

2021年1月

5月9日は「アイスクリームの日」

アイスクリーム白書 2020

一般社団法人 日本アイスクリーム協会では、毎年アイスクリームに関する消費者調査を行い、「アイスクリーム白書」として発表しています。

2020年は、新型コロナウイルスの感染拡大が私たちの暮らしに多大な影響を及ぼしました。今回のアイスクリーム白書においても、コロナ禍でのアイスクリーム消費動向をタイムリーに捉えることを主要テーマとし、今後の市場を展望していければと考えております。

本白書が、皆様にとってアイスクリーム市場の把握に役立つものになれば幸いです。

- **調査対象** 市販のアイスクリームを2ヵ月に1回以上、自分で購入して食べた人
全国10代～60代の男女 合計1,200名（各年代とも男女 各100名ずつ）
- **調査時期** 2020年10月20日（火）～10月30日（金）
- **調査方法** インターネット調査

【目次構成】

- chapter1. スイーツ好意度・アイスクリーム好意度
- chapter2. 好きなフレーバー
- chapter3. よく食べる形（タイプ）・購入種類
- chapter4. 食べる頻度・コロナ禍での購入機会の増減
- chapter5. 購入場所
- chapter6. 購入場所ごとの購入機会の増減・購入金額
- chapter7. 「巣ごもり」でのスイーツ消費・アイスを食べる理由
- chapter8. 長雨・冷夏、猛暑でのアイスクリームの消費特徴
- chapter9. 新商品の情報接触・「アイスクリームの日」認知
- chapter10. 価値評価・今後のアイスクリームへの期待
- chapter11. 商品とメーカーの結びつき・購入時意識点
- chapter12. 商品・ブランドの選択傾向・新規購入を促す要素

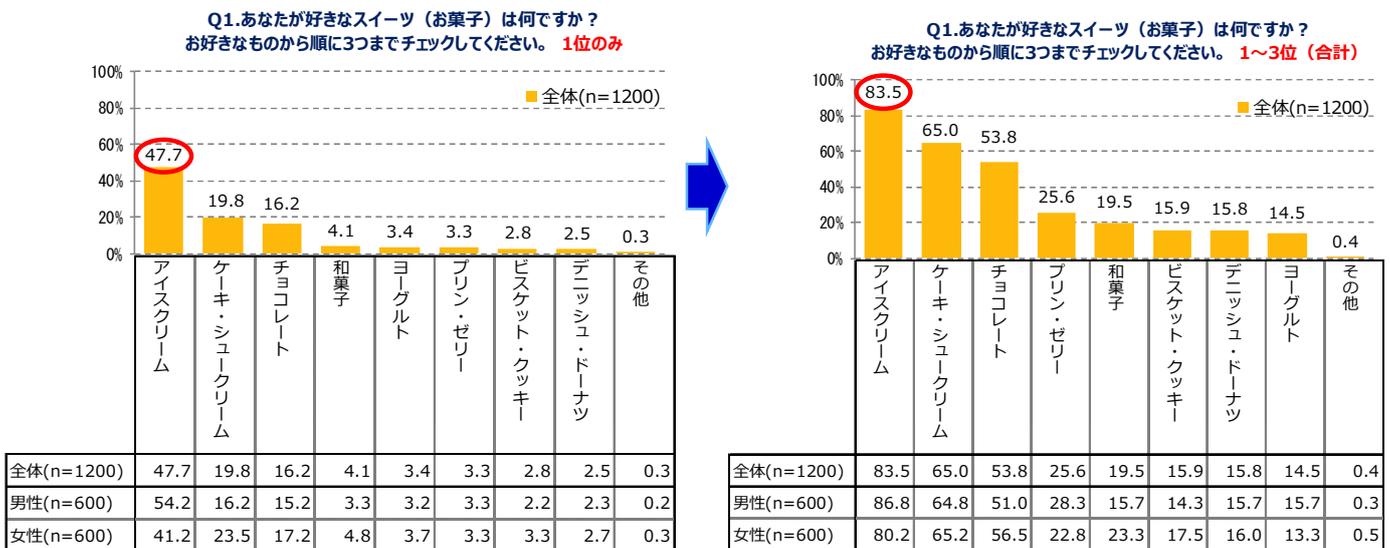
「アイスクリーム」は、今年もキング・オブ・スイーツ！

【好きなスイーツ（お菓子）：1～3位】

好きなスイーツの1位は、「アイスクリーム」が47.7%で、今回も群を抜いています。1～3位合計でも「アイスクリーム」は83.5%と最も支持されています。男女別にみると、男性では1位に「アイスクリーム」をあげる率が5割を超えています。

【アイスクリーム好意度】

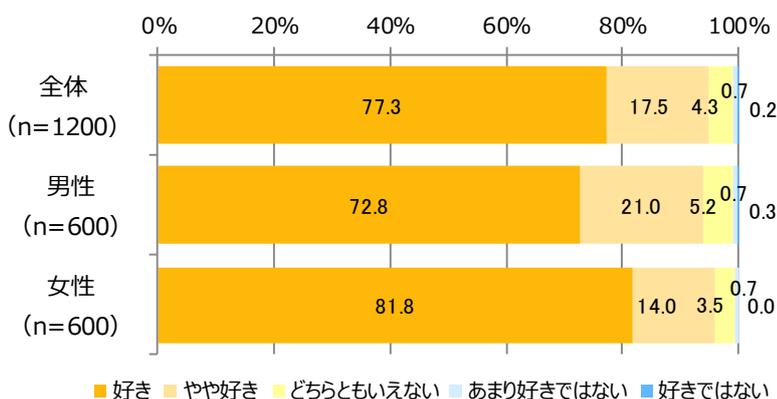
前回までと同じく、90%台半ばが「好き」と答えています。「アイスクリーム」は日本人の大好きなスイーツといえるでしょう。



【前回までとの参考比較：好きなスイーツ/デザート（複数回答合計）順位】

	2020年	2019年	2018年	2017年	2016年	2015年	2014年
1位	アイスクリーム						
2位	ケーキ・シュークリーム	ケーキ・シュークリーム	ケーキ・シュークリーム	ケーキ・シュークリーム	コーヒー・紅茶・ココア	チョコレート	ケーキ・シュークリーム
3位	チョコレート	チョコレート	チョコレート	チョコレート	ケーキ・シュークリーム	ケーキ・シュークリーム	チョコレート
4位	プリン・ゼリー	プリン・ゼリー	和菓子	和菓子	チョコレート	コーヒー・紅茶・ココア	コーヒー・紅茶・ココア
5位	和菓子	和菓子	プリン・ゼリー	プリン・ゼリー	ヨーグルト	菓子パン・ドーナツ	菓子パン・ドーナツ

S6.あなたは、「アイスクリーム」はお好きですか。



【前回までとの参考比較：アイスクリーム好意度】

	好き	好きではない
【20年】全体 (n=1200)	94.8	0.8
【19年】全体 (n=1200)	95.3	1.0
【18年】全体 (n=1200)	96.5	0.5
【17年】全体 (n=1200)	94.0	1.4
【16年】全体 (n=600)	97.7	2.3
【15年】全体 (n=600)	98.7	1.3
【14年】全体 (n=600)	97.7	2.3

*2016年までは2者択一、2017年以降は「好き」「好きではない」各々の小計

夏も冬も、季節を問わず最も好きなフレーバーは「バニラ」!

