

2023年12月20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、2023年10月の「産業動向レポート」「産業天気予報」を発表 ～「復刻」という新トレンド～

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、2023年10月の「産業動向レポート」および「産業天気予報（<https://thinktank.cccmk.co.jp/industry-33>）を公表いたしました。

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。

「復刻」という新トレンド

外食・中食市場において「復刻」の動きがここ数年続いています。特に外食市場においては“昭和レトロ”の動きが強まり、70年代～80年代にかけて国内市場で拡大したメニューのリバイバルの動きが活発化しています。70年代～80年代は国内における外食の産業化黎明期に当たり、内食から外食への転換が一気に進んだタイミングであり、外食はレジャー、ハレの要素が色濃かった時代です。マクドナルドやすかいらーく、ロイヤルホストなど、現在、外食市場において売上上位を占めている企業の多くは当時の外食ブームで拡大した企業がほとんどです。

現在、外食市場において「復刻」の動きの中心になっているのが国内固有の業態と言われる「純喫茶」に関連するものです。ここ数年を振り返っても厚焼きホットケーキからナポリタン、フルーツサンド、オムライスなど、枚挙にいとまがありません。今年の夏は「クリームソーダ」がレストラン、カフェで多く採用され、売り上げも好調に推移しました。昨年の冬ぐらいかから都心部中心に動き出している「プリン・ア・ラ・モード」も今年の夏はさらにメニュー投下企業が増加し、利用拡大が全国的に進んでいます。

今ではコンビニエンスストアの pasta メニューの中心商品となっている「ナポリタン」も純喫茶型のメニューの一つと言えますが、「ナポリタン」は外食店で専業業態が拡大しているほか、中食・冷凍食品での利用も上昇しており、令和の新定番メニューとしての地位を確立しています。

こうした昭和レトロメニューは外食黎明期でハレの外食を楽しんだ層が支持しているのはもちろんですが、「クリームソーダ」や「プリン・ア・ラ・モード」に代表されるように目で見ると楽しさという点で若年層にも支持が広がっている点が大きな特徴と言えます。

コンビニエンスストアでは「ナポリタン」を筆頭に「復刻」の動きを活用してメニュー定着に成功しているものが多くありますが、「焼きそばパン」、「ナポリタンパン」など惣菜パンで“昭和レトロ”の活用が目立っており、次なる復刻の動きが注目さ

れるところ。また、中食では「ハムカツ」「アジフライ」といったメニューが投下され、利用拡大傾向にあり、まだまだ復刻の動きは継続していきそうな勢いをみせています。

食にまつわる企業にとってメニューは成長の生命線とも言える重要なものですが、多様化が進み、ヒットメニューを開発することは年々難しくなっています。“昭和レトロ”は支持層の広がり期待できるという点で多様化の進展を乗り越える可能性を秘めているアプローチと言えます。一方で安易な活用は本質的な支持の流れに水を差してしまうリスクがあることは言うまでもありません。自社の歴史を振り返り、埋もれてしまったメニューに再び光を当ててみると意外なヒットにつながる可能性もありそうです。

2023年10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"> ・カット野菜やきのこと類の動きが好調。野菜類は好調続く ・肉類は相場影響から豚・鶏肉へのシフト加速 ・地域別では関東・中四国地方の業績が特に好調な動き ・日配品は価格上昇も買い上げ点数は小幅に推移 ・ハロウィンなどのイベント需要も好調な動き
ドラッグストア			<ul style="list-style-type: none"> ・季節の移り変わりに応じてリップクリームなどが大幅増に ・OTC医薬品の好調な動き続く。風邪薬は全国的に堅調な動き ・食品ジャンルでは菓子の好調目立つ。生菓子も上昇傾向 ・乳酸菌飲料を中心に飲料の売り上げが集客に貢献 ・食品が集客牽引する状況続く。調剤併設店も利用好調
コンビニエンスストア			<ul style="list-style-type: none"> ・行楽需要の増大により地方店・観光地の店舗が大幅増に ・おにぎり・米飯の好調続く。おにぎりは味の多様化進展 ・飲料の売り上げも好調維持。アルコールは購入時間帯が拡大 ・店内調理品は利用客数の安定化に伴い、利用も微増傾向続く ・麺類は好調維持。500円を超える高単価品も安定した動き
ホームセンター			<ul style="list-style-type: none"> ・利用客数の伸び悩み傾向続く。特に平日の落ち込みが目立つ ・インテリア・DIY関連品の売上が不振。雑貨類は企業差あり ・季節の転換により園芸・ガーデニング用品の利用は増加 ・ペット・ペット関連品は全体集客に貢献 ・食品関連では冷凍食品の売り上げは堅調に推移
外食			<ul style="list-style-type: none"> ・人流拡大により全国的に利用拡大。インバウンド効果も ・季節メニューが全体に好調な動き。月見関連商品が大幅増に ・麺類はディナー時間の利用が拡大。中華は利用価格も上昇 ・ディナーレストランがインバウンド効果もあり好調な動き ・中心地・観光地の流動増で喫茶・カフェの利用が大幅増に
百貨店			<ul style="list-style-type: none"> ・ラグジュアリーブランド商品を中心に好調を維持 ・インバウンド利用はコロナ前を上回る水準で推移 ・インバウンド効果が大きい大都市部の立地は好調をキープ ・「東北」「関東」「中・四国」「九州」が伸び悩み ・軽衣料は好調に推移。子供服が減速傾向。家具は伸び悩み
ショッピングセンター			<ul style="list-style-type: none"> ・インバウンドの利用が目立った大都市部・中心部立地は好調 ・レジャー需要の拡大も影響し、広域集客が施設は好調に推移 ・飲食もレジャー・観光型利用が伸び。ディナー時間も利用拡大 ・北海道は観光需要の伸びが貢献した施設が多数 ・雑貨・化粧品関連のテナントが業績伸長。アパレルは格差拡大

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.ccmk.co.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」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】

CCCMK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