

2023年11月

『これは押さえない』重点商品と売場展開」日配部門

城取フードサービス研究所

城取 博幸

11月のイベント、行事対応

11月の主なイベント、行事は、1日(水)「寿司の日」「紅茶の日」、3日「文化の日(金)」高野豆腐の日」、8日(水)、「立冬」「立冬とんかつの日」、10日(金)「アメリカンフライドポテトの日」、12日(日)「豆腐の日」、15日(水)「七五三」、16日(木)「ボジョレーヌーボー解禁」、21日(火)「フライドチキンの日」、22日(水)「小雪」「ショートケーキの日」、23日(木)「勤労感謝の日」「赤飯の日」「乳酸菌の日」、24日(金)「和食の日」、25日(土)「プリンの日」、26日(日)「鉄分の日」、29日(水)「肉の日」

「寿司の日」「高野豆腐の日」「アメリカンフライドポテトの日」「豆腐の日」「フライドチキンの日」「ショートケーキの日」「赤飯の日」「乳酸菌の日」「プリンの日」「鉄分の日」は3日ほど前から該当食品売場にボードやPOPをつけて「記念日」を訴求する。

「七五三ホームパーティ」はお祝いであるため、「赤い食品(海老茶わん蒸し、カニ茶わん蒸し、カニかま、紅白なます、赤かぶ漬け、赤飯、紅白すあま、いちご飲料、いちごのショートケーキ)」を定番コーナーでPOPをつけて訴求する

今年9月の生鮮食品を除く消費者物価指数は前年同月比3.2%上昇。生鮮食品、エネルギーを除く食料品は4.3%上昇した。売上5%アップは物価上昇分。今年の努力目標は前年比110%以上。直近のデータを見る限り、日配部門の売上は好調だ。好調なカテゴリーは価格訴求に加え、「松竹梅の品揃え」を行い「平均単価アップ」を図りたい。「松」商品は地方の名産品を集めるとよい。

2022年11月の家計調査は、食料品計103.85%、食費(外食、給食除く)は前年比103.26%と前年クリア、外食、給食は106.91%と好調であったが成長が鈍化してきている。直近23年7月の家計調査は、食料品計105.77%、食費(外食、給食除く)は前年比105.15%と前年クリア、外食、給食は110.02%であった。

食料品は好調だが冬にかけて水道光熱費、灯油、ガソリン代の値上げ(現在は補助金あるが長くは続かない)が行われる。人件費も上昇するため、売上、荒利益率は、110%以上は確保しなければならない。

オールスーパーマーケット協会、日本スーパーマーケット協会、全国スーパーマーケット協会の調査では、食品売上高は既存店 2.3%増、全店計では 3.7%増であった。生鮮部門は 1.2%増(青果 1.6%増、水産 1.2%減、畜産 2.6%増)、日配品は 3.8%増、一般食品 1.7%増。惣菜は 4.6%の増であった。

畜産部門、日配部門、惣菜部門が売上に貢献した。青果や水産など生鮮素材が苦戦しているため、生鮮部門も即食できる惣菜を製造販売する傾向が見られるため他部門の売れ筋商品にも注目したい。

日配商品のトレンド(総務省 家計調査より)

① 11月に需要が増え、前年を上回ったゴールデンカテゴリー

生うどん、そば(111.31%)、揚げかまぼこ(103.48%)、魚介佃煮(121.88%)、昆布佃煮(107.34%)、こんにゃく(100.57%)、大根漬(104.44%)、白菜漬(104.08%)、マーガリン(103.85%)、ケーキ(106.24%)、チーズ(108.92%)、他の洋生菓子(110.23%)、他の主食的食品(106.80%)

② 11月の需要は変わらないが前年を上回ったカテゴリー

パン(107.70%)、食パン(106.30%)、他のパン(108.34%)、餃子(101.23%)、果実、野菜飲料(103.66%)

