

2023年11月29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9月の「産業動向レポート」「産業天気予報」を発表 ～“健康”の活用が食市場の転換要素に～

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9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-32>）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。

“健康”の活用が食市場の転換要素に

食品スーパー、ドラッグストアを中心に乳酸菌飲料の好調が続いています。新型コロナウイルス感染症拡大以降、体質改善や免疫力アップといった視点で乳酸菌飲料に対する需要が底上げされた傾向にありますが、昨年の「Y1000」のヒット以降、睡眠の質向上や免疫ケアなどの機能を明確にした商品の投下相次ぎ、市場はさらに拡大する動きとなっています。以前は、乳酸菌飲料は子供の飲用を中心にファミリー需要が主体であったが、近年は機能を明確に打ち出し、大人の個人需要を軸に拡大する傾向になっています。

ヨーグルトや乳酸菌飲料は「健康」につながる商品としてデイリーな需要を引き出すことに成功してしましますが、一般に食のフィールドにおいては「健康」は「おいしさ」につながるイメージが薄く、「健康」を前面に打ち出すと売れない傾向が根強いと言われてきました。

しかし、近年は「健康」を打ち出した商品の動きが明らかに勢いを増してきています。コンビニエンスストアやドラッグストアを軸に利用拡大が続いている「プロテインバー」もその代表とも言えるアイテムで、同市場もコロナ禍以降、利用年齢層が拡大し、市場拡大傾向にあります。プロテイン＝たんぱく質は様々な食ジャンルで注目される健康要素となっており、プロテイン飲料、たんぱく質を前面に打ち出した外食店やたんぱく質摂取を訴求したサラダなどのメニューの拡大と領域拡大が確実に進んでいます。

食によるたんぱく質摂取の動きは商品開発の世界にも波及し、大豆ミートや代替肉の商品開発を活発化させる動きにもつながっています。これらの商品もヘルシーに取得可能なたんぱく質として認知・理解が進んでおり、スーパーマーケットや外食店で関連品のラインナップが拡充してきています。インバウンド需要の拡大を受け、外食店ではビーガン対応の動きとも相まって大豆ミートの利用が広がっていますが、国内の利用者も確実に増加してきており、今後の対応本格化が予想されるところです。

食を通じての健康は古くから言われていますが、そのトーンは大きく変化してきています。従来は食べた結果、副次的に健康になるといった商品が人気を集めていましたが、近年は何らかの健康目的を実現するための食品摂取に転換してきており、明確なメッセージがより重要性を増していると言えます。

食物繊維やたんぱく質などが食品においては購買連動しやすい成分であると言われてきましたが、鉄分やカルシウムなど、従来から根強いニーズを持つ成分も活用可能性の高いものと言えます。高齢化が一段と進んでいる国内においては健康寿命の重要性が増していますが、健康寿命の実現に食の果たす役割は極めて大きく今後は関連市場の拡大が予想されます。人口減が確実視される中で、「健康」は食市場を維持していく上で重要なアプローチの一つとなっていくそうです。

2023年9月の「産業天気予報」

業界	9月実績	10月見通し	ポイント
スーパーマーケット			<ul style="list-style-type: none"> 集客数は全国で安定した動きを示し、利用も堅調に推移 生鮮三品は牛肉が高騰している影響から利用が抑制傾向に 高温の日が続き、調理敬遠の動きから中食は好調な動きを示す 一般食品では猛暑からそうめんなどの麺類が堅調な動き 豊作だったシャインマスカットが牽引し、フルーツも好調
ドラッグストア			<ul style="list-style-type: none"> 皮膚ケアに関する基礎化粧品が全体に好調な動き 季節外れのインフルエンザなどの影響から風邪薬も拡大傾向 売れ行き好調な乳酸菌飲料は全国で安定した動きで推移 高温傾向が続き、季節転換商品の動き出しがやや遅滞 都心部店舗を中心にインバウンド利用が拡大し、業績に貢献
コンビニエンスストア			<ul style="list-style-type: none"> 行楽需要の拡大により、全国的に利用拡大傾向続く おにぎり、サンドイッチは好調を維持。価格面でも堅調推移 高温が続き、冷製麺類、サラダ類が好調な動き カウンタースナックフードは利用拡大傾向を維持 菓子類・飲料ではPB品群が堅調な動きを示す
ホームセンター			<ul style="list-style-type: none"> 全体に集客が伸び悩み。回復傾向にある週末需要に集中傾向 地域によりインバウンド利用で動きがあるも限定的な動きに 基幹の家具関連品の不振が続き、全体の利用伸び悩みに影響 飲料・食品アイテムは集客に貢献。特にアルコールが貢献大 雑貨関連はやや上昇傾向もチェーンによる格差も大きく
外食			<ul style="list-style-type: none"> 利用拡大傾向が続き、全業態で安定した動きを示す 秋の季節メニューが集客・売上増に貢献。特にFFで顕著 集客面は好調ながら食材高騰の影響から利益低下の動きも拡大 パブ・居酒屋を中心に格安業態の動きが活発化 中華・洋ジャンルは全業態で安定した動きが続く
百貨店			<ul style="list-style-type: none"> インバウンド需要が好調に推移し、全体の業績を押し上げ 阪神圏の大都市立地は2ケタ増の好調な動き 全体では西高東低の動き。東北・関東の店舗は減速傾向に 宝飾品・ブランド品は好調も、価格改定に伴う駆け込み需要も アパレル・化粧品は堅調な動き。デバ地下が一部で減速
ショッピングセンター			<ul style="list-style-type: none"> 大都市・中心地域は2ケタ増となる施設があり、好調を維持 駅ビル・地下街などは流動活発化を受けて業績伸長 ファッションは残暑影響で企業による業績差が拡大 飲食はディナー帯の利用が単価も上昇し、大幅増に 美容・リラクゼーション等のサービステナントも業績が好転

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