

2024年7月、8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

7月のイベント、行事対応

「半夏生」1日(月)、「穴子の日」5日(金)、「七夕」7日(日)、「盆の迎え火」13日(土)、「パリ祭」14日(日)、「盆」13日(土)～16日(火)、「海の日(祭日)」15日(月)、「土用の丑の日」24日(水)、「パリオリンピック」7月26日(金)～8月8日(日)、夏休み

・「半夏生」半夏生は稲がしっかり根着くことを願う行事。関西では「たこ」、福井では「サバ」、愛媛県では「うどん」が食べられる。「半夏生ご当地料理特集」を企画して該当商品を販売したい。

・「七夕」七夕の行事食は「そうめん」。チルドの調理済みソーメンは大型パックも販売したい。関連商品として「味付けいなり」「椎茸の甘露煮」「錦糸卵」「紅生姜」を訴求

・「土用の丑の日」24年の「土用の丑の日」は、7月24日(水)と8月5日(月)の2日。夏の土用の丑の日は、季節の変わり目の体調崩しやすい時期に栄養のある「うなぎ」を食べて英気を養うというもの。「奈良漬け」「新生姜漬け」「紅生姜」「卵焼き」「うまき」の訴求

・「パリオリンピック、パラリンピック」オリンピックは7月26日(金)～8月11日(日)パラリンピックは8月28日(水)～9月8日(日)。ロングランでテレビスポーツ観戦が続く。重点販売商品は冷凍の「スナック類」。「フライドポテト」「鶏唐揚げ」「ピザ」「フライドチキン」など手でつまんで食べられるメニューを訴求する

8月のイベント、行事対応

「土用の丑の日」5日(月)、「広島平和記念日」6日(火)、「立秋」7日(水)、「長崎平和の日」9日(金)、「山の日」11日(日)、「パリオリンピック閉幕」11日(日)、「振替休日」12日(月)、「旧盆迎え火」13日(火)、「終戦記念日」15日(木)、「旧盆送り火」16日(金)、「処暑」22日(木)

・「土用の丑の日」今年7月の「土用の丑」と、8月5日(月)の「二の丑」がある。真空パックの「うなぎの蒲焼」や「うなぎご飯の素」「うなぎ茶漬け」の訴求

・「旧盆」旧盆の帰省客や訪問客に郷土料理の「精進料理」と「おもてなし料理」を提案したい。「精進料理」は植物性たんぱくを使った料理。和日配は「煮物材料」「漬物」「佃煮」「ソーメン」の訴求。「おもてなし料理」は地元の食材を使った郷土料理を提案する

7月の消費動向

23年7月の家計調査の前年比は、食料品計は105.8%。外食、給食を除く食費は105.2%の増。外食、給食は110.2%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7月)は、食品売上高は既存店4.1%の増、全店計は5.5%増。

生鮮三部門は2.7%増(青果2.9%増、水産2.7%増、畜産2.4%増)、日配品は6.2%増、一般食品4.0%増。惣菜は4.8%増であった。

日配部門は6.2%と部門では最大の伸びを示した。郷土料理を含め今年も売り逃しがな
いようしっかり準備したい

8月の消費動向

23年8月の家計調査の前年比は、食料品計は105.9%。外食、給食を除く食費は102.9%の増。外食、給食は121.3%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8月)は、食品売上高は既存店4.7%の増、全店計は5.7%増。

生鮮三部門は2.3%増(青果2.1%増、水産3.5%増、畜産1.7%増)、日配品は7.0%増、一般食品5.6%増。惣菜は5.9%増であった。

8月は盆を過ぎれば秋の味覚に変わるため、夏物商品は絞り込み秋物商品の導入を図る

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 7月、8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(104.5%、103.7%)、牛乳(102.8%、106.8%)、豆腐(106.7%、104.5%)、ゼリー(113.5%、10.6%)、アイスクリーム(108.8%、112.8%)、調理パン(105.6%、102.9%)、焼売(112.5%、107.2%)、他の主食的食品(109.3%、108.9%)、コーヒー飲料(101.0%、107.0%)、果実、野菜飲料(114.5%、105.1%)、乳飲料(113.5%、114.4%)、

