

2024年4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

#### 4月のイベント、行事対応

1日(月)「エイプリルフール」、入園、入学、初出勤のシーズン、4日(木)「あんぱんの日」、5日(金)「チーズケーキの日」、6日(土)「手巻きロールケーキの日」、8日(月)「果物の日」、11日(木)「麺の日」、12日(金)「パンの日」、15日(月)「いちごの日」「菓子の日」、19日(金)「シュークリームの日」、22日(月)「ショートケーキの日」、29日(月)「昭和の日」「肉の日」

4月は就職、入学、入園、転勤、引っ越しなど出費がかさむ月であるため、外食や食費を切り詰める傾向が見られる。月初から中旬にかけて「基礎食品」を主力に販売。「引っ越しそば」の提案も行う

「お花見シーズン」も迎えるため行楽弁当材料、寿司材料、飲料、和洋生菓子の訴求。月末のゴールデンウィークは焼肉、BBQ、行楽用品の販売を行う。

#### 4月の消費動向

23年4月の家計調査は、食料品計 107.21%の伸び、外食、給食を除く食費は104.94%の増。外食、給食は120.27%と大幅増であった。

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4月)は、食品売上高は既存店 3.7%の増、全店計は 4.8%増。

生鮮三部門は 2.2%増(青果 0.4%減、水産 1.9%増、畜産 5.5%増)、日配品は 5.7%増、一般食品%3.7増。惣菜は 5.2%増であった。

畜産部門、日配部門、一般食品、惣菜部門が売上アップに貢献した。伸び率は日配部門が一番であった。

4月は季節の変わり目であるためウェザーマーチャンダイジングの強化。子供の入園、入学、就職のシーズン。お弁当需要の売り逃しがないようにしたい。「キッズ弁当材料」「キッズメニュー」の販売強化を行う。月初から冷凍食品を含め「お弁当材料フェア」を企画したい

#### 日配商品のトレンド(総務省 家計調査より)

##### ① 4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(101.94%)、ちくわ(112.00%)、魚介佃煮(115.94%)、卵(133.57%)、豆腐(106.08%)、納豆(106.63%)、梅干し(118.18%)、昆布佃煮(116.05%)、ゼリー(101.83%)、アイスクリーム(102.05%)、冷凍調理食品(103.55%)、コーヒー飲料(109.14%)、果実、野菜飲料(102.43%)

##### ② 4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(103.13%)、食パン(101.36%)、他のパン(103.94%)、生うどん、そば(102.52%)、かまぼこ(106.19%)、大根漬(113.33%)、牛乳(101.21%)、バター(111.96%)、チーズ(112.72%)、他の漬物(102.78%)、マーガリン(110.00%)、調理パン(110.79%)、焼売(107.61%)、乳飲料(109.05%)

##### ③ 4月に需要が下がったが前年を上回った

揚げかまぼこ(113.04%)、揚げ、がんも(109.24%)、こんにゃく(108.18%)、白菜漬(125.00%)、他の主食的食品(102.62%)、乳酸菌飲料(116.33%)

##### ④ 3月に需要が伸びたが前年を下回った

ヨーグルト(99.91%)

##### ⑤ 3月に前年を下回ったカテゴリー

他の和生菓子(99.00%)、他の洋生菓子(95.63%)、ケーキ(96.18%)、プリン(91.89%)、餃子(93.94%)

#### 「4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)

入園、入学、就職でお弁当をつくる機会が増える。チルドや冷凍のお弁当材料に注力して販売する。節約ムードの高まりから「基礎食品」の低価格訴求を行う。「ちくわ」「梅干し」「魚介佃煮」「昆布佃煮」は二桁伸びた。弁当にも使える食材で日持ちがするため大陳して販売したい

##### ・需要は伸びたが前年を下回ったカテゴリー

ヨーグルトは重要が伸びたが前年比 99.9%であった。販促を強化することで前年をクリアしたい。安価な商品だけでなく抵抗力を高めたり、タンパク質(プロテイン)強化など付加価値の高い商品を販売したい

・前年を下回ったカテゴリー

昨年は甘未類が不振であった。4月 は入園、入学、就職、引っ越しの出費から節約好調が高まり、好調であった和洋生菓子やケーキ、プリンなどの「嗜好品」が前年を下回った。こだわり品よりも低価格商品を訴求したい

4月 は「三寒四温」でまだ気温が低い日もある季節の変わり目だ。夏物商品は「走り」。「走り商品」はアイテムを拡大するとともに売場を拡大し、冬物商品は徐々に売場を縮小する

4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)

