

## IMADA KITCHEN × CCCMK ホールディングス共同調査

### 『Z世代の食に関する意識調査』

2024年度／2021年度調査徹底比較 ～支出額・意識・行動・トレンドの変化を追う～

株式会社 SHIBUYA109 エンタテインメント（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：石川 あゆみ）が運営する IMADA KITCHEN と、V ポイントのライフスタイルデータをもとにマーケティング・ソリューション事業を展開する 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）は、18～24 歳に対する定性調査および WEB 調査により Z 世代の食に関する意識調査を実施し、2021 年に実施した同様の調査と当調査を比較分析しました。



#### 【Z世代の食に関する意識調査トピックス】

1. Z世代が支出する1か月の食費は、2021年比で約2割増加。支出の約3割を食に費やす。
2. 価格にシビアになりつつも、価値を認めたものにはしっかりと支出。
3. 中食アレンジ志向が高まる一方、推し活や友人との食事等の行動が外向きに。外出先の変化も。
4. 4つの食トレンドが3年間で大きく変化。トレンドの現在位置とは。

## 1. Z世代が支出する1か月の食費は2021年比で約2割増加。支出の約3割を食に費やす。

Z世代の自由に使える1か月の支出内訳を調査したところ、前回の調査同様、引き続き食への関心の高さがあらわれる結果となりました。月間の支出額をみると、1か月につき自由に使えるお金が平均45,384円となり、2021年の調査結果の37,046円を8,338円上回っています。そのうち食費は13,243円となり、1か月につき自由に使えるお金の約3割を食費に支出していることとなります。2021年の調査と比較すると、約2割増という結果となりました。

Z世代の1か月の支出内訳 (2024)		Z世代の1か月の支出内訳 (2021)	
自由に使えるお金	= 45,384円	自由に使えるお金	= 37,046円
月間支出内訳		月間支出内訳	
①食 (普段の食)	7,761円	①食 (普段の食)	6,076円
②食 (エンタメ食*)	5,482円	②食 (エンタメ食*)	4,721円
①②食計	13,243円	①②食計	10,797円
③趣味・遊び	13,317円	③趣味・遊び	9,143円
④学業・勉強	1,358円	④学業・勉強	1,236円
⑤服・ファッション	6,057円	⑤服・ファッション	5,227円
⑥スキンケア・ヘアケアなどの美容	3,704円	⑥スキンケア・ヘアケアなどの美容	2,653円
⑦コスメ	3,541円	⑦コスメ	1,858円

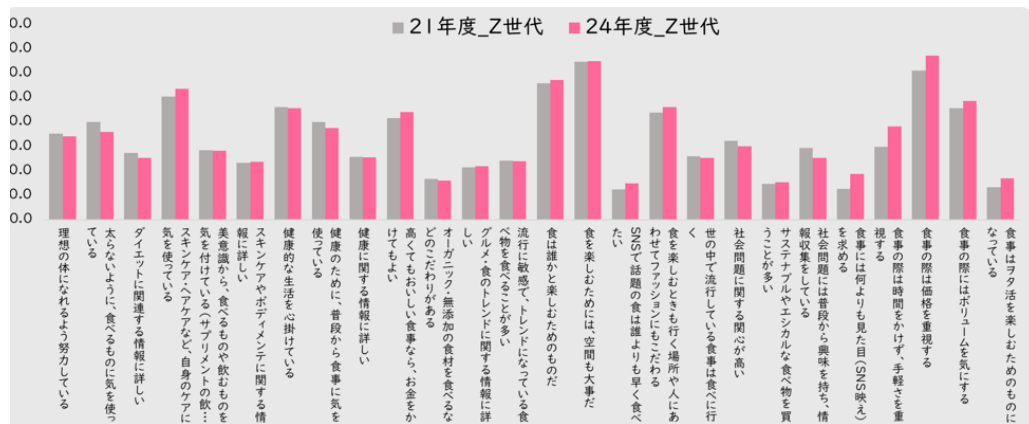
\*エンタメ食とは、普段の生活のための食事ではなく、カフェやお菓子など“楽しむための食事”を指します。

食費の内訳を2021年の調査と比較してみると、普段の食が7,761円と1,685円増加し、ついでエンタメ食\*が5,482円と761円増加しました。また、食以上に増加している項目は趣味・遊びに関する支出で、2021年当時と比べ4,174円増加(約3割増)し13,317円となりました。コロナ禍で控えていた趣味や遊びの機会が大幅に増えたことに伴い外食などの機会が増え、食費の支出額が増加していることが推測できます。

