

2024 年5月、6 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

5月のイベント、行事対応

1 日(水)「メーデー」、2 日(木)「緑茶の日」、3 日(金)「憲法記念日」、4 日(土)「みどりの日」、5 日(日)「子供の日」、「チーズケーキの日」、6 日(月)「コロッケの日」、9 日(木)「アイスクリームの日」、12 日(日)「母の日」、「パンの日」、15 日(水)「ヨーグルトの日」、19 日(日)「シュークリームの日」、22 日(水)「ショートケーキの日」、29 日(水)「肉の日」

ゴールデンウィークは、行楽弁当材料、「子供の日パーティーメニュー」「キッズ商品」の訴求。「母の日ケーキ」の予約も忘れずに行う。後半は節約志向が高めるため基礎食品を訴求する。

6 月のイベント、行事対応

1 日(土)「牛乳の日」、5 日(水)「チーズケーキの日」、11 日(火)「麺の日」、12 日(水)「パンの日」、15 日(土)「いちごの日」、16 日(日)「父の日」、19 日(水)「シュークリームの日」、22 日(土)「ショートケーキの日」、29 日(土)「肉の日」

6 月は行事、記念日が少なく、小の月であるため需要が落ち込んでいるように見えるが、平月とさほど変わりはない。「父の日」は父親だけでなく「お爺ちゃん」向けの料理も考え和食を訴求する。「父の日ケーキ」の予約も行う

5 月の消費動向

23 年5月の家計調査は、食料品計は 105.7%増。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。

5 月の生鮮部門は精肉が若干前年を下回ったものの青果部門、水産部門は前年をクリアした。日配部門は 3.9%とナンバーワンの伸びであった。チルドの加工食品はこのところ好調に推移しているため売り逃ししないようにしたい

6月の消費動向

23年6月の家計調査は、食料品計104.2%の伸び、外食、給食を除く食費は103.5%の増。外食、給食は107.9%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6月)は、食品売上高は既存店3.5%の増、全店計は4.5%増。

生鮮三部門は1.5%増(青果0.7%減、水産2.2%増、畜産3.8%増)、日配品は6.2%増、一般食品3.6%増。惣菜は5.0%増であった。

6月は青果部門が前年を下回ったが、他の部門は前年をクリア。日配部門は6.2%の伸びであった。6月は祝日が少ないため普段の食品をしっかりと売ってゆきたい。梅雨のシーズンであるためストック商品の訴求もしっかり行う

日配商品のトレンド(総務省 家計調査より)

()内は5月前年比、6月前年比 小数点第2位切り捨て 赤字は前年クリア、黒字は前年割れ

① 5月、6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(102.4%、104.4%)、ちくわ(106.1%、109.6%)、牛乳(100.7%、104.9%)、豆腐(104.2%、104.8%)、納豆(111.8%、113.9%)、昆布佃煮(105.7%、135.9%)、コーヒー飲料(107.1%、109.4%)、アイスクリーム(109.0%、102.9%)

② 5月、6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(102.2%、104.7%)、食パン(100.2%、104.1%)、他のパン(103.1%、105.0%)、生うどん、そば(103.2%、104.9%)、チーズ(108.7%、110.4%)、卵(129.6%、133.4%)、他の漬物(102.3%、101.4%)、マーガリン(102.0%、101.9%)、ゼリー(111.2%、100.7%)、他の主食的食品(103.2%、106.7%)、果実、野菜飲料(104.4%、102.9%)、乳飲料(104.9%、110.4%)、乳酸菌飲料(118.1%、106.4%)

③ 5月、6月に需要は落ちたが前年を上回ったカテゴリー

揚げかまぼこ(107.1%、101.1%)、揚げ、がんも(106.8%、108.5%)、大根漬け(104.7%、100.0%)、白菜漬け(120.9%、110.2%)、他の和生菓子(102.8%、101.9%)、調理パン(110.4%、102.1%)

