

「店舗に贈る！ GW、直前対策 惣菜

城取フードサービス研究所

城取 博幸

「売れる日、売れない日」のマーチャンダイジング

今年のGW 前半は4月27日(土)、後半は5月3日(金)～6日(月)の4日間。中日は30日(火)～5月2日(木)。連続休暇を取れば10連休となる。

昨年の日別販売数量、値引き数量、廃棄数量、最近の動向も考慮に入れてムダのない販売計画と製造計画を立てる。「売れる日」「売れない日」のメリハリをつけて販売する。

GWの加工商品と外食の日別動向(商務省家計調査日別動向より)

5月の消費動向

23年5月の家計調査は、食料品計は105.7%。外食、給食を除く食費は104.2%の増。外食、給食は113.5%の増であった。

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5月)は、食品売上高は既存店3.1%の増、全店計は4.4%増。

生鮮三部門は2.6%増(青果5.5%増、水産2.8%増、畜産0.8%減)、日配品は3.9%増、一般食品3.2%増。惣菜は3.3%増であった。

最近の日配部門と惣菜部門の売上が好調。生鮮素材よりも加工食品の成長が見られる。畜産部門の落ち込みは「肉惣菜」の販売のチャンスだと思った方がいい

外食と調理食品の日別比較

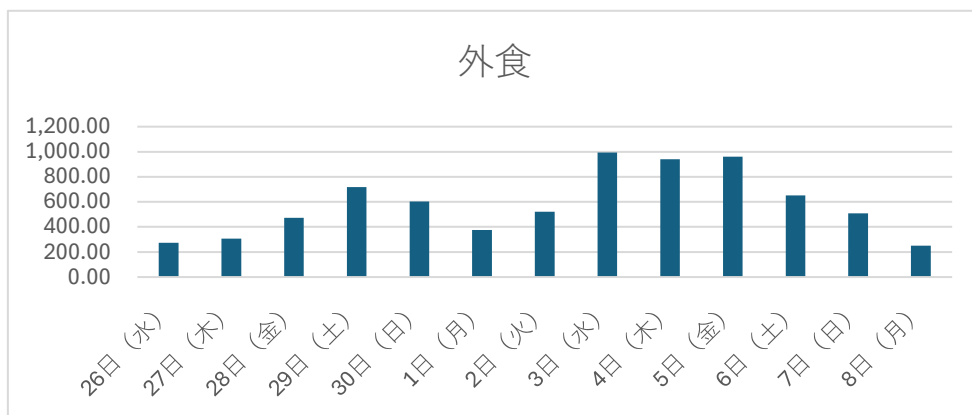
外食と内食のボーダレスから外食の動きも見る必要がある。外食の需要が高まる日はGW前半の29日(土)と連休中の3日(水)、4日(木)、5日(金)であった。5日の「子供に日」を境に需要は低迷した。

調理食品の需要が高まる日は、同じく29日(土)と3日(水)～5日(金)に需要が高まるが、中日は外食に比べて浮き沈みの幅が狭い。外食の日別消費支出はピークで約1万円、調理食品は約5千円。

今年の27日土曜日は、外食、内食の需要がピークであるため、外食に負けないようにしたい。後半の3日(金)～5日(日)は外食との戦いとなる。外食グレードの商品を半額程で販売したい。6日(月)も連休であるが故郷から帰る時期であるため、ご馳走メニューは控えた方が無難だ。