※エンタメ食 普段の生活のための食事ではなく、カフェやお菓子など“楽しむための食事”を指します。

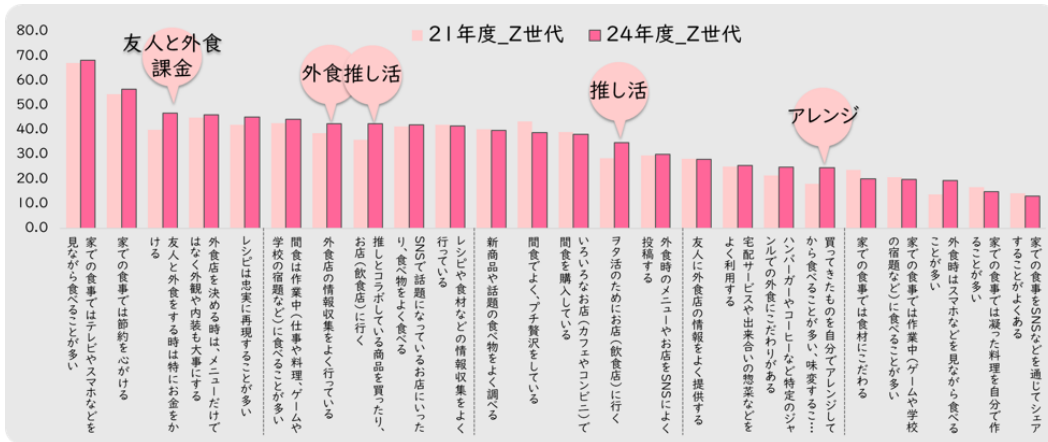
## 2. 価格にシビアになる一方で、価値を認めたものにはしっかりと支出。

食に関する価値観のなかで顕著に変化したのは、価格意識に関する項目です。「食事の際は価格を重視する」がもっとも増加率が高い一方、「高くてもおいしい食事なら、お金をかけてもよい」も伸びており食への価値が認められるものについては支出をする傾向にあります。このことから、コロナ禍以降に国際情勢の悪化や円安による価格高騰のニュースが報じられるなか、Z世代も影響を受け、節制しながらも価値を見極めた支出をするようになったことがうかがえます。



### 3. 中食アレンジ志向が高まる一方、推し活や友人との食事等の行動が外向きに。外出先の変化も。

食に関する行動の変化に目を向けてみると、「焼きポンデ」（焼いたドーナツ）や、「セブンパン」（コンビニパン）等、中食でのアレンジ志向が高まりを見せる一方、「お家居酒屋は面倒くさい」と言った声もきかれ、中食は好まれるものとそうでないものに大きく分かれる傾向があることが分かりました。

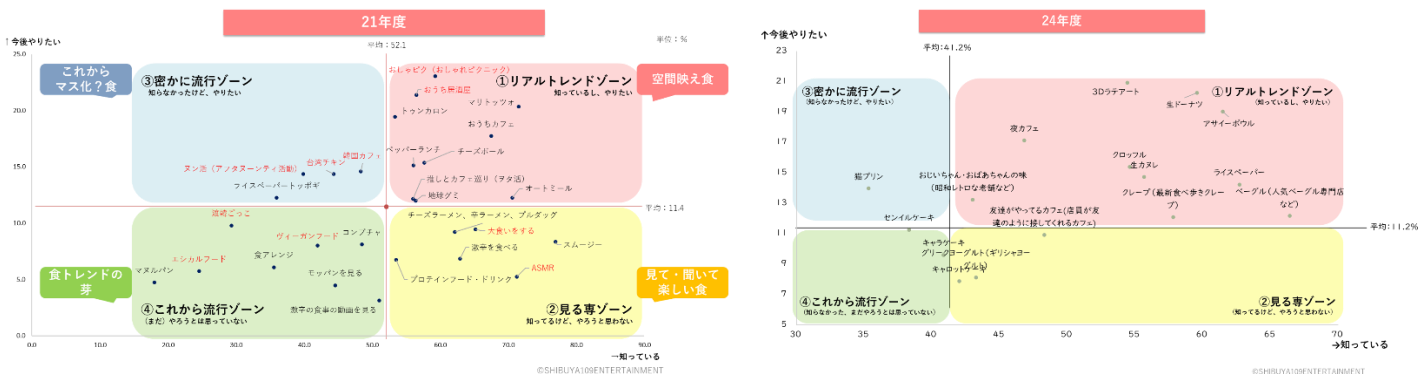


©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

友人との外食や推し活に関する質問については全ての項目で 2024 年が 2021 年を大きく上回り、コロナ禍を経て意識や行動が大きく外向きにシフトしたことが如実に表れる結果となりました。この結果は趣味・遊びに掛ける支出額の増加にも裏付けされています。

### 4. 4つの食トレンドが3年間で大きく変化。トレンドの現在位置とは。

当調査では各コンテンツを「今後やりたいか」「知っているか」の2観点で評価し、座標の分布ごとに傾向分けを行い4つのカテゴリーを作り「4つの食トレンド」として提唱しています。今回も同様にカテゴリー分けを行いました。



©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

#### ■4つの食トレンド

- 1.リアルトレンドゾーン：今まさにZ世代の中で広くトレンドになっているもの
- 2.見る専ゾーン：SNSなどで頻繁に目にし気になってはいるが、自分で体験することなくコンテンツとして消費されているもの
- 3.密かに流行ゾーン：これからマス化が予想されるもの
- 4.これから流行ゾーン：これから流行が予想されるもの