④ 5月、6月に前年を下回ったカテゴリー

かまぼこ(97.7%、100.0%)、魚介佃煮(107.6%、96.9%)、こんにゃく(106.4%、98.1%)、ヨーグルト(101.4%、98.5%)、バター(98.1%、108.7%)、梅干し(79.2%、89.7%)、ケーキ(96.2%、100.8%)、プリン(94.0%、95.3%)、他の洋生菓子(105.8%、96.0%)、冷凍調理食品(99.7%、105.9%)、焼売(104.1%、93.7%)、餃子(93.9%、96.4%)

「5月、6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)

5月、6月は豆腐、納豆、ちくわ、中華麺、牛乳などの基礎食品がよく動いた。お客は価格や健康に敏感になっているため基礎食品でも「松竹梅」の品揃えをしっかりと行う。

・需要はあまり変わらないが前年をクリアしたカテゴリー

パン(食パン、他のパン)が相変わらず好調。関連のマーガリン、チーズもそれに連れて需要が伸びた。5月、6月は夏物商品の「走り」である。牛乳、果実、野菜飲料、乳酸菌飲料、乳飲料などの飲料が好調であるだけに積極的に販売する。

・需要は落ちたが前年を上回ったカテゴリー

5月、6月は春物商品の「なごり」でもあるので深追いはしない。梅雨のシーズンで気温も低い日には煮物、おでんに使われる「揚げかまぼこ」「油揚げ、がんも」はウェザーマーチャンダイジングを行う

・前年を下回ったカテゴリー

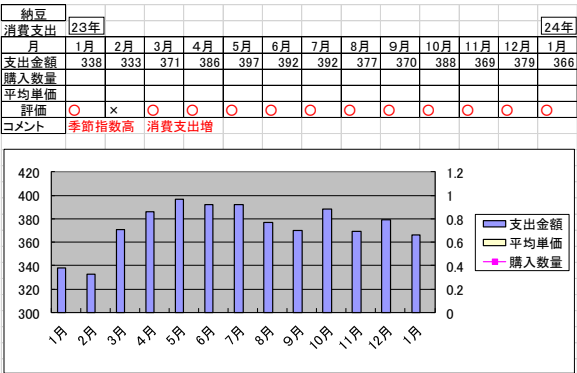
5月、6月連続して前年を下回ったカテゴリーは「梅干し」「プリン」「餃子」であった。好調であった冷凍調品が5月は久々に前年を下回った。販促を強化することで今年は前年をクリアしたい

5月、6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. 納豆

納豆は 11 カ月連続で前年クリア。5月は年間トップの需要であるため積極的に販売する
売場づくり 品揃えがマンネリ化しているため「テンペ」「そぼろ納豆」「麴納豆」「干し納豆」
など品揃え増やしたい



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

えだまめ納豆

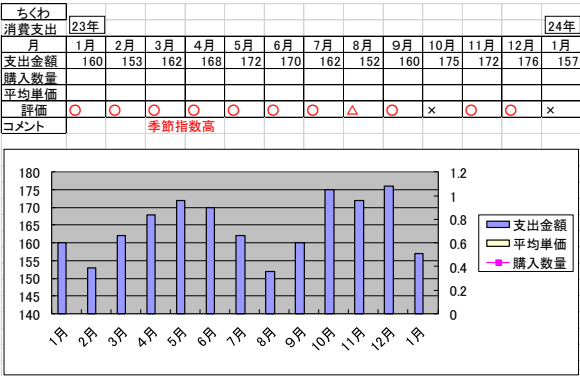
えだまめを納豆にしたもの。青果売場に生の枝豆も出始めるため、納豆も枝豆を売りたい。たれも付いているが塩で食べた方が枝豆本来の味が楽しめる



2. ちくわ

ちくわは春と秋によく売れる。春のピークは 5 月。春は生食と加熱需要、秋はおでん、煮物など加熱需要が高まる

売場づくり 気温の高い日は「生竹輪」、気温の低い日は「焼きちくわ」の販売を強化する



ビタミンちくわ

長野県でよく食べられているビタミン強化の焼ちくわ。和え物など生でも食べられる。揚げてよし、煮てよし、焼いてよしの万能のちくわ。売れる 5 月、6 月に販売を強化したい