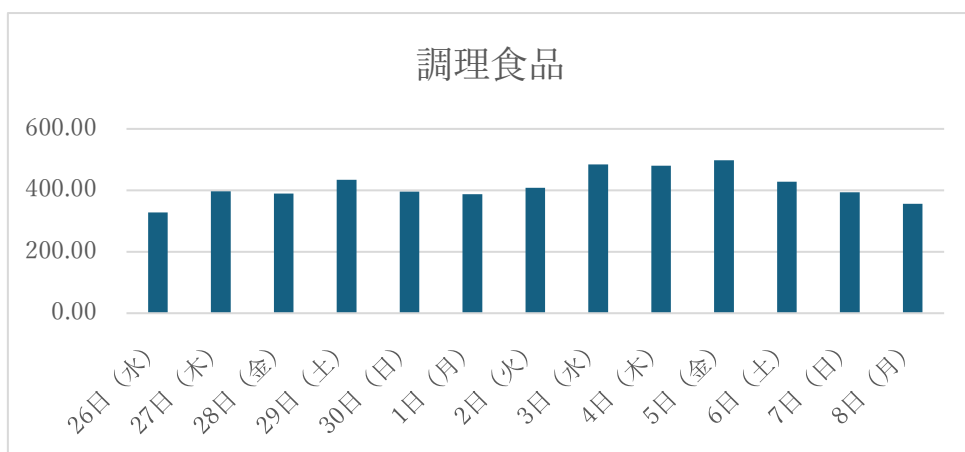
外食の日別消費支出

29日、3日～5日は吐出。他の日の落ち込みは調理食品に比べて激しい



調理食品の日別消費支出

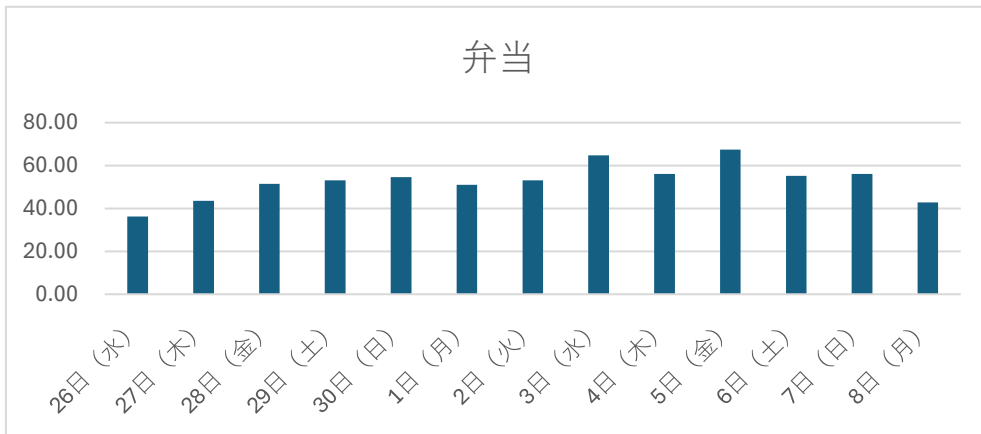
3日～5日は吐出しているが他の日はほぼ安定した消費である



調理食品カテゴリ別日別動向

1. 弁当

弁当は3日(水)と5日(金)に需要は高まるが、他はあまり大きな変化は見られない。
GW前(26日)と後(8日)の動きが悪いため作り過ぎに注意する。



寿司弁当

トレー下半分を太巻、細巻、具入りいなり、上半分を幕の内弁当の具材を詰めた寿司弁当。寿司部門と連携した弁当だ。行楽や子供の日の弁当として訴求したい。



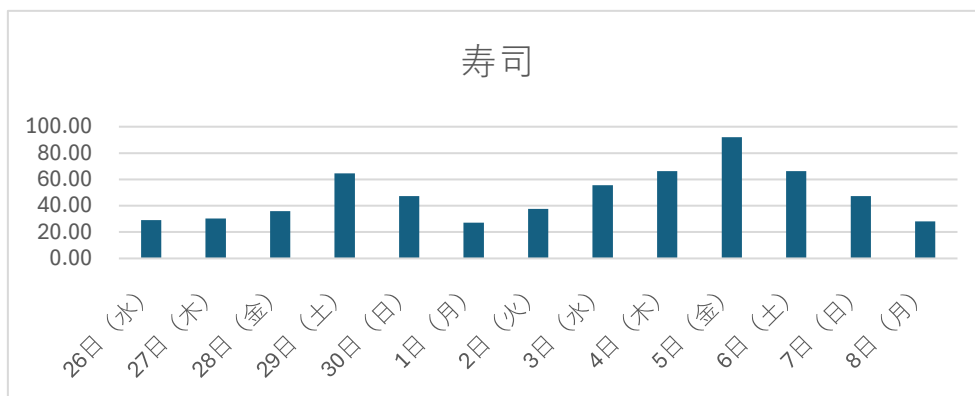
キッズメニュー

子供の日のメニューとして、子どもの好きなハンバーグ、オムレツ、ウィンナー、エビフライ、チキンナゲット、フライドポテト、ごはん、フルーツゼリーを盛り合わせたプレートの開発。一緒にキャラクターかまぼこをトッピングした「ぶっかけうどん」もセットにしたい



