

2023年12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

12月のイベント、行事対応

12月の行事、記念日は、1日～25日(月)「歳末助け合い運動」、ボーナス支給、4日(月)「みたらし団子の日」、7日(木)「生パスタの日」、10日(水)「アメリカンフライドチキンの日」、12日(火)「豆腐の日」、13日(水)「ビタミンの日」、14日(木)「麺の日」、17日(日)「いなりの日」、20日(水)「ぶりの日」、22日(金)「冬至」「かぼちゃの日」、24日(日)「クリスマスイブ」、25日(月)「クリスマス」、28日(木)「官公庁御用納め」、31日(日)「大晦日」

惣菜は「クリスマス」と「大晦日」が最大の需要期となる。売上が好調なだけに、新商品の導入、クオリティの高い商品、地方名産品、輸入品など「松」を加え「松竹梅」の品揃えで新しい需要を掘り起こしてほしい。

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(22年12月)では、食品売上高は既存店3.4%増、全店計では4.9%増であった。生鮮三部門は1.7%増(青果0.7%増、水産0.3%増、畜産4.0%増)、日配品は5.2%増、一般食品3.6%増。惣菜は5.0%の増であった。

畜産部門、日配部門、一般食品、惣菜部門が売上に貢献した。特に日配部門は惣菜の伸び率を上回った。保存の効かない惣菜から保存の効く加工食品への動きも見られたことに注目。

日配商品のトレンド(総務省 家計調査より)

① 12月に需要が増え、前年も上回ったゴールデンカテゴリー

生うどん、そば(107.14%)、中華麺(104.89%)、揚げかまぼこ(111.07%)、ちくわ(108.13%)、魚介佃煮(101.24%)、牛乳(106.05%)、ヨーグルト(103.06%)、バター(100.00%)、チーズ(101.25%)、卵(107.20%)、豆腐(104.23%)、揚げ、がんも(107.38%)、こんにゃく(105.38%)、白菜漬(103.51%)、他の和生菓子(110.03%)、ケーキ(103.07%)、他の洋生菓子(115.38%)、冷凍調理食品(116.42%)、他の主食的食品(111.76%)、乳酸菌飲料(118.85%)

② 12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(104.89%)、食パン(107.34%)、他のパン(103.77%)、マーガリン(107.69%)、ゼリー(113.98%)、アイスクリーム(106.94%)、調理パン(104.59%)、乳飲料(112.83%)、果実、野菜飲料(101.66%)、コーヒー飲料(106.99%)

③ 12月に需要が増えたが前年を下回ったカテゴリー

かまぼこ(97.89%)、大根漬(93.39%)、他の漬物(99.36%)、昆布佃煮(98.96%)

④ 12月に需要は減ったが前年を上回ったカテゴリー

プリン(113.67%)

⑤ 12月に前年を下回ったカテゴリー

納豆(95.52%)、梅干し(78.15%)、焼売(96.67%)、餃子(95.68%)

「12月のMDポイント」

・ゴールデンカテゴリー(需要が伸び、前年を上回った)

多くのカテゴリーがおおむね好調であった。相変わらず魚肉練製品、豆腐、揚げ、和洋生菓子が好調。新商品の導入と品切れに注意する。気温が低下することで、麺類や牛乳、乳製品も売れているため積極的に販売する。

・需要はあまり変わらないが前年を上回ったカテゴリー

パン類は需要の変化が少ないが売上は好調。気温が下がっても飲料、ゼリー、アイスクリームは伸びているため売り逃しがなおようにする。プリンは二桁成長であったため販促を強化する。

・前年を下回ったカテゴリー

8 カテゴリーの消費が減った。納豆、漬け物が不振であった。今年の冬は野菜相場の高騰が予想されているため、漬け物の販売がチャンスである。浅漬けに注力して販売する。かまぼこは「板かまぼこ」「カニかまぼこ」「笹かまぼこ」など「かまぼこ」という名称が付いた商品の消費支出。伊達巻や玉子焼きなどがセットものはカウントされていないように思われる。