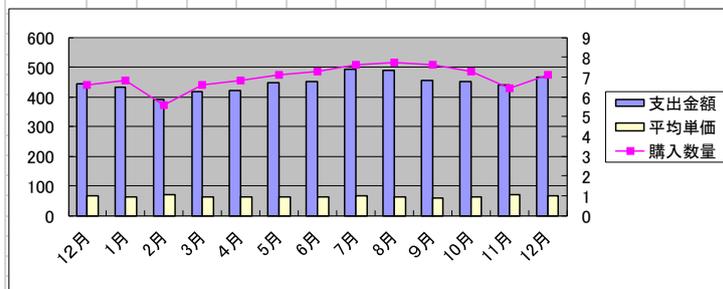
1. 豆腐

豆腐は夏に向けて需要が増える。4月 は前年をクリアし需要も伸びるため売り逃しがないようにしたい。生豆腐から加工豆腐に消費が移っている傾向が見られる。

売場づくり 需要増に備えて売場スペースの拡大、涼味商品のアイテム拡大を図る。

「揚げ出し豆腐」「麻婆豆腐」など電子レンジ対応の商品の充実も図る

豆腐													
消費支出	22年											23年	
月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
支出金額	444	433	390	416	419	446	452	493	488	454	451	438	466
購入数量	6.6	6.8	5.6	6.6	6.8	7.1	7.3	7.6	7.7	7.6	7.3	6.4	7.1
平均単価	66.9	63.3	69.3	63.2	61.3	62.5	62.1	64.6	63.6	60	62	68.5	65.3
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

小分け豆腐

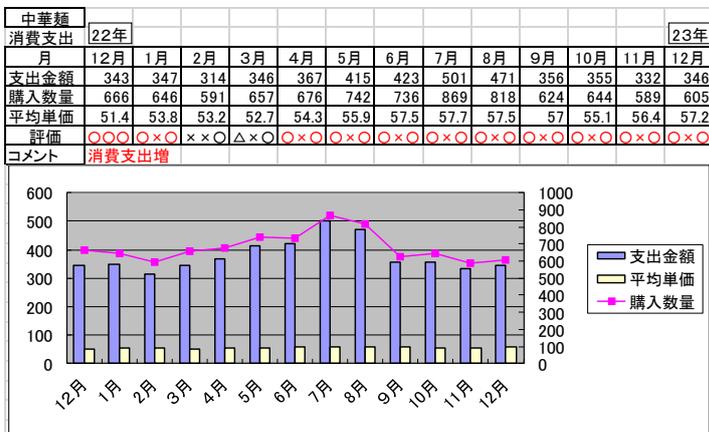
少量の充填豆腐を小分けにした商品。気温の上昇でやっこ需要は高まるが、「冷やっこ」はまだ「走り」であるため、こうした少量パックの販売に力を入れたい。包丁でカットする必要がないため衛生的でもある



## 2. 中華麺

冷し中などの涼味麺は夏に向けて需要が伸びるが、4月は「焼きそば」「あんかけ焼きそば」「皿うどん」など「焼き麺」に注力して販売したい。

売場づくり 冷し中華はLL商品を品揃え。気温の高い日には販促を強化する。皿うどんの「揚げ麺」は日持ちがするため常に大陳して販売する



### あんかけ焼きそば、皿うどん

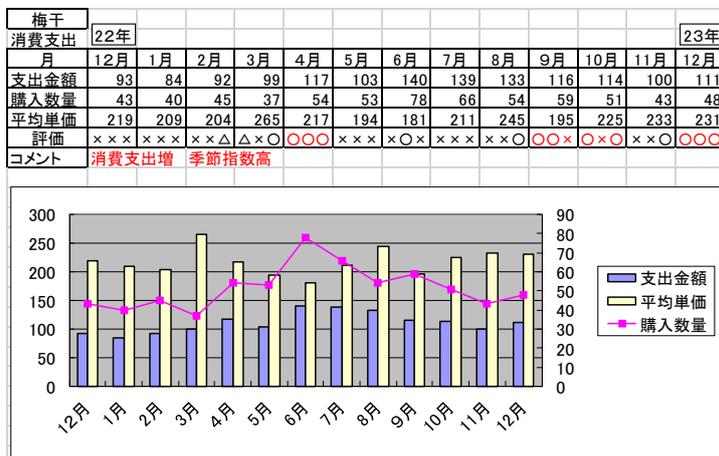
「あんかけ焼きそば」は、中華麺を焼いたものの餡をかけたもの。「皿うどん」はパリパリ揚げ麺に餡をかけたもの。電子レンジで温めるだけの「あんかけ焼きそばの具」と「パリパリ麺」を併売したい。冷凍食品も同時に訴求する。



