

2024年5月、6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

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最大のイベントは「子供の日ホームパーティー」です。寿司、オードブル、デザート、キッズメニューの訴求を行う。デザートを含めた「キッズオードブル」の提案ももしろい。

また、行楽メニューは「おにぎり」「調理パン」「スナック」の訴求と行楽帰りの夕食メニューを訴求する。「母の日」は洋食と母の日ケーキなどのデザートを訴求。5月後半からは節約志向が高まるため、コロッケ、メンチカツ、天ぷらなどの普段の食事の提案

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月最大のイベントは「父の日ホームパーティー」。「お酒のおつまみ」と「肉メニュー」を提案する。やきとり、ローストチキン、焼豚、牛焼肉、ローストビーフなどアイテムと売場を拡大して展開する。梅雨に入り食中毒の季節を迎えるため衛生管理には十分注意を払う。

5月の消費動向

23年5月の家計調査は、食料品計は105.7%。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。

最近の日配部門が惣菜部門の伸びを超えている。日配部門の売れ筋を把握して商品開発に役立てることも必要。畜産の落ち込みは「肉惣菜」の販売のチャンスだと思った方がいい

6月の消費動向

23年6月の家計調査は、食料品計は104.2%。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5月)は、食品売上高は既存店3.5%の増、全店計は4.5%増。

生鮮部門は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。

畜産部門、惣菜部門、日配部門、一般食品部門が売上を牽引した。生鮮部門の不振が続く、チルド、冷凍、常温の加工食品が伸びている。加工食品同士の組み合わせや惣菜に一手間加えるなどの提案をしたい

5月、6月の惣菜の消費動向(2023年家計調査二人以上の世帯より)

()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(105.4%、106.2%)、弁当(105.3%、105.8%)、おにぎり(118.4%、121.0%)、他の主食的調理品(103.2%、106.7%)、サラダ(101.3%、101.4%)、カツレツ(105.3%、106.7%)、天ぷら、フライ(100.9%、102.3%)、やきとり(100.8%、107.3%)、惣菜材料セット(201.1%、156.9%)

② 5月、6月に需要が落ちたが、前年を上回ったカテゴリー

調理パン(110.4%、102.1%)

調理パンはサンドイッチなど梅雨の時期は敬遠されたが、バーガーやドッグなど加熱済みの食材をサンドしたことで需要が伸びた。5月は「おにぎり」「調理パン」は二桁成長であったため売り逃しがないようにしたい

③ 5月、6月に前年を下回ったカテゴリー

寿司(98.3%、106.0%)、うなぎ蒲焼(98.6%、102.8%)、コロッケ(97.8%、105.9%)、焼売(104.1%、93.7%)、餃子(93.9%、96.4%)、ハンバーグ(92.3%、95.5%)

5月、6月どちらかが前年を割ったカテゴリーは「コロッケ」「焼売」。どちらも割ったカテゴリーは「餃子」と「ハンバーグ」であった。どれも「ミンチ物」だ。売れる時期ではないため製造量に注意したい。寿司は生寿司よりも伝統寿司に力を入れて販売する。うなぎは7月の「土用の丑」を控え「うな重」「うな丼」「セット物」は定番化したい

「5月、6月のMDポイント」

5月、6月連続して前年をクリアしたカテゴリー。相変わらず寿司を除く米飯類やスナックや揚げ物が好調。夏に向かいドレッシングを使ったサラダと酒のつまみとなるやきとりを強化したい。夏に向かい家庭での生魚、生肉の管理が難しくなるため加熱済み商品を扱う惣菜部門はチャンスである。

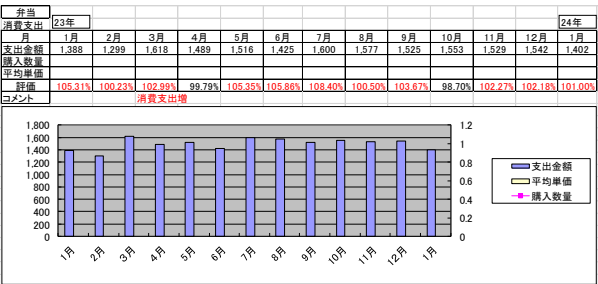
梅雨の食中毒シーズンに備えて寿司やサラダなどの「生食」の衛生管理はしっかりしたい。弁当、丼も生物は避けるようにしたい。また、冷蔵庫、冷凍庫の温度チェックも滞りなく行う。

