

SUSHIMARKEDET I NORGE

Utviklingen av sushimarkedet i Norge 2016

Kilde: Sissel Flesland Markedsinformasjoner AS / Norges sjømatråd

Kort om sushimarkedet 2016

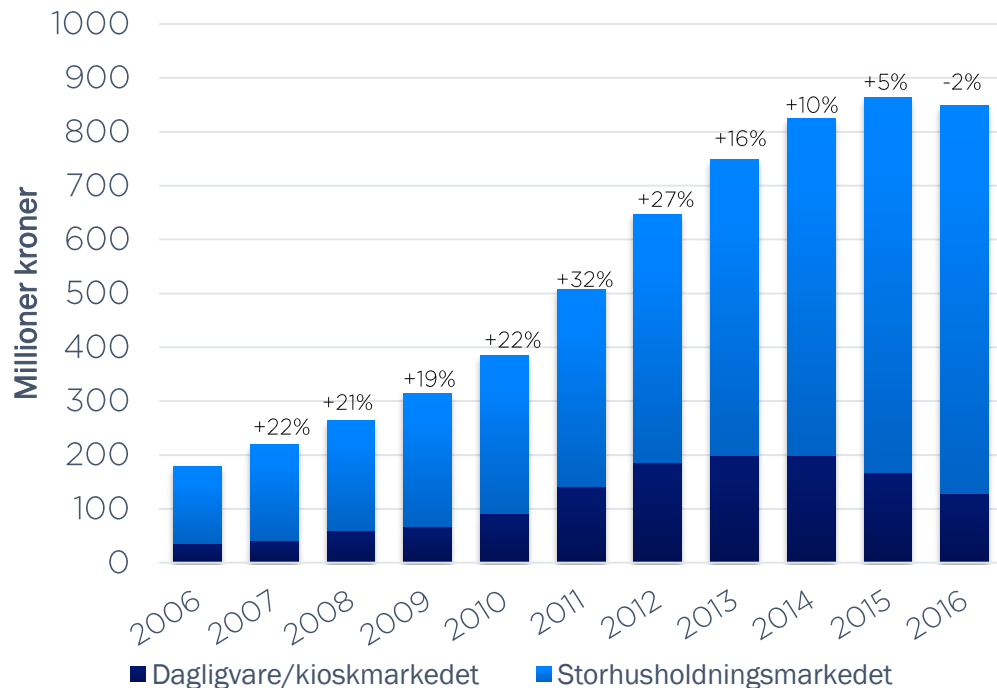
- ♦ Omsetningen i totalmarkedet for sushi var ca. 849 millioner kroner i 2016. Dette er en nedgang på - 1,7% fra 2015
- ♦ Storhusholdning som er den største kanalen for sushi økte derimot med 4% fra 2015 til 2016, men ikke nok til å kompensere for fallet i dagligvare/KBS.
- ♦ I dagligvare/KBS markedet har omsetningen av sushi økt med 463 % frem til toppåret i 2014, fra utgangspunktet på 36 millionene i 2006. Men det gikk ganske kraftig ned i 2015 og nedgangen fortsatte i 2016.
- ♦ Nedgangen skyldes i all hovedsak en dreining fra at forbrukeren kjøper sushi i dagligvare til å heller kjøpe den fra lokal take-away, eller lager sushi selv hjemme.