③ 11月に需要は減ったが前年を上回ったカテゴリー

中華麺(102.28%)、ちくわ(105.88%)、かまぼこ(100.00%)、牛乳(106.41%)、ヨーグルト(104.51%)、卵(104.12%)、豆腐(105.42%)、揚げ、がんも(100.76%)、納豆(101.44%)、梅干し(103.88%)、他の漬物(106.60%)、他の和生菓子(100.28%)、プリン(115.00%)、アイスクリーム(113.40%)、調理パン(105.49%)、コーヒー飲料(103.46%)、乳酸菌飲料(124.78%)、冷凍調理食品(108.02%)、乳飲料(111.94%)

④ 11月に前年を下回ったカテゴリー

バター(94.44%)、ゼリー(97.98%)、焼売(90.63%)、

「11月の MD ポイント」

11月のゴールデンカテゴリー(需要が伸び、前年を上回った)

パン、生うどん、そば、揚げかまぼこ、佃煮類、漬物、ケーキ、ケーキ材料などが好調。好調なカテゴリーは売場、SKUの拡大を行う。「松竹梅」の品揃えを行い、平均単価をアップさせることも必要。勢いのあるカテゴリーは大陳を行い躊躇せず積極的に販売する。

10%以上伸びたカテゴリー

生うどん、そば、魚介佃煮、他の洋生菓子、プリン、アイスクリーム、乳酸菌飲料、乳飲料が二桁成長であった。うどん、そばは「生うどん、生そば」の品揃えの拡大。デザート、飲料などの甘いものは依然好調。「乳酸菌飲料」は124.78%の伸び。該当商品はフェースを広げて十分な在庫を持ち品切れ防止に努めたい。中には季節指数が低いにも関わらず2桁成長したカテゴリーもあるため見逃さないようにしたい。

前年を下回ったカテゴリーは、

昨年11月は値上げ効果でおおむね売上は好調であった。バター、ゼリー、焼売の3アイテムだけが前年を下回った。バターは、ケーキ用の無塩バター、料理用としてチーズと一緒に提案。ゼリーはホイップクリームと合わせたデザートを訴求。焼売は販促頻度を高める。

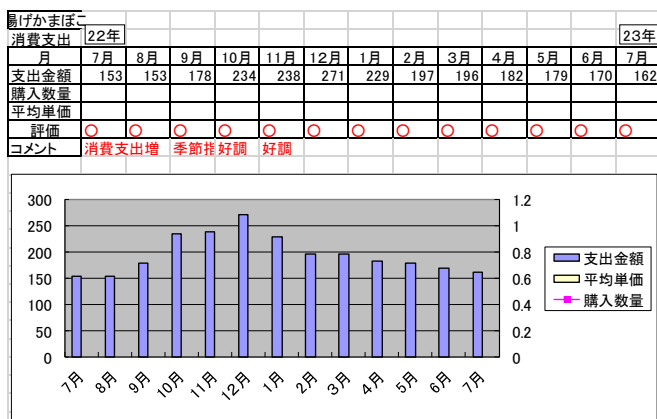
11月の重点販売カテゴリー

カテゴリー別13カ月トレンド(総務省 家計調査二人以上世帯より)

1. 揚げかまぼこ

揚げかまぼこは需要が伸び、13カ月連続で前年をクリアしているゴールデンカテゴリーだが伸び率は鈍化。おでん、鍋、煮物需要で12月にピークを迎えるため売り逃しが無いようにしたい。

