

2024年4月

『これは押さえない』重点商品と売場展開」惣菜部門

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

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、転勤などでお金のかかる月であるため、外食や食費を切り詰める傾向がある。月初から中旬にかけて天ぷら、コロッケ、メンチカツなどの「基礎食品」を主力に販売。「お花見シーズン」も迎えるため行楽弁当、寿司材料の訴求。月末のゴールデンウィークは焼肉、BBQ、行楽用のサラダ、ナムル、ビビンバなどを提案する。

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、全店計では 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。4月は季節の変わり目であるため「ホットメニュー」「コールドメニュー」の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。中華料理が動く月であるため「中華フェア」も実施したい

4月の惣菜の消費動向(2023年家計調査二人以上の世帯より)

① 4月に需要が伸び、前年を上回ったゴールデンカテゴリー

おにぎり(113.92%)、カツカツ(109.84%)、ハンバーグ(102.31%)

② 4月に需要があまり変わらないが、前年を上回ったカテゴリー

調理食品(103.25%)、他の主食的調理品(102.62%)、天ぷら、フライ(103.46%)、焼売(107.61%)、やきとり(109.18%)、惣菜材料セット(109.62%)

③ 4月に需要が落ちたが、前年を上回ったカテゴリー

寿司(105.55%)、調理パン(110.79%)、コロッケ(112.50%)

④ 4月に前年を下回ったカテゴリー

弁当(99.80%)、サラダ(98.99%)、餃子(93.94%)、うなぎ蒲焼(97.22%)

#### 「4月の MD ポイント」

・需要が伸び前年をクリアした「ゴールデンカテゴリー」

「おにぎり」は相変わらず好調で二桁の伸び。「リーンなおにぎり」と「リッチなおにぎり」の訴求。「インスタ製造」「アウトパック」の棲み分けを行ったマーチャンダイジングを行う。メンチカツ、ハンバーグなどミンチ肉を使ったものが好調であった。手づくり弁当用の小型サイズも品揃えする

・「前年を上回ったカテゴリー」

天ぷら、フライ、コロッケなどの揚げ物も好調。特にコロッケは二桁伸びた。天ぷらはタラの芽、竹の子、菜の花、ふきのとうなど季節の野菜を盛り合わせたい。お花見や行楽にミニオードブル、寿司盛合せ、調理パン、和洋生菓子の販売強化を行う。

・「苦戦したカテゴリー」

主力のカテゴリーである「弁当」、「サラダ」が前年割れであった。今年は販促の強化で前年をクリアしたい。弁当は原材料の値上げから価格改定を行ったが、やはり売れ筋は398円。魅力あるアウトパック商品を品揃えしたい。サラダは青果売場のカット野菜と競合するため苦戦しているが、トッピングやドレッシングで付加価値の高めたサラダを販売したい。

#### 4月の重点販売商品

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)

家計調査の月別消費支出をグラフ化したもの(前年を上回った場合は「○」)

#### 1. 弁当

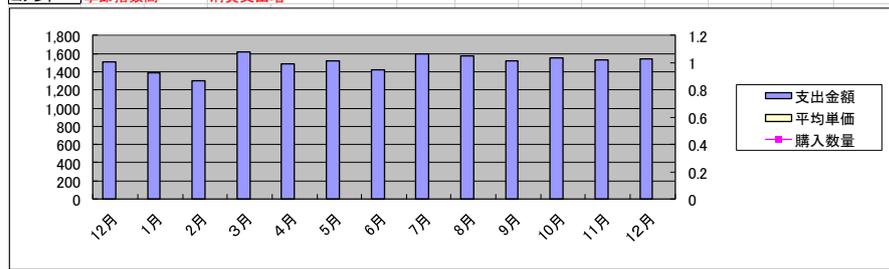
4月の弁当の消費支出は残念ながら前年(99.8%)を下回ってしまった。5月から消費が上向くため販促を強化したい。4月は節約志向が高まるため、アウトパックの「おにぎり」弁当

「のり弁」など 298 円、398 円で販売したい。

売場づくり アウトパックの「竹の子ごはん弁当」「幕の内弁当」などを低価格で販売する。

インスタアの丼や上載弁当も 398 円で販売したい。ステーキ丼、豚丼、鶏めしなどの肉弁当も充実させたい

弁当	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	1,509	1,388	1,299	1,618	1,489	1,516	1,425	1,600	1,577	1,525	1,553	1,529	1,542	
購入数量														
平均単価														
評価	105.30%	105.31%	100.23%	102.99%	99.79%	105.35%	105.86%	108.40%	100.50%	103.67%	98.70%	102.27%	102.18%	
コメント	季節指数高		消費支出増											



