

2024年2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

2月のイベント、行事対応

2月の行事、記念日は、2日(金)「夫婦の日」、3日(土)「節分」、3日(土)「乳酸菌の日」、6日(火)「抹茶の日」、11日(日)「建国記念日」、11日(日)「麺の日」、12日(月)「パンの日」、14日(水)「バレンタインデー」、15日(木)「菓子の日」、19日(月)「シュークリームの日」、22日(木)「ショートケーキの日」、23日(金)「天皇誕生日」、28日(水)「ビスケットの日」、29日(木)「肉の日」

2月の大きなイベントは「節分」と「バレンタインデー」、「建国記念日(日)」「天皇誕生日(金)」は3連休。2月は「3連休」が2回ある。さらに今年は「うるう年」でもある。

気温が下がるため外出を控え自宅で過ごす時間が増える。家庭で料理をする機会が増えることが予想される。2月は気温が低いためおでんや鍋、ホット麺、点心類、スナックなどの「ホットメニュー」を訴求する。

23年2月の家計調査は、食料品計107.1%の伸び、外食、給食を除く食費は102.0%と微増。外食、給食は146.8%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2月)では、食品売上高は既存店0.8%の微増、全店計では0.7%増と残念な結果であった。生鮮三部門は2.7%減(青果4.3%減、水産2.7%減、畜産0.7%減)、日配品は0.9%増、一般食品1.0%減。惣菜は2.8%の増であった。

日配部門、惣菜部門が売上に貢献したが2月は前年比スレスレと苦戦を強いられた。

日配商品のトレンド(総務省 家計調査より)

① 2月に需要が増え、前年も上回ったゴールデンカテゴリー

卵(119.19%)、大根漬(103.37%)、ゼリー(118.18%)、冷凍調理食品(101.99%)、乳飲料(118.71%)

② 2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(102.81%)、食パン(101.80%)、他のパン(103.35%)、生うどん、そば(101.08%)、昆布佃煮(108.97%)、チーズ(101.73%)、豆腐(102.36%)、揚げ、がんも(101.97%)、こんにゃく(102.67%)、白菜漬(100.00%)、魚介佃煮(116.07%)、焼売(113.51%)、コーヒー飲料(117.83%)

③ 2月に需要は減ったが前年を上回ったカテゴリー

揚げかまぼこ(101.55%)、ちくわ(107.75%)、他の和生菓子(110.75%)、他の洋生菓子(113.31%)、ケーキ(101.45%)、調理パン(106.72%)、他の主食的食品(104.95%)、乳酸菌飲料(126.39%)

④ 2月に前年を下回ったカテゴリー

中華麺(94.01%)、かまぼこ(97.44%)、牛乳(97.41%)、ヨーグルト(99.51%)、マーガリン(91.07%)、バター(95.00%)、納豆(98.52%)、梅干し(89.32%)、他の漬物(93.28%)、プリン(99.25%)、アイスクリーム(99.21%)、餃子(90.75%)、果実、野菜飲料(95.35%)

「2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)

卵(119.19%)、大根漬け(103.37%)、ゼリー(118.18%)、冷凍調理食品(101.99%)

昨年2月は営業日数が少ないにもかかわらず、卵、乳飲料、ゼリーは1月に比べ需要を伸ばした。卵は昨年鳥インフルエンザによる相場高の影響が強かった。今年も卵相場を注視したい。果物や野菜の相場も高くなるため、大根漬け、白菜漬けなどの漬物や、果汁、フルーツゼリーも積極的に販売したい。

・前年に比べ二桁伸びたカテゴリー

卵(119.19%)、ゼリー(118.18%)、乳飲料(118.71%)、魚介佃煮(116.07%)、焼売(113.51%)、コーヒー飲料(117.83%)、乳酸菌飲料(126.39%)、他の和生菓子(110.75%)、他の洋生菓子(113.31%)