② 7月、8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

生うどん、そば(104.9%、108.0%)、バター(100.0%、100.0%)、チーズ(104.9%、104.9%)、卵(131.9%、131.5%)、白菜漬(102.5%、100.0%)、他の漬物(100.4%、102.1%)、乳酸菌飲料(106.1%、105.4%)

③ 7月、8月に需要は落ちたが前年を上回ったカテゴリー

パン(103.0%、103.0%)、食パン(103.5%、101.6%)、他のパン(102.7%、103.6%)、揚げ、がんも(109.6%、104.3%)、ちくわ(108.0%、100.0%)、納豆(109.1%、107.4%)、昆布佃煮(119.7%、118.0%)、冷凍調理食品(105.8%、101.2%)

④ 7月、8月に前年を下回ったカテゴリー

揚げかまぼこ(105.8%、96.7%)、かまぼこ(93.1%、100.4%)、魚介佃煮(97.0%、111.6%)、ヨーグルト(98.6%、99.4%)、こんにゃく(101.1%、7.9%)、梅干し(93.2%、97.7%)、大根漬(94.2%、110.9%)、マーガリン(108.3%、98.0%)、他の和生菓子(98.0%、103.9%)、ケーキ(98.3%、100.5%)、プリン(89.7%、89.2%)、他の洋生菓子(99.4%、108.1%)、餃子(93.9%、93.3%)

「7月、8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)

牛乳、飲料、ゼリー、アイスクリームなどの「涼味食品」が好調であった。オレンジジュースの値上げもあるが「低果汁飲料」「機能性飲料」などで対応したい

・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

漬物は刻み漬けなど日持ちのする真空パックされたものを大陳して販売する。バター、チーズ、卵など朝食や洋食に使われる商材も忘れずに販促を強化する。

・需要は落ちたが前年を上回ったカテゴリー

朝食食材は「朝食しっかり」キャンペーンで需要の掘り起こしを図る。夏に需要が落ちるが相変わらずパン類が好調。朝食、おやつ需要をターゲットに販促強化。

・前年を下回ったカテゴリー

前年割れも90%台のカテゴリーが多いため販促次第で前年をクリアできる可能性があるため、前年を割った商品の販促を強化する

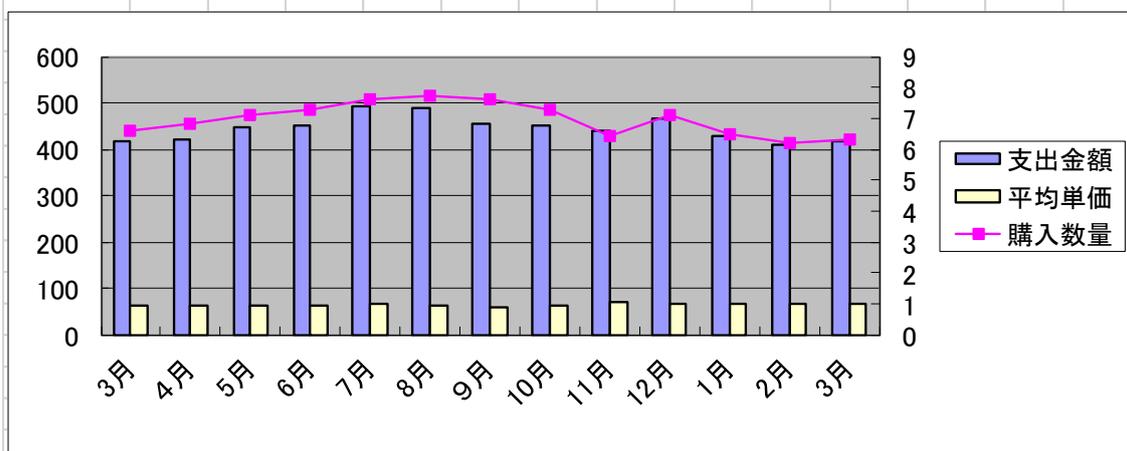
5月、6月の重点販売カテゴリー

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. 豆腐

7月、8月の豆腐は年間最大の需要高で前年もクリアしているゴールデンカテゴリー。「やっこ需要」だけでなく「豆腐デザート需要」や電子レンジで温めるだけの「タイパ需要」も狙いたい