### 3. 梅干し

梅干しは長く前年を下回っていたが、昨年4月は前年をクリアし消費も増えた。梅を漬けるシーズンに向けて早めに梅干し売場を充実させたい

売場づくり 4月は需要が伸びるため常温平台等で「梅干し祭り」を開催し積極的に販売したい



### 手作り梅干し

減塩や甘めの梅干しが多い中、昔ながらの手作り梅干しも販売したい。手作りの「3年もの」は味もマイルドになるため高付加価値商品として販売したい

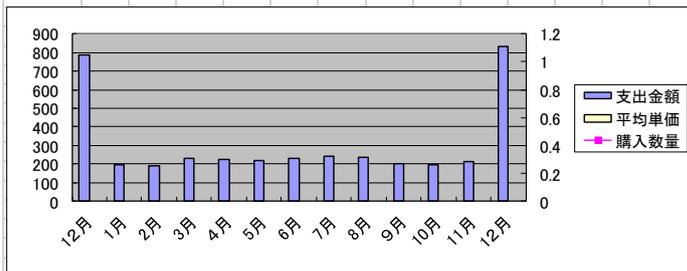


### 3. かまぼこ

かまぼこは3月に比べ需要は落ちたが前年をクリアした。練製品はおでん材料、鍋など「加熱用」の需要が減り、サラダ、和え物などの「生食用」の需要が高まる。

売場づくり「カニかまぼこ」「板かまぼこ」「チーズかまぼこ」は売場、アイテムの拡大。生食の他に、揚げ物、炒め物の提案を行いたい

かまぼこ		22年												23年	
消費支出	月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	
支出金額		787	194	190	232	223	217	231	245	239	200	198	214	830	
購入数量															
平均単価															
評価		x	x	x	○	○	x	△	x	○	○	x	○	○	
コメント		消費支出増 季節指数高													



#### カニ風味かまぼこ

カニかまぼこは、そのまま食べても、煮ても、揚げても、茶わん蒸しなどで蒸してもおい。

さらに、料理の五法の中の「炒め」「焼き」の提案も行う

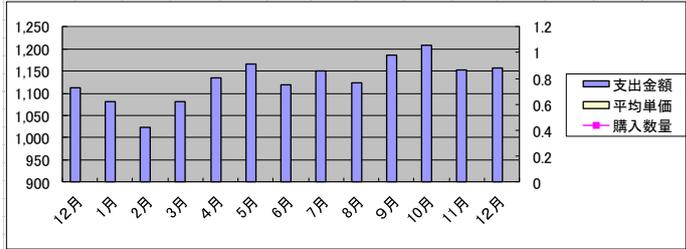


### 5. ヨーグルト

ヨーグルトは5月まで需要が伸びるが、去年は前年を若干下回ってしまった。5月には前年をクリアしただけに4月から積極的に販売したい。

売場づくり プレーンヨーグルトは機能性を強化した商品の訴求。フルーツヨーグルトはフルーツ増量のもの販売したい

ヨーグルト	22年												23年
消費支出	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
支出金額	1,113	1,082	1,023	1,081	1,134	1,166	1,120	1,150	1,124	1,186	1,208	1,152	1,157
購入数量													
平均単価													
評価	○	○	x	x	x	○	x	x	x	○	○	○	○
コメント	消費支出増 季節指数高												



### 機能性ヨーグルト

「免疫ケア プラズマ乳酸菌」「ウエスト周囲径や内臓脂肪を減らす」。ヨーグルトの文字は小さく機能を全面的に打ち出したヨーグルト。需要が伸びる月であるだけにPOPをつけてフェースを広げて販売する

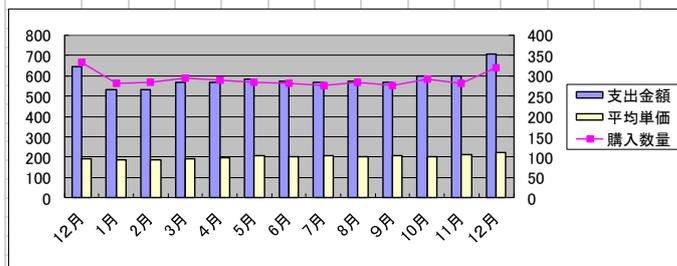


## 6. チーズ

チーズは5月に向け需要が伸び、13カ月連続で前年クリアしているゴールデンカテゴリーだ。子供の「お弁当にチーズ」を提案したい

売場づくり 子供の成長にはチーズが欠かせない。お弁当にも「ベビーチーズ」「キャンディチーズ」「スティックチーズ」などを入れて持たせたい

チーズ	22年												23年		
消費支出	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	12月	12月
支出金額	646	531	529	565	567	585	571	568	574	570	597	599	707		
購入数量	334	282	283	294	288	285	281	275	284	276	292	281	321		
平均単価	193	188	187	192	197	205	203	207	202	207	204	213	220		
評価	○×○	○×○	○×○	○×○	○×○	○×○	○×○	○×○	○×○	○×○	○×○	○×○	○×○	○×○	○×○
コメント	消費支出増														



