

2024年5月31日

報道関係各位

CCCMK ホールディングス株式会社

## CCC マーケティング総研、2024年2月の「産業動向レポート」「産業天気予報」を発表 ～コメの消費はウチからソトへ～

CCCMK ホールディングス株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長 兼 CEO：高橋誉則）にて、『暮らす人と共に歩み、共に考えるシンクタンク』をコンセプトとする「CCC マーケティング総合研究所」（以下「CCC マーケティング総研」）は、2024年2月の「産業動向レポート」および「産業天気予報（<https://thinktank.cccbiz.jp/industry-37>）を発表いたしました。

本レポートは、CCCMKH が V 会員にサービス提供している家計簿アプリ「レシーカ」ユーザー（約 5 万人）のレシートデータと、CCC マーケティング総合研究所による全国主要企業へのヒアリング調査に基づき、独自の視点で「食」業態を中心としたレポートをお届けします。

### コメの消費はウチからソトへ

コメの消費量の減少は歯止めがかからない状況が長く続いています。ピークの 1962 年度から約半世紀に及び減少の一途をたどっています。96-97 年の主食用米の需要量が年間 944 万トンであったのに対し、22-23 年の需要量は年間 691 万トンまで落ち込んでいます。約四半世紀で 3 割近い需要減となっており、“コメ離れ”はさらに進展していると言えます。コメの生産者はこの間、様々な努力を続け、いわゆるブランド米の開発などにより市場の活性化を図ってきましたが決定的な需要回復には至っておらず、先行きの不透明さから離農や稲作からの転換を図る生産者も少なくありません。

こうした厳しい需要状況の中にも関わらず、中食や外食におけるコメの消費量は増加傾向にあります。特にコンビニエンスストアの「おにぎり」は好調な動きが続いており、その利用はインバウンド層にまで広がりを見せています。「おにぎり」については食品取扱を拡大しているドラッグストアにおいても販売が増加傾向にあり、今後も取り扱い店舗数はさらに拡大していく可能性が高く、新たな市場拡大となりそうです。

コンビニエンスストアの中食・惣菜においては、米飯メニューはチャーハンやさまざまな丼ものでも需要拡大傾向にあり、コメの消費においては市場の牽引役としての役割を大きく担っています。また、コンビニエンスストアやスーパーマーケットにおいては米粉関連商品の投下も増加基調にあります。まだ需要面では目立つほどの売れ行きにはなっていないものの、取り扱いアイテムの増加とともに着実に市場拡大してきています。

外食においても和風ファストフードチェーンを中心にコロナ禍を明けて以降の動きは好調に推移しています。牛丼以外でも天丼、海鮮丼などが軒並み好調な動きとなっており、インバウンドの増加によって、さらに利用は拡大していくことが見込まれます。とんかつや天ぷらなど、主食をコメとする定食業態も利用は好調に推移しており、外食におけるコメの重要性はますます高まっていくことが予想されます。

内食においては炊飯器を買わない若年単身層など、市場転換の動きがみられますが、中食・外食においては幅広い

年齢層の需要が獲得できているコメ関連商品は今後も様々な形で商品・メニューの多様化が進む可能性が高いでしょう。また、様々な食材原価が高騰している中で、コメの価格安定性は企業経営の側面からも利用価値の高い食材として注目が高まってきており、新たな丼メニューや定食・丼型の新業態出現につながる可能性もあります。

コメは日本の農業の中心であり、食料自給の面でも重要な役割を果たしてきましたが、今後は様々な小売業態や外食業態での取り扱いが拡大し、中食・外食の中心ポジションの役割を担っていくことになりそうです。

