

2024年1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

### 1月のイベント、行事対応

1月の行事、記念日は、元旦(1日 月)、書初め、初夢(2日 火)、仕事始め(4日 木)、チーズケーキの日(5日 金)、七草(7日 日)、成人の日(8日 月)、鏡開き(11日 木)、麺の日(11日 木)、パンの日(12日 金)、いちごの日(15日 月)、シュークリームの日(19日 金)、ショートケーキの日(22日 月)、カレーの日(22日 月)、肉の日(29日 月)行事、記念日が月初に集中するため売り逃しがないようにする。特に中華麺、うどん、そばが売れるため、日替わりで「年明けうどん、そば、中華麺」を訴求する。年未年始の冷蔵庫在庫や節約ムードの高まりから中旬から消費意欲が落ちる。甘味類は「チーズケーキの日」「シュークリームの日」「ショートケーキの日」に該当商品を平台展開行う。

23年1月の家計調査は、食料品計 106.82%の伸び、外食、給食を除く食費は101.20%と微増。外食、給食は145.75%と大幅な伸びであった。

全国スーパーマーケット協会、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、の調査(23年1月)では、食品売上高は既存店0.9%増、全店計では2.2%増であった。生鮮三部門は0.2%減(青果1.3%減、水産1.3%減、畜産1.7%増)、日配品は3.2%増、一般食品0.6%増。惣菜は3.6%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。特に日配部門と惣菜部門は3%以上伸びた。チルド、常温の即食商品の伸びが目立った。

### 日配商品のトレンド(総務省 家計調査より)

① 1月に需要が増え、前年も上回ったゴールデンカテゴリー

中華麺(104.83%)、焼売(106.02%)

② 1月の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(105.52%)、食パン(107.23%)、他のパン(104.73%)、豆腐(108.25%)、納豆(100.30%)、こんにゃく(108.13%)、ゼリー(109.41%)、乳酸菌飲料(136.78%)、乳飲料(115.43%)

③ 1月に需要は減ったが前年を上回ったカテゴリー

生うどん、そば(111.15%)、揚げかまぼこ(110.63%)、ちくわ(112.68%)、魚介佃煮(104.02%)、昆布佃煮(100.00%)、牛乳(102.13%)、ヨーグルト(103.15%)、チーズ(102.51%)、卵(114.45%)、揚げ、がんも(105.88%)、大根漬け(112.35%)、

白菜漬け(117.39%)、他の漬物(101.57%)、マーガリン(102.04%)、他の和生菓子(106.47%)、プリン(102.24%)、他の洋生菓子(116.39%)、冷凍調理食品(110.41%)、調理パン(106.42%)、他の主食的食品(105.76%)、コーヒー飲料(110.92%)、果実、野菜飲料(101.27%)

④ 1月に前年を下回ったカテゴリー

かまぼこ(91.08%)、バター(94.34%)、梅干し(80.00%)、餃子(96.00%)  
ケーキ(99.33%)、アイスクリーム(94.66%)

「1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)

中華麺(104.83%)、焼売(106.02%)

1月は殆どのカテゴリーで需要が12月を下回るが「中華麺」と「焼売」は需要が増え前年もクリアした。中旬から節約ムードが高まるため比較的安価な「中華メニュー」を提案する

・前年に比べ二桁伸びたカテゴリー

生うどん、そば(111.15%)、揚げかまぼこ(110.63%)、ちくわ(112.68%)、乳酸菌飲料(136.78%)、乳飲料(115.43%)、コーヒー飲料(110.92%)、卵(114.45%)、大根漬け(112.35%)、白菜漬け(117.39%)、他の洋生菓子(116.39%)、冷凍調理食品(110.41%)

和日配の注目カテゴリーは、豆腐、納豆、こんにゃくなどのプラントベース商品。和食には欠かせない商品だけに品切れがないように注意。洋日配はパンと飲料。特に乳酸菌飲料など二桁成長の商品に注力して販売

・需要はあまり変わらないが前年を上回ったカテゴリー

中華麺、うどん、そばは「年明け麺」を訴求。和洋生菓子、飲料が好調であったため人が集まる年始がチャンスであるため販促を強化し売り逃しがないようにする

・前年を下回ったカテゴリー

暖冬が予想されるため「アイスクリーム」は販売チャンス。ケーキは「祝成人ケーキ」を販売する。

和日配の注力カテゴリーは「豆腐、揚げ」「チルド麺」「魚肉練製品」「漬物」。年末年始のご馳走メニューはすでに年末に購入済みであるため、「プレミアムメニュー」より「ホットメニュー」を中心に基礎食品を販売する。