### キャラクター かたぬきチーズ

「ハローキティ」「ミッキー」「プーさん」は誰もが知っているキャラクター。それを型抜きしたプロセスチーズ。チーズが売れるシーズンに向けて大陳して販売したい。ゴールデンウィークを前に「キッズフェア」を企画したい

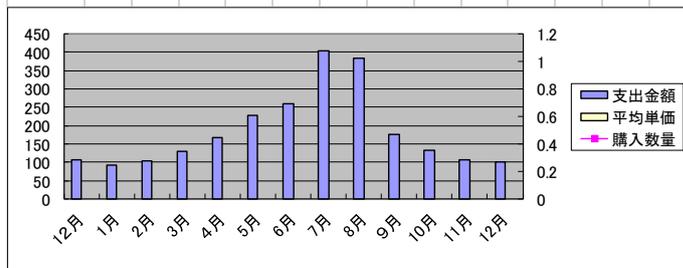


## 7. ゼリー

ゼリーは8月まで需要が高まる。3月は前年を下回ったが4月から11月までは前年をクリアしている。気温が高まる日によく動くため品切れに注意

売場づくり 常温保存可能なジャンボゼリーは常に大陳。ケース売りも行う。チルドのゼリーは、餡子やきな粉、くずもちを使うなどの「和洋折中型ゼリー」も訴求したい

ゼリー	22年												23年
消費支出	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
支出金額	106	93	104	130	167	227	260	403	383	175	132	105	102
購入数量													
平均単価													
評価	○	○	○	×	○	○	○	○	○	○	○	○	×
コメント	季節指数高 消費支出増												



## 牛乳寒天 三段重ね

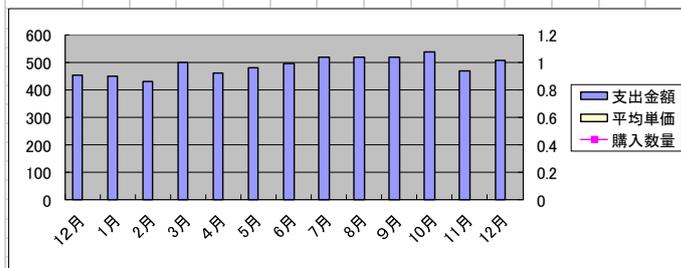
生乳、砂糖、寒天だけで作った昔ながらの牛乳寒天。納豆と同じような3段重ね包装。牛乳寒天は昔からあるが、知らない世代も増えているため、若者の需要を掘り起こしたい。あっさりとしたやさしい味わい



### 8. 乳飲料

乳飲料は3月に比べて需要が落ちるものの、前年をクリアし夏に向けて需要が高まる。カップ入りのミルクコーヒー、カフェオレ、ミルク紅茶、ミルク緑茶を積極的に販売する売場づくり。カップ飲料売場の拡大とアイテムの拡大。ブランド別販促コーナーも新設してもおもしろい

乳酸菌飲料												23月	
消費支出												22年	
月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
支出金額	454	450	431	501	463	482	495	520	521	520	537	471	509
購入数量													
平均単価													
評価	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
コメント	消費支出増			好調									



### ミルクティー、フルーツティー

カップ入りコーヒーは数多く販売されているが、紅茶やジャスミンティーなどの茶類に注目する。コーヒーは「おにぎり」に合わないが、日本茶、紅茶(無糖、微糖)はよく合うことも訴求する。「おにぎりに合う紅茶」もあっていい



#### 4月の育成商品

##### 1. カリカリぴーなつメープル

「味噌ピー」で有名な鳩屋があえて味噌を使わずメープルを使った豆菓子を発売。和のテイスト消した新しい商品。食べ始めたら止まらない商品だ。ファミリー向け大型パックで発売



##### 2. バターミルク

バターミルクはクリームからバターをつくる過程で残った液体のこと。これはバターミルクを発酵させてヨーグルトにしたもの。濃厚で贅沢な味わい。ホエー(乳清)はチーズやヨーグルトで固化しなかった液体部分で話題の「プロテイン」の原料となる



### 3. チルド雪見大福

人気のアイスクリームが、「冷凍からチルド」へ保存温度を変更させた。逆もあるかもしれない。これからは「チルドから冷凍」、「冷凍からチルド」へと温度帯の違う販売も高まりそうだ



### 4. コーヒークリームもなか

豆餡にコーヒー、クリームを使った「和洋折衷和もなか」。日本は伝統和菓子に洋菓子をうまく組み合わせる技術がある。洋菓子に和のテイストも加えることもできるハイブリッド技術。これは海外ではできないこと。

