

2024年7月、8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

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」。チルドの調理麺コーナーに「彩そーめん」や大容量「ファミリーパック」も品揃えしたい。

・「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。今年は2回あるので売上アップが期待できる

・「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「スナック類」。「フライドポテト」「チーズ巻き」「鶏唐揚げ」「フライドチキン」など手で摘まんで食べられるメニューを訴求したい

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。

8月のイベント、行事対応

8月の行事、記念日

「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」 今年は 7 月の「土用の丑」と、8 月 5 日(月)の「二の丑」がある。二の丑は 7 月の「土用うなぎ」ほどの高単価商品は期待できないため「うな丼」「ミニうな丼＋うどんセット」「うな丼＋うまきセット」などを訴求したい

8月の消費動向

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。

盆の料理「精進料理」



お供えした精進料理はお供えしてからしばらくして下げていただく。その場合は、刺身、寿司、えび天など魚料理を加えてもよい



盆のおもてなし料理

地方にはいろいろな郷土料理がある。帰省客のため惣菜や加工食材を集めて盛り付けることを提案したい。写真は南信州の郷土料理で「馬刺し」「鯉の甘露煮」「川魚」「塩いか」「煮物」などが提供される



7月、8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7月前年比、8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月に需要を伸ばしたカテゴリー

寿司(106.1%、101.2%)、おにぎり(114.1%、121.5%)、調理パン(105.6%、102.9%)、他の主食的調理品(109.3%、108.9%)、サラダ(104.0%、108.7%)、天ぷら、フライ(104.8%、107.2%)、焼売(112.5%、107.2%)

② 7月、8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(106.2%、104.8%)、弁当(108.4%、100.5%)、

③ 7月、8月に需要が落ちたが、前年を上回ったカテゴリー
クロquette(101.7%、105.4%)、カツレツ(114.0%、107.1%)、ハンバーグ(102.9%、102.2%)、
惣菜材料セット(123.8%、126.7%)

④ 7月、8月に前年を下回ったカテゴリー
うなぎ蒲焼(95.7%、91.1%)、餃子(93.9%、93.3%)、やきとり(108.5%、98.9%)

「7月、8月のMDポイント」

1. 7月、8月に需要を伸ばしたカテゴリー

寿司は8月より7月の方が需要が伸びたため売上を稼いでおきたい。おにぎりは相変わらず2桁成長と好調。調理パンより前年比が高いため今年も力を入れて販売する。天ぷら、フライは夏休みで家族構成が増えるため大型パックを品揃えしたい

2. 需要は変わらない、あるいは需要が落ちたが前年をクリアしたカテゴリー

弁当は「土用の丑の日」が2回あるため「うな重」「うな丼」の売上アップに期待。「揚げ物」はオリンピック需要を期待して「スナック、おつまみ」の品揃えを増やす

3. 前年を下回ったカテゴリー

焼売に比べて餃子の需要が落ち込んでいるため、「焼売と餃子のバンドル販売」や「盛合せ」を企画してはどうか。「やきとり」はおやつにもおつまみにもなるため今年は期待できる

7月、8月の重点販売商品

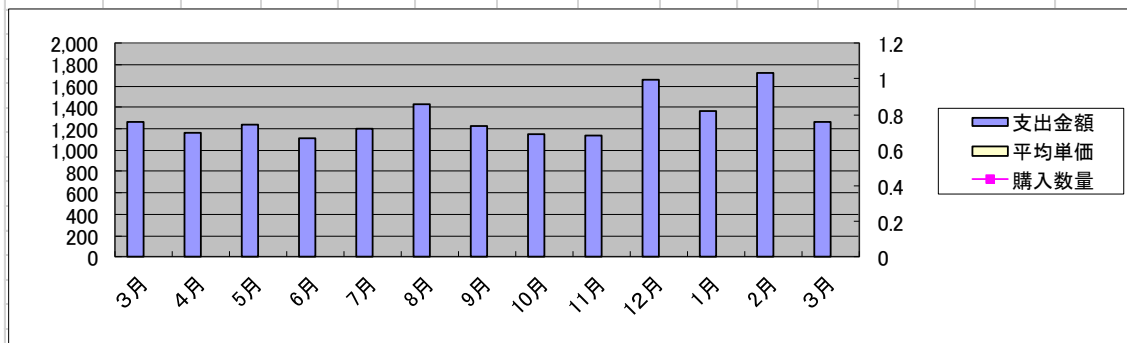
カテゴリー別13ヵ月トレンド(総務省家計調査二人以上世帯より)