-1,7% Nedgang for totalmarkedet
for sushi

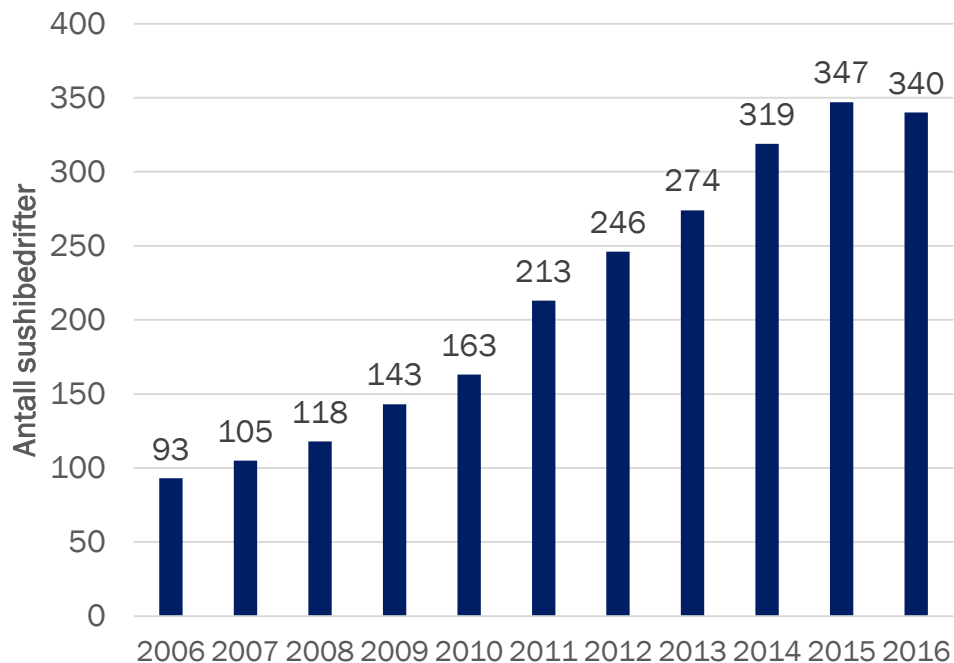


Totalmarkedet for sushi går ned



- ◆ Nedgang i totalmarkedet for sushi fra 2015 til 2016 på -2%, skyldes i all hovedsak nedgang i dagligvare/KBS
- ◆ Totalmarkedet for sushi har i forbrukerkroner økt med 374% de siste 10 årene.

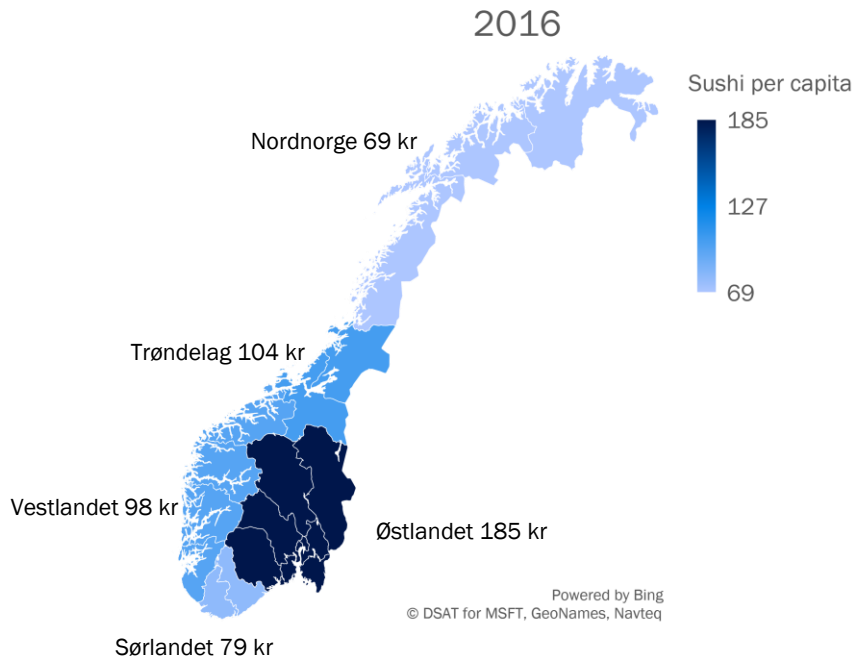
Nedgang i antall sushibedrifter



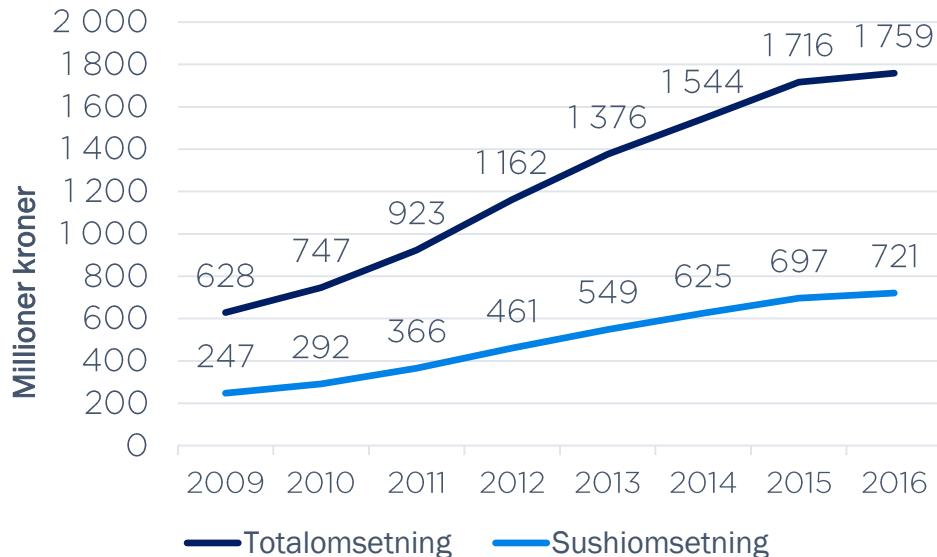
- ♦ Veksten av sushibedrifter har vært enorm de siste årene. Fra 2005-2011 var nettotilveksten på om lag 10-25 nye enheter, mens årene som fulgte var veksten enda sterkere med en tilvekst på omtrent 30 nye bedrifter. Denne veksten stabiliserte seg på et høyt nivå i 2015.
- ♦ I 2016 finner vi foreløpig en tilbakegang på 7 bedrifter og et totalt antall på 340, men dette tallet vil trolig øke når grunnlaget for beregninger blir revidert. Dette gir en indikasjon på at det skjer store omskiftninger i denne bransjen. Mange kommer til og en del blir lagt ned.
- ♦ Kravet til ferskhet på fisken gjør også at restaurantene og sushibarene er under nøye kontroll fra mattilsynet og stenges kanskje oftere enn andre. Noe som gir en høy omløpshastighet på utskiftninger av restauranter og barer
- ♦ En av sushirestaurantene i Stavanger, Sabi Omakase har i 2016 Michelin stjerne. Det forteller at det finnes restauranter innen dette segmentet med ekstremt høy kvalitet.