特に顕著な変化としては、2021年調査においてリアルトレンドゾーンに「おうちカフェ」「おうち居酒屋」など自宅で楽しめるものが多い傾向にありましたが、2024年調査では行列で話題の「生ドーナツ」や「夜カフェ」など、食べ歩きや外食を伴うコンテンツが多く挙げられました。見る専ゾーンでは2021年調査に比べて母数が減少し、新しい食トレンドに対して積極的になっていることがわかります。密かに流行ゾーンやこれから流行ゾーンでは揺らしてプルプル感を楽しむ「猫プリン」や、推しの生誕を祝う「センイルケーキ」、推しのキャラクターの形を再現したり、アイテムを載せて作る「キャラケーキ」などがカテゴライズされ、2021年の「ヌン活（アフタヌーンティ活動）」「台湾チキン」などよりもオリジナリティのある体験を伴う食コンテンツが多数を占める傾向となりました。

これらの結果を通し、IMADA KITCHEN では調査結果を活用した商品開発・展開を進めています。2024年8月にはリアルトレンドとして分布する「アサイーボウル」を主力メニューとするササキクリエイトが運営する本格ハワイアンレストラン「THE ISLAND(ザ・アイランド)」を誘致しハワイアンスイーツ・カフェ専門店「THE ISLAND ANNEX」として展開いただくなど、Z世代の実態に合わせた店舗展開を行っています。

## ■調査概要

### 1. WEB 調査

調査方法：インターネット（T アンケート）

調査期間：2024年4月2日（火）～2024年4月8日（月）

調査地域：全国

調査対象：18～24歳のT会員／女性／学生

サンプル数：1,209 サンプル

※2024年4月22日に「Tポイント」とSMBCグループの「Vポイント」が統合したことに伴い、現在のアンケート名称は「Vアンケート」となります。

### 2. SHIBUYA109 lab.による定性調査をもとに考察

## ■IMADA KITCHEN 概要

IMADA KITCHEN は、“未だ”世に出ていない渋谷発のオリジナルフードを発信するフードブランド開発事業です。SHIBUYA109 渋谷店での出展を通して、若者へのブランド認知拡散・プロモーションをサポートしています。



画像左：“推しCafe フェア”メニュープロデュース（カラオケまねきねこ）

画像右：Z世代向けベーカリー「クロワッサンマフィン」「いちごホイップのキューパン」の共同開発（ローソン×東急ストア）



ホームページ：<https://imada-kitchen.jp/>  
プロモーションに関するお問い合わせ先：  
株式会社 SHIBUYA109 エンタテインメント IP 開発部  
TEL:03-3477-6730 / <https://imada-kitchen.jp/contact.php>

## ■SHIBUYA109 lab.概要

株式会社 SHIBUYA109 エンタテインメントが運営する新しい世代に特化した若者マーケティング機関。SHIBUYA109 のターゲットである「around20 (15～24 歳)」を中心に彼らの実態を調査し、SHIBUYA109 独自の視点から分析している。



設立：2018 年 5 月 17 日  
所長：長田 麻衣（株式会社 SHIBUYA109 エンタテインメント所属）  
ホームページ：<https://shibuya109lab.jp/>

## ■株式会社 SHIBUYA109 エンタテインメント概要

SHIBUYA109 渋谷店（東京都・渋谷区）を中心とした 3 つの施設を展開。「Making You SHINE! – 新しい世代の“今”を輝かせ、夢や願いを叶える–」の企業理念を掲げ、これからを担う新しい世代の今を輝かせ、夢や願いを叶えるため、商業施設運営に留まらないエンタテインメント事業展開を行う。



設立：2017 年 4 月 3 日  
代表取締役社長：石川 あゆみ  
ホームページ：<https://www.shibuya109.co.jp/>

## ■CCCMK ホールディングス株式会社概要

カルチャア・コンビニエンス・クラブ株式会社の子会社として、約 1.3 億人（有効 ID 数）が利用し、全国 4,500 社、16 万店舗（2024 年 6 月末時点）が参画する共通ポイントサービス「V ポイント」を軸とした多種多様なデータをもとにしたマーケティング・プラットフォーム事業を行っております。



企業や生活者の様々な課題やニーズに沿ったご提案ができるよう、CCC グループの持つアセットとデータを組み合わせた新たな価値を提供しています。

ホームページ：<https://www.cccmkhd.co.jp>

※公開データの引用・転載の際は、『SHIBUYA109 lab./CCCMK ホールディングス共同調査』と明記いただきますようお願い申し上げます。（SHIBUYA109 lab./<https://shibuya109lab.jp>）

※本リリースに記載の会社名、製品名、サービス名等は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

本件に関するお問い合わせ：

CCCMKホールディングス株式会社 広報室/MAIL：[cccmkpr@ccc.co.jp](mailto:cccmkpr@ccc.co.jp)