クリスマス、年末年始対策

今年のテーマは「プレミア(上質)体験」と「我が家のオリジナルメニュー」。いつもの物とは違う、いつもの事と違う体験を消費者は期待している。せっかくだから「クオリティの高い商品にも挑戦してみたい」という願望もある。品揃えがなければこれに答えられない。コロナの経験から家庭で料理をする習慣が広がった。すべて加工された商品だけでなく、家庭で一手間加える商品も提供して欲しい。

クリスマスは「家庭でトッピングするクリスマスケーキ、ピザ」、「切って重箱に詰めるだけの適量おせち材料」、「つゆやトッピング食材を充実させた麺売場」などの提案が必要。「新しい提案、新しい体験がなければ需要は伸びない」

12月の重点販売カテゴリー

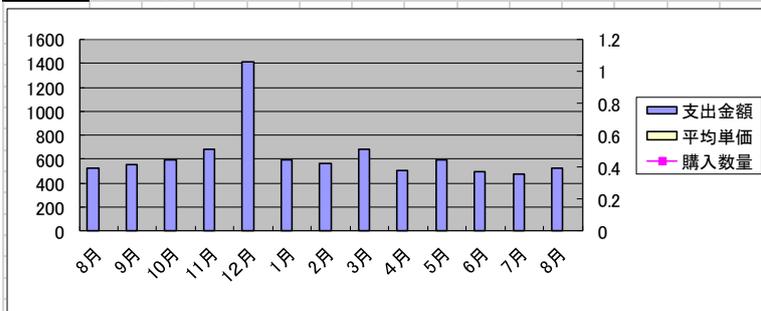
カテゴリー別 13 カ月トレンド(総務省 家計調査二人以上世帯より)

1. ケーキ

ケーキは年間最大の需要高。前年もクリアしているし、直近 8 月の需要も高まっている。パンメーカーのケーキ、専門店のケーキ、手造りケーキとお客の好みも多様化しているためその期待に答える品揃えをしたい。

売場づくり 予約販売で売上が決まるため積極的に販売する。当日販売は大型店に在庫を持ち、状況に応じて店間移動を行いなるべく売り切るようにする。

ケーキ	22年												23年		
消費支出	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月		
支出金額	520	551	595	681	1411	596	559	681	503	595	490	474	523		
購入数量															
平均単価															
評価	×	○	○	○	○	×	○	○	×	×	○	×	○		
コメント	季節指数高														



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



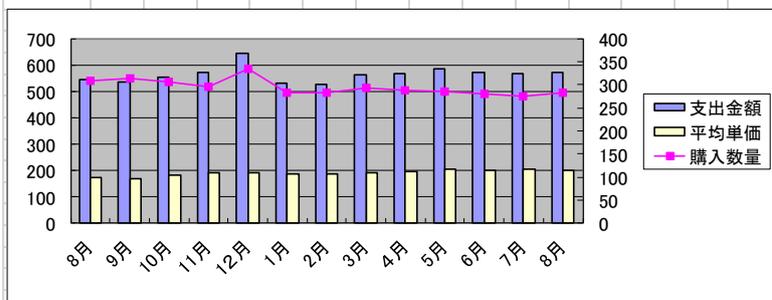
「驚きのクリスマスケーキ」。クリスマスケーキは、スポンジケーキ、ホップクリーム、いちごのトッピングのスタイルが根強い。写真は6層のスポンジケーキを重ねたもの。今年は難しいかも知れないが、こうした「驚き」のあるホールケーキも数量限定で販売したい。

2. チーズ

チーズは値上げがあったものの、昨年10月から8月まで連続11カ月前年をクリアしている。12月は年界最大の需要高だけに積極的に販売する。つまみやおやつだけでなく料理提案も行う。

売場づくり シュレットチーズの大袋、アソートチーズ、カット済チーズのフェースを広げて陳列ケース最下段で販売する。

チーズ	22年												23年
消費支出	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月
支出金額	547	534	555	574	646	531	529	565	567	585	571	568	574
購入数量	310	313	307	297	334	282	283	294	288	285	281	275	284
平均単価	176	171	181	193	193	188	187	192	197	205	203	207	202
評価	××○	××○	○×○	○×○	○×○	○×○	○×○	○×○	○×○	○×○	○×○	○×○	○×○
コメント	消費支出増 季節指数高												



