ物	12
Difficulty Level	3段階難易度別のメニュー	中程度	84
Diet & Health	Egg Free、Gluten Free、Lactose Free、Paleo*、Soy Free、Veganなど	Paleo*	5

*Paleoとは消化し難い素材を取り除いた内臓の負担を抑えた食事のこと

英国(Sainsbury's)

カテゴリー	内容、分類例	登録レシピ数
Ready In	調理時間	
Serves	人数別	
Diet	グルテンフリー	144
	低脂肪	125
Health	その他、ビーガン、ベジタリアン向けなど	698
	500、350Kcal以下	309
Courses	減塩、その他	243
	前菜、主菜、副菜、スープなど	488
Cuisine	朝食、ブランチ、サンドイッチなど	217
	ソースや調味料	62
Ingredients	英国料理	104
	その他24カ国・地域の料理	561
Dish Type	牛、鳥、ラム、豚肉など	286
	魚類	93
Method	その他11種の素材別	
	くつろぎの料理	108
	残り物で	45
	作り置き用	102
Occasions	節約	43
	お手軽・簡単	136
Seasonal	9種類の調理法別	436
How To	新年、クリスマス、感謝祭、ピクニックなどの目的別料理	728
Baking	季節別の料理	321
	調理のヒント、基本的な調理方法	
	人気の料理番組とのコラボメニュー	1

ており、これらの製品が消費者に認知されてきたことの表れでもあるとみられる。

大手のネットスーパーで「ヨーグルト」の品目数を調べてみたところ、乳製品の商品分類におおむね 100～170 品目の登録が見られたものの、おすすめ、ブランド、価格以外の選択肢は見当たらなかった。また、調理レシピに関して先の 3 カ国と比べると、日本のスーパーでは「おすすめ」「時間」「カロリー」別の分類がほとんどで、「素材別」から「ヨーグルト」を利用した調理レシピが見られるサイトはわずかで、その数も多くはない。家庭料理のレパートリーを豊富にする「素材」としてのヨーグルトの消費増にも期待したい。

最後に製品情報について触れたい。米国と英国のサイトでは、製品ごとに商品説明、栄養情報などを確認できるが、ニュージーランド、日本のサイトでは情報量が限られているように感じた。

新型コロナの影響は、外出制限・自粛の解除・緩和などで状況は変わっていくだろう。「新しい生活様式」の広まりとともに、ネットスーパーの役割とメーカーの商品提案と訴求力は消費者にとってますます重要になるだろう。

出典:

- *1 例えば次のサイトで、「新型コロナ対策としての『お買い物の心得』」の一つとして、「買う商品以外はなるべく触らないよう心がける」ことが紹介されている。<https://www.go-to-chi-supermarkets.com/post/20200415>
- *2 <https://www.spins.com/food-as-medicine-what-shoppers-are-looking-for/>
- *3 <https://corporate.walmart.com/>
- *4 <https://www.ralphs.com/pl/yogurt/02009>
- *5 <https://www.dairyherd.com/article/yogurt-world-greeks-are-down-and-vikings-are>
- *6 https://www.sainsburys.co.uk/shop/gb/groceries/dairy-eggs-and-chilled/all-yogurt#langId=44&storeId=10151&catalogId=10241&categoryId=428918&parent_category_rn=428866&top_category=428866&pageSize=60&orderBy=FAVOURITES_ONLY%7CSEQUENCING%7CTOP_SELLERS&searchTerm=&beginIndex=0&hideFilters=true
- *7 <https://www.kamcity.com/namnews/products-promotions/muller-yogurts-prove-popular-during-lockdown/>

別表 2: つづき

ニュージーランド(New World)

カテゴリー	内容
Discover New Go-To	お助けメニュー
Quick and easy dinners	手軽な夕食に
Desserts	デザート
Pantry Essencials	備蓄品の活用
Baking	焼き菓子、パンなどへの応用
Breakfast	朝食
Chicken	鶏肉
Gluten Free	グルテンフリー
Vegetarian	ベジタリアン

*8 <https://www.finder.com/nz/buy-groceries-online>

*9

<https://www.ishopnewworld.co.nz/category/chilled-frozen-and-desserts/dairy-eggs/yoghurt-dairy-food>

*10

<https://www.ishopnewworld.co.nz/category/fresh-foods-and-bakery/dairy-eggs/yoghurt-bases>

*11

<https://www.ralphs.com/recipes/search?searchTerm=yogurt&page=1>

*12

<https://recipes.sainsburys.co.uk/search?term=yogurt&tab=all&commit=Search>

*13

<https://www.newworld.co.nz/search#e=0&q=yogurt>

*14

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/00000348.000007815.html>

*15

<https://www.j-milk.jp/report/trends/h4ogb4000003tso-att/h4ogb4000003it0.pdf>

(資料閲覧時期 2020年6月5～21日)

(Jミルク 国際グループ 御手洗 伸)