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. 寿司

寿司は2月の「恵方巻」、12月の「年越し」に次ぐ3番目の需要高。しかし、昨年は101.2%とギリギリ前年をクリアした。需要が高い月だけに盆需要だけに頼らず平日の売上アップを図りたい

寿司													
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	1,261	1,160	1,243	1,115	1,199	1,426	1,226	1,144	1,133	1,655	1,370	1,717	1,264
購入数量													
平均単価													
評価	105.96%	105.55%	98.33%	106.08%	106.10%	101.20%	116.87%	97.77%	103.65%	99.87%	107.03%	102.44%	100.23%
コメント	消費支出増												



ファミリー寿司

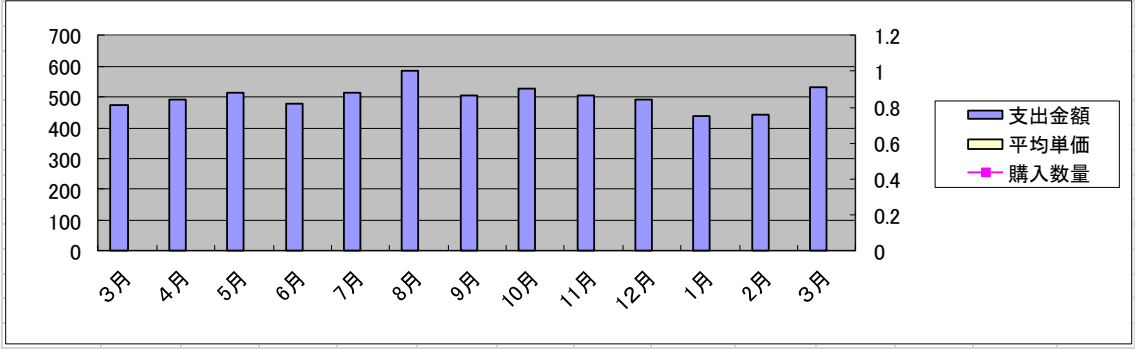
繁忙期のにぎ寿司はネタの種類を絞り込むみ 8 種×3 貫＝24 貫 1 貫当たり 80 円位で販売したい。種類を絞ることで在庫管理がしやすくなる。



2. おにぎり

おにぎりは相変わらず好調。8 月は一年で一番需要が高まる月。昨年は前年比 121.5%であった。人が動く月であるため売り逃しがないようにしたい。

おにぎり 他													
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	473	491	513	478	515	587	503	527	504	493	436	442	532
購入数量													
平均単価													
評価	113.42%	113.92%	118.47%	121.01%	114.19%	121.53%	118.35%	107.99%	108.38%	108.35%	103.80%	109.13%	112.47%
コメント			消費支出増										



おにぎり茶漬け

ライフのチルド売場で売られている「地鶏だしごはんの出汁茶漬け(炙りたらこ)」。500Wno 電子レンジ 3 分半で完成するという商品。おにぎりのお茶漬け提案だ



混ぜご飯おにぎり

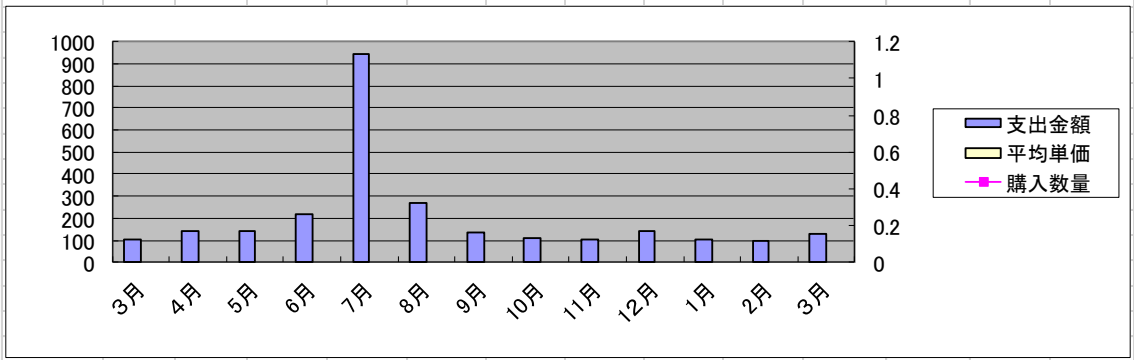
食欲のなくなる夏に、「混ぜご飯のおにぎり」や「焼きおにぎり」で「夏の冷し茶漬け」を提案したい。「混ぜごはんおにぎり」は種類が多く、お茶漬けの素も種類が多いため組み合わせも楽しめる