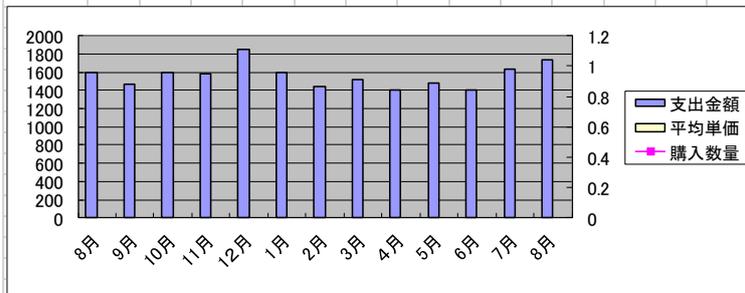
カットチーズ、加工肉、ピクルス、ドライフルーツ、はちみつを盛り合わせたプレート。器に盛り付けるだけでオリジナルプレートが完成する。クリスマスや年末年始にワインと一緒に提案したい。残っても日持ちがするため心配ない

3. 他の主食的調理品(スナック)

スナック類は 13 カ月連続前年クリアの好調カテゴリー。パスタ、ピザ、グラタン、中華まん(チルド、冷食)などが含まれるため冬休みの間食、おやつとして提案する。

売場づくり クリスマス、年末年始にチルドピザを積極的に販売する。関連商品としてシュレットチーズ、フレッシュモッツアレラチーズ、生ハム、ブラックオリーブ、セミドライマトを訴求し「オリジナルピザ」を提案する

D)主食的調理品													
消費支出	22年											23年	
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	8月
支出金額	1594	1463	1601	1580	1844	1599	1441	1514	1410	1477	1405	1633	1737
購入数量													
平均単価													
評価	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
コメント	消費支出増 季節指数高 好調												

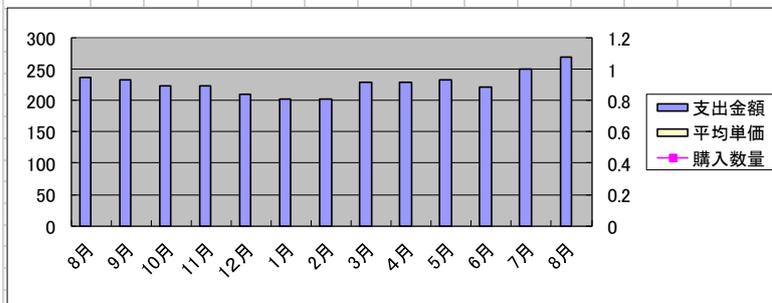


マルゲリータピザに好みのトッピングをすれば「我が家のオリジナルガーデンピザ」が完成。チルドピザはアルミホイルを敷きオーブンで焼いた後、フライパンに移しガスコンロで焼けば、クラストがパリッとしておいしいことも提案する。

4. 乳飲料

乳飲料は12カ月連続前年をクリア。1ℓタイプ、カップタイプのカフェオレ、カフェラテが代表的商品。チョコレートドリンク、ココア、紅茶のカップ飲料も一緒に品揃えしたい。売場づくり カフェオレ、カフェラテ、コーヒー、ココアの上にホイップクリームをトッピングする提案をする。カップ入り乳飲料はバンドル販売も行う。

乳飲料	22年												23年
消費支出	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月
支出金額	236	233	223	223	211	202	203	230	229	234	222	251	270
購入数量													
平均単価													
評価	x	○	△	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
コメント	季節指数高 消費支出増												

