

2024年6月17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3月の「産業動向レポート」「産業天気予報」を発表 ～生鮮×飲食で内食・外食市場を攻略～

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3月の「産業動向レポート」および「産業天気予報（<https://thinktank.cccbiz.jp/industry-38>）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。

### 生鮮×飲食で内食・外食市場を攻略

23年の年末からアルコール需要が回復してきています。外食では苦戦が続いていたパブ・居酒屋業態もここ数か月の動きをみると、利用の大幅減少が目立っている宴会需要もじわじわと回復基調にあります。直近の3・4月の動きでは歓送迎会の需要が全国的に広がりを見せており、業界の大手チェーンを中心に夏のビール需要拡大期にさらに伸長を期待する声が聞かれる状況です。パブ・居酒屋需要の回復には宴会需要の伸びとともにインバウンド利用層の増大が大きく影響していますが、この利用客層の変化に応じ、居酒屋業態の一部では「お通し」の見直しが行われたり、4～6人のグループ客用の盛り込みメニューが採用されたり、インバウンド客利用の取り込みに向け、更なる進化を遂げています。

ほぼすべての業態で好業績が続いている外食ですが、店舗寿命の短縮化が言われているラーメン店や原価高騰で価格維持が厳しくなっているステーキ業態、専門メニュー型業態への転換が進んでいるパスタ業態、一時店舗増加が続いていたダイニングカフェ業態などでは店舗の改廃が増加しており、市場ニーズは目まぐるしく変化している状況も見られます。

こうした激変する外食市場において注目される動きが、卸店の外食店展開の加速です。コロナ禍で外食店が大幅な利用減に見舞われる中、専門卸店も等しく厳しい状況が続きました。以前は外食店専門に商品を納入していた卸店は生き延びるためにスーパーマーケットなど、新たな取引を開始するなど生き残りに向けた動きを行っていましたが、その中で外食店や中食店への展開を行う動きも日本各地でみられた動きです。このような生き残り策として生まれた業態の一つが精肉店と併設された焼肉店や、鮮魚店を併設する居酒屋店・寿司店といった複合業態です。卸ならではの専門性と信頼感が外食店としてのブランド確立にもつながっており、総じて好調な動きを見せています。精肉店・鮮魚店ではロス対策として中食惣菜業態を併設することは以前から見られていましたが、さらに一歩進んで外食併設となるとサービス人員・調理人員の確保など、異なる視点も必要となるため、一定の障壁がありましたが、現状ではこうした障壁も

乗り越え、多店舗化する動きも出てきており、今後の展開が注目されるところです。

同様の動きとして、成長著しいスーパーマーケットチェーンの「ロピア」も 19 年 1 月に外食事業会社を立ち上げ、戦略的な投資を行っています。銀座に高級焼肉業態を展開しているほか、「料理の鉄人」として知られる道場六三郎氏の名前を冠した業態の展開など、確実に店舗数を伸ばし、グループで売上高 1 兆円を目指すロピアの成長にも貢献しています。外食ブランドを冠した調味料の販売など、グループシナジーを発揮する取り組みも開始しており、次なる一手は大いに気になるところです。スーパーマーケットや専門卸店といった異なる業界からの外食参入の動きは市場の拡大基調に合わせ、さらに活発化してくることが予想されており、今後の外食市場を象徴する動きとなるかもしれません。

## 2024 年 3 月の「産業天気予報」

業界	3月実績	4月見通し	ポイント
スーパーマーケット			<ul style="list-style-type: none"> <li>・青果は相場高傾向も需要は堅調に推移。特にフルーツが好調</li> <li>・全体価格は高値傾向も旬素材などが好調で水産品も安定推移</li> <li>・国産牛肉はやや需要回復も輸入牛は価格上昇で不振続く</li> <li>・惣菜は揚げ物や米飯類の好調続く。ベーカリーも好調な動き</li> <li>・日配品は価格上昇続くも買い上げ点数も増加し、好調に推移</li> </ul>
ドラッグストア			<ul style="list-style-type: none"> <li>・既存店客数はやや伸び悩みが一部でみられるも全体は好調</li> <li>・春の訪れとともに化粧品関連の動きが活発化</li> <li>・乳酸菌飲料の好調持続。飲料全体に好調で酒類も安定推移</li> <li>・風邪薬を中心にOTC医薬品も堅調推移。皮膚薬が利用拡大</li> <li>・都心部を中心にインバウンド利用が拡大。夜間の利用が上昇</li> </ul>
コンビニエンスストア			<ul style="list-style-type: none"> <li>・全体に利用客数が伸び悩み傾向。チェーン間による差も</li> <li>・米飯類は堅調に推移。やや高額品の売れ行きが鈍化</li> <li>・弁当・惣菜類では麺類は好調を維持。新アイテムは明暗</li> <li>・スイーツは全体に安定した動き。菓子類は好調続く</li> <li>・立地別では住宅近接立地は好調維持。地域による差異は拡大</li> </ul>
ホームセンター			<ul style="list-style-type: none"> <li>・利用客数は依然として伸び悩み傾向もセールなどでやや上昇</li> <li>・インテリアは不振長引くも雑貨アイテムはやや好転の兆し</li> <li>・ペット関連品は好調を維持。集客アイテムとしても貢献度大</li> <li>・園芸・エクステリアは利用の伸び悩み続く。店舗差が大</li> <li>・食品関連は飲料・生鮮の取り扱いで好不調分かれる</li> </ul>
外食			<ul style="list-style-type: none"> <li>・歓送迎会需要などもあり、全体に好調な動きを維持</li> <li>・ファストフードは和・洋ともに集客好調で大幅増で推移</li> <li>・ファミリーレストランは利用客数が堅調に推移し、好調維持</li> <li>・宴会需要の回復に合わせ、パブ・居酒屋も好調な動き</li> <li>・インバウンド需要が様々な業態にプラス波及</li> </ul>
百貨店			<ul style="list-style-type: none"> <li>・インバウンド需要は円安による効果もあり、大幅な伸びを記録</li> <li>・都市別では京阪神地区が好調に推移。西日本では広島のみ減</li> <li>・身の回り品と雑貨の動きが好調。家具の動きが改善</li> <li>・食品では「菓子」が好調を維持。物産展の集客も好調に推移</li> <li>・好調に推移しているラグジュアリーブランドは国内需要も拡大</li> </ul>
ショッピングセンター			<ul style="list-style-type: none"> <li>・インバウンドと観光流動が客数の伸長につながり好調に推移</li> <li>・ターミナル駅周辺施設や地下街などの交通至便な施設で伸び</li> <li>・「ファッション」は気温の影響から季節品の動きが鈍化</li> <li>・「医薬品・化粧品」は全国的に好調。単価も増加傾向に</li> <li>・「飲食」は流動客数増加に伴い好調な動き。ランチの伸び顕著</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)