室内は空気が乾燥するため乳飲料、コーヒー飲料、乳酸菌飲料など、「乳」を使った飲料類が好調であった。今年は牛乳や果汁飲料も積極的に販売したい。和洋生菓子は二桁成長と好調。節分の「和生菓子」、バレンタインの「洋生菓子」も売り逃しがないようにしたい。

・前年を下回ったカテゴリー

中華麺(94.01%)、かまぼこ(97.44%)、牛乳(97.41%)、ヨーグルト(99.51%)、マーガリン(91.07%)、バター(95.00%)、納豆(98.52%)、梅干し(89.32%)、他の漬物(93.28%)、プリン(99.25%)、アイスクリーム(99.21%)、餃子(90.75%)、果実、野菜飲料(95.35%)

パンの売上が好調なだけにバター、マーガリンも積極的に販売したい。冬のホットメニューとしてシチューやグラタンなどのメニュー提案も行う。梅干しは「春の梅干し祭り」を実施し「梅ゼリー」や「梅酒の梅」「甘露梅」も販売する。

和日配の注力カテゴリーは「豆腐」「揚げ、がんも」「揚げかまぼこ」「ちくわ」。鍋やおでん、煮物などのホットメニューは最終量販期を迎えるため気温の低い日の品切れがないようにしたい。

洋日配の注力カテゴリーは「パン」「乳飲料」「乳酸菌飲料」「和洋生菓子」「ゼリー」。風邪、インフルエンザ予防に「ヨーグルト」「乳酸菌飲料」「果汁」を訴求。カフェオレなど温かい飲料とパン、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

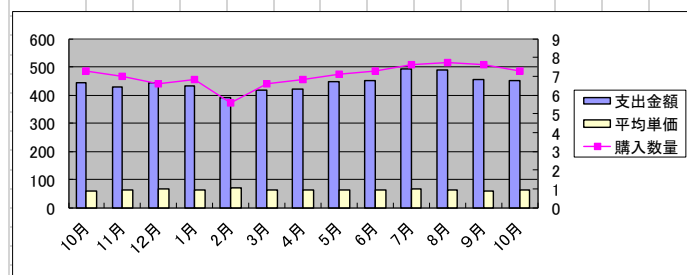
カテゴリー別 13 カ月トレンド(総務省 家計調査二人以上世帯より)

1. 豆腐

豆腐は年間最低の消費支出であるが、前年比は 102.36%と前年をクリアした。豆腐は健康によく低単価であるため、鍋、煮物、揚げ物の訴求をしっかり行う。

売場づくり 豆腐や厚揚げ、がんもを使った簡単ホットメニューを訴求する。

豆腐														23年		
消費支出		22年														
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	10月		
支出金額		442	428	444	433	390	416	419	446	452	493	488	454	451		
購入数量		7.3	7	6.6	6.8	5.6	6.6	6.8	7.1	7.3	7.6	7.7	7.6	7.3		
平均単価		60.2	61.5	66.9	63.3	69.3	63.2	61.3	62.5	62.1	64.6	63.6	60	62		
評価		○○○	○○×	○○○	○○○	○×○	○×○	○○×	○○×	○○×	○○×	○○○	○○×	○○○		
コメント		消費支出増 好調														



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

焼き豆腐

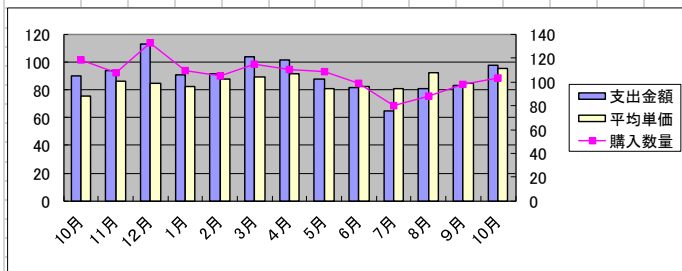
木綿豆腐、焼豆腐をフライパンで両面焼き、やきとりのタレ、焼き肉のタレを絡めて、刻みネギ、鰹節をトッピングすれば簡単「鉄板焼き豆腐」ができる。最後に溶き卵を絡めれば「焼豆腐の卵とじ」ができる