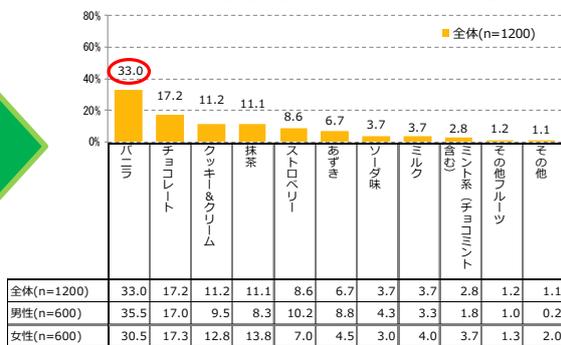
【アイスクリームで好きなフレーバー（味）：〈全体〉1～3位】

好きなフレーバー（味）全体では「バニラ」が最も支持され、1位で33.0%、1～3位の合計で61.5%となっています。次いで「チョコレート」が高く、1～3位の合計では50.4%と過半数に支持されています。

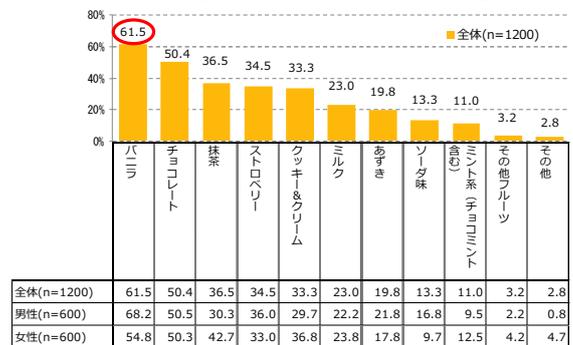
【アイスクリームで好きなフレーバー（味）：〈真夏〉・〈真冬〉1～3位】

〈真夏〉も〈真冬〉も、「バニラ」が季節を問わず人気です。〈真夏〉と〈真冬〉で傾向が異なるのは「ソーダ味」で、〈真夏〉では上位ですが〈真冬〉では大きく順位を下げています。逆に「クッキー＆クリーム」は、〈真夏〉より〈真冬〉に人気となっています。

Q2-1.あなたが好きな、アイスクリームのフレーバー（味）は何ですか？
お好きなものから順に3つまでチェックしてください。1位のみ



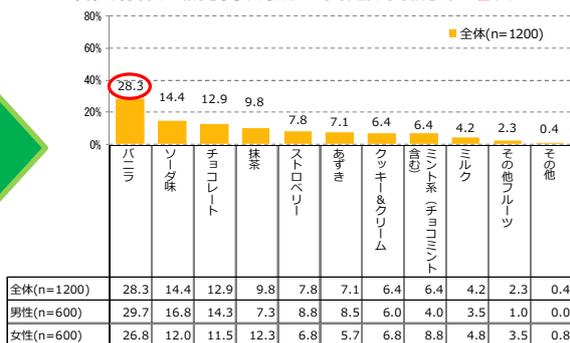
Q2-1.あなたが好きな、アイスクリームのフレーバー（味）は何ですか？
お好きなものから順に3つまでチェックしてください。1～3位（合計）



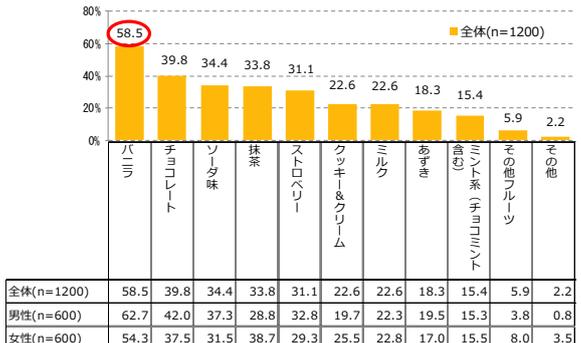
【前回までの参考比較：好きなフレーバー（複数回答合計）順位】

	2020年	2019年	2018年	2017年	2016年	2015年	2014年
1位	バニラ	バニラ	バニラ	バニラ	バニラ	バニラ	バニラ
2位	チョコレート	チョコレート	チョコレート	チョコレート	チョコレート	チョコレート	チョコレート
3位	抹茶	抹茶	抹茶	抹茶	抹茶	抹茶	抹茶
4位	ストロベリー	クッキー＆クリーム	クッキー＆クリーム	クッキー＆クリーム	クッキー＆クリーム	ストロベリー	ミルク
5位	クッキー＆クリーム	ストロベリー	ストロベリー	ストロベリー	ストロベリー	ミルク	ストロベリー

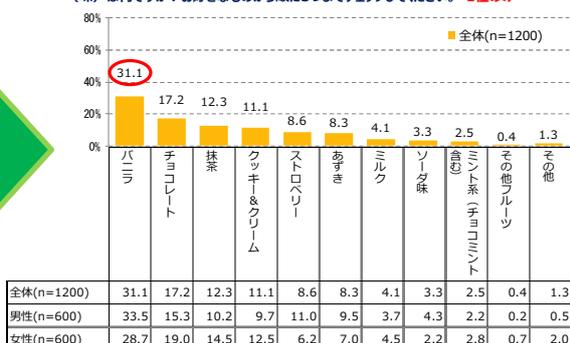
Q2-2.「真夏（7月～8月）」に食べるアイスクリームについて、あなたが好きなフレーバー（味）は何ですか？お好きなものから順に3つまでチェックしてください。1位のみ



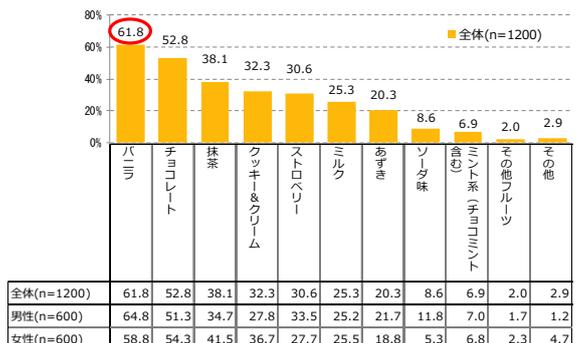
Q2-2.「真夏（7月～8月）」に食べるアイスクリームについて、あなたが好きなフレーバー（味）は何ですか？お好きなものから順に3つまでチェックしてください。1～3位（合計）



Q2-3.「真冬（1月～2月）」に食べるアイスクリームについて、あなたが好きなフレーバー（味）は何ですか？お好きなものから順に3つまでチェックしてください。1位のみ



Q2-3.「真冬（1月～2月）」に食べるアイスクリームについて、あなたが好きなフレーバー（味）は何ですか？お好きなものから順に3つまでチェックしてください。1～3位（合計）



よく食べる形状で人気なのは「カップ」！ 購入種類で「マルチパック」中心は2割強と若干増加

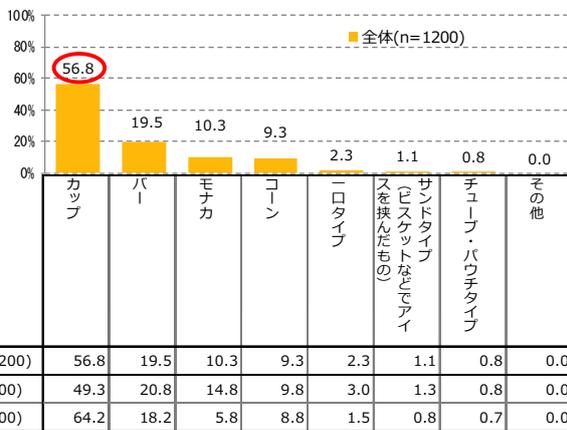
【アイスクリームでよく食べる形（タイプ）：1～3位】

よく食べる形（タイプ）の1位は「カップ」で、56.8%と過半数を占めています。1～3位の合計では84.4%の高率です。続いて「バー」と、「モナカ」「コーン」が人気となっており、前回から「モナカ」と「コーン」の順位が入れ替わりました。

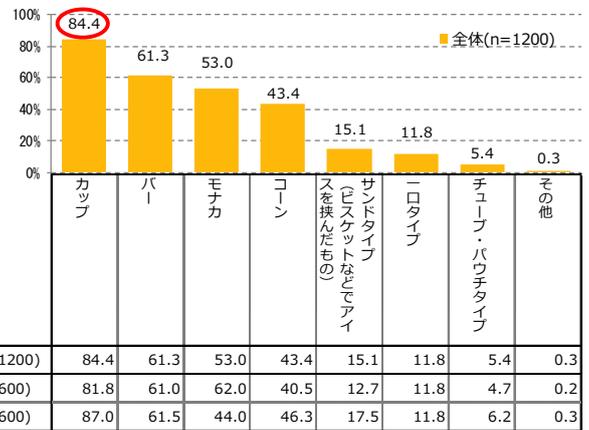
【アイスクリームの購入種類（1個売り・マルチパック）】

「1個売り（ばら売り）」か「マルチパック」か、どちらを購入しているかでは、「1個売り」中心の購入が合計64.1%、「マルチパック」中心の購入は合計21.0%と、「1個売り」が優勢となっています。ただし、コロナ禍で「マルチパック」購入が若干増加しているようです。