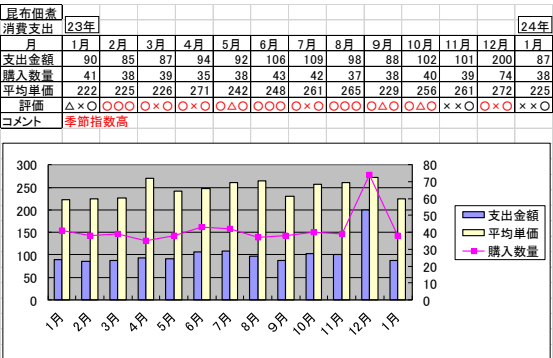


3. 昆布佃煮

昆布佃煮は 7 月に向けて需要が高まり前年もクリアしているゴールデンカテゴリーだ。

特に 7 月は 135.9%伸びた

売場づくり「辛子昆布」「胡麻昆布」「椎茸昆布」などの従来品の他に「野菜と昆布」を混ぜた新しい商品も販売したい



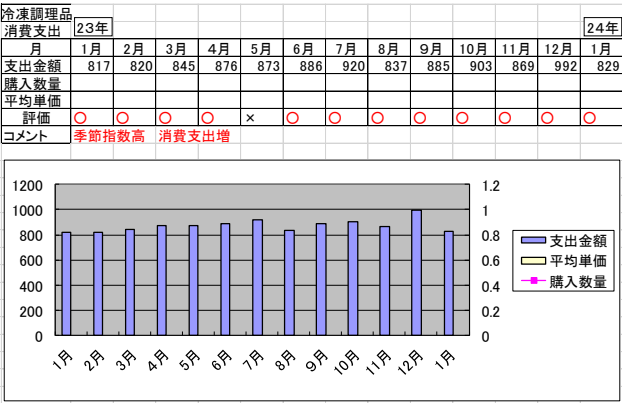
ごはんにかける ごぼうと昆布

細切りごぼうと切昆布を混ぜた糸引き商品。おにぎりの具やお茶漬けによく合う。きのこ
と昆布の組み合わせもおもしろい



4. 冷凍調理品

好調であった冷凍調理品は昨年 5 月に前年を割ってしまった。5 月から 7 月にかけて需要が伸びるだけに今年は販促を強化して前年をクリアしたい
売場づくり 今年は「世界の料理」や「デザート」など輸入品の販売に力を入れたい



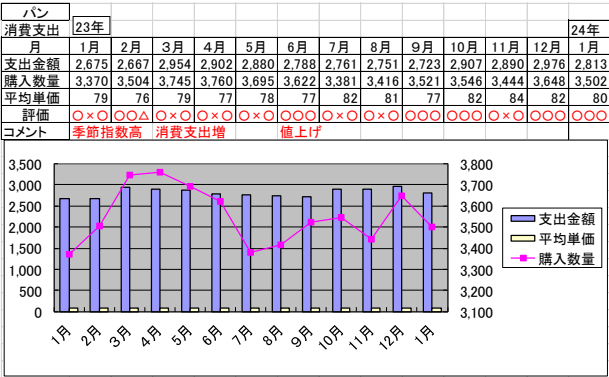
冷凍にんにく炸裂 ペペロンチーノ

ドンキの尖がった PB 商品。普段の 3 倍のにんにくを使用したペペロンチーノ。電子レンジで温めると強烈なニンニク臭いがするのが特徴。にんにく好きにはたまらない商品。NB では販売しないであろう尖がった商品がおもしろい



