

2024 年11月、12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

11月のイベント、行事対応

3 日(日)「文化の日」「サンドイッチの日」、5 日(火)「チーズケーキの日」、6 日(水)「手巻きロールケーキの日」、11 日(月)「きりたんぼの日」、「チーズの日」、12 日(火)「パンの日」、15 日(金)「七五三」「かまぼこの日」「昆布の日」「菓子の日」、19 日(火)「シュークリームの日」、20 日(水)「ピザの日」、21 日(木)「フライドチキンの日」、21 日(木)「ボジョレーヌーボー解禁日」、22 日(金)「ショートケーキの日」、23 日(土)「勤労感謝の日」、29 日(金)「肉の日」

11 月は小の月でだが、勤労感謝の日を含めた 3 連休が一回ある。ここが売上の山場になるであろう。和日配関連では「きりたんぼの日」「七五三」「かまぼこの日」「昆布の日」があるため該当商品の訴求を行う

洋日配では「チーズケーキの日」「手巻きロールの日」「チーズの日」「シュークリームの日」「ショートケーキの日」などデザートの日が多いため売り逃しがないようにしたい。

11月の消費動向

23 年11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104.6%。外食、給食は112.8%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11月)は、食品売上高は既存店 4.2%の増、全店計は5.3%増。

生鮮三部門は 3.5%増(青果 5.6%増、水産 2.9%増、畜産 1.7%増)、日配品は 5.4%増、一般食品 4.3%増。惣菜は 3.6%増であった。

日配品は青果の 5.6%に次ぐ 5.4%と二番目の前年比であった。「秋の味覚」「食欲の秋」「ホットメニュー」をテーマに売場づくりを行う

12月の行事、記念日

1 日(日)「釜めしの日」「ワッフルの日」、2 日(月)「ビフィズス菌の日」、4日(水)「みたらし団子の日」、7 日(土)「生パスタの日」、9 日(月)「クレープの日」、11 日(水)「麺の日」、12 日(木)「パンの日」「豆腐の日」、15 日(日)「いちごの日」「菓子の日」、17 日(火)「いなりの日」、19 日(木)「シュークリームの日」、22 日(日)「ショートケーキの日」、23 日(月)「上皇誕生日」、24 日(火)「クリスマス・イヴ」、25 日(水)「クリスマス」「プリンの日」、28 日(土)「御用納め」、31 日(火)「大晦日」

和日配の記念日は「麺の日」「豆腐の日」「いなりの日」と少ないが、おでん、鍋、煮物材料、おせち材料を訴求する。洋日配は「ワッフルの日」「ビフィズス菌の日」「生パスタの日」「クレープの日」「シュークリームの日」「ショートケーキの日」「クリスマス」「プリンの日」と12月もデザートの記念が多い。クリスマスケーキだけに頼らず普段もスイーツの訴求を行う

12月の消費動向

23年12月の家計調査の前年比は、食料品計は105.3%。外食、給食を除く食費は104.0%。外食、給食は112.8%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12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。

12月の売上は前年比104%ほどであった。今月も青果に次ぐ伸びであった。畜産部門は前年を割ってしまった。日配の際物は早めの導入を図る

日配商品のトレンド(総務省 家計調査より)

()内は11月前年比、12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 11月、12月に需要が増え、前年も上回ったゴールデンカテゴリー

パン(106.4% 108.3%)、食パン(105.5% 102.7%)、他のパン(106.9% 110.9%)、生うどん、そば(109.1% 106.0%)、揚げかまぼこ(108.4% 92.9%)、ちくわ(106.1% 101.7%)、かまぼこ(104.3% 105.4%)、魚介佃煮、(100.0% 114.1%)、バター(106.8% 106.4%)、チーズ(104.3% 109.4%)、揚げ、がんも(105.2% 100.6%)、他の漬物(100.7% 104.9%)、マーガリン(101.8% 103.5%)、他の和生菓子(117.4% 106.2%)、他の洋生菓子(106.1% 104.8%)、ケーキ(100.7% 101.4%)、凍調理食品(104.0% 105.9%)、調理パン(106.7% 107.8%)、他の主食的食品(109.6% 104.2%)

② 11月、12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

中華麺(105.7% 100.8%)、卵(124.7% 119.1%)、豆腐(102.3% 104.9%)、焼売(101.1% 110.3%)、

③ 11月、12月に需要は落ちたが前年を上回ったカテゴリー

牛乳(107.3% 104.3%)、ヨーグルト(105.8% 103.9%)、納豆(104.5% 111.1%)、アイスクリーム(103.3% 109.2%)、餃子(112.7% 105.8%)、果実、野