2. 寿司

昨年5月の消費支出は残念ながら前年(98.3%)を下回ってしまった。今年は鱒の寿司、笹寿司、柿の葉寿司、バッテラ寿司、棒寿司など「全寿司弁当祭り」などを企画して売上アップを図りたい。GW初日と5日が売れる日



にぎり寿司

人気のネタを2貫盛り合わせたもの。回転寿司でも一皿2貫出されるので、2貫盛りもあってもよい。絞り込むことで寿司ネタの管理も楽だ。細巻と一緒に盛れば付加価値が高められる



柿の葉寿司

柿の葉寿司は奈良、和歌山、石川、鳥取地方の郷土料理。個包装になっているため乾燥も少ない。インスタでは製造できないため専門メーカーのものを仕入れて販売する。行楽にもおもてなしでも重宝して使える



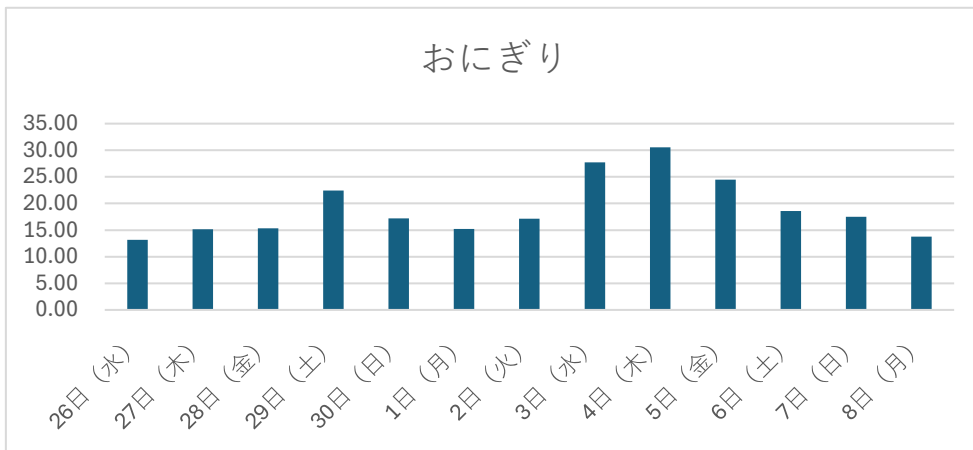
押し寿司

福井の押し寿司弁当。6種類のネタが盛られている。特徴は押しずしをつくる調理器具がそのまま使われている。残った器具で家庭でも押し寿司をつくることのできるリユース容器だ。皿に盛りつければおもてなし料理になる



3. おにぎり

おにぎりはGW前半のスタート日と3日、4日がよく動く。5日の子供の日からだんだんと動きが悪くなるので注意する。行楽おにぎりはインスタ製造よりアウトパックおにぎりの方が安全だ。GW初日、3日、4日が売れる日。