Geografisk spredning: beregnet sushi per capita i kroner brukt i storhusholdningmarkedet

- Folk på Østlandet bruker mer penger på sushi enn i de andre landsdelene. De brukte 185kr per capita i 2016, kontra Sørlandet og Nordnorge som brukte omtrent 70 kr på capita.
- Sushimarkedet startet med oppstart av restauranter i Oslo med omegn og har etter hvert spredt seg til de store byene rundt om i landet. Beregningen av kroner brukt per capita viser at sushi er fortsatt mest utbredt i de største byene.
- Sushi er en populær matrett blant unge rundt om i lande, og ansees av mange som favorittmaten.



Sushiomsetningen i forhold til totalomsetningen i storhusholdningsmarkedet

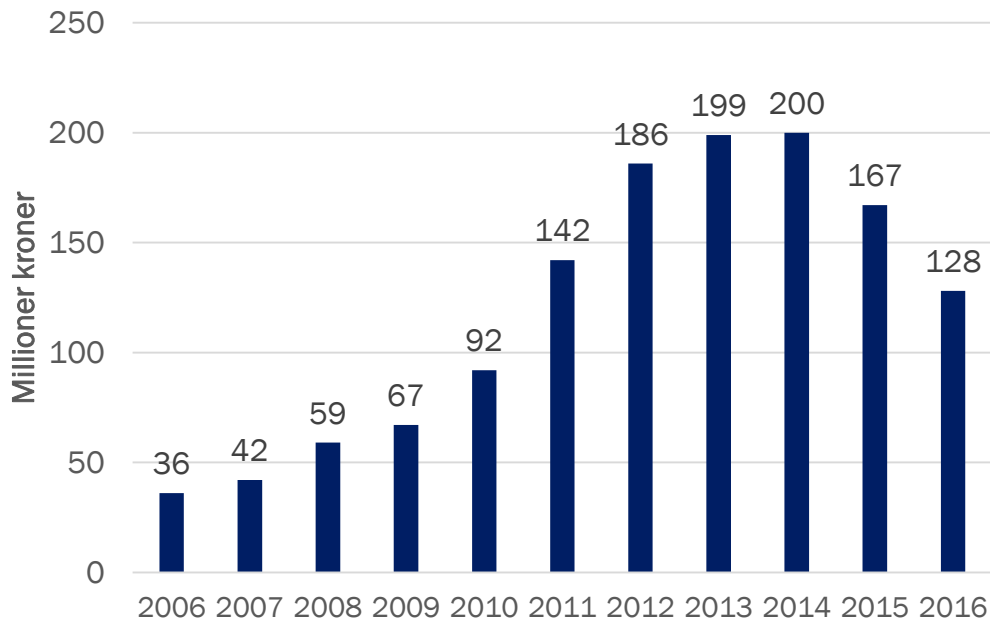


- Totalomsetningen i den delen av storhusholdningsmarkedet som selger sushi, har økt med 2,5% det siste året og har i 2016 en verdi på 1 759 millioner kroner.
- Sushiomsetningen har i samme periode økt med 3,5% til en verdi på 721 millioner kroner.
- Andelen av sushi i totalomsetningen var ca. 41% i 2016. Til sammenligning var den på 39,3% i 2009.
- I storhusholdningsmarkedet har sushiomsetningen økt med 192% siden 2009, mens totalomsetningen har økt 180 % i den delen av storhusholdningsmarkedet som selger sushi.