売場づくり 涼味コーナーを縮小して焼ちくわ、さつま揚げのフェースを拡大する。好調なカテゴリーだけに、地方名産の練製品で売場、アイテムの拡大を図る。



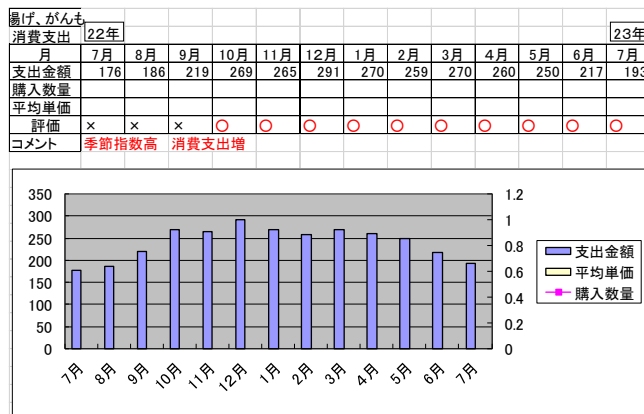
家計調査の月別消費支出をグラフ化したもの。平均単価×購入数量=支出金額購入数量は1g~1kgと幅があるため小数点を変更して計算する必要もある。前年に比「支出金額」「平均単価」「購入数量」が伸びた場合は「赤字」の「○」。前年に比べて数字が下がったものは「黒字」の「×」で表記した



高級魚の「のどぐろ」「ふぐ」を使った山口県萩市の揚げかまぼこ。なかなか食べられないが「揚げかまぼこ」であれば、軽く炙ったり、おでんの種となる。「松竹梅」の「松」として品揃えしたい。真空パックであるため日持ちもする。

2. 油揚げ、がんも

油揚げは昨年10月から連続で前年をクリアしている。12月まで需要が伸びる。豆腐の売上も好調だ。「プラントベース」はどうやら伝統食品に目が振り向けられているようだ。売場づくり レギュラー品の他に一口サイズの厚揚げ、がんもに加え、ジャンボサイズ、盛合せも品揃えする。好調なカテゴリーだけに、新潟の「栃尾揚げ」、福井の「座布団揚げ」、宮城の「三角揚げ」も品揃えしたい。

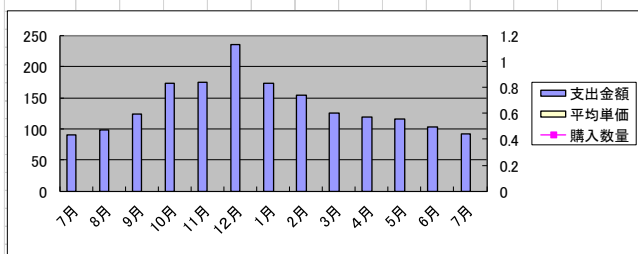


3. こんにゃく

こんにゃくも昨年 10 月から需要が伸びている。12 月までがピークであるため売り逃しがないようにしたい。手間を省くこんにゃく、白滝を提案する。

売場づくり 需要が高いだけに、こんにゃく 2 枚入り、白滝大袋、カット済こんにゃく、味付けこんにゃく、鍋用玉こんにゃく、葛切りも品揃えしたい。今年はそのままとでんや鍋に入れられる「味付けこんにゃく」に注力

こんにゃく		22年												23年
消費支出	月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月
支出金額		91	98	124	173	175	235	173	154	126	119	116	103	92
購入数量														
平均単価														
評価		○	×	×	○	○	○	○	○	×	○	○	×	○
コメント		季節指数高												

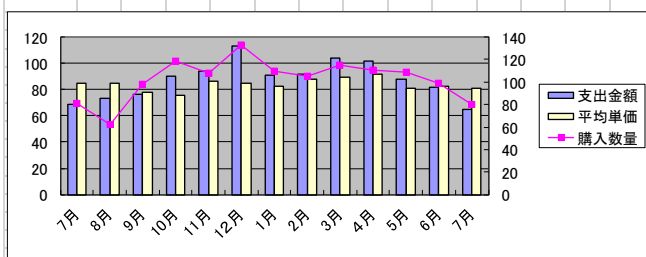


4. 大根漬け

大根漬けや白菜漬けは 10 月までは不振であったが、11 月から急に需要が拡大。漬物をつけるシーズンであるが、漬かるまでは市販の漬物が売れる傾向があるため注力して販売する。

