

2023年8月22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6月の「産業動向レポート」「産業天気予報」を発表 ～簡便性の進化が内食市場を刺激する～

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、2023年6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-29>）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。

### 簡便性の進化が内食市場を刺激する

食料品の値上げが続いている。インスタント食品やレトルト食品では価格上昇の動きが続いたことから、やや安価な商品や PB 商品への移行がみられるが、調味料や食用油などは値上げ後も堅調に推移している。

今回の値上げの動きの中では「水道光熱費の上昇が家計を圧迫していると感じている」という生活者が多く、長く煮炊きする調理や揚げ物などの調理が敬遠されている傾向が表れている。スーパーマーケットの惣菜ではフライや天ぷらの動きが好調で、猛暑の夏には さらにその傾向が強まることが予想されるが、全体としては今後も内食は堅調に推移していきそうだ。

内食においては長く調理の簡便化が重要視されてきたが、この数年で目覚ましい進化を遂げ、簡便調理の市場拡張を牽引しているのがレトルト食品だ。レトルト食品の代表アイテムであるカレーも以前は湯煎をして食べるか、器に移してレンジで温めるのが一般的であったが、包装技術の進化によりレンジでそのまま温められる商品も出ており、簡便化の流れは一層加速している。

レトルト食品は今まで“手抜き”と思われるので主婦層からは敬遠される傾向もみられたが、ここ数年で登場してきた各社の商品はそうした心理的な障壁を打破することにも成功している。

味の素のお肉を入れて圧力調理する「スチーミー」はレンジで温めるだけの簡便さも実現しつつ、調理感を残している点が主婦層にも受け入れられている。明治の「まるごと野菜」シリーズは、栄養分を損なわず野菜を摂るというコンセプトが人気を集め、幅広い世代の利用を取り込んでいる。業務用の世界で長く活用されている真空調理をはじめとする新調理の家庭への転用は今後も続くと考えられ、レトルト食品の世界はさらに拡大してくるだろう。

レトルト食品以上に簡便さが売りになっている冷凍食品市場においても従来とは異なる簡便志向の商品が注目を集めている。「冷やし中華」は盛夏に人気の定番メニューだが、麺を茹でて冷やすという調理工程が面倒という声が多く、内食での利用は減少傾向にあり、中食転換が進んでいるメニューの一つだった。この調理工程の面倒さをレンジで温めるだけで完成できる「冷やし中華」は再度、内食への転換を促す可能性もある。

内食においては調理機器の進化も目覚ましく、家庭で作れるメニューは各段に増している。コロナ禍によって家庭での調理はより本格志向が強まったと言われるが、やや内食疲れが出て家庭での調理は再び簡便志向が強まっている。コロナ禍で活性化した内食がさまざまな値上げの波という追い風を受けて拡大していくか、その行方は簡便性への対応が担っているかもしれない。

## 2023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>気温の上昇と光熱費の上昇に伴い、内食需要は堅調に推移</li> <li>生鮮三品の中では変わらず青果の買い上げ点数が伸び悩み</li> <li>惣菜は好調を維持し、特に天ぷらやフライが業績をけん引</li> <li>価格高騰が続いている鶏卵は供給も回復し、売り上げ増</li> <li>日配品は価格上昇もチーズ、機能性乳酸菌飲料の好調続く</li> </ul>
ドラッグストア			<ul style="list-style-type: none"> <li>インバウンド影響もあり、風邪薬の売り上げが好調に推移。</li> <li>前月に引き続き、機能性乳酸菌飲料が好調で集客にも貢献</li> <li>気温の上昇とともに割安な提供が目立つ飲料の増加目立つ</li> <li>外出の増加に伴い洗濯洗剤・柔軟剤などの売り上げが増加</li> <li>アルコールのケース販売が郊外型店舗では集客要素に</li> </ul>
コンビニエンスストア			<ul style="list-style-type: none"> <li>気温上昇に伴い、アイスクリーム・飲料の売り上げが増加</li> <li>菓子類が堅調な動きを示し、割安なPB品の動きが活発化</li> <li>アルコール類の売り上げも増加基調でボトル売り上げも増</li> <li>利用客数増加と気温上昇により店内カフェの利用も増加</li> <li>米飯は好調を維持し、おにぎりは高単価品も堅調に推移</li> </ul>
ホームセンター			<ul style="list-style-type: none"> <li>平日の利用が伸び悩むも休日の利用はやや改善傾向に</li> <li>気温上昇とともに季節商品の売り上げが増加</li> <li>ペット関連用品の売り上げは好調な動きを維持</li> <li>中心商品のインテリアは依然として伸び悩みが続く</li> <li>休日のまとめ買いは回復傾向も買い上げ点数は伸び悩み</li> </ul>
外食			<ul style="list-style-type: none"> <li>インバウンドの増加に伴い、高級業態の動きが活発化</li> <li>うどん・そばは価格上昇も全国的に利用拡大傾向続く</li> <li>パブ・居酒屋は利用上昇傾向も二次会利用は伸び悩み</li> <li>中華は全般に好調に推移し、テイクアウトの動きも堅調推移</li> <li>カフェは気温上昇とともに利用が増加もランチは企業差あり</li> </ul>
百貨店			<ul style="list-style-type: none"> <li>インバウンドが好調に推移し、都市部は好調を維持</li> <li>都市別では京都・大阪・神戸が軒並み前年同月比2ケタ増に</li> <li>気温上昇とインバウンド効果により化粧品の高単価品が上昇</li> <li>好調が続くラグジュアリーブランド、宝飾品は円安も追い風に</li> <li>物産展や食品催事が集客にも貢献。食品は惣菜・弁当が好調</li> </ul>
ショッピングセンター			<ul style="list-style-type: none"> <li>流動活発化とインバウンド利用の増大により中心地域が大幅増</li> <li>飲食は来館者数の増加に伴い、地域差もほぼなく好調に推移</li> <li>北海道は観光需要の増大により、好調さが目立った</li> <li>東京区部、京都などはインバウンドに支えられ好調を維持</li> <li>「サービス」は美容が好調に推移。アミューズメントも利用増</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.cccmk.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](mailto:cccmk-souken@ccc.co.jp)