菜飲料(102.7% 103.9%)、乳酸菌飲料(108.7% 112.1%)、乳飲料(103.1% 104.7%)

④ 11月、12月に前年を下回ったカテゴリー

こんにゃく(103.4% 94.8%)、梅干し(93.4% 119.3%)、大根漬け(101.0% 89.3%)、白菜漬け(98.0% 94.9%)、昆布佃煮(86.3% 105.2%)、ゼリー(108.2% 96.2%)、プリン(93.7% 98.1%)、コーヒー飲料(103.3% 99.1%)

「11月、12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)

主注目カテゴリーは「パン類」「麺類」「スナック類」などの「粉物」。「揚げかまぼこ」「揚げ、がんも」などのおでん材料。「チーズ」「バター」「マーガリン」などの乳製品。それに「和洋生菓子」。該当カテゴリーはスペース、アイテムの拡大を図る

・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

「中華麺」はラーメン、あんかけ焼きそばの販売強化。「卵」は今年も相場高が予想されるため無選別や入り数変更で値頃を維持。

・需要は落ちたが前年を上回ったカテゴリー

牛乳、飲料は需要が落ちているにもかかわらず支出を伸ばした。長期予報を見ながら販売計画を立てる。「納豆」「ヨーグルト」「乳酸菌飲料」などの「菌活商品」はPOP等でその効用を訴求

・前年を下回ったカテゴリー

「梅干」「大根漬け」「白菜漬け」などの漬物が不振。野菜の相場を見ながら適時販促をかける。「プリン」や「ゼリー」は販促を強化したい

11月、12月の販売のポイント

クリスマス対策

今年の曜日周りは、クリスマス・イブは 24 日(火)で平日の平日。22 日は日曜日であるが、毎年のクリスマスケーキ予約状況から前倒しはあまり期待できない。22 日(日)のケーキ、デザートは普段通りの品揃え。しかし、日持ちのするピザ、スポンジケーキ、バター、チーズ、冷凍食品パーティ材料は週末にしっかり販売しておく



年末年始対策

昨年(2019年)の曜日周りは30日(土)、31日(日)が週末に重なってしまった。そのため年末は29日(金)が「仕事納め」になり年末は2連休であったことも考えられる。今年は28日(土)、29日(日)が週末であるため「仕事納め」は27日(金)になりそうだ。年末は4連休、年始は昨年より短く5連休となる。年末の曜日周りは今年の方がいいと思われる。

27日(金)～29日(日)はおせち材料の訴求。30日(月)、31日(火)は消費期限の短い「年越しそば」「上生菓子」「スイーツ」「パン」を訴求する。

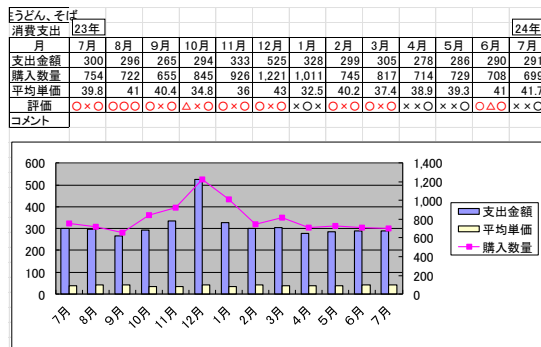


11月、12月の重点販売カテゴリー

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)

1. 生うどん、そば

うどん、そばは需要が高まり前年もクリアしたゴールデンカテゴリー。しかし購入数量が減っているため、3食入りを2食入りに変更することも考えたい



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

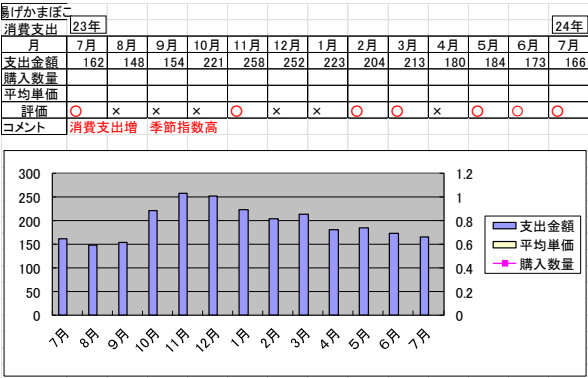
ハイブリッド麺

麵専門店「杵屋」の相盛りメニュー。「ざるうどん」と「ざるそば」を盛合せ、麵つゆは同じだが、うどんには「おろし生姜」、そばには「わさび」で食べることを提案。調理麺も「相盛り」を提案したい