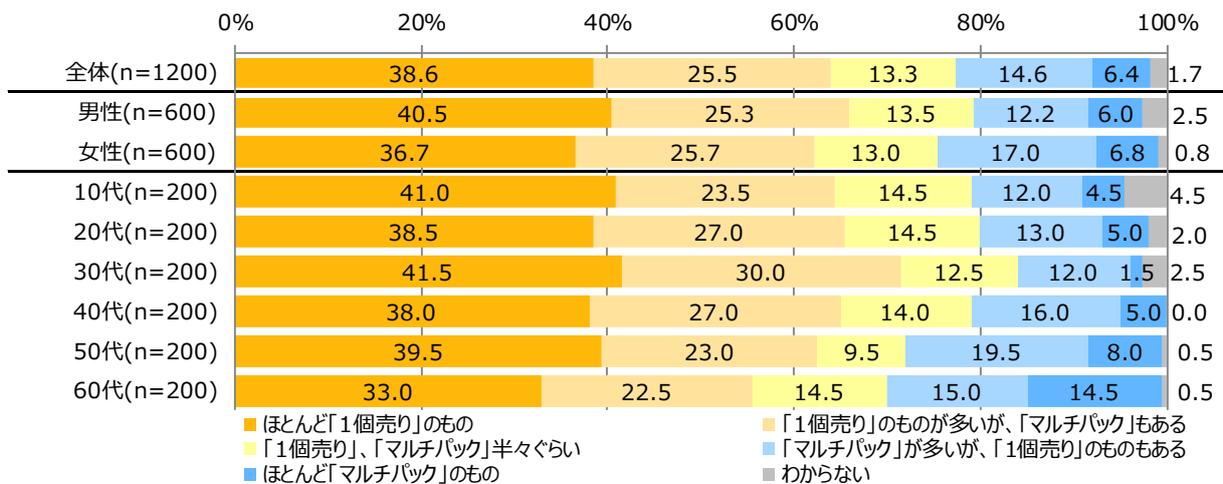
Q3.あなたは、どんな形（タイプ）のアイスクリームをよく食べていますか？
よく食べているものから順に3つまでチェックしてください。1位のみ



Q3.あなたは、どんな形（タイプ）のアイスクリームをよく食べていますか？
よく食べているものから順に3つまでチェックしてください。1～3位（合計）



Q4.あなたは、「1個売り（ばら売りのもの）」と「マルチパック（何個かまとめて箱入り・袋入りで売っているもの）」の、 どちらのアイスクリームを購入されていますか？



【前回までとの比較：「アイスクリームの購入種類（1個売り・マルチパック）」】

	ほとんど「1個売り」のもの	「1個売り」のものが多く、「マルチパック」もある	「1個売り」、「マルチパック」半々ぐらい	「マルチパック」が多いが、「1個売り」のものもある	ほとんど「マルチパック」のもの	わからない
【2020年】全体(n=1200)	38.6	25.5	13.3	14.6	6.4	1.7
【2019年】全体(n=1200)	39.4	26.5	14.0	14.3	4.3	1.5

コロナ禍でのアイス購入機会は、増加傾向

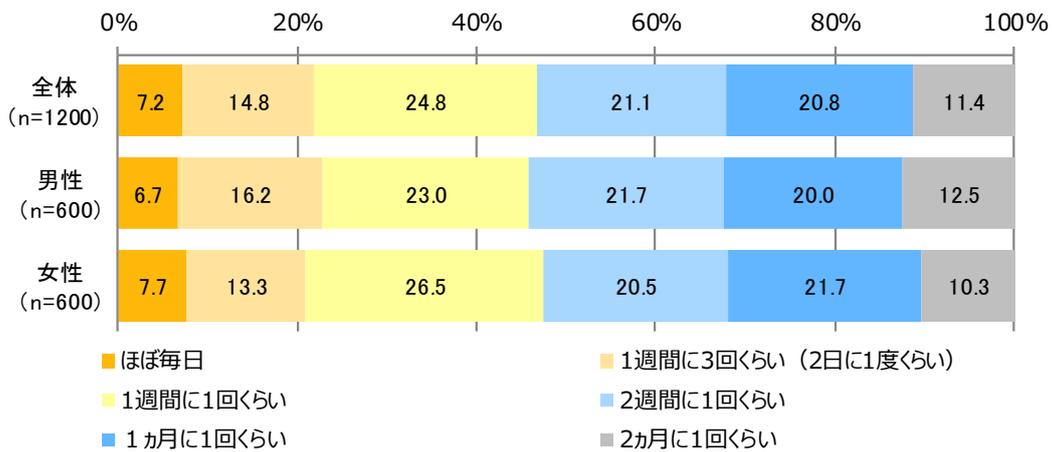
【アイスクリームを自分で購入し食べる頻度（最近1年間の平均）】

アンケート回答者の半数近くが、「週に1回以上」の頻度でアイスクリームを自分で購入し、食べています。

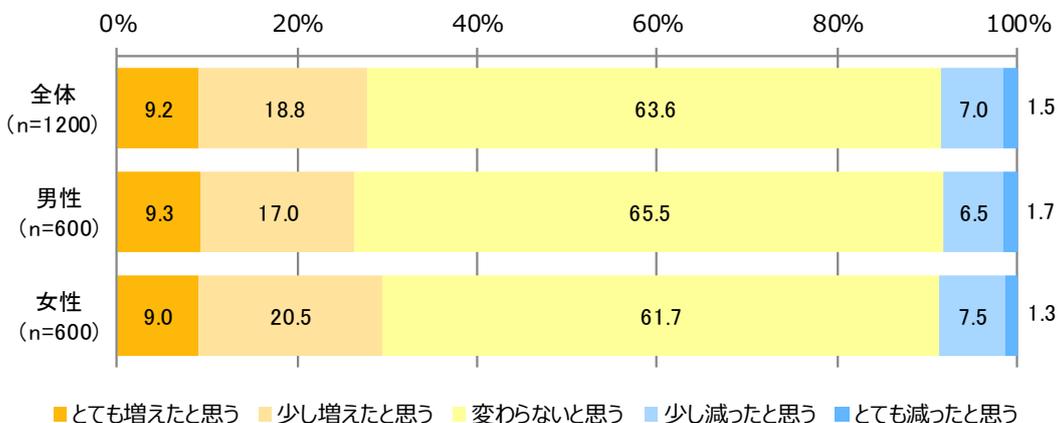
【2020年2月以降のコロナ禍での、アイスクリーム購入機会の増減】

新型コロナウイルス感染拡大が始まった2020年2月以降と、それ以前を比べた、全体的なアイスクリーム購入機会の増減では、「変わらない」が6割以上を占めています。「増えた」は合計で3割近くあるのに対し、「減った」は合計1割弱にとどまっています。

S7.「お店などで売っているアイスクリーム」について、普段あなたが購入し、あなたご自身で食べる頻度（最近1年間の平均）をお知らせください。



Q7.あなたは、新型コロナウイルスの感染拡大が始まった今年2月以降は、それ以前と比べて、全体的にアイスクリームを購入する機会が増えましたか、減りましたか。



購入場所は「スーパー」が中心。コロナ禍で「コンビニ」利用はやや減少

【主なアイスクリーム購入場所：1～3位】

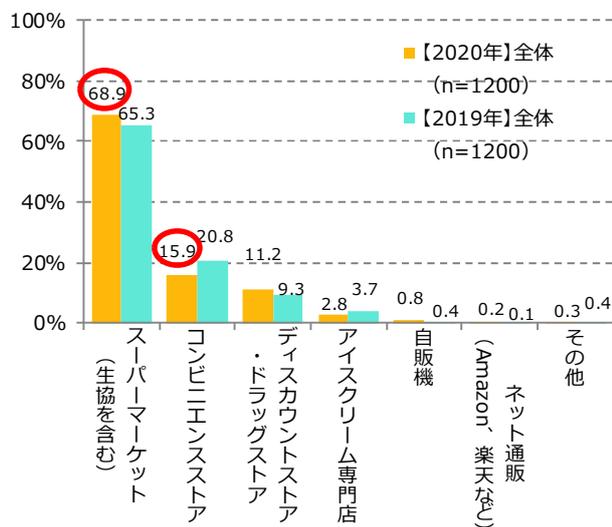
1位では「スーパーマーケット（生協含む）」（68.9%）が圧倒的に高く、主要な購入場所のトップとなっています。「コンビニエンスストア」（15.9%）が続きますが、前回より減少しています。

1～3位の合計では、「スーパーマーケット（生協を含む）」（90.8%）と「コンビニエンスストア」（68.4%）が主な購入場所です。1～3位の合計でも、「コンビニエンスストア」は前回より減っています。

