

2024年11月、12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

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)「きりたんぽの日」、「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月は気温が下がるため「おでん」「鍋」「煮物」「ピザ」「グラタン」などの「ホットメニュー」を訴求します。「文化の日」「七五三」は和食メニューを訴求。月末の「勤労感謝の日」を含めた3連休はクリスマス、年末商戦を意識した「顔見世セール」を行う

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。

食品売上(既存店計)は4.2%の伸びに対し惣菜部門は3.6%と思ったほど需要が伸びていない。冬に向かい「ホットメニュー」の訴求と揚げ物は「揚げたて」を提供したい

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」

クリスマス・イヴは24日(火)で平日となる。日曜日は22日であるためクリスマスメニューの販売はまだ早い。手作り比率が減りテイクアウトの惣菜の売上アップが期待できる

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。

食品売上(既存店計)が 3.1%の増に対し惣菜は 3.3%と平均とほぼ同じ。クリスマス商戦、年末商戦が山場になるが 12 月は日曜日が 5 日あるため週末の売上アップを図りたい

11 月、12 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 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月に需要を伸ばし、前年を上回ったカテゴリー

調理食品(106.8% 102.9 %)、調理パン(106.7% 107.8%)、他の主食的調理品(109.6% 104.2%)、天ぷら、フライ(109.5% 105.3%)、やきとり(109.5% 104.3%)、惣菜材料セット(138.9% 109.1%)

② 11月、12月の需要があまり変わらないが、前年を上回ったカテゴリー

弁当(102.2% 102.1 %)、カツレツ(104.5% 106.4 %)、焼売(101.1% 110.3%)、ハンバーグ(108.2% 111.6 %)

③ 11月、12月に需要が落ちたが、前年を上回ったカテゴリー

おにぎり(108.3% 108.3 %)、うなぎ蒲焼(115.3% 122.8 %)、サラダ(103.5% 101.3 %)、コロッケ(110.9% 108.7%)、餃子(112.7% 105.8%)

④ 11月、12月に前年を下回ったカテゴリー

寿司(103.6% 99.8%)

「11月、12月のMDポイント」

1. 11月、12月に需要を伸ばしたカテゴリー

「天ぷら、フライ」「やきとり」「スナック類」が好調であった。好調であるだけに大型パックも品揃えする。とんかつ、鶏照焼きなどは1枚398円、2枚780円が値ごろ。スナックはピザとグラタンに注力して販売

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

注目は「うなぎの蒲焼」。前年に比べ2桁成長であった。「うな重」や「うな丼」の品揃えを強化するとよい。12月は「シューマイ」「ハンバーグ」などのミンチ肉を使った商品が2桁成長であった。餃子やメンチカツ、ハンバーグ、ミートボールなどにも力を入れて販売する

3. 前年を下回ったカテゴリー

残念ながら寿司は12月に唯一支出金額を落としてしまった。年末の寿司は「価格と価値のバランス」を考慮し「容量、質、価格」を設定したい。寿司専門店のテイクアウトもあるので、SMの寿司がよく売れて品切れするような時代は終わっている

クリスマス対策

クリスマスは「鶏肉」「ピザ」がメインになる。鶏肉は骨付きの1羽分とハーフサイズの「ローストチキン」「フライドチキン」の4アイテムを販売したい。ピザは焼き置き他に家庭で焼く「チルドピザ」も品揃えしたい。オードブルは1000円以下が値ごろ。「フライドポテト」も忘れずに品揃えする。



年末年始対策

年末商戦のメイン料理は「にぎり寿司」「オードブル」「天ぷら」「エビフライ」。寿司はネタを絞り込み売れ筋を品切れなく販売する。天ぷらは「えび天」だけでなく、「天丼＋年越しそば」「天ぷら＋年越しそば」に使える「天ぷらセット」も販売したい。「エビフライ」は大型パックを販売する。「オードブル」は揚げ物だけでなく焼物、煮物、蒸し物をバランスよく盛り付ける

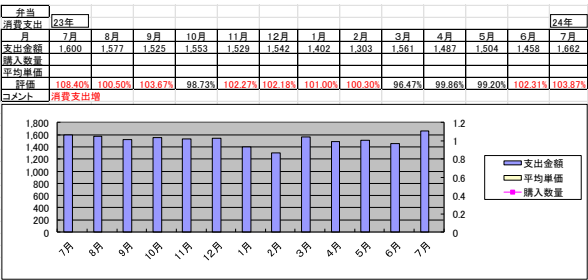


11 月、12 月の重点販売商品

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「○」)