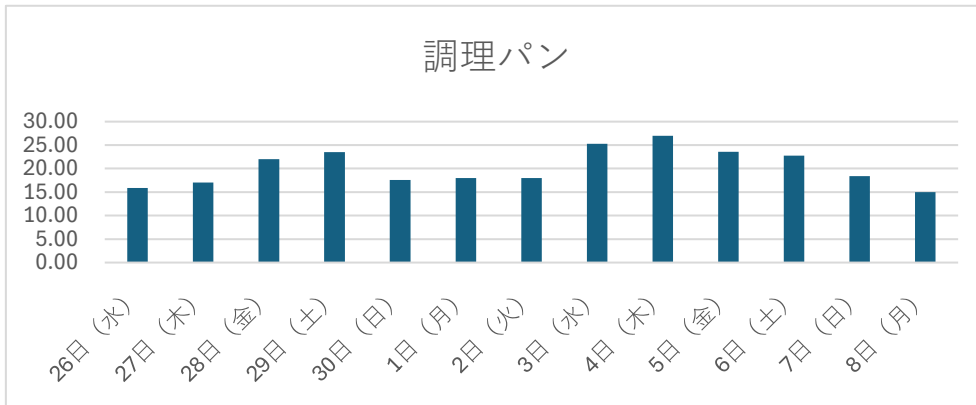
焼きおにぎり

焼きおにぎりは関東では醤油味、中部から東北かけては味噌焼おにぎりだ。冷凍食品の焼きおにぎりは醤油味であるため全国どこでも馴染みがある。できれば店内で焼いて温かいものを提供したい



4. 調理パン

調理パンもおにぎりの動きとほぼ重なる。4日、3日、29日の順に動いている。中3日の落ち込みが激しいため発注量、製造量に注意する。GW初日、3日、4日が売れる日。



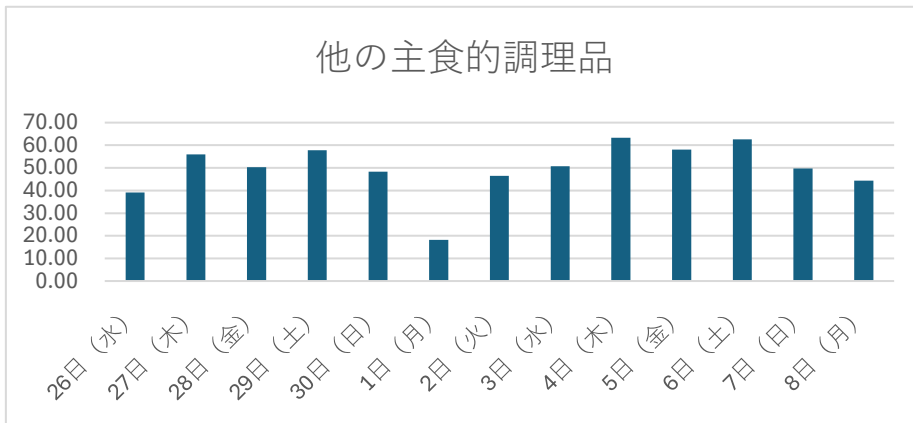
山賊焼バーガー

塩尻、松本地方の「山賊焼」をバーガーにしたもの。名古屋の「味噌カツ」、福井、福島、長野の「ソースかつ」、新潟の「タレかつ」、宮崎の「チキン南蛮」など地方のカツをバーガーにした商品提供をしたい



5. 他の主食的調理商品(スナック)