洋日配の注力カテゴリーは「パン」「ヨーグルト」「乳酸菌飲料」「和洋生菓子」。風邪、インフルエンザ予防に「ヨーグルト」「乳酸菌飲料」を訴求。温かい飲料とパン、和洋生菓子を提案

する。甘いものは依然売上好調。

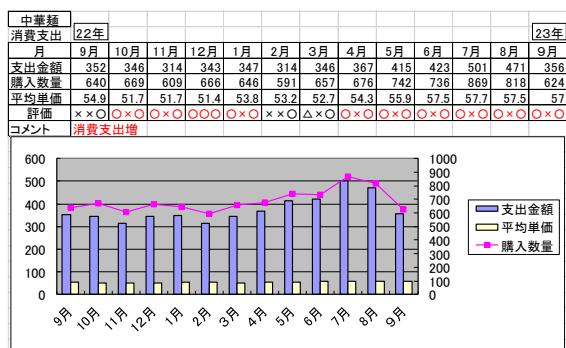
## 1月の重点販売カテゴリー

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. 中華麺

中華麺、うどん、そばが好調であった。特に中華麺(104.83%)は需要が伸び前年もクリアしたゴールデンカテゴリーである。ラーメンスープ、トッピング具材を含め積極的に販売する。

売場づくり 三が日明けに「年明けラーメン」を訴求。中旬からはラーメン、水餃子、焼売、冷凍チャーハンなどで「中華フェア」を実施する。



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



### ラーメンと高菜ごはん

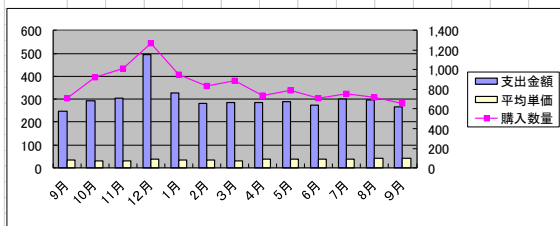
ラーメンライスが家庭でも定番メニューだ。ライスのトッピングに「高菜漬け」を提案する。ラーメン売場に「高菜漬け」を関連販売するとよい。

### 2. 生うどん、そば

生うどん、そば(111.15%)は13月連続で前年クリアしている優良カテゴリー。12月の特需を除けば1月も需要が高いため積極的に販売する。年間二番目の需要高だけに売り逃さないようにしたい

売場づくり 生うどん、生そば、茹でうどん、茹でそば、LLうどん麺、LLそばの品揃え。麺つゆ、トッピング具材は縦割りで展開したい

うどん、そば													
消費支出	22年												23年
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	9月
支出金額	247	294	305	495	329	282	285	285	288	275	300	296	265
購入数量	711	920	1,013	1,266	947	832	889	740	788	706	754	722	655
平均単価	34.7	32	30.1	39	34.8	33.9	32.1	38.5	36.5	39	39.8	41	40.4
評価	××	○○○	○○○	○○○	○×○	○×○	○×○	○×○	○○○	○×○	○×○	○○○	○×○
コメント	消費支出増 季節指数高												



うどん、そばスープ、具

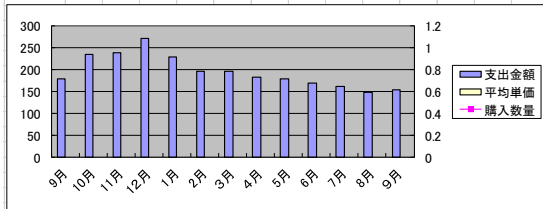
「カレーうどん」や「鴨南蛮そば」がおいしい季節。冬の簡便ホット麺に「茹でそば、うどん」+「スープ、トッピング具材」を訴求。肉や具がなくても「油揚げ」を加えれば肉の代わりになることも提案する。

### 3. 揚げかまぼこ

揚げかまぼこは(110.63%)は、猛暑の8月、9月に需要を落としたものの他の月は前年をクリアしている。「おでん」だけでなく、「ちゃんこ鍋」「ホット麺」などに練製品を訴求する。

売場づくり 需要期であるため売場スペース、アイテムの拡大を図る。定番商品は2フェースを確保して品切れを防ぐ売場をつくる

揚げかまぼこ												23年	
消費支出	22年												
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	9月
支出金額	178	234	238	271	229	197	198	182	179	170	162	148	154
購入数量													
平均単価													
評価	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	×	×
コメント	季節性好調												