豆腐	23年												24年		
消費支出	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月		
支出金額	416	419	446	452	493	488	454	451	438	466	427	408	416		
購入数量	6.6	6.8	7.1	7.3	7.6	7.7	7.6	7.3	6.4	7.1	6.5	6.2	6.3		
平均単価	63.2	61.3	62.5	62.1	64.6	63.6	60	62	68.5	65.3	65.6	65.8	66.3		
評価	○×○	○○×	○○×	○○×	○×○	○○○	○○×	○△○	○×○	○○×	××○	○○×	△×○		
コメント	季節指数高		消費支出増												



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

真空焼豆腐、生揚げ

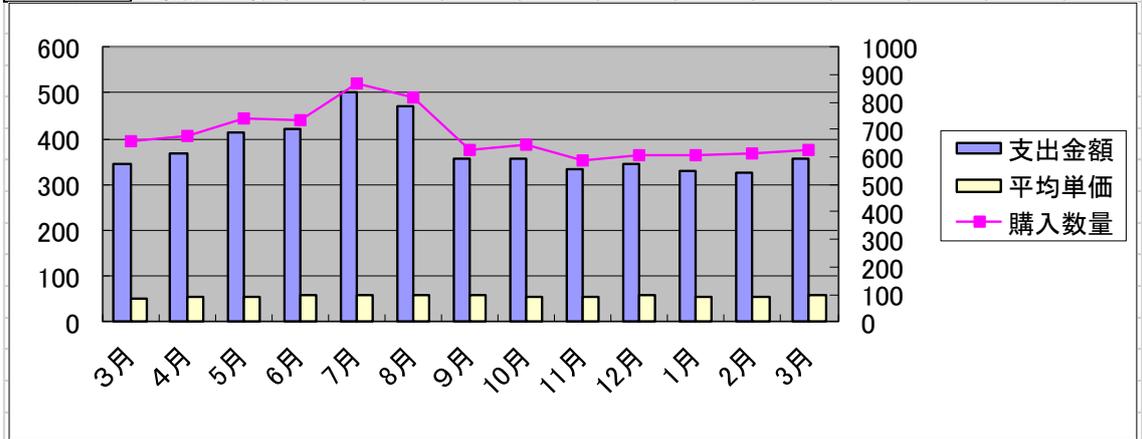
東北地方の定番商品である真空パックの「やわらか焼豆腐」と「ふっくら生揚げ」。空気に触れていない分酸化が少なく保存が効く。煮物や夏おでんに提案したい



2. 中華麺

今年はオリンピック年であるため内食、中食需要が期待できる。今月は「チルド調理麺」と「冷凍調理麺」に注力して販売する

中華麺														24年
消費支出	23年													
月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
支出金額	346	367	415	423	501	471	356	355	332	346	331	325	358	
購入数量	657	676	742	736	869	818	624	644	589	605	604	613	626	
平均単価	52.7	54.3	55.9	57.5	57.7	57.5	57	55.1	56.4	57.2	54.8	52.9	57.2	
評価	△×○	○×○	○×○	○×○	○×○	○×○	○×○	○×○	○×○	○×○	××○	○×○	○×○	
コメント	消費支出増													



具たくさん冷し中華

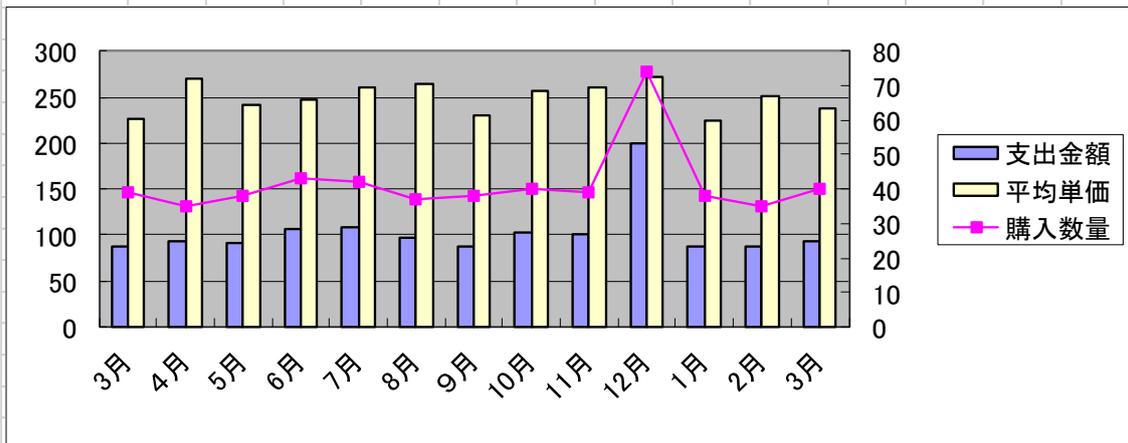
冷し中華のトッピングは「刻みハム」「錦糸卵」「きゅうり」「紅生姜」が標準的だが、今年はさらに「かにかま」「スライスチャーシュー」「蒸し鶏」「ひたしまめ」「チーズ」などを加えた「豪華版」をPOP等で提案したい。