2. 大根漬け

大根漬けは1月に比べて需要が伸び、前年もクリアしたゴールデンカテゴリーだ。ポイル（加熱済み）たくあんは日持ちがするため、いろいろな種類を集めて販売したい
売場づくり 野菜の相場高騰が予想されるため、大根漬け、白菜漬け、古漬けは積極的に販売する。大根漬けは種類が多いため「全国大根漬け祭り」など各地の大根漬けを集めた企画もおもしろい。

大根漬け														23年	
消費支出		22年												23年	
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	10月	
支出金額		90	94	113	91	92	104	102	88	82	65	81	83	98	
購入数量		119	108	133	110	105	115	111	109	99	80	88	98	103	
平均単価		75.4	86.7	84.8	82.5	87.9	89.7	91.7	81	82.8	81.3	92.1	84.6	95.5	
評価		××○	○○×	×××	○○○	○×○	○△○	○×○	○○○	△×○	×××	○○○	○△○	○×○	
コメント		季節指数高 消費支出増													



「赤かぶ漬け」と「すんき漬け」

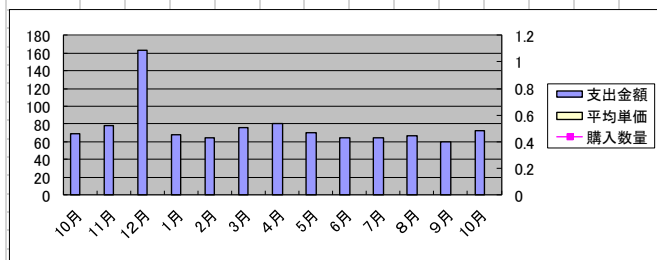
長野県木曽地方で食べられている漬物。赤かぶの茎が「すんき」。「すんき漬け」は日本で唯一塩を使わず乳酸発酵だけで漬けてもの。イタリアスローフード協会の「味の箱舟」にも登録されている貴重な漬物。そばのトッピングや炒め物に使われている。「信州フェア」で赤かぶ漬けと併売してはどうだろう。



3. 魚介佃煮

魚介佃煮の需要は1月に比べてあまり変わらないが、前年比116.07%と二桁成長であった。旬の「ワカサギ」「アサリ」「シジミ」の佃煮を大陳して販売する
売場づくり 日持ちがするため常温保存可能商品はサイド陳列する。3月、4月は「いかなご(小女子)」が旬を迎えるため2月から積極的に販売する。

魚介の佃煮		消費支出												
月	22年	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	23年
支出金額		69	78	163	68	65	76	80	70	64	65	67	60	72
購入数量														
平均単価														
評価		○	○	○	○	○	×	○	○	×	×	○	×	○
コメント														



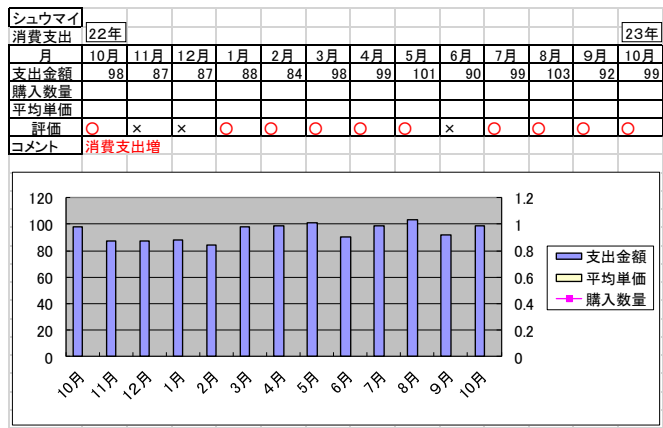
わかさぎ田舎炊き

冬の川魚の代表格は「ワカサギ」「ニジマス」「コイ」。ワカサギの唐揚げ、甘露煮は旬の味覚だ。川魚がよく食べられる地域は「ニジマスの甘露煮」「コイの甘露煮」も品揃えしたい。