竹の子ご飯弁当 390 円(税抜き)

ライフが販売しているアウトパック低価格弁当。この内容で 390 円は安い。インスタ製造はディスカウントストアでない限りこの売価の販売は難しい。アウトパック商品は安く、インスタは付加価値を高めて販売する



彩り焼餃子弁当 528 円

ロピアのチャーハン、焼きそば、焼餃子、鶏の唐揚げなど人気の中華料理を盛り合わせた弁当。重量は約 600g で 500 円台は安い。ガッツリ系弁当だが、2 人でシェアしても 2 回に分けて食べてもよい。

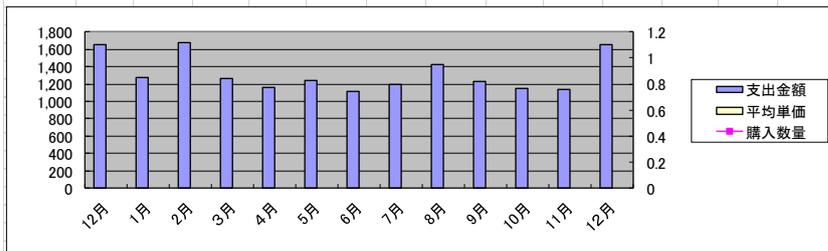


## 2. 寿司

昨年3月、4月の寿司は105%伸ばしたが、5月は前年を割ってしまった。4月は「お花見」、下旬の「ゴールデンウィーク」と行楽寿司弁当が期待できる

売場づくり 行楽需要を期待して経時変化の少ない「巻寿司」「助六寿司」「いなり寿司」「大阪寿司」などの盛合せを注力して販売したい

寿司		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	12月
支出金額		1,657	1,280	1,676	1,261	1,160	1,243	1,115	1,199	1,426	1,226	1,144	1,133	1,655	
購入数量															
平均単価															
評価		107.73%	96.60%	103.58%	105.96%	105.55%	98.33%	106.08%	106.10%	101.20%	116.87%	97.77%	103.65%	99.87%	
コメント															



### 大坂寿司盛合せ

寿司専門店「浪花古市館」で販売されている大坂寿司。手間はかかるが助六寿司に押し寿司を盛り合わせた。レギュラー品の助六寿司は低価格、付加価値のある物はしっかり利益を確保して販売したい



### 5色いなり 10個入 399円

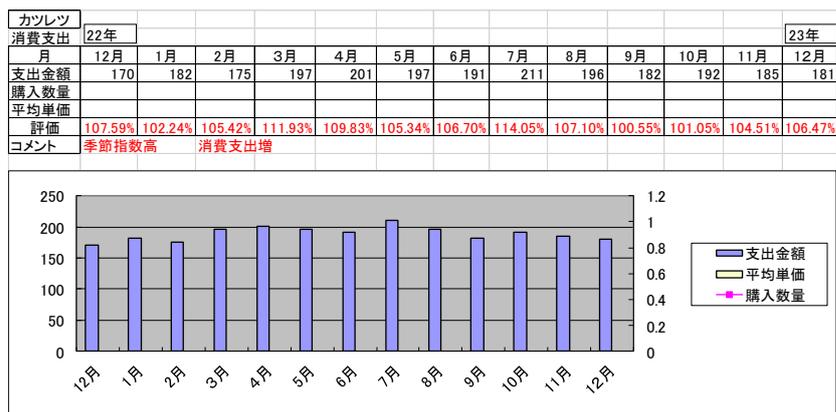
ロピアの子会社の利恵産業の商品。梅、抹茶、黒糖、柚子、レギュラー品と5種類を盛り合わせたいなり寿司。これはインスタではなかなかできない商品。いなりの皮だけでなく酢飯も味が付いている。「いいものを より安く」「高品質 低価格」を貫いている