3. 昆布佃煮

昆布佃煮も夏に需要が伸びる。刻み昆布の佃煮だけでなく「昆布巻(小、中、大)」の品揃えもしっかり行いたい。東北の「醤油昆布」もおもしろい

昆布佃煮														24年	
消費支出		23年													
月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月		
支出金額	87	94	92	106	109	98	88	102	101	200	87	87	94		
購入数量	39	35	38	43	42	37	38	40	39	74	38	35	40		
平均単価	226	271	242	248	261	265	229	256	261	272	225	250	238		
評価	○×○	○×○	○△○	○○○	○×○	○○○	○△○	○△○	××○	○×○	××○	○×○	○○○		
コメント	消費支出増														



昆布巻

盆のおもてなし料理に縁起の良い「昆布巻」をメニューに加えたい。真空パックで日持ちがするため店でも家庭でも管理が楽だ



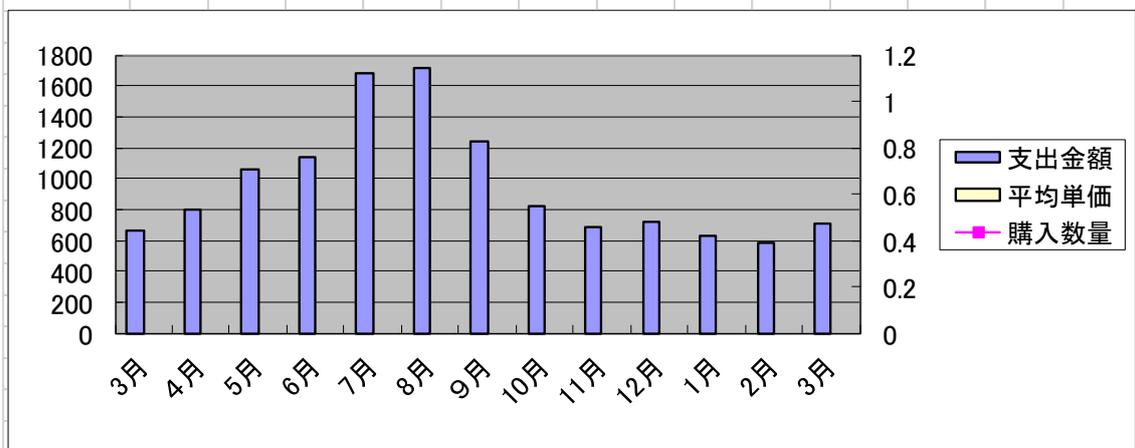
4. 焼売

夏にも焼売は売れる。餃子はフライパンが必要だが、焼売はセイロを使わなくても電子レンジで加熱できる。夏は「焼き焼売」も提案したい

5. アイスクリーム

アイスクリームはグラフを見て通り夏にピークを迎える。内食需要が高まるため大型パックも販売したい。「氷菓+カットフルーツ」などの「台湾スイーツ」も提案したい

アイスクリーム													
消費支出	23年											24年	
月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
支出金額	665	797	1063	1142	1683	1710	1234	823	682	724	633	581	703
購入数量													
平均単価													
評価	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
コメント	季節指数高 消費支出増												