3. うなぎ蒲焼

7月は「土用うなぎ」の需要が圧倒的に高い。しかし、「うなぎ蒲焼」は7月、8月とも前年を下回ってしまった。「蒲焼」から「うな重」に需要が変化していることも考えられるが、「うな重」も油断できない。

うなぎ蒲焼	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	104	140	144	217	947	268	134	112	105	140	102	95	129
購入数量													
平均単価													
評価	73.75%	97.22%	98.63%	102.84%	95.75%	91.15%	95.71%	110.89%	116.66%	122.80%	114.60%	131.94%	124.03%
コメント	消費支出増												



関東うな重、関西うな重、名古屋のひつまぶし

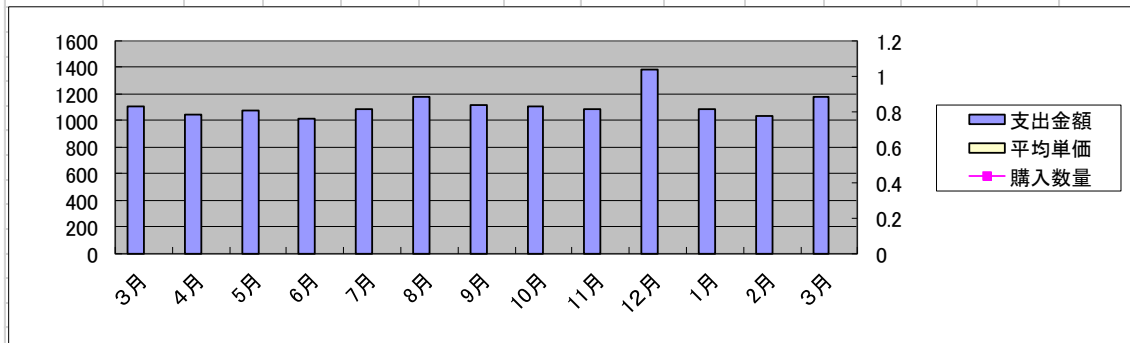
関東の「蒸し焼き」、関西以西の「焼き」、名古屋の「焼きひつまぶし」と地域によってうなぎの調理法が違ふ。今年は3種類のうな重を品揃えしたい。POP やラベルでアピールする



4. 天ぷら、フライ

天ぷら、フライは13カ月連続で前年をクリア。8月は年間2番目の需要高。天ぷら、唐揚げを中心に今年も期待できる。

もぐら、フライ														
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	1108	1048	1072	1017	1090	1175	1118	1112	1086	1386	1084	1033	1179	
購入数量														
平均単価														
評価	112.03%	103.45%	100.94%	102.31%	104.80%	107.20%	112.13%	107.64%	109.58%	105.31%	106.06%	102.99%	106.40%	
コメント	消費支出増													



地域の天ぷら

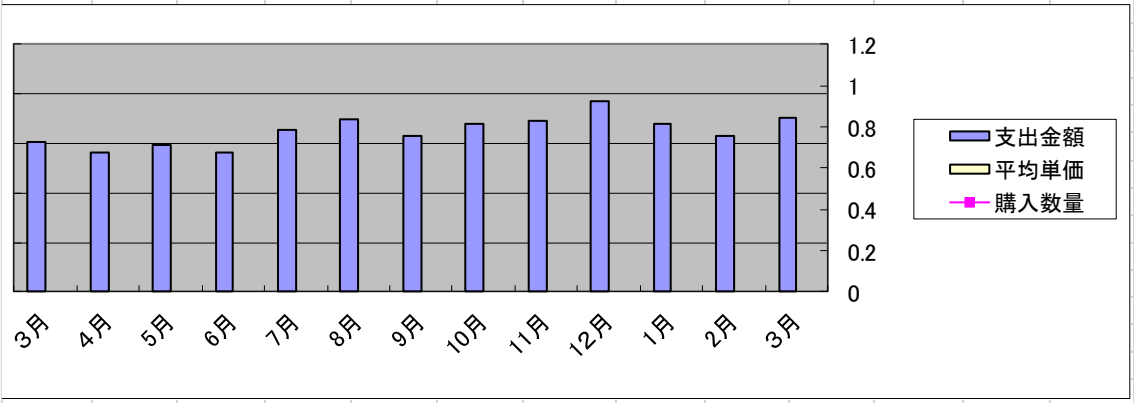
信州、会津、浅草では天ぷら用の薄皮まんじゅうを天ぷらにする食文化がある。「とり天」「地魚天」「あおさの天ぷら」「もずくの天ぷら」など地域、地域で昔からの天ぷらがあるので盆を機会に品揃えしたい