### 3. カツレツ

カツレツは13カ月連続で前年クリア。昨年4月は二桁近く消費を伸ばした。今年も期待できるだけにカツレツを積極的に販売する

売場づくり「トンカツ」「ヒレカツ」「チキンカツ」「メンチカツ」「串カツ」はあっさり、さっぱり食べられるよう、大根おろしやポン酢で食べるカツレツを提案したい



#### たっぷりの大根おろしで食べるローストンカツ

広島で人気の「とんかつ専門店 さち」。とんかつはとんかつソースが主流だが、さっぱり食べられるよう、たっぷりの大根おろしとだしを効かせたソース人気だ。そのせいか女性客も多い

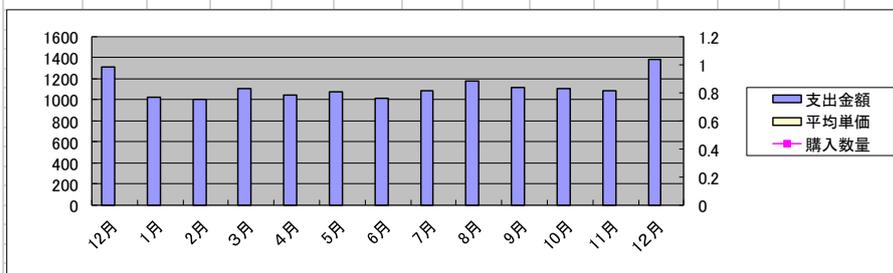


#### 4. 天ぷら、フライ

天ぷら、フライも 13 カ月連続前年クリア。天ぷらは冷凍天ぷらをうまく利用して「天ぷら盛合せ」「天丼」の量的チャレンジを行う。

売場づくり 天ぷらは「タラの芽」「菜の花」「竹の子」を使った春の天ぷらを販売。「」フライはソースを工夫したい。「タルタルソース」「エスカベッシュソース」「ネギソース」などサッパリと食べられるソースをかけて販売したい

天ぷら、フライ												23年	
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	1316	1022	1003	1108	1048	1072	1017	1090	1175	1118	1112	1086	1386
購入数量													
平均単価													
評価	107.95%	107.91%	106.81%	112.03%	103.45%	100.94%	102.31%	104.80%	107.20%	112.13%	107.64%	109.58%	105.31%
コメント	消費支出増												



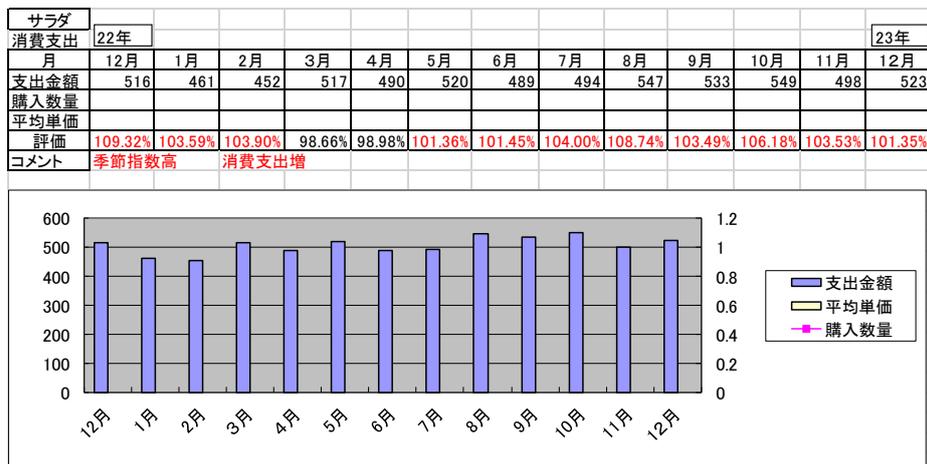
#### チキン南蛮

宮崎「おぐらのチキン南蛮」。鶏ムネ肉に衣をつけて揚げ、南蛮酢に浸けてたっぷりの自家製タルタルソースをかけた料理。人気のポイントはタルタルソースが余るほどの量があること。タルタルソースの量で差別化を図っている



## 5. サラダ

サラダは春に需要が高まるにもかかわらず、昨年は3月、4月と前年を割ってしまった。カット野菜との競合も考えられるが、カット野菜とバッティングしない商品を販売したい。売場づくり 定番の「ポテトサラダ」「マカロニサラダ」「スパゲッティサラダ」に生野菜を混ぜた付加価値の高い商品を販売したい。家庭でカット野菜を混ぜることも提案したい