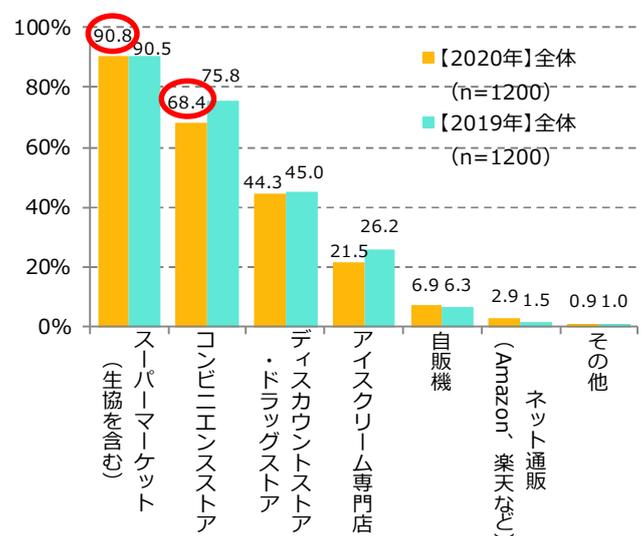
【2020年2月以降のアイスクリーム購入場所】

2020年2月以降の購入場所も同様の傾向であり、コロナ禍で「コンビニエンスストア」「アイスクリーム専門店」「自販機」利用には減少がみられます。

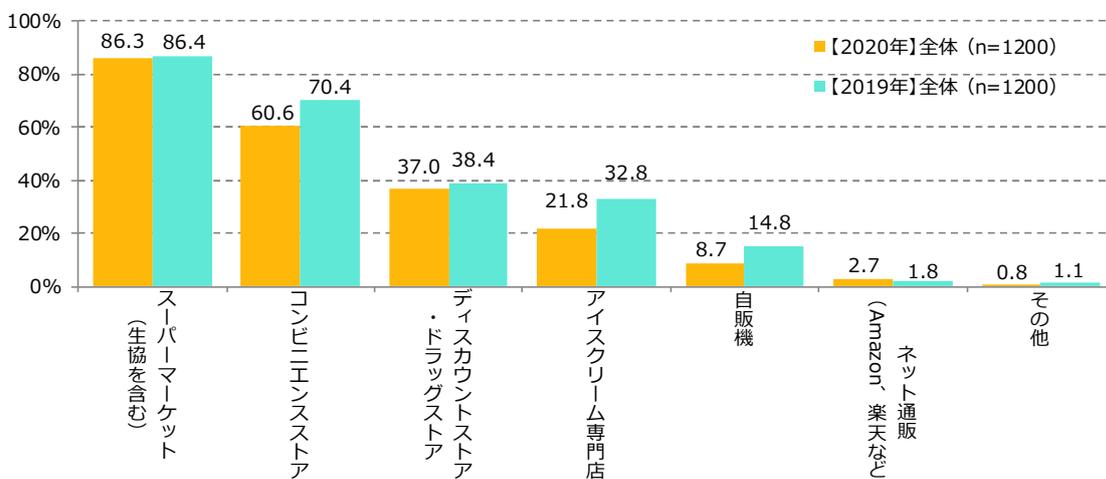
Q5.あなたは、アイスクリームを主にどこで購入されていますか？主に買っているところから順に3つまでチェックしてください。 **1位のみ**



Q5.あなたは、アイスクリームを主にどこで購入されていますか？主に買っているところから順に3つまでチェックしてください。 **1～3位 (合計)**



Q6.では今年2月以降に、あなたがアイスクリームを購入されたことのあるところをすべてお知らせください。 (複数回答)



*前回2019年の質問文：「では、あなたが最近1年間に、アイスクリームを購入されたことのあるところをすべてお知らせください。」

アイスの買い方は、欲しいときに欲しい分を購入するのが主流 コロナ禍では、“まとめ買い・買いだめ”の傾向も

【購入場所ごとの、アイスクリーム購入機会の増減】

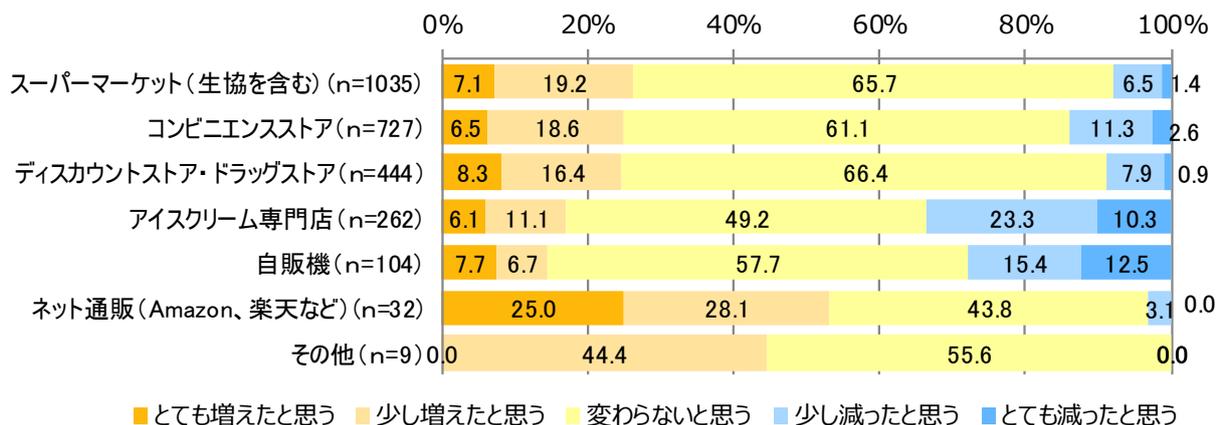
コロナ禍の2020年2月以降、主な購入場所であるスーパー、コンビニ、およびディスカウントストア・ドラッグストアでは、購入機会が「増えた」が、「減った」を上回っています。利用者は少ないですが、ネット通販では過半数が「増えた」と答えています。アイスクリーム専門店と自販機での購入機会は、減少が目立っています。

【購入場所ごとの、1回あたりのアイスクリーム購入金額】

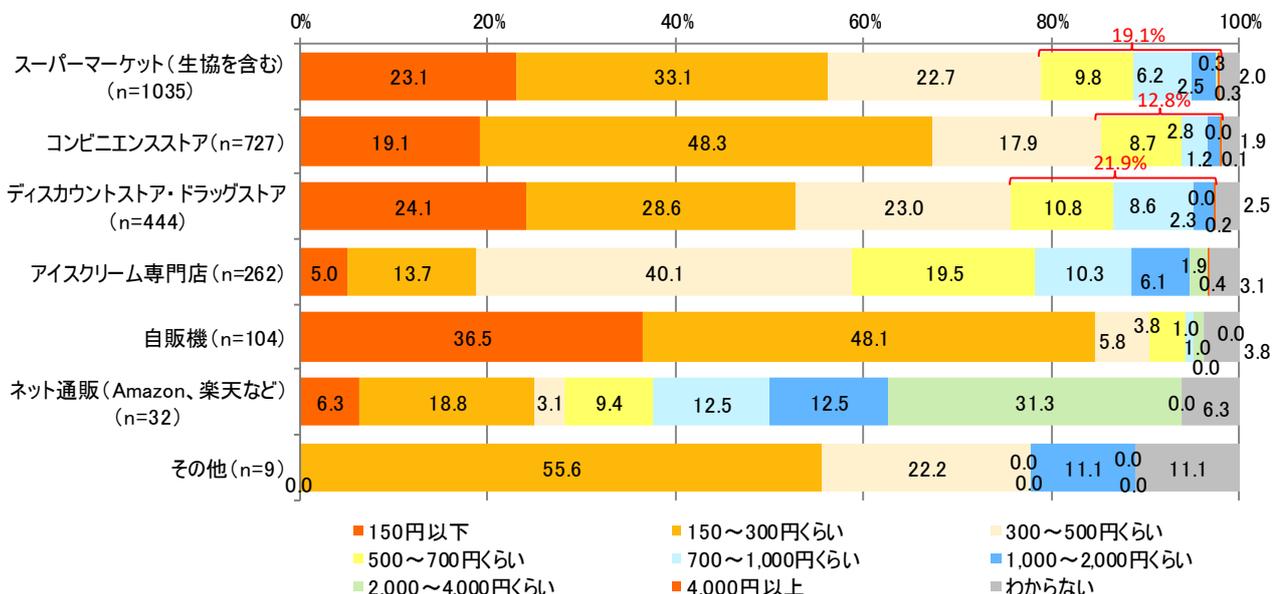
主な購入場所のスーパー、コンビニ、ディスカウントストア・ドラッグストアでは、1回あたり「300円以下」が5～6割台を占めており、コロナ禍でも、欲しいときに欲しい分だけこまめに買うのが主流のようです。