5. スナック類

今年はパリオリンピック、パラリンピックの年。テレビ観戦で「内食、中食需要が高まるため、おやつ、おつまみ需要は高まりそうだ。『タイパ需要』を狙った商品を提供したい

他の主食的調理品												
23年												24年
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
1514	1410	1477	1405	1633	1737	1570	1690	1732	1922	1698	1575	1759
103.48%	102.62%	103.21%	106.76%	109.30%	108.97%	103.31%	105.55%	109.62%	104.22%	106.19%	109.29%	116.18%
消費支出増												



ミニピザ&ローテッドポテト

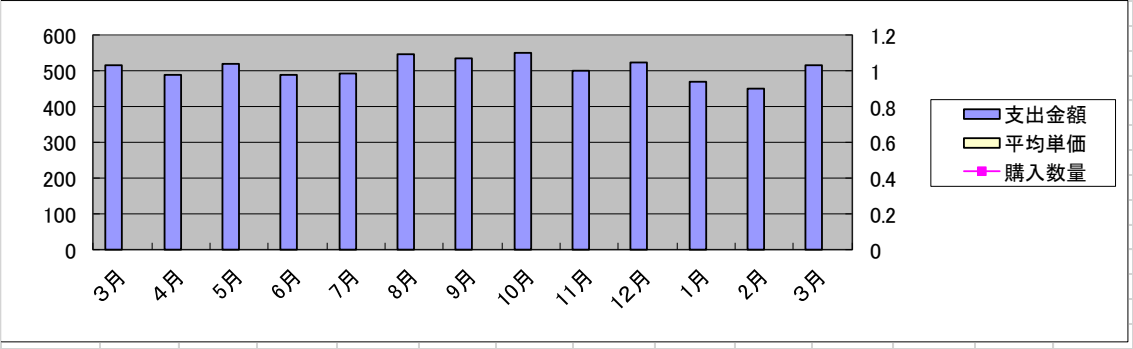
オリンピック、パラリンピックのテレビ観戦メニュー。フライドポテト、ウィンナーソーセージ、ミートソース、シュレットチーズをオーブンで加熱。ピザは食べやすいよう小型サイズを盛り付ける



6. サラダ

サラダは10月に次ぐ2番目の需要高。夏のドレッシングベースのサラダの販売に力を入れる。韓国サラダやエスニックサラダなどの品揃えも増やしたい。

サラダ													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	517	490	520	489	494	547	533	549	498	523	470	450	516
購入数量													
平均単価													
評価	98.66%	98.98%	101.36%	101.45%	104.00%	108.74%	103.49%	106.18%	103.53%	101.35%	101.95%	99.55%	99.80%
コメント													



生パパイアサラダ

タイ料理には欠かせない生のパパイアを細切りにしてナンプラー、レモン汁、砂糖などで味付けしたもの。インスタ製造はできないため、サラダメーカーに製造依頼し「エスニックフェア」で販売するとよい



7月、8月の育成商品

1. うな丼&うまき

「ひつまぶし」発祥の店。名古屋の「あつた蓬莱健」の人気メニュー。卵焼きを焼いている店は8月の「二の丑」に「うな丼、ひつまぶしセット」を販売したい。



2. 一口おこわ

夏は涼味麺が好まれるが、いろいろな味付けをした「一口おこわ」を一緒に販売したい。
冷凍食品を探し「涼味麺&一口おこわセット」を販売したい



3. イカ唐揚げ

台湾屋台の「丸イカの唐揚げ」。最近は台湾フライドチキンより人気あるようだ。生丸イカを開きハサミで切れ目を入れて串を刺して揚げたもの。夏祭りにフライドチキンと一緒に販売してもおもしろい



4. ピタ

インスタバーカリーは夏のバーガーの落ち込み分をカバーするため「ピタ」を提案したい。豚肉、鶏肉、野菜を炒めて濃いめの味付けをしてとろみをつけてピタに挟む



6. ナーン&カレー

夏野菜を使ったスープカレーと小型のナーン。夏のカレーは濃厚なものよりサラッとしたスープカレーを提案。ナーンも最近では大型のものより小型なものが好まれる



7. チーズ揚げ

惣菜の「影のヒット商品」。チーズをワンタンの皮で巻いたもの。特殊なチーズを使わないと揚げている間にチーズが溶けだしてしまうため、専門メーカーの製品を使うとよい



8. おはぎ、赤飯

盆期間中は地元の和菓子店の「おはぎ」と「赤飯」を販売する。インスタ製造は衛生管理の問題もあるので余すことなく売り切りたい。