4. 焼売

焼売は1月に比べて需要も伸び、前年をクリアしたゴールデンカテゴリーだ。さらに3月、4月と需要が伸びるため注力して販売したい
 売場づくり 蒸器や電子レンジ温める焼売、蒸し餃子、小籠包、中華まん、大根餅などで「蒸し点心特集」を行う。



小籠包

今年の重点販売商品は「小籠包」。有名中華料理店や小籠包専門店監修の商品を販売する。小籠包は「蒸し」と「焼き」の2種類を品揃えしたい。

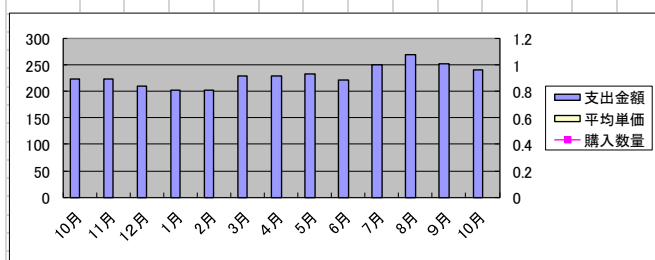


5. 乳飲料

乳飲料は前年比 118.71%と二割近くの伸び。1ℓ、500mlタイプ、カップタイプのカフェオレ、ラテがよく売れるため品切れがないようにしたい。

売場づくり スターバックスやカフェのラテに注目。スプレー式ホイップクリーム、チョコレートシロップ、ドライフルーツ、ナッツなどを関連販売する。

乳飲料		22年												23年
消費支出	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	10月
支出金額		223	223	211	202	203	230	229	234	222	251	270	253	240
購入数量														
平均単価														
評価		△	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
コメント		消費支出増												



JINGER BREAD LATTE(ジンジャーブレッドラテ)

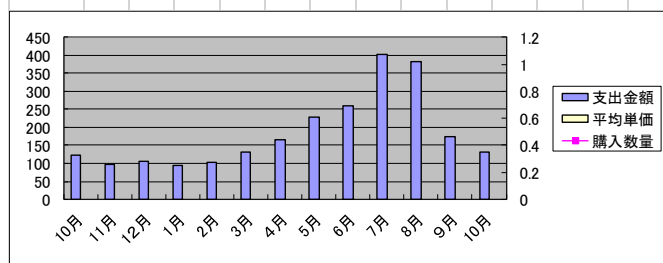
スターバックスのラテ。「ジンジャーブレッドクッキー」。生姜風味をイメージしたラテ。ホットドリンクであるため身体を温めてくれる。市販のカップラテにホイップクリームと生姜湯パウダーをトッピングすれば似たようなラテができる。



6. ゼリー

ゼリーは年間最低の消費支出であるが、昨年 2 月は 118.18%の二桁の伸びであった。3 月から 7 月まで需要はうなぎ登りであるため 2 月から大陳して販売したい
売場づくり 低価格のレギュラー品の他に、果肉をたっぷり使ったフルーツゼリーも品揃えする。カフェゼリーもホーヒーフレッシュと共に販売したい。

ゼリー	22年												23年
消費支出	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
支出金額	122	97	106	93	104	130	167	227	260	403	383	175	132
購入数量													
平均単価													
評価	x	x	○	○	○	x	○	○	○	○	○	○	○
コメント	消費支出増												