2. 揚げかまぼこ

「おでん」のピークは11月であるため売り逃しがないようにしたい。揚げかまぼこは12月は前年を下回ってしまったため、「ちゃんこ鍋」や「麺類」に提案をしたい



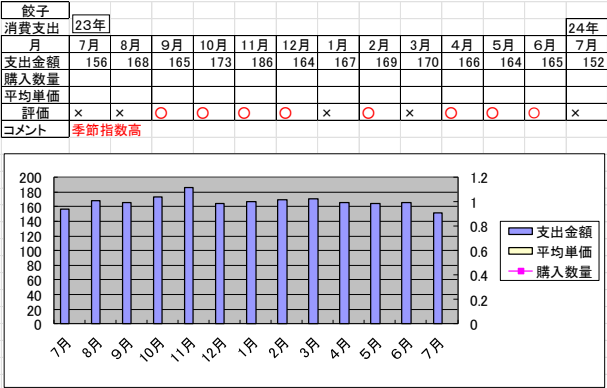
みそおでん

おでんの味付けを薄くし「大根」「こんにゃく」「厚揚げ」などに「調理みそ(田楽味噌、生姜味噌、くるみ味噌)」をつけて食べる提案をしたい。「調理味噌」を練製品コーナーで関連販売したい



3. 餃子

餃子は 11 月が需要のピーク。「焼餃子」「蒸し餃子」「スープ餃子」とアイテムを広げて販売したい。節約メニューとして「ミンチ肉」を使った製品に注目



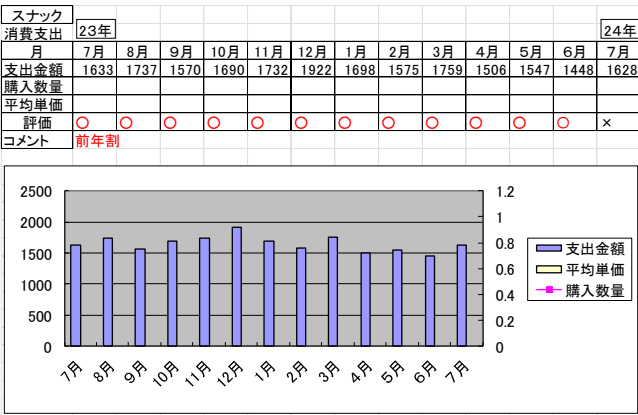
野菜餃子

肉餃子が主流だが、今年は国産野菜を使ったヘルシーな「野菜餃子」に注力して販売したい。品揃えのない店も導入したい



4. 他の主食的調理品

スナック類は 12 月に向けて需要が伸び前年もクリアしているゴールデンカテゴリー。「ピザ」「パスタ」「お好み焼き」「たこ焼き」など「粉物」の販売を強化



中華まん(野菜)

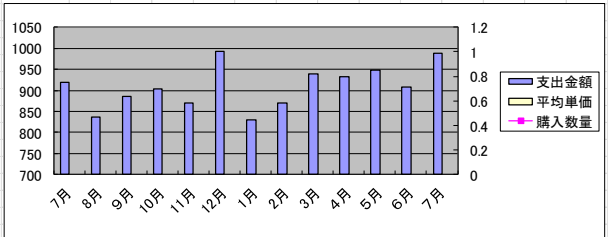
「肉まん」が主流だが、今年は「あんまん」「野菜まん」の販売を強化したい。「野菜まん」は長野県の「おやき」を参考に商品開発を行うとよい



5. 冷凍調理食品

冷凍食品の 11 月はあまり需要が高くないが、12 月は年間トップであるので売り逃しがないようにしたい。「冷凍野菜」「麺類」「スナック類」は売場、アイテムの拡大を図る

冷凍調理品														24年
消費支出		7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月
支出金額		920	837	885	903	869	992	829	869	939	933	948	908	988
購入数量														
平均単価														
評価		○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
コメント		消費支出増												



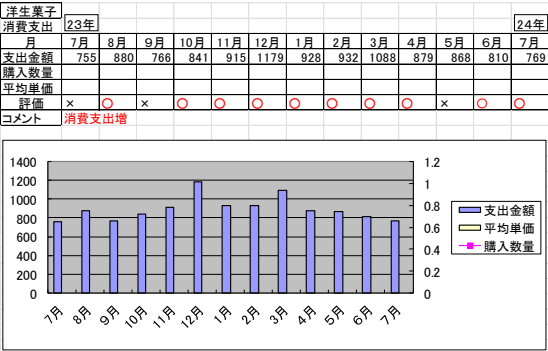
冷凍パイシート

「アップルパイ」によく使われているが、「タルト」「スープパイ」「シチューパイ」などにも幅広く使われている。野菜や肉、魚のパイ包も冬のメニューだけにフェースを広げて販売したい