一方、まとまった金額となる1回あたり「500円以上」の比率を前回と比較すると、スーパー19.1%（前回12.8%）、コンビニ12.8%（同7.3%）、ディスカウントストア・ドラッグストア21.9%（同14.9%）と増加しており、これらの購入場所において「まとめ買い・買いだめ」の傾向もみられます。

Q8.あなたは、新型コロナウイルスの感染拡大が始まった今年2月以降は、
以前と比べて、次のところでアイスクリームを購入する機会が増えましたか、減りましたか。



Q9.新型コロナウイルス感染拡大が始まった今年2月以降に、あなたが購入されるアイスクリームの
1回あたりの購入金額はいくら位ですか。お買いになる場所ごとに大体の金額をお知らせください。



“巣ごもり消費”で、アイスを食べる機会は増加 アイスを食べる理由…おいしさや甘みを楽しみ、ちょっと幸せな気分になる！

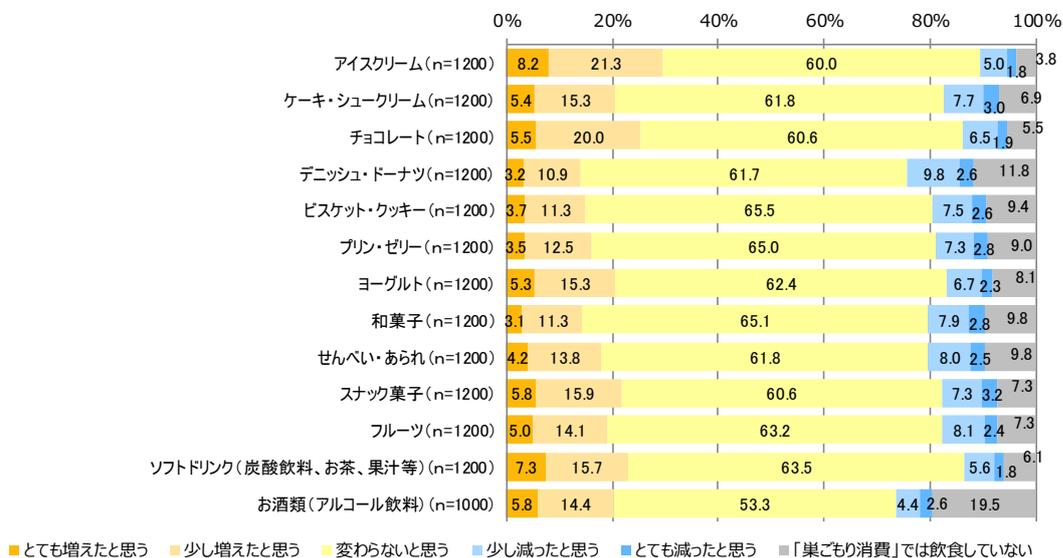
【「巣ごもり消費」でのデザート・スイーツなどを飲食する機会の増減】

コロナ禍にあって、自宅で過ごす「巣ごもり消費」でデザート・スイーツや飲料を飲食する機会について、アイスクリームは「増えた」が合計で約3割に達し、スイーツ類の中で最も高くなっています。

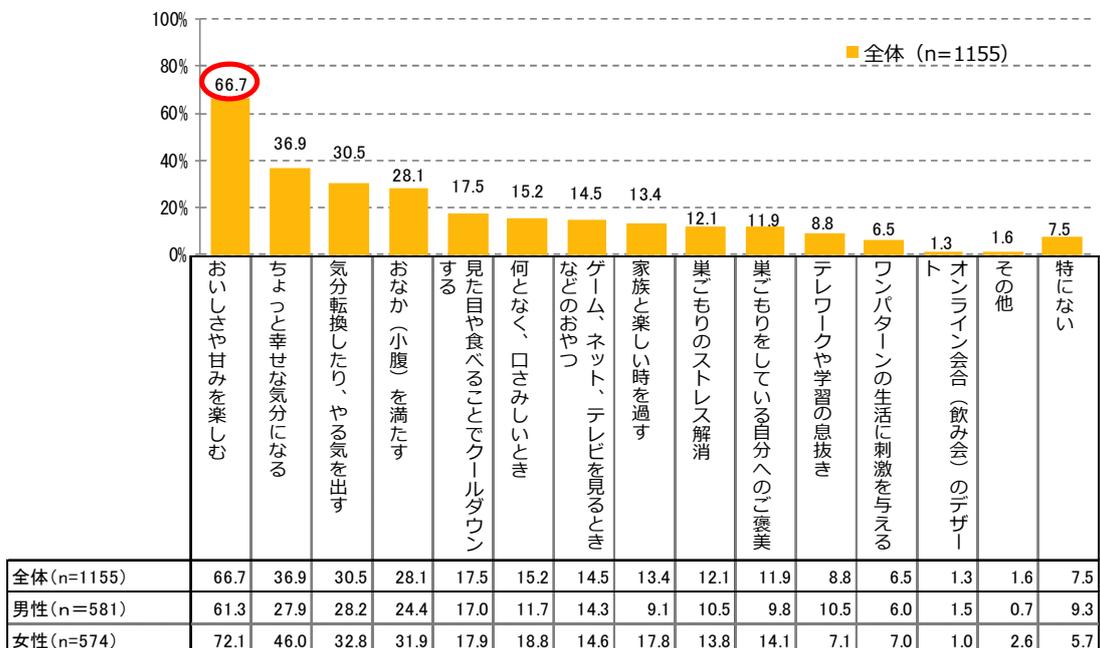
【「巣ごもり消費」でアイスクリームを食べる理由・きっかけ】

アイスクリームに対し、「おいしさや甘みを楽しむ」という味覚の満足を求める理由が66.7%で最も高くなっています。次いで「ちょっと幸せな気分になる」や「気分転換したり、やる気を出す」など、心理的な効果も期待されています。

Q10. 新型コロナウイルスの感染拡大が始まった今年2月以降、自宅で過ごす「巣ごもり消費」という言葉がよく使われています。次にあげるデザート・スイーツ（お菓子）や飲料などについて、自宅で過ごす「巣ごもり消費」で飲食する機会は、増えましたか、減りましたか。それぞれ、あてはまるものをお知らせください。



Q11. あなたが自宅で過ごす「巣ごもり消費」で、アイスクリームを食べるのはなぜですか。理由やきっかけとしてあてはまるものをすべてお知らせください。（複数回答）



7月の長雨・冷夏の時期は、“サッパリ”アイスと“濃厚”アイスが拮抗 8月の猛暑の時期には、もちろん“サッパリ”アイス！

【2020年夏、アイスクリームの消費特徴：7月の長い梅雨や冷夏の時期】

2020年の日本の夏は、関東地方をはじめ全国各地で、7月は長い梅雨や冷夏といった不順な天候が続きました。その時期のアイスクリーム消費は、「サッパリしたアイスを食べたくなった」と「濃厚なアイスを食べたくなった」が上位になっています。前回2019年の白書では、気温が高めのときは「サッパリしたアイス」、低めのときは「濃厚なアイス」が欲しくなるという結果をご紹介しましたが、7月の長い梅雨・冷夏では、この2つが拮抗しています。

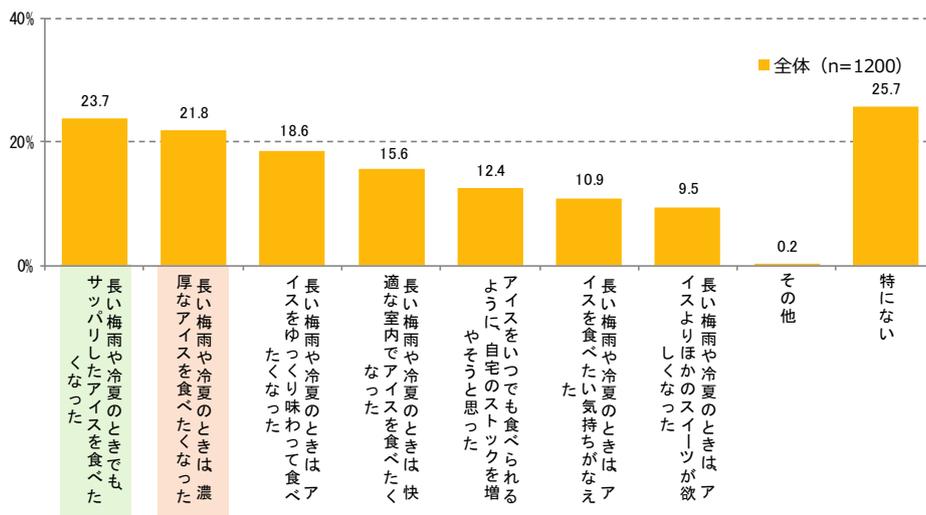
【2020年夏、アイスクリームの消費特徴：8月の猛暑の時期】

8月になると一転して猛暑となったのがこの夏の特徴でしたが、猛暑の時期のアイスについては「サッパリしたアイスを食べたくなった」「アイスが急に食べたくなった」が上位で、「濃厚なアイス」は後退しています。また、食べたい場所は「うだるように暑い屋外」より「快適な室内」が好まれています。