### 揚げかまぼこそば、うどん

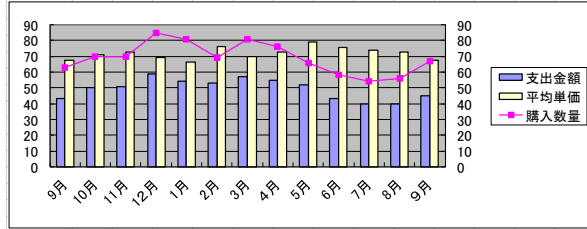
九州ではそばやうどんに「さつま揚げ」をトッピングしたメニューがある。1月は麺類、揚げかまぼこがよく動く月。人気商品同士を組み合わせたメニューを訴求したい。

### 4. 白菜漬

白菜漬は11カ月連続で前年をクリア。白菜漬は野菜が高騰する冬から春にかけてよく動く。食べやすいカップ白菜を中心に販売する

売場づくり 白菜漬は浅漬、ゆず、昆布、松前、唐辛子、重ね、古漬などアイテムを広げて品揃えをする。

白菜漬け													
消費支出	22年											23年	
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	9月
支出金額	43	50	51	59	54	53	57	55	52	43	40	40	45
購入数量	63	70	70	85	81	69	81	76	66	58	54	56	67
平均単価	67.7	71	72.8	69	66.2	76.3	70	72.4	78.8	75.6	74.1	72.6	67.4
評価	x x x	x x x	○ x ○	○ x ○	○ x ○	△ x ○	○ x ○	○ x ○	○ x ○	○ x ○	○ x ○	○ x ○	○ x ○
コメント	季節指数高 消費支出増												



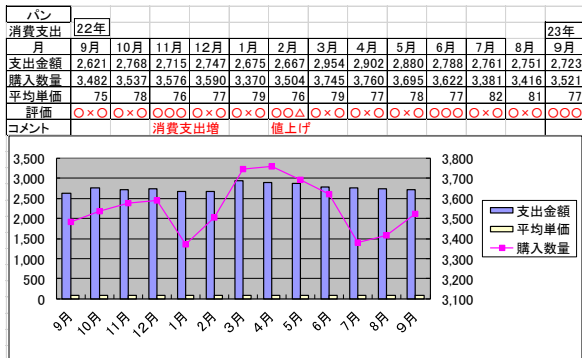
### 「松前白菜漬け」

冬の白菜漬けは「松前白菜」「柚子白菜」「重ね白菜」。白菜漬けは調味液に直接入れて漬けたものと、塩漬けした後に調味液で二度漬けたものがある。見た目は古く見えるが後者の方が美味しいことを POP 等で訴求する。開封時に調味液が漏れないよう水切りが付いてたトレーも親切だ

## 5. パン

パンは 13 カ月連続で前年クリアしている優良カテゴリー。昨年 1 月はパン(105.52%)、食パン(107.23%)、他のパン(104.73%)と好調であった。小麦粉の値上げがあったが食パンの需要は高かった。

売場づくり 売上は好調だが購入数量が減っていることに警戒したい。平台で菓子パンの「均一セール」「バンドルセール」を行うなど購入数量アップを図りたい。



### スナックパン

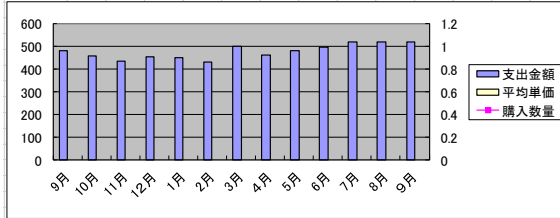
「イーストフード」を使わないロングランヒットのパン。小麦粉にカゴメのフルーツや野菜ジュースを加えて焼きあげたパン。子供に安心して食べて欲しいという思いが伝わる。子供の口のサイズに合わせたステックタイプであるため食べやすい。

## 6. 乳酸菌飲料

乳酸菌飲料は絶好調。13 カ月連続で前年クリアしている。昨年 1 月は驚異の136.78%の伸びであった。今年も売上が期待できるカテゴリーである

売場づくり インフルエンザが流行する時期であるため、「抵抗力」「免疫力」を高める乳酸菌飲料に期待が高まる。毎日飲んでいただくためにケース販売の強化を図る

乳酸菌飲料													
消費支出	22年											23年	
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	9月
支出金額	481	456	433	454	450	431	501	463	482	495	520	521	520
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												