売場づくり 浅漬け大根、ゆず大根、醤油漬け、味噌漬け、べつたら漬け、糖絞大根、「いぶりがっこ」など地方の「たくあん漬け」も販売したい。

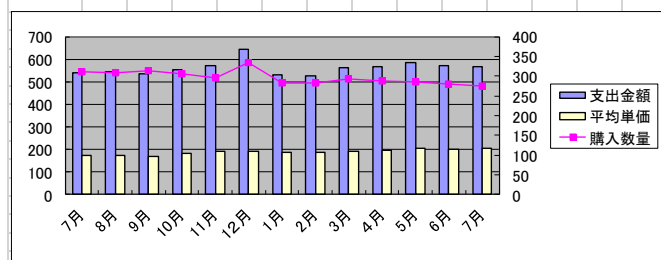
大根漬け		22年												23年		
消費支出	月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月		
支出金額		69	73	76	90	94	113	91	92	104	102	88	82	65		
購入数量		81	62	98	119	108	133	110	105	115	111	109	99	80		
平均単価		84.5	85	77.7	75.4	86.7	84.8	82.5	87.9	89.7	91.7	81	82.8	81.3		
評価		×	×	×	×	×	○	×	×	○	○	○	△	×	×	×
コメント		季節指数高														



5. チーズ

乳製品の中ではバターの不振が続いているが、チーズは昨年 10 月から需要が伸びている。「ボジョレーヌーボー解禁」を機会にワインのつまみや料理用として需要が伸ばしたい。アソートチーズやシュレットチーズは積極的に販売する
 売場づくり シュレットチーズは需要が高まるため 500g、1kgの大袋をケース最下段で販売。冷凍でも保存できるためPOP等で訴求する。おつまみチーズはカット済アソートパック(トレー入り)を品揃えする。

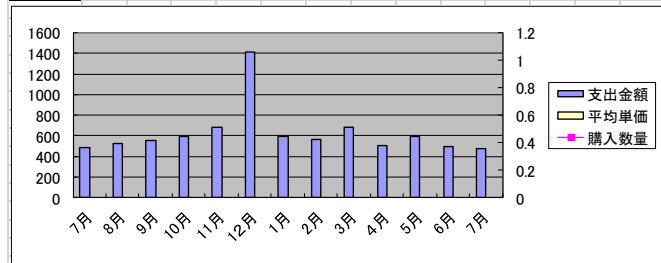
チーズ	22年												23年
消費支出	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月
支出金額	541	547	534	555	574	646	531	529	565	567	585	571	568
購入数量	311	310	313	307	297	334	282	283	294	288	285	281	275
平均単価	174	176	171	181	193	193	188	187	192	197	205	203	207
評価	x x O	x x O	x x O	O x O	O x O	O x O	O x O	O x O	O x O	O x O	O x O	O x O	O x O
コメント	消費支出増 季節指数高												



6. ケーキ

冬はケーキの需要が高まる。スーパーマーケットのケーキの品揃えは大人向けだけでなく子供向けのケーキの品揃えも強化したい。クリスマスケーキの予約も積極的に行う。
 売場づくり 冬のケーキである「モンブラン」「アップルパイ」、クリスマスケーキの「シュトレン」「パネトーネ」などの品揃えを増やしたい。スポンジケーキ、ホイップクリームも大陳を行う。

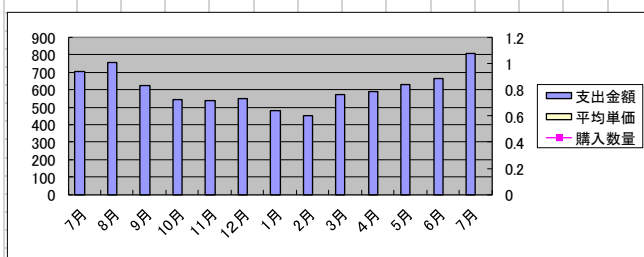
ケーキ	22年												23年
消費支出	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月
支出金額	482	520	551	595	681	1411	596	559	681	503	595	490	474
購入数量													
平均単価													
評価	x	x	O	O	O	O	x	O	O	x	x	O	x
コメント	季節指数高												