## 2024年2月の「産業天気予報」

業界	2月実績	3月見通し	ポイント
スーパーマーケット			<ul style="list-style-type: none"> <li>・堅調な内食需要に支えられ、全体に業績は安定推移</li> <li>・生鮮三品は相場が安定したことで、特に野菜・水産品が好調</li> <li>・惣菜類では依然としてフライもの、天ぷらなどが好調に推移</li> <li>・日配品では値上げがあったパン類、乳製品が堅調な動き</li> <li>・気温が高く推移したこともあって季節関連品がやや重い動き</li> </ul>
ドラッグストア			<ul style="list-style-type: none"> <li>・客単価が上昇傾向続く中で客数も安定した動きで好調維持</li> <li>・季節の変化とともに風邪薬・のどケア品の購買が上昇</li> <li>・乳酸菌飲料は好調を維持。栄養ドリンクも上昇傾向続く</li> <li>・アルコール類の販売も好調な動き。ケース販売の好調目立つ</li> <li>・低落傾向が続いていたマスクなどの衛生関連品も改善傾向に</li> </ul>
コンビニエンスストア			<ul style="list-style-type: none"> <li>・来店客数が好調に推移し、店舗売上も前年同月上回る</li> <li>・飲料は堅調な動き。ソフトドリンクの販売が好調に推移</li> <li>・パン、デザートなどの動きが活発化。コッペパンは好調を</li> <li>・カップ麺、スープなどの加工食品が好調。菓子も好調を維持</li> <li>・都心部店舗から朝食需要も回復基調鮮明に。深夜もやや上昇</li> </ul>
ホームセンター			<ul style="list-style-type: none"> <li>・集客の苦戦状況続く。休日は回復傾向も平日は伸び悩み</li> <li>・集客減の影響で各ジャンルで落ち込み。気候影響で家電苦戦</li> <li>・好調続くペット・ペット関連品は集客面での貢献度も大</li> <li>・家庭用品・雑貨は売上改善傾向。清掃グッズなどが堅調推移</li> <li>・食品は冷凍食品を中心に堅調推移。アルコールは好調な動き</li> </ul>
外食			<ul style="list-style-type: none"> <li>・コロナ禍からの回復傾向続く。ディナー帯の改善が進展</li> <li>・ファストフードは全般に好調。和風は集客好調際立つ</li> <li>・ファミリーレストランも和風・洋風・中華それぞれ安定推移</li> <li>・パブ・居酒屋も集客好調。利用時間帯はゆるやかに拡大傾向</li> <li>・インバウンド集客による効果が市場全体に波及。単価貢献大</li> </ul>
百貨店			<ul style="list-style-type: none"> <li>・好調な集客を維持し、コロナ禍前の19年を上回る業績示す</li> <li>・インバウンド利用が円安の進行とともにさらに拡大</li> <li>・ラグジュアリーブランドや貴金属は好調を維持</li> <li>・食料品はギフト需要が堅調な動きを示し、上積み傾向に</li> <li>・衣料品は子供服はマイナスも婦人服が好調に推移</li> </ul>
ショッピングセンター			<ul style="list-style-type: none"> <li>・日並びの良さにより、集客面では全国的にプラスで推移</li> <li>・立地別では大都市部の中心地域での伸びが2ケタと好調に推移</li> <li>・「ファッション」が季節転換とともに好調な動き</li> <li>・「その他物販」は新生活需要に合わせて伸長。特に日用品が好調</li> <li>・「飲食」はグループ利用が増加。アルコール需要も伸び拡大</li> </ul>

### CCCマーケティング総合研究所が発信している情報

- 社会変容・生活様式などの変化を、生活者視点から捉えた意識調査
- 約7,000万人のデータをもとに、世代や地域の特性把握をした調査
- オンラインセミナーによる調査内容の発信
- 小売7業界の生活者動向と見通しを月次発信する「産業動向レポート」「産業天気予報」

### CCCマーケティング総合研究所の概要

名称：CCCマーケティング総合研究所（CCCマーケティング総研）

URL：<https://thinktank.cccbiz.jp>

設立：2020年7月21日

所長：新橋実

生活者の消費データ、インサイトや心の変化、さらには社会環境や経済情勢などを踏まえ、生活者のみなさまの「ちょっといいな」を実現するために、2020年に発足しました。我々は『生活者の皆さまと共に歩み、共に考えるシンクタンク』として生活者の意識把握に努め、その声をもとに「データ」×「クリエイティブ」×「コンサルティング」のチカラによって皆さまの未来創造に伴走します。

本件に関するお問い合わせ：

【報道関係者からのお問い合わせ】

CCC MKホールディングス株式会社

広報：畠中

TEL：03-6800-4464

【調査・CCCマーケティング総合研究所に関するお問い合わせ】

CCCマーケティング総合研究所

担当：奥田

[cccmk-souken@ccc.co.jp](mailto:cccmk-souken@ccc.co.jp)