5月、6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

弁当は梅雨の6月に需要が落ちるため日別製造量の修正を図りロスを削減する
売場づくり 食材が多い「幕の内弁当」より「かつ丼」「天丼」「うな重」などの丼物に重点を置いて販売する。米飯の「アレンジメニュー」も訴求したい



最香チキン弁当

ドンキの尖がり PB 弁当。にんにくが約 1 玉分がチキン照焼の上に載っている弁当。にんにく好きにはたまらない弁当だ。夏のスタミナ回復弁当



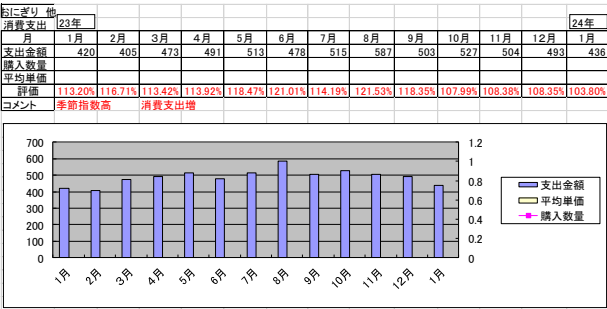
弁当のアレンジメニュー

少し手を加えればさらにおいしくなる。にんにくスライスとご飯をフライパンで炒めて「ガーリックライス」に、チキンもフライパン焼き直せばレストランクラスの料理になる

2. おにぎり

おにぎりは 13 カ月連続前年クリア。6 月は小の月であるため、おおむね安定した消費が予想される

売場づくり 梅雨の時期は「手造りおにぎり」の衛生管理には特に注意する。



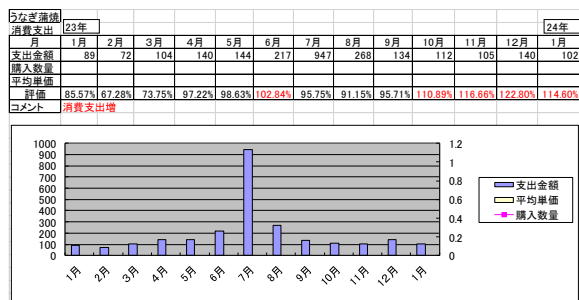
ライスピザ

これもドンキのピザ売場の商品。ライスバンズに食材とチーズを載せて焼いたもの。オーブントースターで焼いてさらにフライパンで裏の部分を加熱すればパリッとしてさらにおいしく食べられる。これもアレンジメニューだ



3. うなぎ蒲焼

うなぎの蒲焼は 6 月に前年をクリアしたものの、本番の「土用の丑の日」月の 7 月に前年を割ってしまった。今年は 5 月、6 月から「うな重」「うな丼」の販売に力を入れたい
売場づくり 丼コーナーにうな重を定番化する。関東は「関西の焼きうなぎ」、関西は「関東の蒸しうなぎ」を提案してはどうか



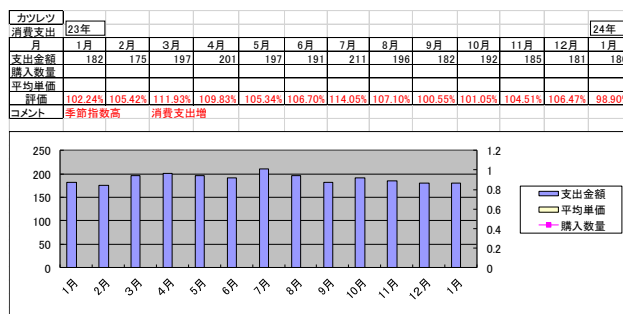
名古屋の「ひつまぶし」

うなぎは関東の「蒸し」、関西の「焼き」が一般的。名古屋の「ひつまぶし」は「焼き」である。ひつまぶしに限らず、今年は「関東風」「関西風」と 2 種類品揃えしたらどうだろうか



4. カツレツ

カツレツは 13 カ月連続で前年クリア。7 月は二桁の伸び年間トップであった。売場づくり 揚げ物は食中毒シーズンでは安心して食べられる料理だ。カツレツだけでなく天ぷら、フライ、唐揚げの販売にも力を入れる