5. パン

食パン、菓子パンとも好調。パンは夏と冬に動きが悪くなるため、焼菓子などを販売する
売場づくり スコーン、ビスケット、クッキーなどの焼菓子の強化



ビスケット

キャラメル、グラハムレーズンビスケット。イギリスではスコーンと同じようにクロテッドク
リームとジャムをつけて食べるため、クロテッドクリームは定番化したい



6. マーガリン

5月から7月にかけて需要は変わらないが前年はクリアしている
売場づくり 菜種油やオリーブオイル、ココナッツオイルなどオレイン酸を含むマーガリン
も販売したい

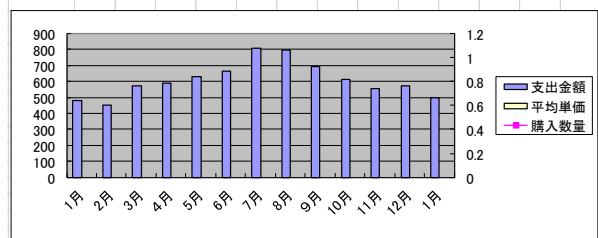
月	支出金額 (千円)	平均単価 (千円)	購入数量 (千単位)
1月	52	90	58
2月	52	90	60
3月	58	90	65
4月	58	90	60
5月	52	90	60
6月	52	90	62
7月	52	90	62
8月	50	90	58
9月	55	95	60
10月	55	95	60
11月	55	105	50
12月	58	115	68
1月	50	90	58

フムスは中東、地中海地方の家庭料理。ごまとひよこ豆をペースト状にしたもので、野菜やパンなどにディップして食べる。豆乳ヨーグルトと混ぜてドレッシングにしてもよい



果実、野菜飲料は 11 カ月連続前年クリアで 8 月まで需要が伸びる。

野宮ジュース														24年
消費支出	23年													24年
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	1月	
支出金額	478	451	574	590	632	665	809	795	693	612	553	573	498	
購入数量														
平均単価														
評価		x			o	o		o	o		o	o	o	
コメント	消費支出増 季節指数高													



サジージュース

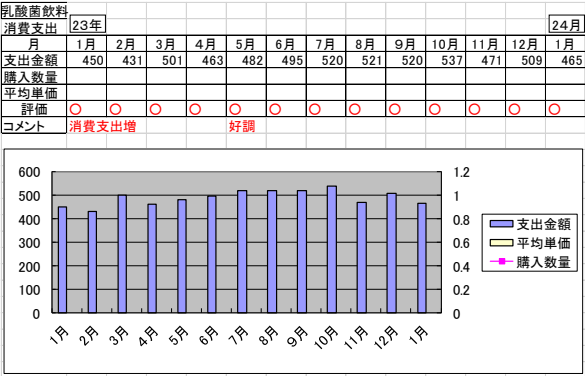
最近話題のサジージュース。サジーはグミ課の植物で約 300 種類もの栄養素が含まれているという。金額は張るが需要の高まる夏に販売したい。



8. 乳酸菌飲料

乳酸菌飲料は 13 カ月連続で前年をクリア。10 月まで需要が伸びるゴールデンカテゴリだ。

売場づくり 需要期を迎えるため 1ℓタイプ、500mlタイプ、シュリンクタイプと大型パックを販売したい



Y1000 6 個パック

宅配用の「ヤクルト 1000」は 7 本パック。市販用の「Y1000」も 6 本入りで販売されるようになった。ゴールデンウィークや梅雨の時期に大陳してはどうか



5月、6月の育成商品

1. 「焼きそばグー」、「だし粉」

焼きそばやお好み焼きがさらにうまくなる食材。「焼きそばのグー」はラードを取った脂かす。「だし粉」は魚粉。両方のうま味が焼きそばの味をよくする



2. コーン混ぜ飯の素

ホールコーンや缶詰めのコーンはあるが、ごはんに混ぜるだけの「混ぜご飯の素」はあまり見かけない。行楽のおにぎりやいなり寿司にも使える



3. ヤンニョムチキンソース、タッカルビソース

韓国産の韓国料理ソース。本格的な韓国料理が家でも楽しめる。ソースを少なめに使えば辛さは和らぐ



4. トッピングソース

レストランやファストフードでよく使われている黄色いチーズソース。家庭でハンバーグや鶏唐揚げにトッピングすればレストラン気分が楽しめる



5. 万田酵素 ソイヨーグルト、ドリンク

どちらも名称は「清涼飲料水」。ソイヨーグルトは「大豆ヨーグルト(乳製品不使用)」に植物発酵エキスと植物性乳酸菌を加えたもの。ドリンクは植物発酵エキス(野菜、くだもの)が主成分。「発酵」の力が期待できる飲料

