

IMADA KITCHEN × CCCMK ホールディングス共同調査

『Z世代の食に関する意識調査』

2024年度／2021年度調査徹底比較 ～支出額・意識・行動・トレンドの変化を追う～

株式会社 SHIBUYA109 エンタテインメント（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：石川 あゆみ）が運営する IMADA KITCHEN と、V ポイントのライフスタイルデータをもとにマーケティング・ソリューション事業を展開する 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）は、18～24 歳に対する定性調査および WEB 調査により Z 世代の食に関する意識調査を実施し、2021 年に実施した同様の調査と当調査を比較分析しました。

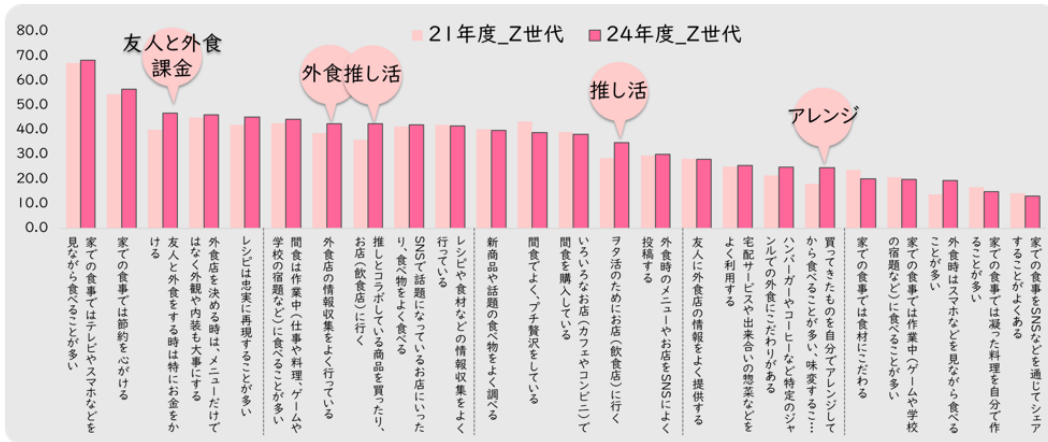


【Z世代の食に関する意識調査トピックス】

1. Z世代が支出する1か月の食費は、2021年比で約2割増加。支出の約3割を食に費やす。
2. 価格にシビアになりつつも、価値を認めたものにはしっかりと支出。
3. 中食アレンジ志向が高まる一方、推し活や友人との食事等の行動が外向きに。外出先の変化も。
4. 4つの食トレンドが3年間で大きく変化。トレンドの現在位置とは。

3. 中食アレンジ志向が高まる一方、推し活や友人との食事等の行動が外向きに。外出先の変化も。

食に関する行動の変化に目を向けてみると、「焼きポンデ」（焼いたドーナツ）や、「セブンパン」（コンビニパン）等、中食でのアレンジ志向が高まりを見せる一方、「お居酒屋は面倒くさい」と言った声もきかれ、中食は好まれるものとそうでないものに大きく分かれる傾向があることが分かりました。

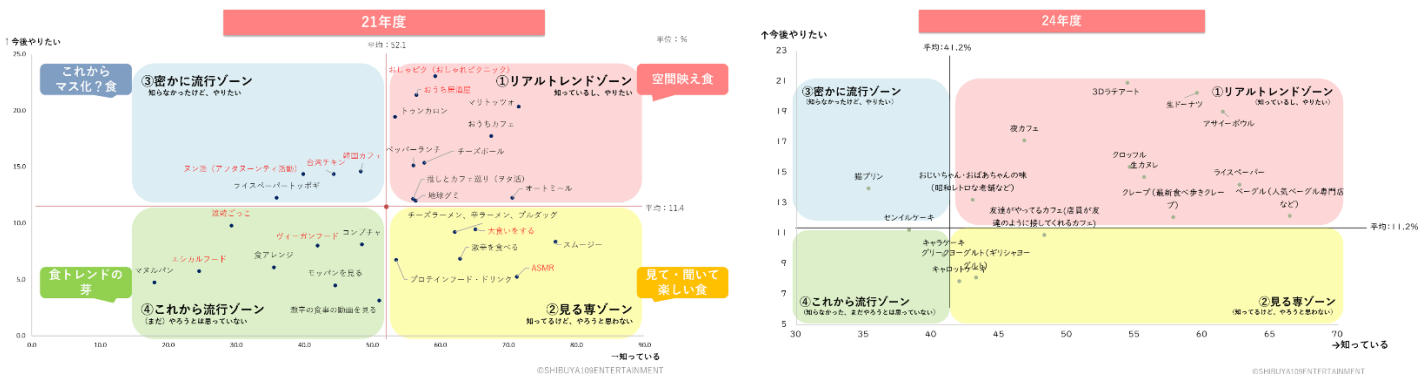


©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

友人との外食や推し活に関する質問については全ての項目で 2024 年が 2021 年を大きく上回り、コロナ禍を経て意識や行動が大きく外向きにシフトしたことが如実に表れる結果となりました。この結果は趣味・遊びに掛ける支出額の増加にも裏付けされています。

4. 4つの食トレンドが3年間で大きく変化。トレンドの現在位置とは。

当調査では各コンテンツを「今後やりたいか」「知っているか」の2観点で評価し、座標の分布ごとに傾向分けを行い4つのカテゴリーを作り「4つの食トレンド」として提唱しています。今回も同様にカテゴリー分けを行いました。



