

## No.7 拡大するイースター市場、2017 年は？

Easter

### 1- 今年のイースターは 4/16

イースターは「復活祭」ともいわれ、キリスト教ではイエス・キリストの復活を祝う大切な祝日とされています。「春分の日の後の、最初の満月の次の日曜日」がその日にあたり、今年は 4/16。卵とうさぎがシンボルで、エッグペイントやエッグハントなど、家族や仲間と一緒に楽しめる要素が多いことから、日本でも着実に浸透しています。イースター全体の市場規模は、2015 年が 240 億円、2016 年は 300 億円とも言われ（日本記念日協会調べ）、今後も拡大が見込まれそうです。



©2013,2017 SANRIO CO.,LTD.  
APPROVAL No.G573424 S/D-G

### 2- 盛り上がるイースター商戦

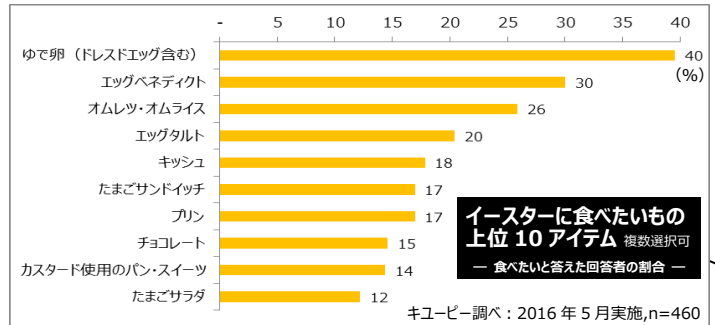
卵とうさぎがシンボルのイースター。パッケージによる演出で手軽にイースター気分を楽しめることから、菓子メーカーの参入が相次いでいます。明治は今年、イースター限定パッケージの菓子を 2 品追加して計 5 品の品揃えで展開（※Photo）。菓子以外では、サンリオの人気キャラクター「ぐでたま」とコラボした、伊藤ハムのイースター限定パッケージが目を引きまします（※Photo）。同社 HP ではポークビッツをうさぎの耳に見立てたイースター弁当レシピも提案。各社、イースターを楽しむ仕掛けが目白押しです。



小売大手でも、イースターにちなんだパーティーレシピの提案、家族で楽しめるイベントの実施など、集客に繋がる企画が満載です。ホテルでは、うさぎや卵をモチーフにしたビュッフェの企画も。「食」以外では、テーマパークの新規参入のほか、若者に人気の北欧雑貨店が、パーティーを盛り上げるイースター関連雑貨を 100 点以上も取り揃えたり、人気の鋳物ホーロー鍋メーカーからは、イースターホームパーティーで活躍するアイテムが発売されるなど、業界を問わず、イースター商戦を盛り上げる新たな施策が次々に打ち出されています。

### 3- 「卵料理を食べる日」が定着？

キューピーが実施した調査によると、2016 年のイースターの認知度は、89.2%に上ります。また、イースターに食べたいものを尋ねたところ（複数選択可）、上位 10 アイテムのうち 9 アイテムが卵を使った料理やスイーツでした。イースターのシンボルの一つ、「卵」がしっかりと認識され、積極的に卵料理を食べる日、という意識の高まりがうかがえます。



イースターに食べたいもの  
上位 10 アイテム 複数選択可  
— 食べた回数と回答者の割合 —

### 4 キューピーは内・中・外で盛り上げます

キューピーでは 2011 年からイースターへの取り組みを始め、2013 年からは内食・中食・外食に向けて提案を強化しています。内食向けには、「コクのたまごドレッシング」に加えて「ふわとろたまごのオムレツ」（※Photo）を新発売したほか、中食・外食向けにはオムレツやエッグベネディクト、プリンなど、様々な卵メニューを提案。今年は「黄身まで白い卵」でフォトジェニックな世界を演出。渋谷ヒカリエでは、飲食店・洋菓子店・ベーカリー・惣菜店で、白い卵を使ったメニューや商品を 4/3~16 の間、楽しめます。



↑ Photo：渋谷ヒカリエ 7 階 鉄板焼 お好み焼 かしわ 「ゆずとすだちの白オムソバ」

### 5- マヨカフェでも卵料理を提案

キューピーが 3/1 のマヨネーズの日に合わせてオープンした、「キューピー マヨカフェ」。3 月は東京、4 月は名古屋で、計 2 カ月限定のレストランです。マヨカフェでは、マヨネーズのコクやうま味をいかしたメニューはもちろん、イースターにちなんだ「卵」メニューが楽しめます。2017 年にキューピーが掲げるテーマは「春野菜と卵」。野菜との相性を考えた新たなメニューを提案しています。