Q12-1. 今年の夏を振り返って、あなたはアイスクリームについて、どのような食べ方や買い方をしましたか。

今年の夏の特徴といわれる「7月の長い梅雨や冷夏の時期」、「8月の猛暑の時期」それぞれについて、次の中からあてはまるものがあれば、すべてお知らせください。（複数回答）

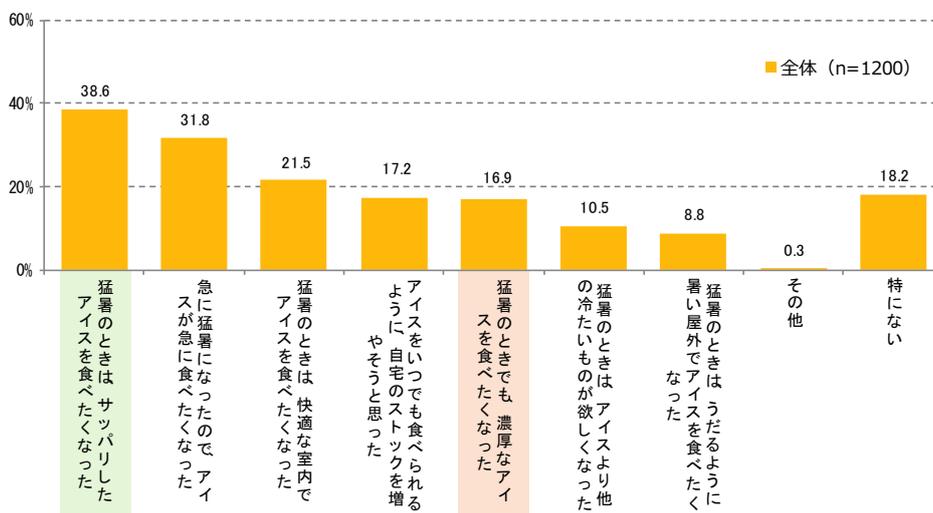
【7月の長い梅雨や冷夏の時期】



Q12-2. 今年の夏を振り返って、あなたはアイスクリームについて、どのような食べ方や買い方をしましたか。

今年の夏の特徴といわれる「7月の長い梅雨や冷夏の時期」、「8月の猛暑の時期」それぞれについて、次の中からあてはまるものがあれば、すべてお知らせください。（複数回答）

【8月の猛暑の時期】





アイス新商品情報は「テレビCM」「店頭」「口コミ・SNS」で「アイスクリームの日」の認知度はやや上向き

【アイスクリームの新商品情報入手経路】

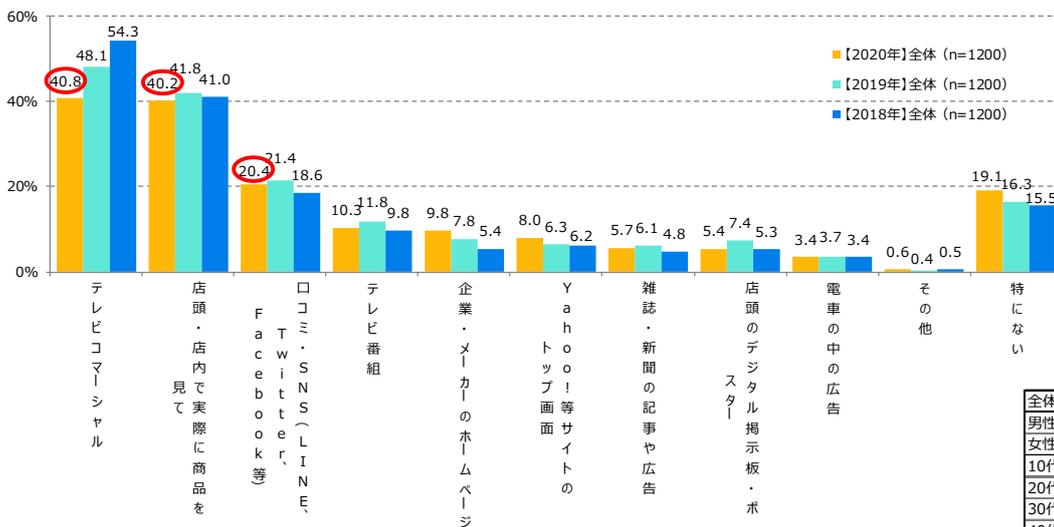
「テレビコマーシャル」40.8%、「店頭・店内で実際に商品を見て」40.2%が主な情報源です。「口コミ・SNS」も20.4%とそれらに続いています。前回までと比較して、「テレビコマーシャル」は減少傾向がみられます。要因として「若者のテレビ離れ」「メーカー各社のCM投入低下」の可能性があげられます。

男性に比べ女性の方が主要な情報への接触率は高く、10・20代では「口コミ・SNS」が「テレビコマーシャル」に匹敵する情報源となっています。

【「アイスクリームの日」の認知状況】

「アイスクリームの日」については「知っている」が合計41.4%と、前回より認知度がやや上向いています。店頭でのPOP、販促活動も影響しているかもしれません。

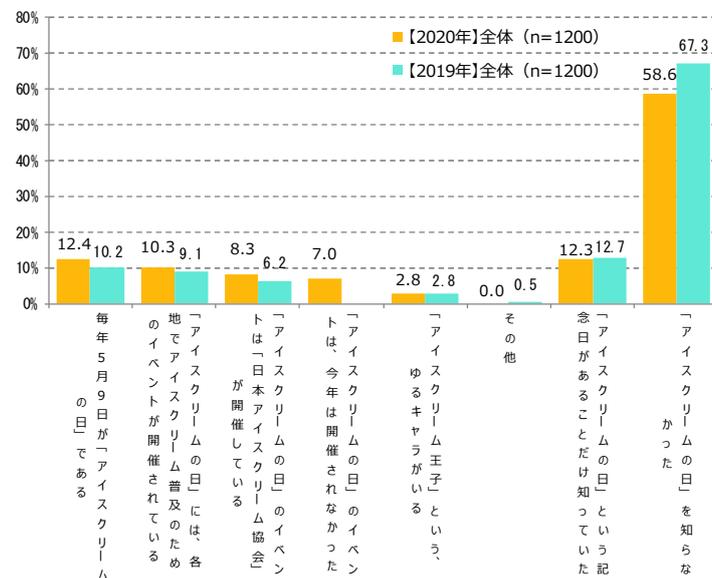
Q14.アイスクリームの新商品情報は、普段どこから入手しますか。
新型コロナウイルスの感染拡大が始まった今年2月以降の情報入手について教えてください。（複数回答）



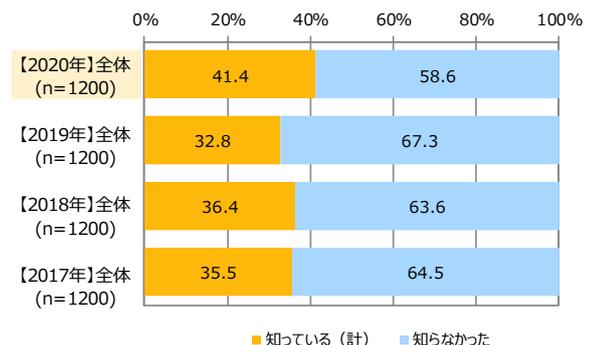
【主要情報入手経路：性別・年代別】
(2020年)

	テレビコマーシャル	店頭・店内で実際に商品を見て	口コミ・SNS (LINE, Twitter, Facebook等)
全体(n=1200)	40.8	40.2	20.4
男性(n=600)	36.2	36.7	16.2
女性(n=600)	45.5	43.7	24.7
10代(n=200)	36.5	23.0	34.0
20代(n=200)	34.5	26.5	32.5
30代(n=200)	48.5	43.0	27.0
40代(n=200)	45.0	46.0	14.0
50代(n=200)	37.0	48.0	9.0
60代(n=200)	43.5	54.5	6.0

Q15.「アイスクリームの日」について、あなたがご存知のことがあればお知らせください。（複数回答）



【前回までとの比較：「アイスクリームの日」認知度】



*「アイスクリームの日」のイベントは、今年は開催されなかった』は、2020年のみ質問

アイスの「価値」は、良好な評価が継続 今後の期待…新フレーバー、ローカロリー、一流シェフ監修 etc.