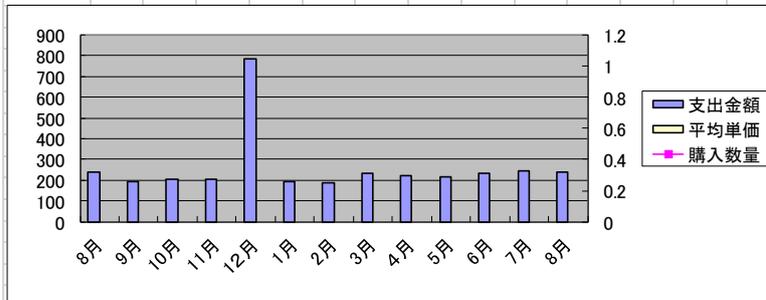


ニューヨークハーシーズのチョコレートドリンク。たっぷりのホイップクリームが冷たいチョコレートドリンクの上にトッピングされている。絞るだけのホイップが販売されているため、カップ飲料コーナーで関連販売する。

5. かまぼこ

昨年12月は前年を下回った。統計に「セットもの」がカウントされていないように思われる。セットものが主流なので積極的に販売する。高級品はハーフサイズを訴求する。売場づくり 紅白かまぼこ、伊達巻、なると巻きのセットものは多段ケース最下段、冷蔵平ケースで大陳する。お雑煮などの加熱用は低価格品を提案。

かまぼこ														23年
消費支出	22年												23年	
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	8月	
支出金額	238	192	203	205	787	194	190	232	223	217	231	245	239	
購入数量														
平均単価														
評価	○	○	○	△	×	×	×	○	○	×	△	×	○	
コメント														



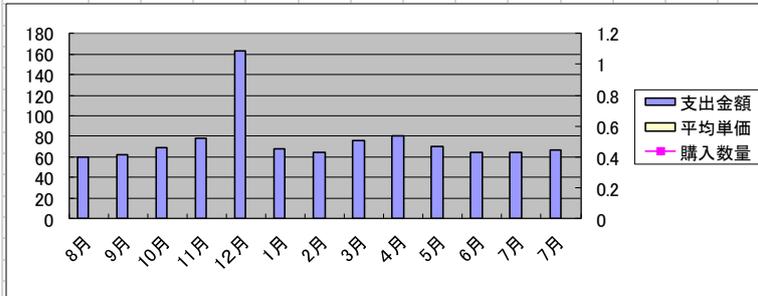
高級板かまぼこは大きくて食べづらい。写真はかまぼこを4枚切り、さらに半分に切った8枚を重ねて盛り合わせたもの。上にわさび漬けをトッピング。来客用にこうした食べ方の提案も必要だ。

6. 魚介佃煮

魚介佃煮も年間トップの需要。おせち料理には「田作り」が多く使われるが、伝統食品として川魚、淡水魚の「わかさぎ」「小鮎」「小鮎」「ごり」「川エビ」「しじみ」などの佃煮もおせち重に加えたい。

売場づくり 佃煮盛合せや佃煮ギフトセットもしっかりと品揃えし年末に平台等で販売する。縁起物でもあるためその由来もPOPで訴求する

魚介の佃煮		22年												23年
消費支出	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	7月
支出金額		60	62	69	78	163	68	65	76	80	70	64	65	67
購入数量														
平均単価														
評価		×	○	○	○	○	○	○	×	○	○	×	×	○
コメント														

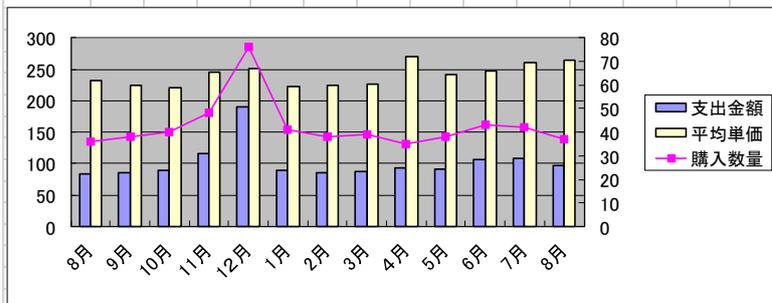


10月からは佃煮がおいしく食べられるシーズン。日本の伝統料理の川魚や淡水魚の佃煮、甘露煮を食育を兼ねて注力して販売したい。特に「わかさぎ佃煮」は大小パック、ギフト用を品揃えしたい。

