

2023年1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、2022年11月の「産業動向レポート」「産業天気予報」を発表 ～熾烈を極める麺類の進化～

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、2022年11月の「産業動向レポート」および「産業天気予報（<https://www.cccmk.co.jp/thinktanks/industry-22>）を発表いたしました。

本レポートは、CCCMK ホールディングス株式会社がT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。

熾烈を極める麺類の進化

22年の外食市場は流動拡大により回復傾向が目立った1年だった。直近の10月・11月の動きをみると観光流動も拡大し、その流れを受けて外食利用も活発化した。コロナ禍で長く苦しんできた外食市場にもやっと回復の兆しが見え、内食・中食・外食のシェア争奪戦は激しさを増している。

この数年、中食市場の拡大に貢献してきたのが、うどん・そば、パスタ、ラーメンなどの麺類である。米飯類は温度変化も表現しにくいメニューが多い中、これら麺類は温冷いずれもメニュー展開が可能であり、季節変化にも強いアイテムとして支持を拡大してきた。中食における麺類のバリエーションは和・洋・中華、さらにはアジアと拡大してきており、中食市場において麺類は売り上げを大きく左右するアイテムとなっている。麺類メニューは利用層の広さ、購入時間の広さも大きな特徴となっており、その裾野の広さが高価格品の投下を可能にしている。コンビニエンスストアでは500円超えの高価格アイテムも投下されているが、いずれも堅調な売り上げを示している。

外食においてもコロナ禍の間に、麺類業態の拡張・リモデルが進んでいる。うどん業態ではセルフ型のチェーンが市場拡大を牽引してきたが、コロナ禍以降は1杯1,000円を超える本格志向のミニチェーンが出現してきている。

長く新たな業態が出現してこなかったそば業態では、そばとごはんものを組み合わせて提供する「そば定食」とも言える業態や“ぶっかけスタイル”を基本とする新たな業態が出現している。パスタの世界ではカジュアルパスタの専門店化傾向が加速し、ナポリタン、ミートソース、カルボナーラなどに特化したカジュアルパスタ業態が広がりを見せている。外食市場においては近年、高い伸び率を誇ってきたラーメン業態は深夜時間帯の利用減少が響き、倒産する企業も目立っているが、ワンタンメンや汁なし麺など、従来とは異なる切り口のミニチェーンが増加してきている。

外食・中食において、麺類はカジュアルメニューの代表格であったが、近年は原料の高騰などもあり、価格上昇トレンドが続いている。そうした中で中食では外食有名店とのコラボなどで高価格化しながら、「本格感」を軸に利用拡大につなげることに成功した。また、外食店では定食化・専門店化など、様々な工夫で原価上昇に対応する動きを見せている。こうした中食・外食の活発な動きに押され、コロナ禍直後は売り上げ拡大が目立った内食での麺類需要はやや苦戦する傾向がみられる。内食において、麺類は簡便食の代表アイテムとして支持されているが、今後は需要拡大に向けて価格以外の打ち出しも必要だろう。コロナ禍によって、内食・中食・外食において目まぐるしく進化してきた麺類はもはや食シーンで欠かせないアイテムだが、コロナ後を見据え、さらに各市場で業態刷新・新たな提供方法が出現してくることが予想される。

2022年11月の「産業天気予報」

業界	10月実績	11月見通し	ポイント
スーパーマーケット			<ul style="list-style-type: none"> 商品値上げの影響もあり、客単価は上昇傾向続く 内食の堅調な動きに支えられ、全体に安定した動き 主要チェーンでは客単価増が客数減を吸収する形に 気温低下により鍋物など、季節品の売り上げが好調に推移 地域別では九州エリアの好調続く
ドラッグストア			<ul style="list-style-type: none"> インバウンド効果から都心部繁華街立地は業績伸長目立つ 客数は全体に伸びは鈍化も調剤対応によりやや格差 食品の取り扱い集客面で貢献度大きく 気温低下により風邪薬、使い捨てカイロの売り上げが増加 飲料は全国的に好調な動きで集客面でも貢献
コンビニエンスストア			<ul style="list-style-type: none"> 客数の伸びはエリアにより格差。都心部店舗は好調に推移 イベントが活発化してきた影響からチケットなど好調な動き 中食・弁当は堅調に推移。米飯類は好調な動きを維持 デザート類は全般に好調な動きで買い上げ点数増にも貢献 冷凍食品も好調に推移。麺類・米飯類のほか、食材も好調に
ホームセンター			<ul style="list-style-type: none"> 客数の伸び悩みが目立ち、特に郊外店での集客で苦戦目立つ 客単価は上昇基調で客数の落ち込みを補う形に 気温低下により暖房機器類の販売が好調な滑り出し 園芸・エクステリア用品は客数増に貢献 ペット用品も好調な動きを示す
外食			<ul style="list-style-type: none"> 流動拡大により全国的に利用客数は増加傾向を維持 好調続くファストフードはデリバリー・テイクアウトが貢献 ワールドカップの観戦などで集合型飲食が増加傾向に ディナー時間帯の売り上げは依然として鈍い動き 苦戦が続いてきたパブ・居酒屋の業績改善傾向拡大
百貨店			<ul style="list-style-type: none"> コロナ感染者数の拡大により若干伸び率は鈍化している地域があるものの好調 インバウンドの流入拡大により大幅な伸びを記録する店舗も 好調を維持する大都市部に対し、地方都市はまだら模様の業績に ジュエリー、ラグジュアリーブランド品は全国的に好調を維持 菓子・惣菜類も好調に推移し、デパ地下の流動も活発
ショッピングセンター			<ul style="list-style-type: none"> 大都市部ではインバウンド利用も拡大し、集客増となる既存施設が多数 コロナ感染者数の増加を受けて、一部で客数が伸び悩む施設も 観光型利用の増加により、飲食テナントを中心に好調目立つ アウターなどの冬物衣料は高温影響でやや鈍い動きに 札幌・京都など、足下需要と観光需要が取り込める地域の施設で客数増が顕著

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
- 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://www.cccmk.co.jp/thinktanks>

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】

CCCMKIホールディングス株式会社

広報：野中

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】

【お問合せ先】

CCCマーケティング総合研究所

担当：杉浦・斎藤

cccmk-souken@ccc.co.jp