冷凍デザート

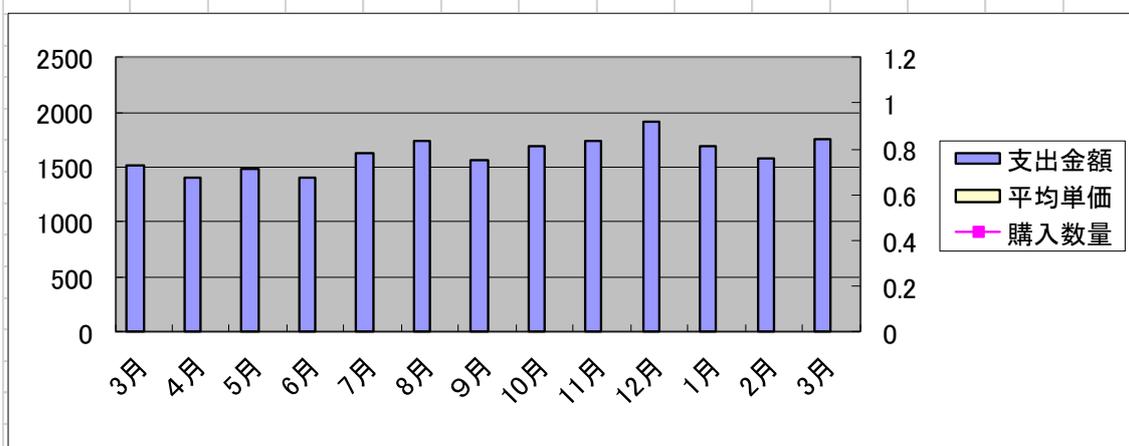
アイスクリームと冷凍ケーキがボーダレス化している。冷凍ケーキを解凍せず凍ったまま食べるケースが増えている。冷凍ケーキはアイスクリーム売場の隣にコーナー化して陳列する



6. 他の主食的調理品(スナック類)

子供が夏休みになるためおやつ需要として、冷凍のお好み焼き、たこ焼き、焼きそば、カレーライス、ピザなどのフェースを拡大して販売する

スナック	23年												24年		
消費支出	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月
支出金額	1514	1410	1477	1405	1633	1737	1570	1690	1732	1922	1698	1575	1759		
購入数量															
平均単価															
評価	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○		
コメント	消費支出増				好調										



ナン 5枚入り

子供には大型のナンは量が多い。写真は小型サイズのナンを5枚袋に詰めたもの。食べ切るのに丁度いいサイズだ



レトルトスープカレー&小型ナン

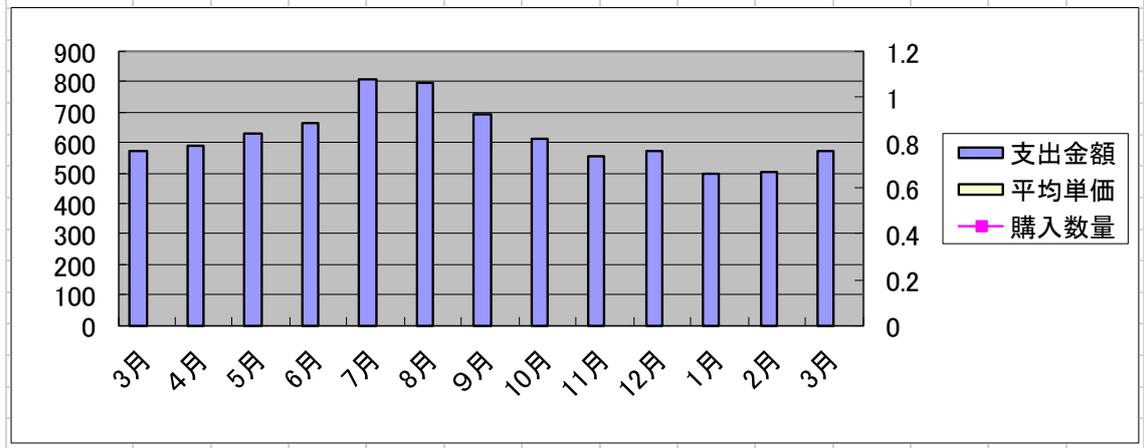
夏は「フンドボーカレー」などの濃厚なカレーより、サラッとした野菜スープカレーを提案したい。家庭でレトルトスープカレーに夏野菜をプラスしてもよい



7. 果実、野菜飲料

果実、野菜飲料は今年3月以外連続で前年クリア。売れる7月、8月は少しグレードの高い飲料を販売したい

果実、野菜ジュース													24年	
消費支出													23年	
月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
支出金額	574	590	632	665	809	795	693	612	553	573	498	503	572	
購入数量														
平均単価														
評価	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	×	
コメント			季節指数高											