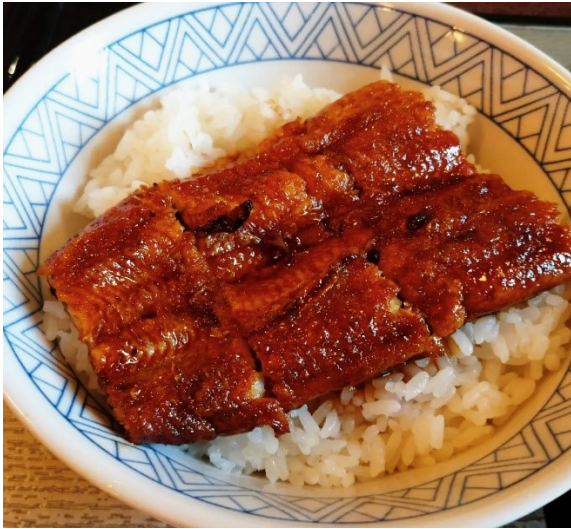
1. 弁当

弁当は 11 月、12 月とも前年をクリアした。「インスト製造」と「アウトパック商品」をうまく組み合わせて販売する。特に「丼類」に力を入れて販売する。



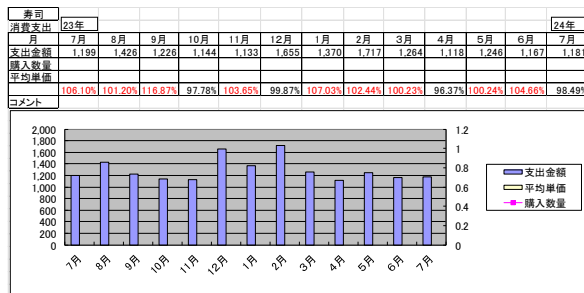
うな丼

昨年の「うなぎの蒲焼き」は 11 月、12 月とも二桁伸びた。惣菜では冬に「うな重」「うな丼」を品揃えする店は少ないため、今年はランチ需要の「うな丼」「うな丼&うどん」に力を入れて販売する



2. 寿司

寿司は残念ながら需要期の12月に前年を割ってしまった。「質と価格のバランス」を考え値頃を外さないようにしたい。年末に高価格寿司だけの品揃えは危険



握り寿司

「2貫盛り寿司」回転寿司が2貫であるようにSMの寿司も2貫盛りがあってもよい。人気のネタを2貫ずつ盛り付ける。また細巻との組み合わせも考えたい



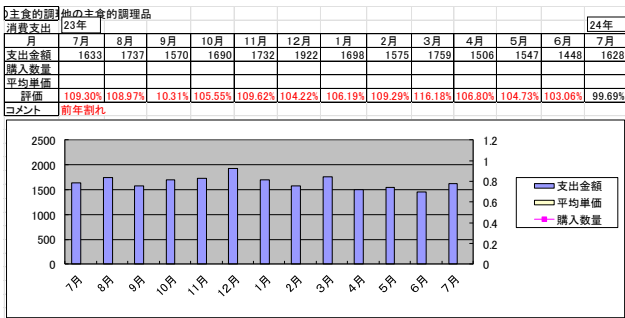
お好み寿司

「大人の寿司」 生ネタを使った大人のお好み寿司。貝類を盛合せもよい。6 貫 980 円が
値ごろ。



3. 他の主食的調理品(スナック)

スナック類は今年の 7 月に前年に前年を下回ったものの好調なカテゴリー。12 月は年
間最大の需要高。



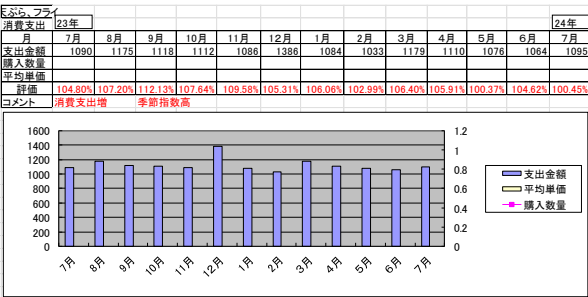
スナック盛合せプレート

カフェの盛合せメニュー。「ピザ」「パスタ」「チキン」「フレンチトースト」「ポテト」と人気のス
ナックが全て盛られている魅力的な商品。インスタバークアリーで「バークアリー弁当」とし
て販売してみてもどうか



