

2023年10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、2023年8月の「産業動向レポート」「産業天気予報」を発表 ～再拡大に向かうパブ・居酒屋市場～

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8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-31>）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。

再拡大に向かうパブ・居酒屋市場

外食市場は流動拡大に伴い、すべての業態がコロナ禍の厳しい状況から脱して集客好調に推移している。個人店を含む、中・小規模店の一部はコロナ禍での厳しい環境を政府支援で乗り切ってきたが、食材原価の高騰、水道光熱費の値上げなどにより、業績改善は進んでいるものの、支援が停止されて以降、資金繰りに苦しみ倒産に追い込まれる企業が少なくない。

コロナ禍は外食産業に大きなダメージを与え、今なお、その影響が残っている状況であるが、中でも大きなダメージを受けたのがパブ・居酒屋業態である。もともと個人店のシェアが高い市場の一つであったが、コロナ禍を経て、個人店のシェアが落ち込み、チェーン店のシェア占有率が大きく上昇した。また、コロナ禍以前は数十人単位の宴会対応可能ないわゆる大箱店が一定の店舗数を数えていたが、コロナ禍で閉店に追い込まれた店が多い。大箱店の一部はインハウンドの集客が回復したことを受け、直近では残存効果を得ている店も多く、また新たな構造変化となっている。

業態全体のトレンドでみると、コロナ禍前は海鮮居酒屋を中心に和風居酒屋の勢いがビアホールなどのパブ・洋風居酒屋を上回っていたが、コロナが明けて以降はイタリアンやスペイン料理を軸とした洋風のダイニング居酒屋が勢いを増している。一方、コロナ禍前からやや供給過剰気味であった海鮮居酒屋は店舗数を大きく減らし、業態転換も進んでいる。海鮮居酒屋の中で転換が目立つパターンは寿司居酒屋で、より食にシフトして「ちよい飲み」需要に対応している。この市場については寿司チェーンの進出もあり、今後もさらに競争が増していくと予想される。

「ちよい飲み」と呼ばれる食を中心とした業態が勢いを増す一方で、しっかり飲むニーズに対応し、コロナ禍前以上に利用活性化が進んでいるのが「センベロ」と呼ばれる業態である。業務利用が大幅に落ち込んだ酒店の生存策として「角打ち」が増加したことに加え、スナックやバーの小規模店がコロナ禍で激減したことを受け、「センベロ」の出店が加速した。人件費が高騰した上に、人材獲得競争が激しさを増す中で外食店にとって運営人員の圧縮は喫緊の課題となってい

る。こうした課題の解決にも向いている「センバロ」は新たなチェーンを形成する土壌ともなっており、さらなる成長・拡大が見込まれる。

居酒屋はもともと外食業態の中で粗利の高いフォーマットのひとつであったが、コロナ禍によって宴会は減少し、以前のような営業形態を維持することは困難になっている。食材は依然として上昇傾向にあり、人材調達もさらに厳しさを増している。一方でアルコール需要は回復傾向にあり、パブ・居酒屋市場には追い風が吹いている。立地や食ニーズの変化をどう捉えるか。パブ・居酒屋市場は大きな転換点にある。

2023年8月の「産業天気予報」

業界	8月実績	9月見通し	ポイント
スーパーマーケット			<ul style="list-style-type: none"> ・猛暑の影響から夏物商材が好調に推移し、業績を牽引 ・気温の上昇とともにサラダ関連、フルーツ類の動きが活発化 ・精肉類は豚・鶏が好調に推移。ステーキも全国的に堅調 ・惣菜の好調続く。冷惣菜のほか、フライ類も好調を維持 ・地域差がほとんどないもののチェーン優位な状況目立つ
ドラッグストア			<ul style="list-style-type: none"> ・ほぼ全国的に好調な動きを示す。特に都心部は大幅な増収店も ・化粧品需要伸長傾向鮮明に。メイク関連品の伸びも顕著 ・調剤取扱店舗の好調さ目立つ。OTC医薬品では皮膚薬が好調 ・食品取扱店も好業績を示す。菓子の好調さが目立つ店舗多数 ・都心店中心にインバウンド利用が拡大。幅広いジャンルで貢献
コンビニエンスストア			<ul style="list-style-type: none"> ・行楽需要の拡大を受けて、地方の観光ロケーションが急回復 ・猛暑の影響から冷製の麺類が好調。高価格品も安定した動き ・おにぎり。サンドイッチの好調持続。おにぎりは新作も好調 ・カウンターファストフードが利用客数増の影響から伸長 ・菓子類ではPB品が好調。アソートなどの大袋が売上拡大
ホームセンター			<ul style="list-style-type: none"> ・猛暑により季節商品の売り上げが牽引し、利用が回復傾向に ・基幹のインテリアは依然として鈍い動きにとどまる ・企業差あるもののDIY関連商品も伸び悩み続く ・暑さの影響から好調に推移してきた園芸用品が落ち込み ・家庭用品は利用客数増により上向き傾向に
外食			<ul style="list-style-type: none"> ・猛暑が続き、夏季メニューの売れ行きが好調に推移 ・うどん・そばは暑さから冷たいメニューを中心に需要増に ・洋風ファストフードはドリンクとシーズンメニューが好調 ・パブ・居酒屋はビールを中心にアルコール需要が大幅な伸び ・インバウンド需要が拡大し、都心部店舗を中心に利用拡大
百貨店			<ul style="list-style-type: none"> ・猛暑による影響から盛夏アイテムが利用拡大に貢献 ・流動回復効果で催事やイベントの集客も好調な動きを示す ・インバウンドと高額商品が好調な都市部の立地は好調を維持 ・ラグジュアリーブランドは好に推移し、コロナ前を上回る動き ・館内レストランの好調さも際立ち、利用時間拡大の動き広がる
ショッピングセンター			<ul style="list-style-type: none"> ・インバウンド利用の拡大を受けて都市部中心立地の好調続く ・地域別では北海道・九州・沖縄の好調さ目立つ ・福岡市はイベント連動により大都市の中でも際立った伸びに ・テナントでは夏物の好調が続き「ファッション」が堅調に推移 ・「化粧品」はインバウンド効果もあり、都市部を中心に好調

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】

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