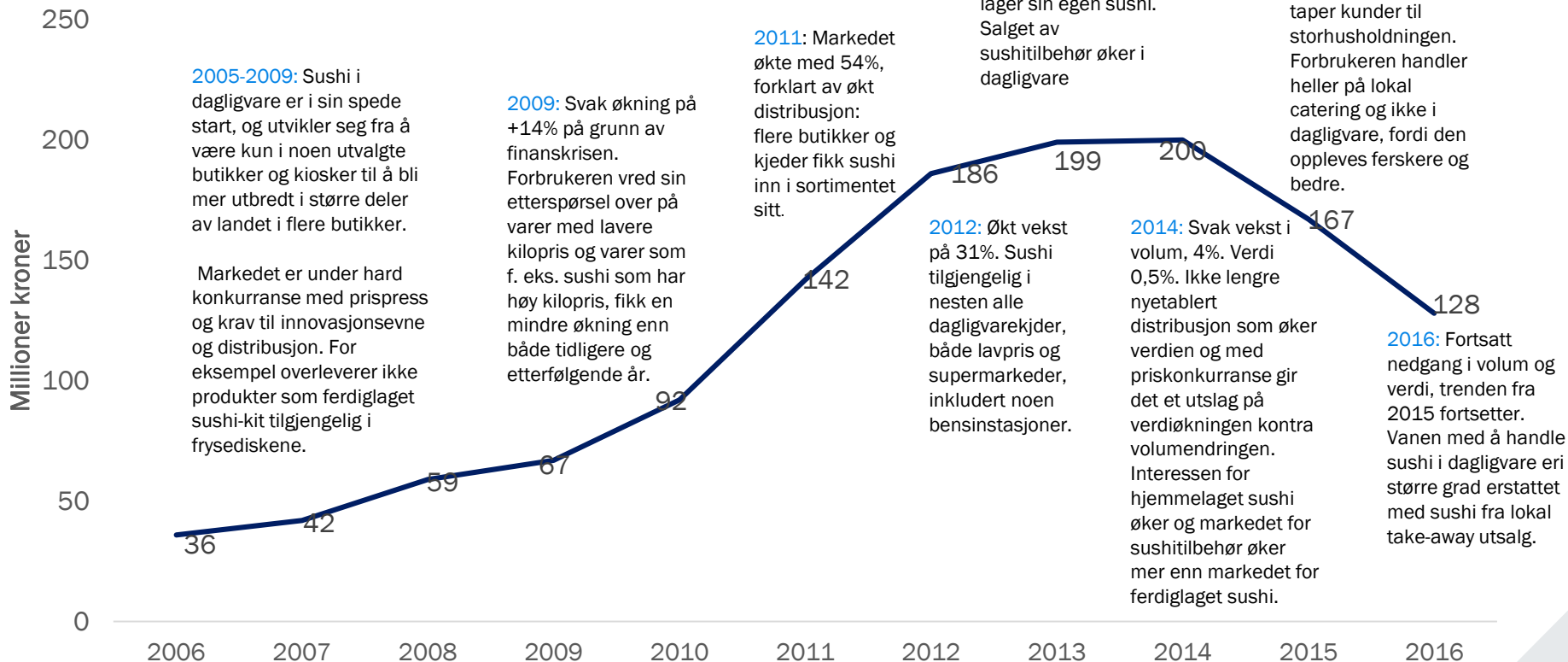
Dagligvarehandelen taper kunder
til storhusholdningsmarkedet

Omsetning av sushi i dagligvare og kioskmarkedet



- Veksten av sushi i dagligvare og kioskmarkedet har de siste 10 årene, fra 2006-2016 økt med 464%. Veksten forklares i all hovedsak av økt tilgjengelighet i alle butikker og kjeder, og ikke bare i spesialbutikker. Dette viser viktigheten av distribusjon til hele markedet.
- 2015 er det første året hvor vi ser en nedgang i salget, den negative utviklingen fortsetter i 2016.
- Årsaken til nedgangen i dagligvare er sammensatt, en av grunnene er at med at stadig flere har oppdaget hvor lett det er å lage sushien selv. I tillegg har det dukket opp så mange cateringbedrifter som leverer en timesfersk sushi. En del av de som pleide å ta med seg en boks fra dagligvarebutikken, stikker heller innom cateringbedriften som ligger like i nærheten og tar med seg sushi derfra, fordi den er ferskere og bedre enn den kjølte varianten de kan kjøpe i dagligvarebutikkene og nesten like billig.

Utviklingen av sushi i det norske dagligvare- og kioskmarkedet





Kilder/ metodikk:

Denne presentasjonen tar utgangspunkt i rapporten «Utviklingen av Sushimarkedet i Norge 2016» som Sissel Flesland Markedsinformasjoner AS har utarbeidet for Norges Sjømatråd i 2016

Totalomsetningen for storhusholdning er fra merverdiregisteret til SSB, som tar utgangspunkt i Brønnøysunds registre.

Omsetning i dagligvaremarkedet og servicehandelsmarkedet (kiosker og bensinstasjoner) er basert på tall fra spesialgrossister.

Denne undersøkelsen inkluderer kun ferdige brett i dagligvarebutikker og kioskmarkedet.

NORGES
SJØMATRÅD