6. 他の洋生菓子

12 月はクリスマスケーキ需要で年間最大の需要だが、洋生菓子は好調なだけに普段でもホールケーキを販売したい



キッズデザート

シャトレーゼの秋メニュー。「お月見デザート」と「ハロウィンデザート」など季節に合わせたかわいい「キッズデザート」を販売している。SM も季節感のある商品を販売したい



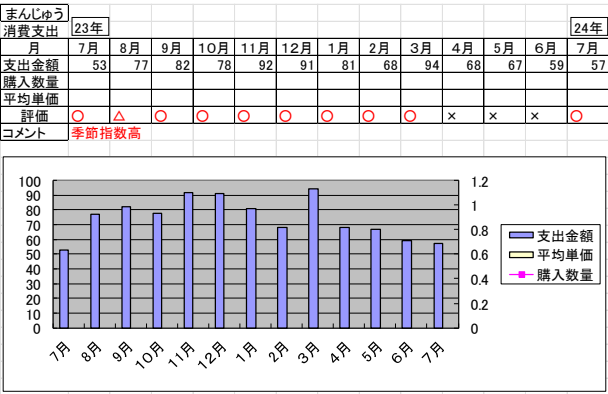
ナゲット焼菓子

金相場が高騰している。「金のチーズケーキ」「銀のショコラケーキ」は金銀のナゲットを模したパッケージでお金持ち雰囲気味わえる商品だ



7. まんじゅう

まんじゅうは 11 月 12 月によく動く。季節の食材を使ったまんじゅうを品揃えする



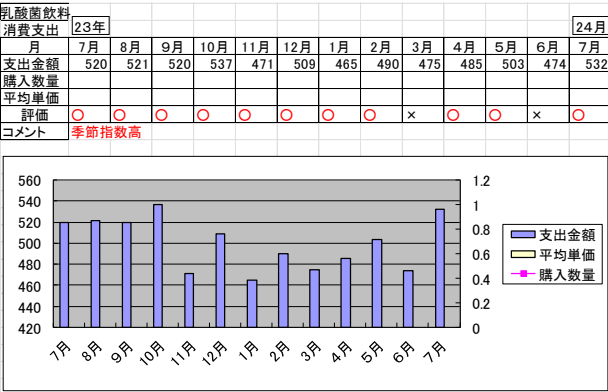
芋、豆、くるみ、かぼちゃまんじゅう

個々包装の商品。日持ちもするのでまとめ買いしていろいろな味が楽しめる



8. 乳酸菌飲料

乳酸菌飲料は 11 月に 108.7% 12 月に 112.1%伸ばした。昨年はヤクルト効果で需要を伸ばした。今年はシュリンクパックを大陳して販売したい



フルーツラッシー

インドの代表的な乳酸菌飲料。濃厚ヨーグルトと牛乳でつくられている。クリスマスパーティーに提案したい



11月、12月の育成商品

1. 味噌焼きみうどん

今年は味噌に注目。「みそおでん」「みそ鍋」「みそラーメン」の他に「焼うどん」も味噌味で新しい味を提案したい



2. にぼし納豆

東北地方で販売されている「煮干納豆」。タレの差別化が起きている。最近では「プラズマ乳酸菌」入りの納豆タレも話題になっているため POP 等で訴求する



3. 高原花豆

煮豆が美味しい季節になります。煮豆売場は袋煮豆とトレー入の煮豆を品揃えしたい。



4. くるみ味噌

くるみ味噌は「おでん」「田楽」「そば」「味噌おにぎり」と幅広く使える。練製品売場で関連販売する



5. フレンチトースト

コンビニで売られているフレンチトースト。注目は「袋止めシール」。乾燥しないよう袋を止めるシールで何度も使える



6. ベビーチーズ

チーズでありながら「鉄分」「カルシウム」を強化した「機能性ベビーチーズ」。「焦がしにんにくねぎ油チーズ」は料理にも使える



7. ゼリー飲料

台湾のコンビニで売られている「寒天檸檬ゼリー」。ゼリーと飲料の中間の柔らかさ



8. 5色団子

東北地方で売られている串団子。「小豆餡」「ずんだ餡」「みたらし」「胡麻」「くるみ」などの団子が一本ずつの楽しみのある団子だ