### 7種の生野菜入りポテトサラダ

ポテトサラダベースにカット野菜を混ぜたもの。「練りサラダ+生野菜サラダ」の「ハイブリッドサラダ」だ。キューピーさんの研究によると、ポテトサラダは作りたてよりも少し日を置いたほうが糖質の吸収が抑えられるという

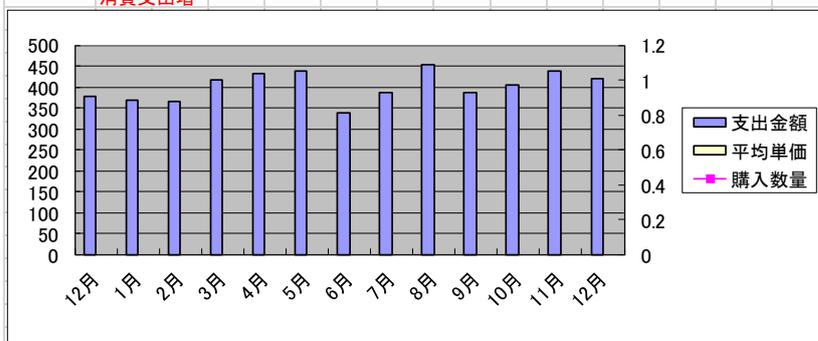


## 6. 中華食 外食

外食の消費動向も見る必要がある。「中華食」は3月から5月がよく食べられていることに注目。4月、5月は「中華フェア」や「エスニックフェア」を企画したい  
売場づくり 中華弁当、中華丼、酢豚、餃子、焼売、小籠包など、弁当と単品料理で「中華フェア」を実施する。売れ筋は定番で継続販売する。

中華食	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	379	369	364	417	433	438	337	388	452	387	405	438	420
購入数量													
平均単価													
評価	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	×	○	○
コメント	103.55%	103.94%	135.82%	125.60%	134.47%	110.32%	106.30%	118.65%	119.57%	124.03%	99.02%	117.11%	110.81%

消費支出増



### セブンイレブンの中華フェア

コンビニであるためアウトパックのチルド弁当。インスタと違い消費期限が長いのが特徴であるため、まとめ買いも可能だ。アイテムは「香ばし炒めのチャーハン」「麻婆チャーハン」「香ばし炒めの中華丼」「ホイコーロー飯」。どれもチルド弁当で企画した



## 1. あんかけ焼きそば、皿うどん

春野菜を使った「あんかけ焼きそば」と「皿うどん」。「あんかけ焼きそば」は中華蒸し麺を焼いてあんをかけたもの。「皿うどん」は揚げ麺にあんをかけたもの。スープの多い中華あんに揚げ麺をセットしてもおもしろい。中華あんを使った中華丼も販売したい



## 4月の育成商品

### 1. 相盛りカレー

気温が上がるにつれてカレーの需要が高まる。インド、パキスタンカレー店は何種類か選べるが、惣菜売場は単品が多い。カップに入れたダブルカレーにタンドリーチキン、フライドチンをトッピングするなどの工夫して販売する



## 2. 揚げ出し豆腐

冷凍の衣付きの豆腐を揚げてタレを絡めたもの。居酒屋の人気メニューであるため惣菜売場でも品揃えしたい。豆腐料理は安価でヘルシーな料理。1人2個~3個は食べられるため大型パックも販売したい



## 3. 揚げ大根餅

中華点心の人気メニュー。大根餅は普通蒸されて出されるがこれは油で揚げたものであるため惣菜のバックヤードでも製造できる。外はパリッとした新食感。中華フェアと一緒に販売したい。



#### 4. 春の野菜サラダ

ヤングリーフの上に竹の子、菜の花、白魚天ぷら、生麩などをトッピングした「春の生野菜サラダ」。豆乳ドレッシングが添付されている。トッピングを変えるだけで季節感をだすことができ付加価値も高まる



#### 5. 新竹の子煮

高野豆腐と新竹の子の煮物。青果売場に竹の子の出る時期に「新竹の子の煮物」を販売したい。竹の子の生える時期に「木の芽」も出始めるため一緒に盛り付けたい



#### 6. 桜餅

「桜餅東西対決」。関東は小麦粉の皮を使った桜餅、関西は道明寺(米を蒸したもの)を使った道明寺桜餅。最近は道明寺の桜餅もポピュラーになった。2種類の桜餅(冷凍)を盛り合わせて「東西食べ比べセール」を企画したい