■4つの食トレンド

- 1.リアルトレンドゾーン：今まさにZ世代の中で広くトレンドになっているもの
- 2.見る専ゾーン：SNSなどで頻繁に目にし気になってはいるが、自分で体験することなくコンテンツとして消費されているもの
- 3.密かに流行ゾーン：これからマス化が予想されるもの
- 4.これから流行ゾーン：これから流行が予想されるもの

特に顕著な変化としては、2021年調査においてリアルトレンドゾーンに「おうちカフェ」「おうち居酒屋」など自宅で楽しめるものが多い傾向にありましたが、2024年調査では行列で話題の「生ドーナツ」や「夜カフェ」など、食べ歩きや外食を伴うコンテンツが多く挙げられました。見る専ゾーンでは2021年調査に比べて母数が減少し、新しい食トレンドに対して積極的になっていることがわかります。密かに流行ゾーンやこれから流行ゾーンでは揺らしてプルプル感を楽しむ「猫プリン」や、推しの生誕を祝う「センイルケーキ」、推しのキャラクターの形を再現したり、アイテムを載せて作る「キャラケーキ」などがカテゴライズされ、2021年の「ヌン活（アフタヌーンティ活動）」「台湾チキン」などよりもオリジナリティのある体験を伴う食コンテンツが多数を占める傾向となりました。

これらの結果を通し、IMADA KITCHEN では調査結果を活用した商品開発・展開を進めています。2024年8月にはリアルトレンドとして分布する「アサイーボウル」を主力メニューとするササキクリエイトが運営する本格ハワイアンレストラン「THE ISLAND(ザ・アイランド)」を誘致しハワイアンスイーツ・カフェ専門店「THE ISLAND ANNEX」として展開いただくなど、Z世代の実態に合わせた店舗展開を行っています。

■調査概要

1. WEB 調査

調査方法：インターネット（T アンケート）

調査期間：2024年4月2日（火）～2024年4月8日（月）

調査地域：全国

調査対象：18～24歳のT会員／女性／学生

サンプル数：1,209 サンプル

※2024年4月22日に「Tポイント」とSMBCグループの「Vポイント」が統合したことに伴い、現在のアンケート名称は「Vアンケート」となります。

2. SHIBUYA109 lab.による定性調査をもとに考察

■IMADA KITCHEN 概要

IMADA KITCHEN は、“未だ”世に出ていない渋谷発のオリジナルフードを発信するフードブランド開発事業です。SHIBUYA109 渋谷店での出展を通して、若者へのブランド認知拡散・プロモーションをサポートしています。



画像左：“推しCafe フェア”メニュープロデュース（カラオケまねきねこ）

画像右：Z世代向けベーカリー「クロワッサンマフィン」「いちごホイップのキューパン」の共同開発（ローソン×東急ストア）



ホームページ：<https://imada-kitchen.jp/>
プロモーションに関するお問い合わせ先：
株式会社 SHIBUYA109 エンタテインメント IP 開発部
TEL:03-3477-6730 / <https://imada-kitchen.jp/contact.php>

■SHIBUYA109 lab.概要

株式会社 SHIBUYA109 エンタテインメントが運営する新しい世代に特化した若者マーケティング機関。SHIBUYA109 のターゲットである「around20 (15～24 歳)」を中心に彼らの実態を調査し、SHIBUYA109 独自の視点から分析している。



設立：2018 年 5 月 17 日
所長：長田 麻衣（株式会社 SHIBUYA109 エンタテインメント所属）
ホームページ：<https://shibuya109lab.jp/>

■株式会社 SHIBUYA109 エンタテインメント概要

SHIBUYA109 渋谷店（東京都・渋谷区）を中心とした 3 つの施設を展開。「Making You SHINE! – 新しい世代の“今”を輝かせ、夢や願いを叶える–」の企業理念を掲げ、これからの担う新しい世代の今を輝かせ、夢や願いを叶えるため、商業施設運営に留まらないエンタテインメント事業展開を行う。



設立：2017 年 4 月 3 日
代表取締役社長：石川 あゆみ
ホームページ：<https://www.shibuya109.co.jp/>

■CCCMK ホールディングス株式会社概要

カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社の子会社として、約 1.3 億人（有効 ID 数）が利用し、全国 4,500 社、16 万店舗（2024 年 6 月末時点）が参画する共通ポイントサービス「V ポイント」を軸とした多種多様なデータをもとにしたマーケティング・プラットフォーム事業を行っております。



企業や生活者の様々な課題やニーズに沿ったご提案ができるよう、CCC グループの持つアセットとデータを組み合わせた新たな価値を提供しています。

ホームページ：<https://www.cccmkhd.co.jp>

※公開データの引用・転載の際は、『SHIBUYA109 lab./CCCMK ホールディングス共同調査』と明記いただきますようお願い申し上げます。（SHIBUYA109 lab./<https://shibuya109lab.jp>）

※本リリースに記載の会社名、製品名、サービス名等は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

本件に関するお問い合わせ：

株式会社SHIBUYA109エンタテインメント 広報担当/MAIL：shibuya109_pr@shibuya109.co.jp

CCCMKホールディングス株式会社 広報室/MAIL：cccmkpr@ccc.co.jp