## ポリ飲料

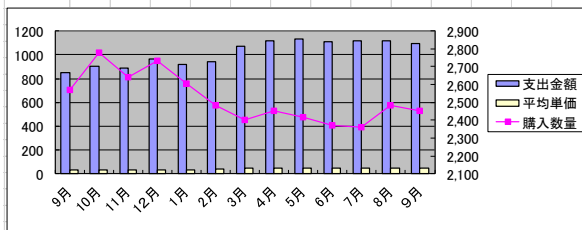
ポリ飲料には「発酵乳」「乳飲料」「乳酸菌飲料」「乳等を主原料とする飲料」「清涼飲料水」などがあるが、お客は裏のラベルを確認せず、表のキャッチコピーを見て効果、効能を優先しているようだ。「機能性飲料」としてまとめてコーナー化するのも一案だ。

## 7. 卵

卵は鳥インフルエンザで品不足に陥った。今年も発生しているため早めな情報を収集しておく必要がある。新しい生産地開発も必要かもしれない

売場づくり 温泉卵、茹で卵、卵焼き、味付け卵など「卵加工品」の品揃えを強化し在庫を多めにしておく。

卵													
消費支出	22年											23年	
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	9月
支出金額	847	904	885	968	919	944	1071	1114	1129	1108	1115	1114	1098
購入数量	2,568	2,780	2,642	2,734	2,604	2,482	2,401	2,452	2,416	2,370	2,359	2,483	2,453
平均単価	33	32.5	33.5	35.4	35.3	38.3	44.6	45.4	46.8	46.8	47.2	44.9	44.8
評価	××○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
コメント	消費支出増 相場高												







### 「卵焼きステック」

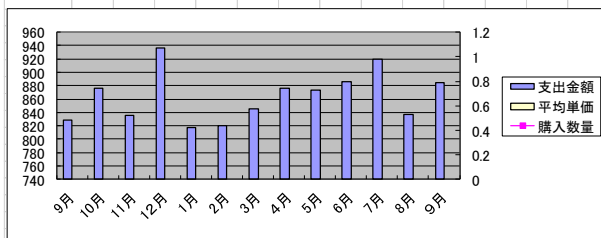
鶏肉入りのステック玉子焼き。卵焼きはお弁当のおかずやつまみとして食べられてきたが、ステック状にすることで、片手で食べられる「スナッキング」商品となった。豆腐や練製品、玉子焼き、ソーセージなどで「ハンディフーズコーナー」の新設もおもしろい。

## 8. 冷凍食品

冷凍食品も 13 カ月連続で前年をクリアしている優良カテゴリーだが、1 月は年間で一番需要が落ちる月。

売場づくり 売上アップのためにチルド売場と連動して、ラーメン、チャーハン、餃子、焼売、中華まんを「中華フェア」を実施する。

冷凍調理品													
消費支出	22年											23年	
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	9月
支出金額	828	876	835	936	817	820	845	876	873	886	920	837	885
購入数量													
平均単価													
評価	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
コメント	消費支出増 季節指数高												





## 冷凍レディーミール

「デミグラスハンバーグ & 五穀米ごはん」 付け合わせの野菜は揚げ茄子、ブロッコリー、パプリカ。お客の TPOS に合わせて「ホット」「常温」「チルド」「冷凍」の品揃えが必要。冷凍が一番保存期間が長いので「受験生の夜食」などストック用として訴求したい。

## 1月の育成商品

### 1. 厚揚げ、がんも

欧米では豆腐の隣に「厚揚げ」が品揃えされるようになった。プラントベースは日本の大豆加工品に注目が集まっている。豆腐売場は電子レンジで温めるだけの味付けの「厚揚げ」や「がんも」の品揃えが増えているが、そろそろ「味付けコーナー」を新設してもいい時期だ



### 2. こんにゃく

串打ちされたこんにゃくに田楽みそがセットになった商品。こんにゃくに味が染みやすいように包丁目が入っている。温めて田楽で食べてもいいが、「おでん」に入れても便利に使える。添付の田楽みそはこんにゃくに塗っても「味噌おでん」のつゆとしても使える。



### 3. ゼリー

カフェゼリーにコーヒー、チョコレート、クリームを加えたものや、わらび餅に黒糖、抹茶、茹で小豆、クリームを加えた和洋折衷ゼリーが発売されている。ゼリー売場は「フルーツゼリー」だけでなく、乳製品やチョコレート、和菓子に使う食材を使った「冬のゼリー」に注力して販売したい



### 4. プロテイン飲料

「乳タンパク質」を強化した乳飲料や発酵乳が人気だ。ビタミン配合、脂肪分ゼロと栄養バランスも考えられた商品。乳飲料、発酵乳を集め「プロテイン強化コーナー」を新設したい。継続購入も見られるのでケース販売にもチャレンジしたい