スナック類はGW前半と後半に二つの山ができる。GW初日、29日、4日、6日が売れる日。1日の落ち込みが激しいため注意する



アレンジピザ

基本となるマルゲリータピザを家庭で好みのトッピングをして再加熱すれば「我が家のオリジナルピザ」が完成する。できれば焼き前のチルドピザも販売したい。



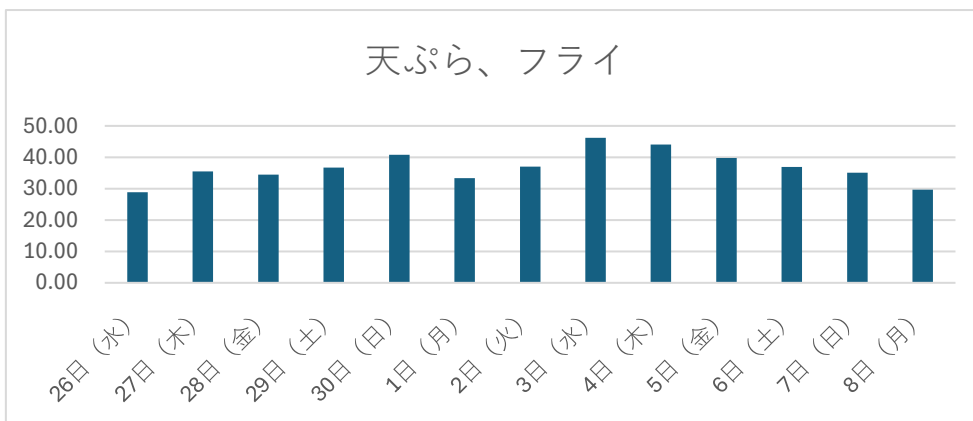
パンケーキ

鉄板のある店はホットケーキを製造してはどうか。専用ディスペンサーを使えば大きさが均一に焼ける。小さいサイズを3枚、5枚入りで販売するのもよい



6. 天ぷら、フライ

30日、3日、4日が売れる日。5日の「子ども日」は思ったほど動きがよくない。1日、2日は作り過ぎに注意。



エビフライ

エビフライ、エビ天は晴れの日の定番メニュー。大型のエビフライを8本~10本パックにして販売したい。タルタルソースも関連販売する



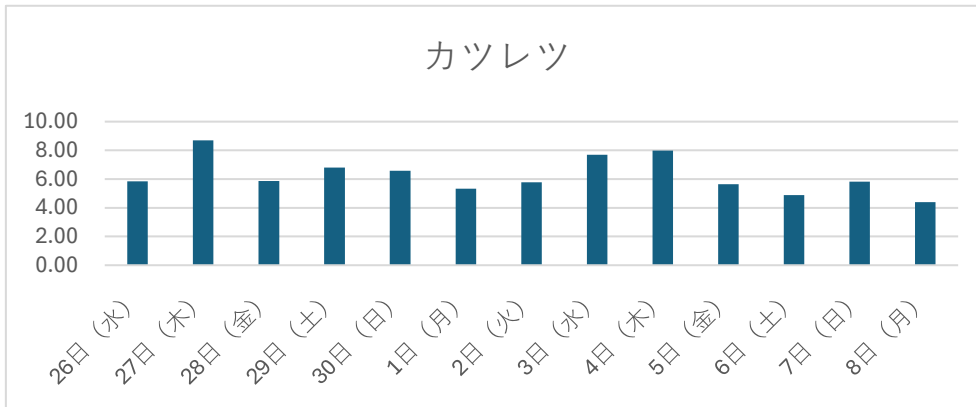
若鶏唐揚げ

鶏唐揚げはおやつ、ビール、チューハイのおつまみ、おかずとして幅広く食べられている。
GWは 300g、500gに大型パックを販売したい。



7. カツレツ

コロッケ、メンチカツ、チキンカツ、ハムカツ、串カツなどは普段のおかず。GW初日、3日、4日の谷間が売れる日。5日は思ったほど売れていない。



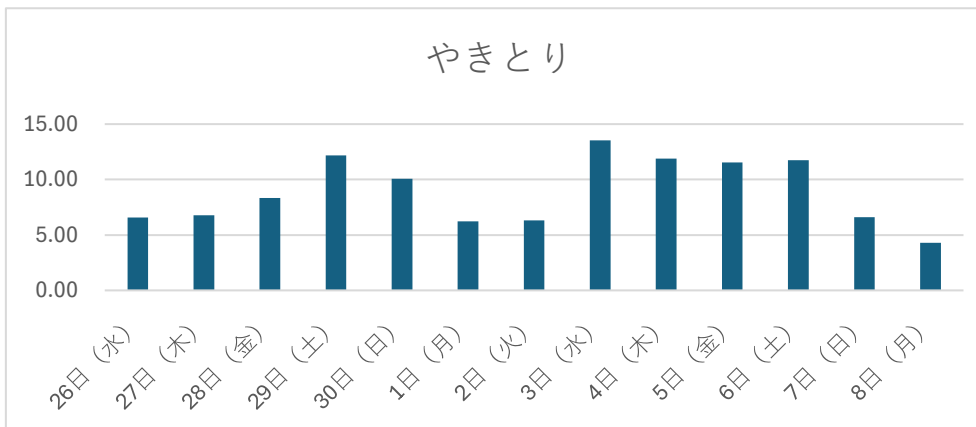
厚切りとんかつ