キャップ付き飲料

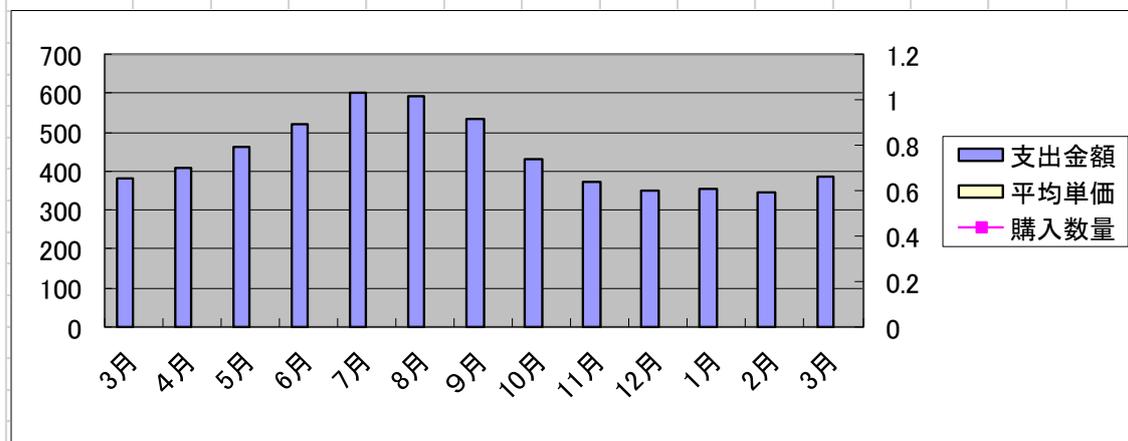
「野菜ジュース」「果汁飲料」など多くの商品が発売されている。カップ飲料同様にキャップ付き飲料をまとめて縦割り陳列している店もある。紙パックに比べて衛生的であるため行楽にも適していることを訴求する



8. コーヒー飲料

コーヒー飲料も好調。カップ飲料は有名コーヒー専門店の特集を組むなど売れる時期に販促を強化したい。1ℓ、500mlタイプもキャップ付パックを販売したい

コーヒー飲料													24年	
消費支出	23年												24年	
月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
支出金額	381	406	462	522	600	591	534	432	371	349	353	345	385	
購入数量														
平均単価														
評価	○	○	○	○	○	○	○	×	○	×	○	○	○	
コメント	季節指数高		消費支出増											



カップ飲料

カップ飲料は「果汁」「果汁入り飲料」「コーヒー」「乳飲料」「清涼飲料水」「ゼリー入り飲料」と様々だが、なるべくカテゴリー別にまとめて陳列したい。今年の注目商品はゼリー入り飲料。



7月、8月の育成商品

1. たまご豆腐

東北地方で売られている具の入った茶わん蒸しのような玉子とうふ。冷しても温めてもおいしい。日持ちもするので陳列ケース最下段で販売したい



2. 煮豆

盆の精進料理には「煮豆」も欠かせない。「金時豆」「白花豆」「お多福豆」「黒豆」「花豆」など真空パックとトレーパックで品揃えする。写真は「珈琲花豆」。和洋折衷の煮豆もおもしろい



3. おはぎ

盆に欠かせない「おはぎ」「あんころ餅」。「つぶあん」「こしあん」「ごまあん」「きなこ」「青のり」など地域に合わせた品ぞろえを行う。地域ナンバーワンの和菓子屋さんの商品も品揃えしたい。



4. レモンフェア

KALDIの「レモンフェア」。主にドライ食品、菓子であるが、チルドの「レモネード」「レモン入り飲料」「レモンゼリー」「レモンヨーグルト」などを加えてクロスマーチャンドライジングを行いたい



5. あんみつ、くず切り

夏の涼味食品である「あんみつ」「くずぎり」。常温保存が可能であるため平台やサイド陳列で大陳して販売したい。冷凍フルーツやアイスクリームとの組み合わせも提案したい



6. 台湾デザート「仙草凍」

「仙草」という植物のゼリー。アジア、中国ではゼリーでよく食べられている。「台湾ブーム」でもあるため、日本でも販売したい。写真は日本で販売されている缶詰仙草ゼリー

