

2024年8月26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5月の「産業動向レポート」「産業天気予報」を発表 ～成長続く惣菜市場の行方～

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5月の「産業動向レポート」および「産業天気予報（<https://thinktank.cccbiz.jp/industry-40>）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。

成長続く惣菜市場の行方

中食・惣菜市場は再び活況を呈しています。日本惣菜協会の調べでは23年度の国内の中食惣菜市場は10兆9,827億円と前年比4.9%の成長となっています。新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、20年は10兆円を割り込んでいましたが以降は回復傾向が鮮明です。中食・惣菜市場はコンビニエンスストアが市場拡大を牽引してきましたが、この10年の市場拡大の動きをみると、コンビニエンスストア市場以上に勢いを増しているのがスーパーマーケット市場です。さらに直近の動きでは、ドラッグストアにおいても中食・惣菜の取り扱いが広がりつつあり、小売市場においては中食・惣菜は売り上げ拡大につながる重要な売り場と言えます。

中食・惣菜市場をカテゴリー別にみると、米飯類が市場規模4兆8,161億円と惣菜市場全体の43.9%を占めるが、このカテゴリーにおいては言うまでもなく「おにぎり」が主役です。近年は具材強化した高級おにぎりやコメの品種にこだわったおにぎりなど、高級路線が拡大基調にあります。炊き込みごはん、混ぜごはんタイプのおにぎりも好調なアイテムが多く、まだまだ「おにぎり」の進化は続いていきそうです。米飯類に続く割合を占めるのが揚げ物や炒め物、サラダなどが含まれる「一般惣菜」で、市場規模は3兆8,299億円、構成比は34.9%を占めます。揚げ物類はコロナ禍以降、特にスーパーマーケットにおける惣菜売上の拡大に大きく貢献しています。焼き物では焼き鳥などが全国的に堅調に推移しているほか、清掃の手間などからグリル調理が敬遠される中で、焼き魚がゆるやかに拡大する傾向を示しています。一方、サラダはデパ地下中心に惣菜市場拡大に大きな役割を果たしてきましたが、カット野菜の普及により、やや変調してきている面もあり、その動きは注目されるどころです。伸び率だけでみると最も市場拡大が鮮明になっているのは「調理麺」で、和・洋・中すべてのカテゴリーで伸長が続いています。最近ではデパ地下でも「調理麺」を販売するショップが出現してきており、アイテム拡大の進展とともに、さらなる市場拡大が見込まれます。

生活者の効率的な時間の使い方に対する意識の変化に加え、メーカー各社の技術革新によって中食・惣菜市場は拡大基調にあります。この1～2年で市場拡大に追い風となっているのがインバウンド客の利用です。中食・惣菜市

場は外食とは異なってインバウンド需要がなかなか見込みにくい状況が続いていましたが、SNSを通じて、日本の「おいしい惣菜」が知られるようになり、インバウンド客の利用が拡大基調にあります。コンビニエンスストアで提供される各種中食・惣菜アイテムは特に好評を得ており、訪日した際に体験したいことでもランクインするほど、注目されています。コスパ・タイプといった視点でも中食・惣菜は生活者ニーズをしっかりと掴んでおり、今後も市場拡大を続けていく可能性は極めて高いと予想されます。中食・惣菜はコンビニエンスストア、スーパーマーケット以外のチャネルでの取り扱いが拡大し、業態間競争の優劣を決定づけるものとして、ますますその重みは増してくるとみられます。

2024年5月の「産業天気予報」

業界	5月実績	6月見通し	ポイント
スーパーマーケット			<ul style="list-style-type: none"> 食品スーパーは全国的に堅調に推移。GMSは全体に伸び悩み 為替影響から輸入牛肉が高騰。牛肉需要の低迷が顕著に 水産品は刺身類はマグロが牽引するも干物が価格上昇で減少 米飯・揚げ物類を中心に惣菜は依然として好調に推移 調味料は値上げ続くも買い上げ点数はほぼ横ばいを維持
ドラッグストア			<ul style="list-style-type: none"> 気温の上昇とともに夏物商材の売れ行きが好調に推移 バックの好調が続く。インバウンド需要による効果も ドリンク栄養剤、乳酸菌飲料は好調な動きを維持 価格高騰の影響を受けてドラッグストアでのコメ購入が増加 食品売上は好調に推移し、食品取扱状況による業績差拡大
コンビニエンスストア			<ul style="list-style-type: none"> 行楽シーズンによる人流の活発化が業績伸長に貢献 深夜・早朝と伸び悩みが目立つ時間帯の利用が増加傾向に おにぎり・米飯類は堅調に推移も一部商品は減速傾向 カウンターファストフードはチェーンにより格差 デザートは和菓子類が堅調に推移。アイス類も好調な動き
ホームセンター			<ul style="list-style-type: none"> 家庭用品・日用品の売上が回復傾向に 週末利用を中心に客数が伸長傾向。平日は依然として苦戦 中心商品であるインテリア関連は伸び悩み傾向続く 好調に推移してきたペット関連品の動きがやや減速 やや不振だった園芸・エクステリア関連品が改善傾向を示す
外食			<ul style="list-style-type: none"> 全体に客数は伸長続くも客単価は業態によりまだら模様 ファストフードは和風・洋風ともに好調を維持 焼肉・ステーキなどは肉類の価格上昇影響から外食回帰に 法人需要は伸び悩み傾向続くもインバウンド需要が穴埋め 時間帯別で夜間需要が依然として伸び悩み傾向続く
百貨店			<ul style="list-style-type: none"> コロナ禍前の同月を8.9%上回る好業績で推移 気温上昇とともに夏物衣料が好調な動き。特にレディース好調 円安の追い風もありインバウンドにより大幅な増収 化粧品、宝飾品、ラグジュアリーブランドの好調が持続 食品は生鮮・惣菜が前年同月割れ。価格の高騰による影響も
ショッピングセンター			<ul style="list-style-type: none"> 大都市部の施設ではインバウンド利用により売上拡大続く 立地別では中心地域の伸びが目立つ。周辺地域も堅調に推移 ファッションテナントが気温上昇とともに好調な動き 飲食は広域集客型の大型施設内の店舗の伸びが顕著に 地域別では東北、四国が前年割れも全体は好調エリア目立つ

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：島中

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