【アイスクリームの「価格」と「価値」の評価】

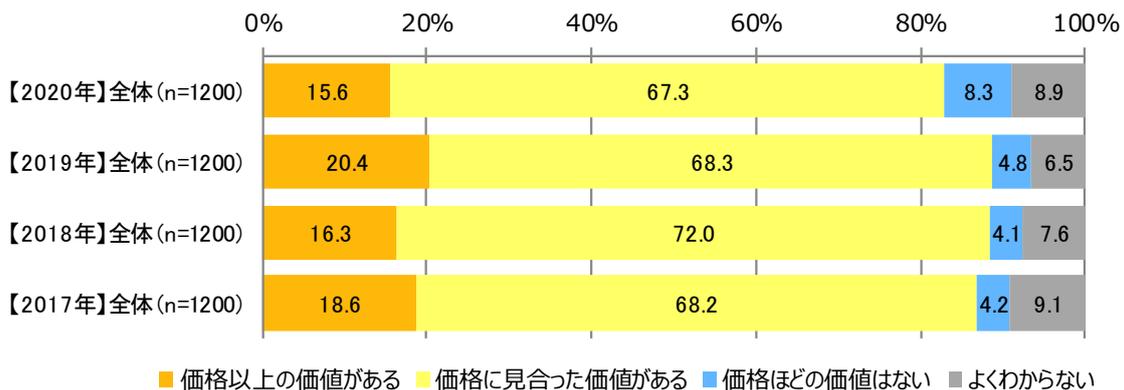
「価格以上の価値がある」と「価格に見合った価値がある」を合計すると82.9%がアイスクリームの「価値」を評価しています。前回と比較しやや数値は下がっていますが、良好な評価が継続しているといえます。

【今後のアイスクリームに対する期待・あったらよいと思うもの】

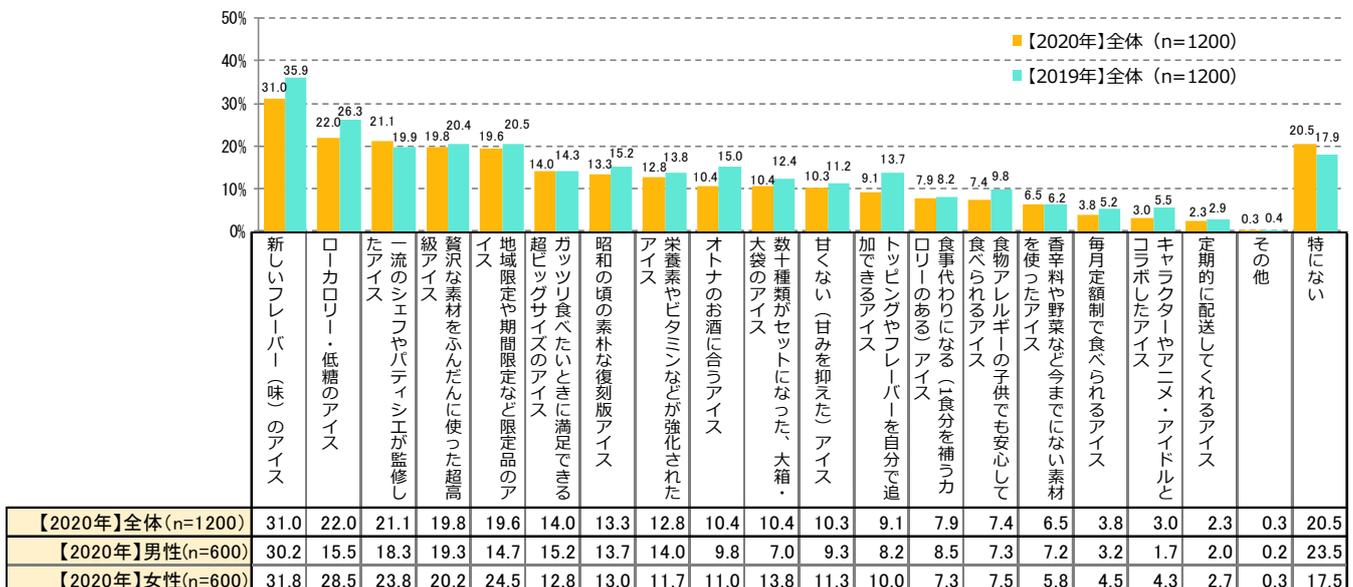
今後のアイスクリームに対する期待やあったらよいと思うものは、「新しいフレーバー（味）のアイス」が最も高く、「ローカロリー・低糖のアイス」「一流のシェフやパティシエが監修したアイス」「贅沢な素材をふんだんに使った超高級アイス」「地域限定や期間限定など限定品アイス」などが続いています。上位は前回と同様の項目となっています。

女性が男性より多くの項目で期待度は高く、「ローカロリー・低糖」「一流シェフ監修」「地域・期間限定」などで顕著です。しかし、ほぼすべての項目で前回は下回るポイントになっており、商品開発・販売にもう一工夫必要なのかもしれません。

Q13.アイスクリームの価格を、あなたご自身はどう感じますか。
「価格」と、おいしさや満足感などの「価値」を比べてお答えください。



Q20.新型コロナウイルスの影響を受けるウィズコロナの生活の中で、今後の「お店などで売っているアイスクリーム」について、あなたが期待したり、あったらよいと思うものがあればすべてお知らせください。（複数回答）



商品名とメーカー名の結びつきは弱め 購入時の意識点は「好きなフレーバー」や「おいしそうなパッケージ」

【アイスクリームを選ぶときの商品名とメーカー名の結びつき】

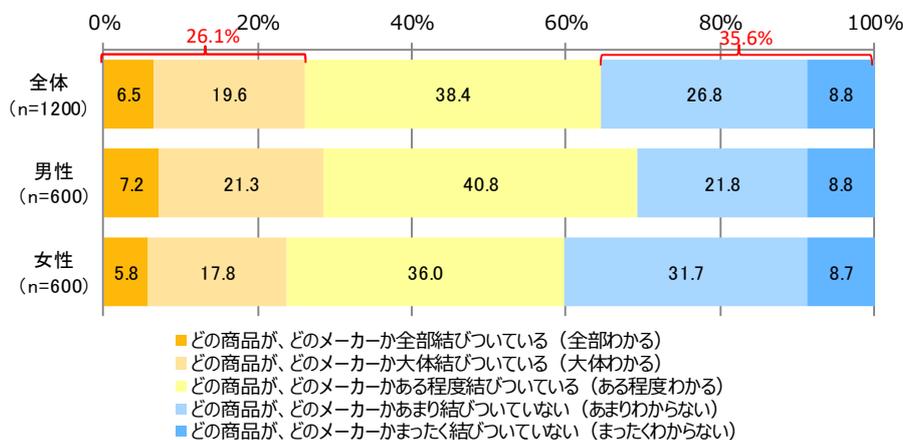
アイスクリームを選ぶとき、商品名とメーカー名がどのくらい結びついているかについて、「全部」「大体」「結びついている」は合計26.1%です。一方、「あまり」「まったく」「結びついていない」は合計で35.6%であり、商品名とメーカー名の結びつきは比較的弱いようです。

男性は女性より、「結びついている」が高くなっています。

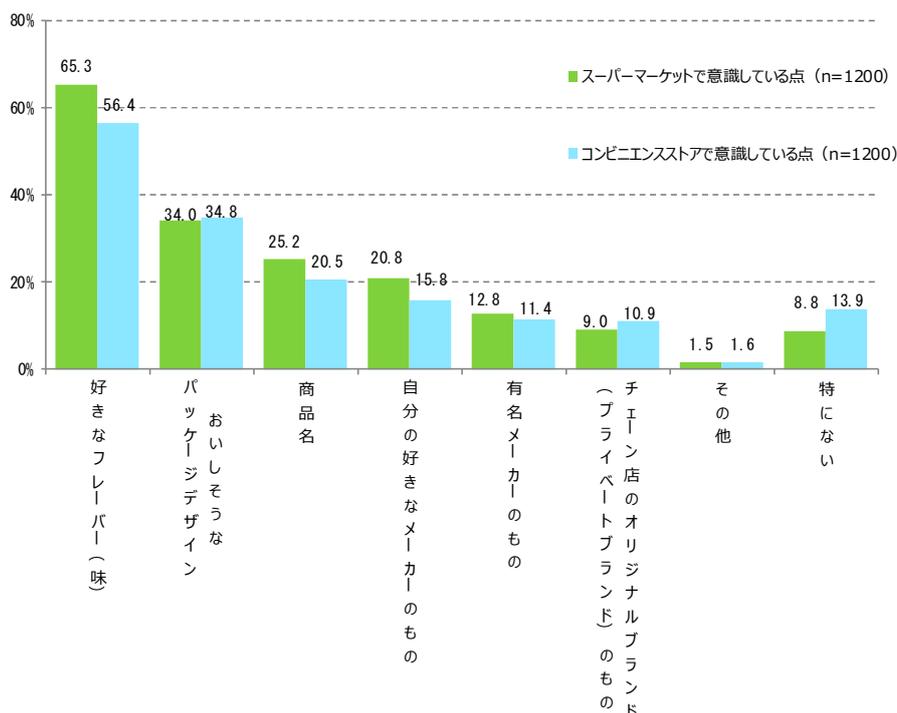
【アイスクリームを購入するとき意識している点（スーパーマーケット、コンビニエンスストア）】

