

2024年2月28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12月の「産業動向レポート」「産業天気予報」を発表 ～ビール復活が小売・外食を押し上げ～

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12月の「産業動向レポート」および「産業天気予報（<https://thinktank.ccmk.co.jp/industry-35>）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。

ビール復活が小売・外食を押し上げ

コロナ禍で大きな打撃を受けたパブ・居酒屋業態の利用客数の回復が鮮明になっています。長く低迷傾向にあった宴会需要も23年の秋口以降回復傾向が強まり、忘・新年会の需要も前年と比較すると大幅な伸びを記録した企業が多くなりました。個人の少人数宴会だけでなく、コロナ禍で需要がほぼゼロに落ち込んだ法人宴会も上昇してきた点がパブ・居酒屋企業の増収に貢献しています。

パブ・居酒屋業態の大きな課題となっている二次会需要にも変化が見られています。パブ・居酒屋業態は18～20時の入店が主体で以降の時間帯は時間が遅くなるにつれ需要が落ち込む一次会需要型で推移してきましたが、この年末年始は20～22時の時間帯の需要も伸び、二次会需要に動きが出てきたことが業態全体の復活をさらに鮮明にしました。

コロナ禍前はパブ・居酒屋市場においては「和高洋低」の傾向が強く、刺身居酒屋が全国的に大きな割合を占めていましたが、コロナ禍後の動きを見ると、いわゆる“千ベロ”が安定した集客を見せ、「焼きとん」「ホルモン」といった業態が特に好調な集客となっています。市場全体でみると「パブ・ビアホール」といった洋業態が全国的に活性化しており、特に23年の秋以降、集客が上昇し、市場のトーン転換が進んでいます。また、大打撃を受けた“大箱”居酒屋も利用が少しずつ回復してきている点も注目されます。“大箱”居酒屋の客数回復には、インバウンド客の利用が大きく貢献しており、このトレンドは24年も続くことが予想されます。日本の居酒屋は外客の需要ニーズがもともと高く、コロナ禍前から大きな恩恵を受けていました。外客に「焼き鳥」「刺身」といったアイテムの人気は根強く、和風居酒屋の集客はインバウンドの回復・拡大とともにさらに力強いものになってくることが予想されます。

外食需要の回復の一方で、コロナ禍中に拡大した「家飲み」市場は堅調に推移しています。外食・内食のアルコール需要をみると、アルコール市場全体がより回復してきていることがわかります。その動きを後押ししたのが23年10月の酒

税法改正で「ビール」が減税となり、いわゆる「第三のビール」が増税となったことが価格差解消となりビール需要の復活につながりました。この年末年始の小売業態の業績においてもコンビニエンスストアのビール販売、ドラッグストアやホームセンターでのビールのケース販売は好調に推移し、特に集客苦戦が続くホームセンターではビールが集客貢献している店舗も少なくありません。

物流費や人件費の高騰が続く中で、パブ・居酒屋市場、小売市場は更なる値上げとなる可能性が高く、ビールを中心に活性化している動きがこのまま維持されていくかどうかは各市場で業績の大きな分岐となる要素となりそうです。単にビールだけ売るのではなく、ビールと合うメニューの提案や併売促進の働きかけがますます重要になっていきそうです。

2023年12月の「産業天気予報」

業界	12月実績	1月見通し	ポイント
スーパーマーケット			<ul style="list-style-type: none"> ・牛肉は年末年始需要でやや伸びたが、相場影響で低調に ・年末年始は旅行などの流動活発化により影響を受けた店舗も ・年末商戦では本マグロやイクラなどの高単価品が好調に推移 ・野菜は鍋もの関連需要が堅調に推移。買い上げ点数増に貢献 ・全国的に好調が続いているが、九州・沖縄がやや減速傾向に
ドラッグストア			<ul style="list-style-type: none"> ・海外旅行や帰省等の流動拡大影響から一部で客数が伸び悩み ・冬場の乾燥による影響からリップや保湿クリームが好調 ・乳酸菌飲料や果実・野菜系飲料は好調を維持 ・取り扱い店舗が拡大傾向にあるアイス類も堅調に推移 ・風邪薬・のどスプレーなどは地域によりばらつき
コンビニエンスストア			<ul style="list-style-type: none"> ・クリスマス商戦が好調に推移し、客単価の上昇にも貢献 ・アルコール類、アイスクリーム類が好調に推移 ・好調続く菓子類はファミリーパックなどの大袋が伸長 ・伸び悩み傾向にあった深夜時間帯の動きが改善傾向を示す ・弁当・惣菜類は安定した動き。おにぎりは全国的に好調維持
ホームセンター			<ul style="list-style-type: none"> ・季節商品はやや動きが見られたものの降雪対策品は伸び悩み ・クリスマス関連商品では室内装飾品が集客に貢献 ・アルコール・飲料のケース販売が利用単価増に効果 ・清掃用品は例年並みの需要。バス・トイレ用品は利用上昇。 ・好調続くペット関連用品は安定した動きを維持
外食			<ul style="list-style-type: none"> ・5類移行後、初の年末需要となったが全国的に好調に推移 ・ファストフードは和風・洋風ともに集客好調で好業績に ・パブ・居酒屋は中小規模の宴会が増加し、利用単価も上昇 ・アルコール需要が伸び、様々な業態で単価上昇に貢献 ・インバウンド効果でディナーレストランの業況改善続く
百貨店			<ul style="list-style-type: none"> ・インバウンドや年末利用の増加により集客面では堅調に推移 ・東北・関東（首都圏除く）、九州、中国は利用減速傾向に ・大都市部はインバウンド利用が好調に推移し、業績は安定 ・増加基調に推移している化粧品はクリスマス需要により急伸 ・ギフト需要が堅調に推移し、菓子関連も全国的に安定推移
ショッピングセンター			<ul style="list-style-type: none"> ・全国的な暖冬傾向からアパレルテナントはまだら模様 ・中心地域の施設は集客が好調に推移し、利用も拡大 ・食料品テナントがギフト需要増もあり全国的に好調な動き ・施設の集客数増の効果もあって飲食テナントは業態差なく好調 ・観光地に近い施設の好業績目立つ。インバウンド効果顕著に

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：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