7. 野菜、フルーツ飲料

冬は野菜飲料やフルーツ飲料の需要は落ちるものの、昨年は11月から1月までは前年を上回った。健康飲料として野菜飲料、野菜&フルーツ飲料に注力して販売したい。売場づくり 食事の前に野菜や野菜飲料を飲むと血糖値の上昇を抑えられるというデータもあるため、POP等でアピールして野菜飲料を拡販したい。200mlタイプの箱売りも忘れずに行う。

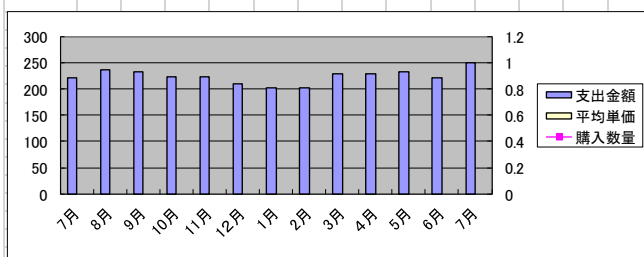
野菜ジュース													
消費支出 22年											23年		
月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月
支出金額	706	756	622	545	538	551	478	451	574	590	632	665	809
購入数量													
平均単価													
評価	x	x	x	x	○	○	○	x	○	○	○	○	○
コメント	消費支出増 季節指数高												



8. 乳飲料

乳飲料も冬に需要が落ちるが、昨年9月から11カ月連続で前年をクリアしている。1ℓタイプのカフェオレ、カップタイプが主流であるため売り逃しがないようにしたい。売場づくり 有名カフェのカップ飲料が発売されているが、「○○カフェ」などカフェ単体の販促企画もおもしろい。スプレーホイップクリームを関連販売するとよい。

乳飲料													
消費支出 22年											23年		
月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月
支出金額	221	236	233	223	223	211	202	203	230	229	234	222	251
購入数量													
平均単価													
評価	x	x	○	△	○	○	○	○	○	○	○	○	○
コメント	季節指数高 消費支出増												



11月の育成商品

1. DX 鍋焼きうどん

「鍋焼きうどんシーズン到来!」。チルド売場でも鍋約うどんは売られるが、価格訴求品として使われることが多い。写真は冷凍の鍋焼きうどん。かなり具たくさんである。チルドで販売しづらいが冷凍では品揃えできる。売れるシーズンであるためエンドでの販売やフェースを広げて「DX 鍋焼きうどん」を販売する。



2. バター風スプレッド

乳等を主成分とする食品。原材料はバター、なたね油、ナチュラルチーズ、発酵乳、塩。動物性のバターと植物油脂をミックスしホイップした「ハイブリッド食品」だ。忙しい朝トーストの上のバターは溶けづらいが、このスプレッドは柔らかく、バターの風味もする。インプロで、ケース最下段で販売するとよい。



3. ランプフィッシュキャビア

本物のキャビアは1瓶1万円以上するが、ランプフィッシュキャビアは2000円前後で販売されている。「ランプフィッシュはカサゴ科の「ダンゴウオ」の卵。サラダや寿司、カナッペ、冷製オードブルのトッピングに使えば豪華な料理に変身する。瓶入りで日持ちがするためクリスマスまで大陳できる。



4. あんぱん饅頭

ユニークな名前のパン？、饅頭？。粒あんが入り外皮は厚めでパンのような、饅頭のような焼菓子。「あんぱん」の好きな人、「饅頭」の好きな人の両方を狙った商品だ。全く新しい商品を開発するのも必要だが、伝統食品を組み合わせる「ハイブリッド」の新しい商品を開発する方が失敗がないように思う。常温保存可能なので大陳も可能。