ご当地ゼリー「ラ・フランスゼリー」「八朔(ハッサク)ゼリー」

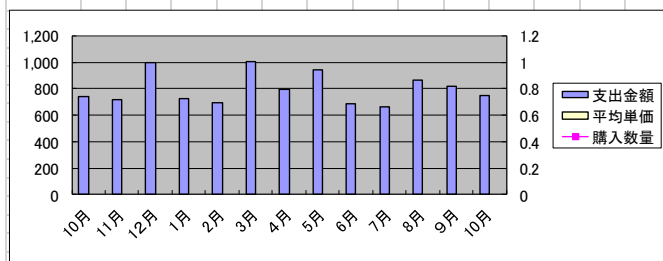
メーカーは岡山県だが、山形県産のラ・フランスシロップ漬け、果汁を使った果肉ゼリー。和歌山県産のハッサクシロップ漬けを使った果肉入りゼリー。ゼリーの売上が好調なだけに少し贅沢な有名産地のくだものを使った「果肉たっぷりゼリー」を販売したい。



7. 他の和生菓子

2月の和菓子は、需要は落ちるが、前年比110.75%であった。他の洋生菓子も113.31%と好調だ。今年は「うるう年」であるためさらなる売上アップが期待できる売場づくり 節分には「上生菓子」「節分饅頭」の訴求。春の和菓子として「桜餅」「草餅」「柏餅」も早めに展開したい

和生菓子		22年												23年	
消費支出	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	10月	
支出金額		743	715	997	724	690	1,001	791	943	685	662	864	817	745	
購入数量															
平均単価															
評価		○	○	○	○	○	○	×	○	○	×	○	○	○	
コメント		消費支出増													



カリマン(かりんとうまんじゅう)

餡をかりんとう生地で包み揚げた「揚げまんじゅう」の一種。小豆、かぼちゃ、芋、抹茶などの種類がある。二つの食感と味が楽しめる「ハイブリッド商品」だ。電子レンジで温めるのも特徴。

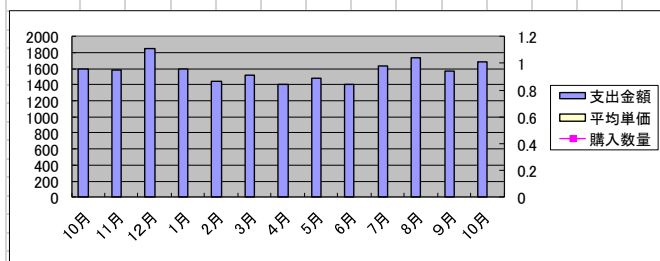


8. 他の主食的調理品

スナック類は13カ月前値をクリアしている優良カテゴリー。2月は需要が落ちるものの104.95%の伸びであった。

売場づくり 和洋ホットスナックの訴求。3連休が2回あるためおやつ需要として売り逃しがないようにしたい。

スナック		22年												23年	
消費支出	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	10月	10月
支出金額		1601	1580	1844	1599	1441	1514	1410	1477	1405	1633	1737	1570	1690	
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													



シチューパイ

ホワイトシチューをパイで包んで焼いたもの。寒い冬にふうふうって食べるホットメニュー。3連休のおやつ、受験生の夜食として提案したい。大きいサイズだけでなくミニサイズも品揃えしたい。



2月の育成商品

1. きりたんぼ

秋田の名物料理の「きりたんぼ鍋」。「比内地鶏スープ」と「きりたんぼ」があれば比内地鶏がなくても「きりたんぼ鍋」に似た鍋が楽しめる。鶏肉と鍋野菜があれば我が家のオリジナル鍋が楽しめる



2. えだまめ納豆

えだまめでつくった納豆。普通の納豆より大豆の味が強い。タレもついているが「塩」で食べた方がえだまめの味が楽しめる。納豆売場活性化商品として品揃えしたい



3. ワッフル

ワッフルの上にチョコアイスをトッピングして電子レンジに入れて温めれば「ホット」と「クール」が楽しめる「ホットファジ」が簡単にできる。イチゴやホイップクリームもトッピングしてもいい。冬のホットデザートとして提案したい



4. アイスクリーム

冬のアイスは直接冷たさを感じないよう「ぎゅうひ」「もち」「きなこ」「チョコレート」などをコーティングしたものを訴求する。