アイス購入のとき意識している点では、スーパーとコンビニに大きな差はなく、「商品名」「メーカー名」「ブランド」といった“名前”よりも、「好きなフレーバー（味）」や「おいしそうなパッケージデザイン」の方が上位となっています。

Q16.あなたは、アイスクリームを選ぶとき、商品名とメーカー名は結びついていますか（わかりますか）。次の中から、あなたのお気持ちに近いものをお知らせください。



Q17.アイスクリームを選ぶとき、商品名や、ブランド、メーカーなどを意識しますか。普段、スーパーマーケットとコンビニエンスストアで、アイスクリームを購入するとき意識している点をお知らせください。（複数回答）





アイスを選ぶときは「いつも同じもの」にする傾向 新しく買うきっかけは“限定商品”や“新しいフレーバー”

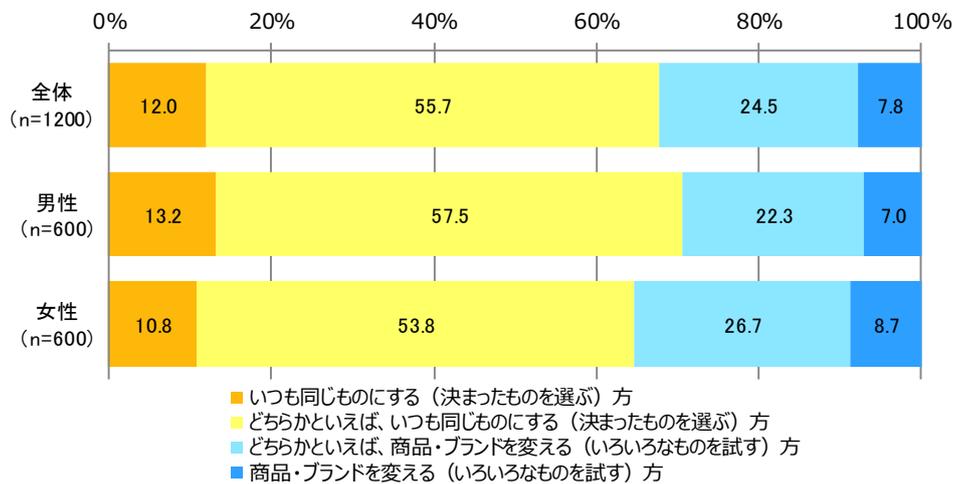
【アイスクリームを選ぶとき商品・ブランドを同じものにする方かどうか】

商品・ブランドを「いつも同じものにする（決まったものを選ぶ）」は12.0%、「同じものにする」合計では66.7%、「変える（いろいろなものを試す）」は合計で33.3%となっています。男性の方がやや「同じものにする」が高くなっています。

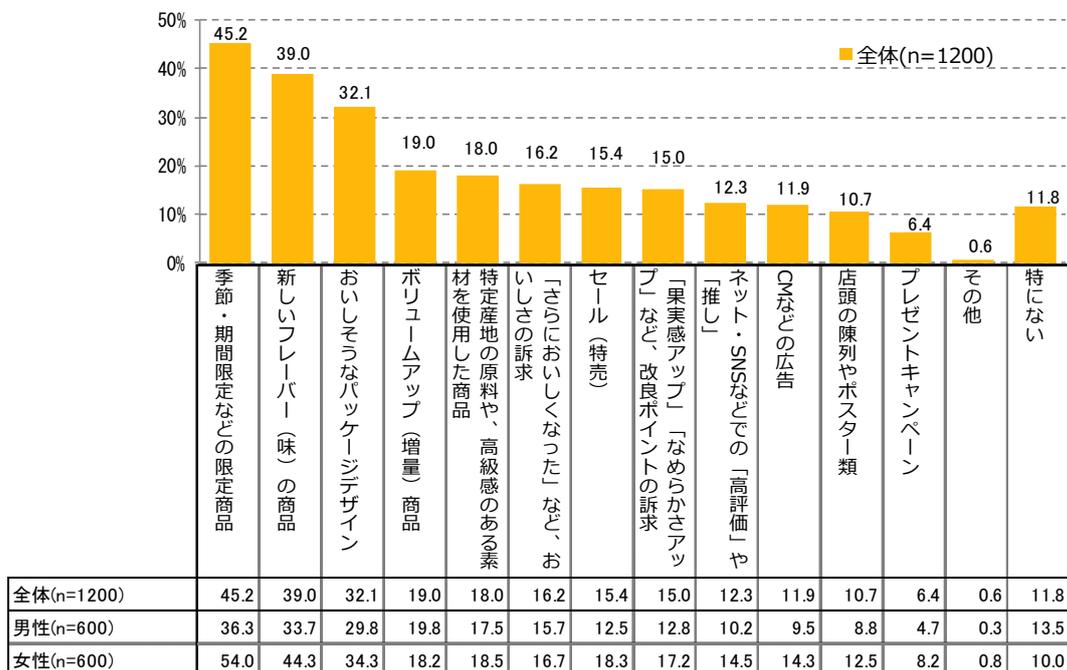
【買ったことのない商品・ブランドを買おうかなと思うきっかけ・魅力を感じるキーワード】

今まで買ったことのないアイスクリームを買おうかなと思うきっかけやキーワードで上位になっているのは、「季節・期間限定などの限定商品」「新しいフレーバー（味）の商品」「おいしそうなパッケージデザイン」などです。これらの点については、女性の方が男性より高くあげています。

Q18.あなたはアイスクリームを選ぶとき、商品・ブランドについて、いつも同じものにする（決まったものを選ぶ）方ですか、それとも変える（いろいろなものを試す）方ですか。次の中から、あなたのお気持ちに近いものをお知らせください。



Q19.あなたはアイスクリームを選ぶとき、今まで買ったことのない商品・ブランドを買ってみようかなと思うきっかけや、魅力を感じるキーワードはどのようなことでしょうか。あてはまるものをすべてお知らせください。（複数回答）



アイスクリーム白書 2020

2021年1月

一般社団法人 日本アイスクリーム協会

〒102-0073 東京都千代田区九段北1丁目14番19号 乳業会館
<https://www.icecream.or.jp/>

この資料に関するお問合せ：Tel.03-3264-3104

★「アイスクリームの日」とは★

昭和39年（1964年）、東京アイスクリーム協会（当時）は、5月9日を「アイスクリームデー」と決め、都内の施設や病院などにアイスクリームを寄贈するほか、ヒルトンホテルでアイスクリームの祭典を開催しました。以後、5月9日を「アイスクリームの日」として、毎年この日を中心に各地でイベントを実施し、アイスクリームのPRを行っています。

【編集後記】

今回のアンケートでは、「あなたの、アイスクリームに対する思いや、思い出をご自由にご記入ください。」（自由回答）という質問も加えていて、449名の方からアイスクリームに対する思い、コメントを頂きました。その中には、「榊原郁恵の『夏のお嬢さん』の歌詞がよみがえる」、「嫌なことも吹っ飛びます」、「彼女と一緒に食べたアイスクリームの味が忘れられない」、「『歯磨き粉味のアイスが食べたい』と母にねだった」、「おいしいアイスクリームを提供してくれるメーカーさんに感謝」、「当たり付きアイスが楽しみだった」等のコメントもありました。

中でも、多い頻度で語られた言葉は「ご褒美」「癒し」「幸せ」という、まさにアイスクリームに求められる思いでした。協会としても、引き続きお客様のアイスクリームへの期待に応えられるように、会員メーカー各社をサポートし、業界価値向上につとめてまいります。（丸林）