

2024年7月16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4月の「産業動向レポート」「産業天気予報」を発表 ～トレンドを生むグルメ催事の復活～

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4月の「産業動向レポート」および「産業天気予報（<https://thinktank.cccbiz.jp/industry-39>）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。

トレンドを生むグルメ催事の復活

百貨店の活況が続いています。コロナ禍で大打撃を受けた百貨店は流動の回復とともに売り上げを伸ばしてきており、インバウンドの流入拡大とともにその勢いは加速傾向にあります。ラグジュアリーブランドや宝飾が業績伸長に大きく貢献しているなか、徐々に百貨店の催事も人気回復してきています。催事は百貨店の集客起点となってきましたが、コロナ禍で状況は変化し、集客回復して以降も催事はコロナ禍前の状態になかなか戻っていませんでした。しかし、この数か月の動きをみると催事の集客パワーは復調が鮮明になってきています。

コロナ禍前に人気だった「北海道展」や「九州展」といった定番のご当地グルメ催事は新たなテナント誘致を行い、集客力をさらに上げることに成功しています。北海道の「豚丼」など、ご当地グルメは百貨店が牽引役となって、外食店にメニューとして波及していったケースが少なくありませんが、こうした二次的なご当地グルメの広がりにはコロナ禍で全くといっていいほど、落ち込んでしまっていました。今後、百貨店催事の復活が外食店の業態開発、メニュー開発につながっていくのが注目されることです。

百貨店のグルメ催事でコロナ禍前から徐々に全国的な広がりを見せていた「パンフェス」も集客面で回復傾向が鮮明になってきました。コロナ禍前は高級ベーカリー主体の構成となっていたところが多くありましたが、直近の催事をみると町中ベーカリーの出店が増加傾向にあります。単一ジャンルの専門型ベーカリーと町で人気のバラエティ豊富なベーカリーを組み合わせる展開される傾向が強くなっており、このような催事を起点にパンのトレンドが変化する可能性も高く、今後の動きが注目されます。

百貨店の催事開催機会増加と市場の活性化がほぼ同じペースで進んでいるのが「クッキー」です。クッキーはデパ地下でも定番テナントでしたが、ここ1～2年の間でその位置づけは大きく変わってきています。お菓子の自主編集売り場においてもクッキーが採用されるケースが増加してきており、採用された商品も売り切れが続出するなど、デパ地下スイーツの中で存在感を増しています。また、手土産の市場でもクッキーの人気は上昇傾向を示しており、サブレやソフトクッキーな

ど、バリエーションも一気に広がりを見せています。こうしたクッキー、ビスケットの人気は百貨店だけでなくコンビニエンスストア、スーパーマーケットなどにも波及しています。「たべっ子どうぶつ」や「カントリーマアム」といったロングセラー品が人気を牽引し、PB アイテムでも採用されるケースが増加するなど、さらなる消費拡大が予想されます。

社会変化により百貨店の役割はかつてと大きく様変わりしていますが、いまだトレンド発信の拠点として百貨店が果たす役割は決して小さくありません。特にグルメ催事の果たす役割は大きく、次なる消費を占う場として今後も要注目です。

2024年4月の「産業天気予報」

業界	4月実績	5月見通し	ポイント
スーパーマーケット			<ul style="list-style-type: none"> 野菜はキャベツなどが高騰し、需給バランスが大きく崩れる マグロを中心に刺身類が好調で水産品は堅調に推移 輸入牛肉の高騰傾向が続き、鶏肉・豚肉へのシフト強まる 天ぷら、フライ類は依然として好調。惣菜は全体に好業績 飲料が全体に好調。調味料などは値上げでまだら模様
ドラッグストア			<ul style="list-style-type: none"> 調剤併設店の好調目立つ。皮膚科・眼科等の受診が増加傾向 衛生関連品の販売が伸び悩み。健康食品は紅麹問題の影響も 気温の上昇と共に制汗剤、UVケア品などの売り上げが増加 米飯・パンの売り上げ増加により、取り扱い点数増の動きも アルコールをはじめ、飲料が伸長。ケース買い需要が拡大
コンビニエンスストア			<ul style="list-style-type: none"> 気温上昇とともにアイスクリーム、飲料の販売が好調に推移 集客好調に推移し、カウンターフードの売り上げも増加 中食・惣菜は全般に好調維持。おにぎりの好調持続 集客状況は各社で若干の差異。立地別では観光地が好調推移 デザートは高級アイテムの好調が目立つ
ホームセンター			<ul style="list-style-type: none"> 週末の流動拡大により、週末業績が緩やかに改善傾向を示す 前年好調に推移していた園芸・エクステリア関連は伸び悩み 低迷傾向続いていたインテリアが上向き傾向 好調に推移しているペット関連用品は集客面での貢献度大 食品は冷凍食品を中心に堅調な動き。飲料は好調を維持
外食			<ul style="list-style-type: none"> 流動拡大により全業態で好調な動き維持。利用時間も拡大 インバウンド需要による効果が全国的に拡大。単価増に貢献 歓送迎会需要を取り込み、居酒屋はグループ利用が増加 利用客数の増加が顕著でカフェ業態の業績伸長 ファストフード業態は和・洋ともに安定した動き
百貨店			<ul style="list-style-type: none"> 円安効果もありインバウンド需要が好調に推移 都市部では仙台・広島を除く全大都市の利用が拡大 大都市部と地方都市で業績差が拡大する傾向強まる 化粧品、ジュエリーの好調続く。子供服はやや伸び悩み デパ地下は生鮮売上が鈍化。弁当・惣菜は堅調に推移
ショッピングセンター			<ul style="list-style-type: none"> 流動が好調に推移したことを受けて利用客数は堅調な動き 立地別では中心地域・大都市の施設がインバウンド効果で好調 地域別では中部・近畿・九州が前年同月比5%以上の増収に テナント業種別では雑貨・化粧品関連が全国的に好調 飲食は利用客数が堅調に推移もサービス人員不足が課題に

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