普段の2倍以上の柔らかい「厚切りとんかつ」を販売したい。売れる5月3日、4日に切り口を見せて販売する。



8. やきとり

3日、29日、4日の従に売れている。1日、2日、7日、8日の造り過ぎに注意。



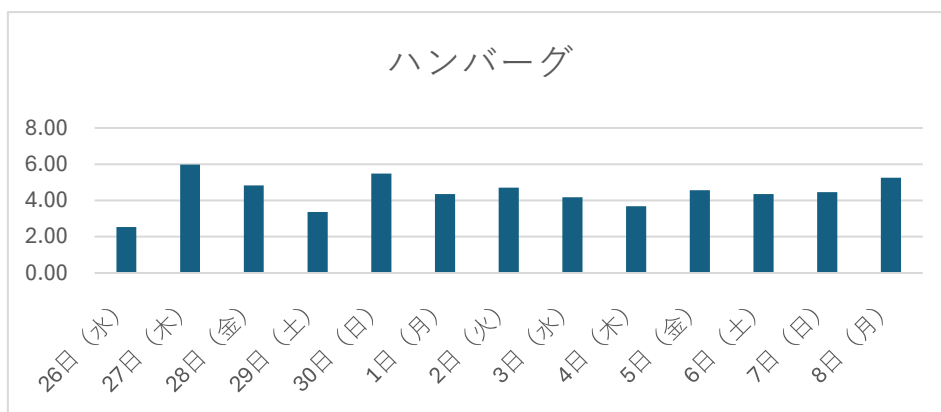
鶏半身焼き、鶏半身揚げ

鶏の半身を揚げたり、焼いたりした料理。インストが製造ではフライヤーで揚げた後にオーブンで加熱する方法がある



9. ハンバーグ

惣菜のハンバーグはご馳走になっていない。おかずよりお弁当需要の方が高い。売れる日はGW初日と30日と8日。ミニハンバーグ、ミートボールにも注力したい



ローソンのハンバーグ弁当 598 円

大きなハンバーグにデミグラスソースが添付されている



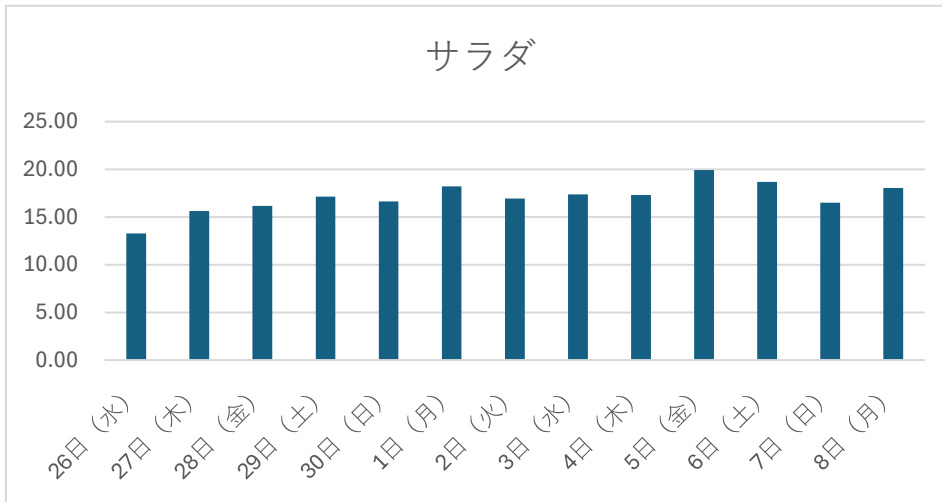
惣菜メーカーのハンバーグ 2 個入り弁当 298 円

小型のハンバーグが 2 個入った弁当。298 円は安い



10. サラダ

5日の「子供の日」が一番売れる。後は平均的な動きがみられる。「ポテトサラダ」や「マカロニサラダ」などマヨネーズベースから、ドレッシングベースの「生野菜サラダ」に需要が移る。「チョレギサラダ」の次は「ナムルサラダ」「ヤングパイヤサラダ」が期待できる



トトポス(トルティーヤチップス)サラダ

「アボカド」「チェダーチーズ」「サルサ」などディップをトルティーヤチップスと野菜サラダと一緒に提案したい。

