

2024年11月29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6月の「産業動向レポート」「産業天気予報」を発表 ～青果物流が小売市場を変える～

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）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6月の「産業動向レポート」および「産業天気予報（<https://thinktank.cccbiz.jp/industry-41>）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。

### 青果物流が小売市場を変える

生鮮三品はスーパーマーケットの売り上げの中心であり、その動きがスーパーマーケットの業績を左右します。ここ数ヶ月の状況を振り返ると、円安による影響も大きく価格高騰から牛肉の利用は減速傾向にあります。精肉では牛肉から鶏肉・豚肉へのシフトが加速し、鶏肉の需要は拡大が続いています。

一方、コロナ禍以降、取り扱い魚種の拡大が続き、売り上げ堅調に推移してきた鮮魚は燃料費の高騰が価格高につながり、価格が安定推移しているマグロなどに需要が集中しつつあるようです。また、ロシア産などの流入が続いているカニや魚卵類は割安感から売れ行きが好調に推移しており、やや需要状況が変化してきています。

カット野菜の拡大などにより全体の需要が変化を来している青果は天候不順などの影響から価格がなかなか安定していない状況が続いています。全体に価格は高めに推移していますが、ブロッコリーや豆苗などが需要を下支えしています。カット野菜は、以前は千切りキャベツが市場の大半を占めていましたが、直近ではサラダもミックススタイルの需要が拡大し、炒めもの用カット野菜の需要も微増傾向が続いており、完全に市場定着したと言えます。こうした状況の中で青果は取扱状況に変化がみられ、トマト・ブロッコリーが中心アイテムとしての地位を確立し、豆苗などの新野菜が市場拡大を続けています。

野菜種の変化は産地の変化にも直結していますが、じわじわと産地変化に影響を及ぼしつつあるのが物流の「2024年問題」です。時間外労働の上限規制からドライバーが不足する「2024年問題」ですが、この影響から産地からの配送回数が減るなど対応を迫られるケースが出てきていることが大きく影響しています。一部のスーパーマーケットでは物流費の高騰から産地直送による調達から市場経由の調達に転換するなど、調達戦略を見直す動きも広がりつつあります。鮮魚や精肉では冷凍物流もありますが、チルド物流が主体となる青果は物流の「2024年問題」の影響がより大きくなっています。配送回数の間引きで物流費の高騰に対応を図っている企業でも間引き配送の影響から鮮度の問題が浮上しているケースもあり、その影響はかなり大きくなっています。スーパーマーケットではすでに物流統合の動きも出ていますが、

青果の調達・物流は各企業の今後の戦略において重要な位置を占めることは間違いなさそうです

青果はドラッグストアやホームセンターなどの取り扱いも増加しており、需給構造そのものが大きく変化してきています。生鮮三品の中でもより身近なアイテムとして位置づけられる青果はスーパーマーケットだけでなく今後のリテイル全体のシェアにも大きく影響するため、その調達・物流戦略は極めて重要です。鮮度を守りながら、いかに効率的な調達を行うか。新たな動きが注目されるところです。

## 2024年6月の「産業天気予報」

業界	6月実績	7月見通し	ポイント
スーパーマーケット			<ul style="list-style-type: none"> <li>・気温上昇とともに季節商品の売れ行きが好調で集客にも貢献</li> <li>・高温傾向からサラダ関連の青果が好調。特にトマトが売上増</li> <li>・マグロやカツオなどは価格が安定し、販売も堅調に推移</li> <li>・牛肉は高値から以前として鈍い動き。鶏肉は販売好調</li> <li>・青果の価格上昇からサラダが好調。揚げ物は安定した動き</li> </ul>
ドラッグストア			<ul style="list-style-type: none"> <li>・全国的に安定した集客。ロードサイド型では買い上げ点数増</li> <li>・化粧品売り上げが好調に推移。インバウンド需要効果も</li> <li>・食品は集客にも貢献大。取扱アイテム数で業績伸長に差</li> <li>・コメや生菓子が好調な動き。コメは業態間競争の中心商品に</li> <li>・気温上昇とともに飲料がさらに伸長。乳酸菌飲料の好調続く</li> </ul>
コンビニエンスストア			<ul style="list-style-type: none"> <li>・チェーンにより集客差。集客面では天候影響で変動大きく</li> <li>・気温上昇によりカフェ需要が増大。ソフトドリンク大幅増に</li> <li>・加工食品ジャンルが好調。パンは惣菜パンが堅調に推移</li> <li>・集客増加によりカウンターフード利用が好調な動き</li> <li>・中食品では麺類が和・洋・中ともに安定した需要続く</li> </ul>
ホームセンター			<ul style="list-style-type: none"> <li>・季節商品が集客に貢献。猛暑による家電購入などが売上増に</li> <li>・集客が好調に推移したため、ほぼ全カテゴリーの業績改善</li> <li>・業界全体の課題となっていたインテリア関連の売上も好転</li> <li>・業績を牽引してきたペット関連品は全国で安定した動き</li> <li>・コメ、ビールや水などのケース販売が集客増に貢献</li> </ul>
外食			<ul style="list-style-type: none"> <li>・気温上昇とともに集客が全体に好調に推移</li> <li>・ファストフードは好調続く。麺類は利用客数が大幅増に</li> <li>・ファミリーレストランは和・洋・中ともに好調を維持</li> <li>・パブ・居酒屋は利用客数が堅調推移。客単価は各社で開き</li> <li>・インバウンド利用により価格格差。国内客は単価が二極化</li> </ul>
百貨店			<ul style="list-style-type: none"> <li>・インバウンド利用は堅調に推移。全体集客も好調な動きを維持</li> <li>・中元商戦ではビジネス需要は伸び悩みも個人需要は拡大傾向</li> <li>・気温上昇とともに季節商品の売上が大幅に増加。アパレル好調</li> <li>・大都市は広島を除き好調な動き。京都・大阪は2ケタ増収</li> <li>・食品は菓子・惣菜は好調も生鮮は価格高騰影響から伸び悩み</li> </ul>
ショッピングセンター			<ul style="list-style-type: none"> <li>・大都市の中心地域はインバウンド利用が拡大し、好業績を記録</li> <li>・全体に駅ビルは集客好調で、利用金額も大幅に増加に</li> <li>・気温上昇により季節商材が好調な動き。特にアパレルが伸長</li> <li>・ほぼ全業態が集客増加により増収。核店はSM・HCが一部不振</li> <li>・飲食テナントは来館増加とともに利用拡大。グループ利用増加</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』

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】

CCCМК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：大澤

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