7. 昆布佃煮

今年は2月から8月まで前年をクリアしているが、昨年12月は残念ながら前年を割ってしまったが、今年2月から8月まで前年をクリアしているため12月は期待できる売場づくり 日持ちがする商品だけに、試食を兼ねて中巻の1本入り、2本入りを11月からケース最下段で大陳して販売する。

昆布佃煮	22年												23年
消費支出	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月
支出金額	83	86	89	117	190	90	85	87	94	92	106	109	98
購入数量	36	38	40	48	76	41	38	39	35	38	43	42	37
平均単価	232	224	220	246	251	222	225	226	271	242	248	261	265
評価	××○	××△	××○	○△○	××○	△×○	○○○	○×○	○×○	○△○	○○○	○×○	○○○
コメント	消費支出増 季節指数高												



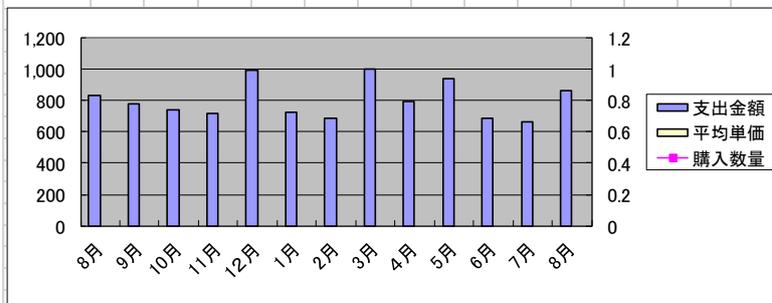
さけとにしんの昆布巻セット。「さけ巻き」と「にしん巻き」の中巻が2本セットになったもの。包丁で両端を切り、サイズを揃えて切れれば重箱に立てて詰められる。結び干びょうが2か所あるものがよい。

8. 他の和生菓子

和洋生菓子は13カ月連続前年をクリアしているゴールデンカテゴリー。お祝いの和菓子は3月、5月、12月によく動くため売り逃しがないようにする。1月は思ったより動いていない。

売場づくり 際物の上生菓子も日持ちのする商品も発売されているため、日付の短いものとうまく組み合わせて販売する。

和生菓子	22年												23年
消費支出	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月
支出金額	831	776	743	715	997	724	690	1,001	791	943	685	662	864
購入数量													
平均単価													
評価	○	○	○	○	○	○	○	○	×	○	○	×	○
コメント													



重箱に詰められた甘味類。上生菓子、栗きんとん、寒天寄せ、錦玉、きんかんなど甘いものを盛り合わせておせち重に加えることを提案をする。売場に盛り付け写真、サンプルを展示するとよい。

12月の育成商品

1. パンプキンプリン

「冬至かぼちゃ」に対応したプリン。写真は「かぼちゃ」や「人参」に麴を加えた「発酵野菜プリン」。惣菜専門店で売られている商品だが、日配部門でもより手造りに近いプリンを販売したい。



2. 温+冷デザート(ホットファジなど)

ホットファジの本来の意味はアイスクリームにかけるチョコレートシロップの事。温かいパンケーキ、ベルギーワッフル、焼きまんじゅう(写真)の上にアイスクリーム、ホイップクリーム、チョコレートシロップやカットフルーツをトッピングしたデザートを提案。冬には冬の「温」「冷」ミックスのデザートを提案する。



3. 年越しそば

年越しそばも多様化が進んでいる。「天ぷらそば(温か冷)」だけでなく、ざるそば(冷)+鴨南蛮(温)など「冷温ダブルつゆ」で食べる年越しそばを提案したい。つゆ売場でも「温」と「冷」を分けてPOP等で訴求する。



4. 袋入り惣菜

おせち用「煮しめセット」を提案。通常の煮しめに「くわい」「里芋」「銀杏」「生麩」など季節の野菜、麩を加えた真空パック(2人前)を販売する。惣菜部門と競合するが日持ちがするため早くからの大陳が可能。