4. 天ぷら、フライ

天ぷら、フライは 13 カ月連続で前年クリア、12 月は特に需要が高まる。クリスマスのフライドチキン、年末の天ぷらは売り逃しがないようにする



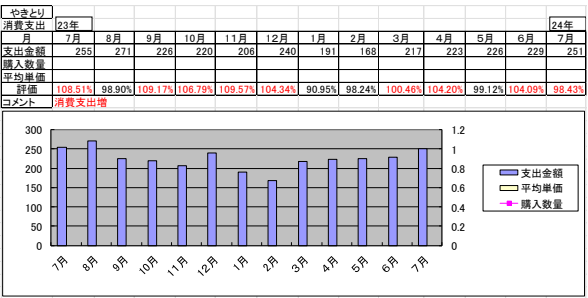
フライドチキン

「鶏むね肉のフライドチキン」 骨付きフライドチキンの他に「骨なしむね肉のフライドチキン」も販売したい。厚さが5cm以上あればボリュームがあり柔らかかい



5. やきとり

やきとりは冬に向けて需要が落ちるが、クリスマスは鶏肉メニューがメイン。「ローストチキ丸」「ローストチキンハーフ」「ローストチキンレッグ」「やきとり」を訴求



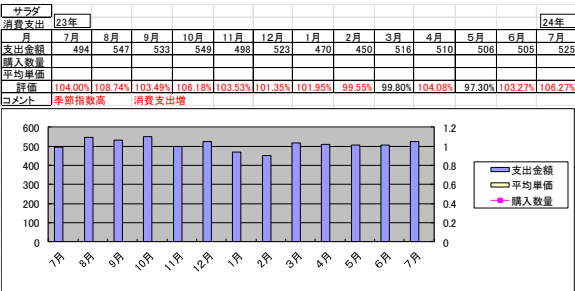
ローストチキン半割

「ローストチキン丸」はなかなか売りづらいが、ハーフサイズを 2 個盛り合わせれば 1 羽分になる。ハーフサイズでも半分に切れば「もも肉とムネ肉」が楽しめるため、今年はチャレンジして欲しい



6. サラダ

サラダは 1 月、2 月には需要が落ちるが、11 月、12 月は平月並みの需要である。「マヨネーズベース」と「ドレッシングベース」のバランスを取りながら販売したい



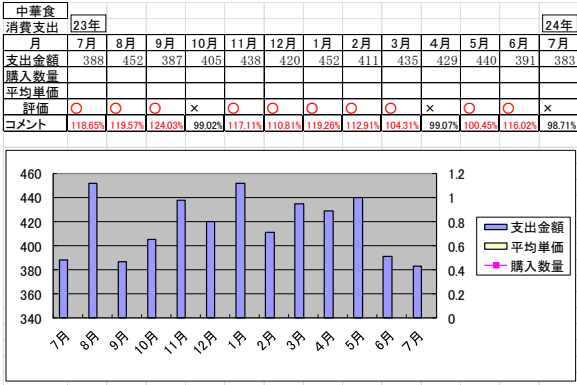
冬のポテトサラダ

居酒屋の人気メニュー。生野菜さらにアツアツのボイルポテトが盛合せてある。ドレッシングをかけて芋をほぐしながら混ぜる「冷」と「温」の「ハイブリッドサラダ」。惣菜でも「蒸し野菜」と「生野菜」を別のトレーに盛り、蒸し野菜を電子レンジで温めれば同じメニューができる



7. 中華食 外食

中華食は 12 月より 11 月の方が、需要が高い。寒さが増してくると温かい中華料理が恋しくなる。惣菜は肉、魚の「あんかけメニュー」を強化したい



あんかけ肉団子

写真は上海料理の獅子頭(大きな肉団子)に野菜のあんをかけたもの。惣菜でも肉団子を使えば同じようなメニューができる



11月、12月の育成商品

1. 国産牛牛丼

価格は張るが「国産牛牛丼」は「輸入牛牛丼」と比べて味が違う。「食べ比べセール」を実施して味の違いを訴求する



2. うなぎおにぎり

写真はオリジンの「うなぎ蒲焼おにぎり」。昨年 11 月、12 月とうなぎの蒲焼の需要が伸びため「うな丼」「うなぎおにぎり」を販売したい



3. ますのすし、柿の葉寿司

駅弁で人気の「ますのすし」と「柿の葉ずし」。駅弁は年末年始にアイテムを絞り販売したい。「年越しそば」との組み合わせを提案したい



4. 鯖寿司

しめ鯖がたっぷり入った鯖の巻き寿司。鯖好きにはたまらない商品だ。酸味が強いので冬は甘い「いなり寿司」と盛り合わせてもよい



5. オーダーピザ

ピザは冷えたものより焼き立ての温かいものを持ち帰りたい。ベーカリー部門でも引換券を発行して「焼き立てピザ」を販売したい。サンドイッチケースに家庭で焼く「チルドピザ」も品揃えしたい



6. くわい、銀杏、ゆり根入り煮物

煮物盛合せは多少単価が張っても冬らしい「くわい」「銀杏」「ゆり根」入りのものを販売したい



7. アップルパイ

ベーカリーの「アップルパイ」は、りんごフィリングがたっぷり入ったものを販売したい。カットしても厚みがあること。最近は赤身りんご、皮の色素を使った「赤いアップルパイ」などもある