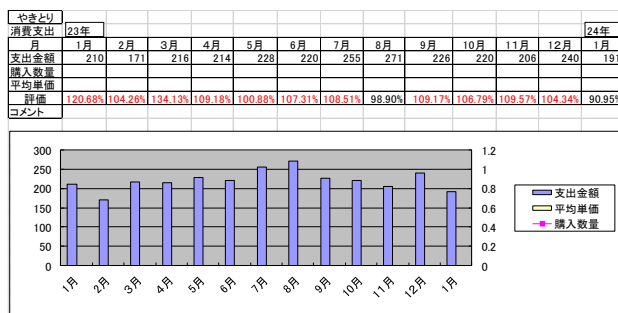
メンチカツ、ハムカツ

今年は「厚切りハムカツ」と「具たくさんメンチカツ」を提案したい。昔からのベーシック商品であるが安定して売れている。さらに内容を吟味して進化させたい



5. やきとり

やきとりは夏がピークだが残念ながら、昨年は前年を下回ってしまった。8 月は年間最大の需要期であるだけに今年は「ローストチキン」も強化して前年売上をクリアしたい
売場づくり やきとりは単品盛りだけでなく家族で食べることを考慮して「盛合せ」大型パックを販売したい。



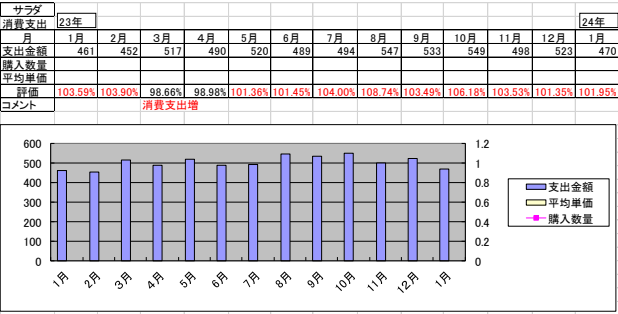
焼きイカ

屋台の夏の定番メニューの「焼きイカ」。やきとりと併売したい。包丁目が入りスチームオーブンで温めるだけの食材を探したい。焼き過ぎると固くなるので注意する



6. サラダ

サラダは 6 月と 7 月は需要が落ちるが、昨年 5 月、6 月は前年をクリアした。
売場づくり マヨネーズサラダからドレッシングサラダを主力に販売する。「チョレギサラ
ダ」などドレッシングとトッピング食材を工夫したい。焼野菜も販売したい



韓国風ナムルサラダ

イオン「まいばすけっと」で販売されている商品。大根サラダの上に中敷きを置き、ナムルを盛り合わせた少し贅沢な「韓国風ナムルサラダ」。少し金額は張るが「サラダランチ」として弁当代わりになることを訴求する



5月、6 月の育成商品

1. たれかつ丼

新潟の名物料理「たれかつ丼」。衣が薄く醤油ベースの味付けであるため、あっさりとしているのが特徴。たれかつ用パン粉づけとんかつとタレのセットで開発する。温泉卵もセットすればなおよい



2. イカの天ぷら

写真はイカの磯辺天ぷら。夏に向けて生いかの需要は落ちるが、おつまみ、おやつ需要溶いて「イカリング唐揚げ」「焼きイカ」の需要が高まるため、イカの天ぷらも忘れずに訴求したい。



3 サバの味噌煮

昨年生サバ、冷凍サバの需要は6月が年間トップであった。家庭ではなかなか煮魚をつくる機会が減っているため、サバの動く5月、6月に「サバの味噌煮」「サバの醤油煮」「サバの南蛮漬け」を訴求したい。



4. 山賊バーガー

長野県塩尻、松本名物の「山賊焼き」。にんにくの効いたチキン竜田揚げだ。フライドチキンバーガーに加えて地方名産の「山賊焼きバーガー」も販売したい



5. 柿の葉寿司

「柿の葉寿司」「鱈の寿司」「笹寿司」「棒寿司」などの伝統寿司は日本各地にある。梅雨の時期には生寿司より日持ちのする伝統寿司を販売したい。平日はパーソナルパック、週末はファミリーパックを販売



6. 世界の料理、デザート

業務スーパーで販売されている冷凍の「オーストラリア産ミートパイ」「ポルトガル産のエッグタルト」「フランス産のカマンベールパイ」。冷凍食品をオーブンで温めるだけのものをスイーツコーナーで販売した

