

2024年1月、2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

1月のイベント、行事対応

「元旦」1月1日(水)、「初夢」2日(木)、「小寒」「チーズの日」5日(日)、「ケーキの日」6日(月)、「七草」7日(火)、「くだもの日」8日(水)、「鏡開き」「麺の日」11日(土)、「パンの日」12日(日)、「成人の日」13日(月)、「小正月」「いちごの日」「菓子の日」15日(水)、「シュークリームの日」19日(日)、「カレーの日」「ショートケーキの日」22日(水)、「旧正月」「肉の日」29日(水)

年始は、元旦、七草粥、鏡開き、小正月など行事に対応した商品の販売。年始のメインは「握り寿司」と「甘味類」。定番の揚げ物は製造数量に注意する。和食に飽きているので「中華フェア」「洋食フェア」を実施するとよい。

1月の消費動向

24年1月の家計調査の前年比は、食料品計は 102.8%。外食、給食を除く食費は 100.5%。外食、給食は 114.6%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(24年1月)は、食品売上高は既存店 1.8%の増、全店計は 2.5%増。

生鮮三部門は 1.1%増(青果 2.4%増、水産 1.7%増、畜産 0.7%減)、日配品は 2.6%増、一般食品 2.9%増。惣菜は 3.3%増であった。

家計調査は 100.5%、協会調査は 102.5%であり乖離が見られた。サンプル数の違いからであるようだが実績はよくなかった

2月の行事、記念日

「夫婦の日」2月2日(日)、「立春」「節分」「乳酸菌の日」3日(月)、「チーズケーキの日」5日(水)、「くだもの日」8日(土)、「建国記念日」「麺の日」「わんこそばの日」11日(火)、「レトルトカレーの日」「パンの日」12日(水)、「バレンタインデー」14日(金)、「いちごの日」15日(土)、「天皇誕生日」23日(日)、「振替休日」24日(月)、「ビスケットの日」28日(金)

昨年は大の月で1日営業日数が多かったため前年比はあまり参考にならないが、トレンドは掴める。2月最大のイベントは「節分」と「天皇誕生日」の3連休。節分は「恵方巻」がメイ

ンとなる。定番の巻寿司もカットせず品揃えする。見せ筋は必要だが値頃を外さないようにする。3連休は「中華フェア」「エスニックフェア」「洋食フェア」などの企画で勝負

2月の消費動向

24年2月の家計調査の前年比は、食料品計は 106.9%。外食、給食を除く食費は 105.7%。外食、給食は 113.6%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(24年2月)は、食品売上高は既存店 5.0%の増、全店計は 5.7%増。

生鮮三部門は 4.5%増(青果%5.0 増、水産 5.4%増、畜産 3.1%減)、日配品は 6.0%増、一般食品 5.5%増。惣菜は 5.4%増であった。

昨年は営業日数が1日多かったため 105.7%(家計調査、協会調査と一致)であった。一昨年の数字を基に販売予算を立てる

1月、2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 1月、2月に需要を伸ばし、前年を上回ったカテゴリー(12月を除く)

寿司(107.0% 102.4%)、焼売(112.5% 116.67%)

② 1月、2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(12月を除く)

調理食品(102.8% 104.9%)、おにぎり(103.8% 109.1%)、調理パン(101.5% 108.5%)、うなぎ蒲焼(114.6% 131.9%)、天ぷら、フライ(106.0% 102.9%)、ハンバーグ(102.4% 106.6%)、惣菜材料セット(114.9% 122.8%)

③ 1月、2月に需要が落ちたが、前年を上回ったカテゴリー(12月を除く)

弁当(101.0% 100.3%)、他の主食的調理品(106.1% 109.3%)、コロッケ(105.1% 101.1%)、

④ 1月、2月に前年を下回ったカテゴリー

やきとり(90.9% 98.2%)、カツレツ(98.9% 93.7%)、サラダ(101.9% 99.5%)、餃子(99.4% 107.6%)

「1月、2月のMDポイント」

1. 1月、2月に需要を伸ばしたカテゴリー

伸びたカテゴリーは「寿司」と「焼売」。年始の「握り寿司」、節分の「恵方巻」がメインとなる。

「焼売」は二桁伸びたが「焼売」だけでなく「街中華」を訴求

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」。うなぎ、うなぎ重、セット物は通年で販売したい。「おにぎり」「調理パン」は相変わらず好調であるため売り逃しがないようにする。ハンバーグ、ミートボール、コロッケなどのミンチメニューも積極的に販売

3. 前年を下回ったカテゴリー

やきとり、カツレツ、サラダは販促を強化する。餃子は「水餃子」「海老餃子」など中華フェアで売上アップを図る

年始対策

握り寿司の需要は12月から1月に移っている傾向が見られる。12月は前年割れ(99.87%)で1月は前年(107.03%)をクリアした。値頃を外さず売れ筋を中心に販売。

コロナの影響で地域や会社では宴会を控えることが広がっているため「オードブル」の需要が減ってように見える。製造数量に注意する

節分対策

節分のメニューは「恵方巻」「焼きいわし」「節分そば」「節分饅頭」。「恵方巻」が売上の柱になる。「豪華海鮮巻」は見せ筋としてはよいが、ネタの種類が多すぎて何を食べているのか分からないこともある。ネタを絞り込んだ商品を販売。「マグロ」「ブリ」「サーモン」「ホタテ」「エビ」の単品中巻と、3品を組み合わせた海鮮巻を提案する。伝統的な「田舎巻」は「干びょう」「椎茸」「人参」「ごぼう」「きゅうり」「高野豆腐」「菜花」「パプリカ」などを巻いた野菜巻も品揃えしたい

1月2月の販促のポイント

「寿司」「中華」「チーズ料理」を売り逃すな！

1月2月は「中華料理」とチーズを使った「洋風料理」がよく動く。1月は街中華前メニューを中心に「中華フェア」を実施。ファミリーパックも品揃えする。2月の外食の洋食前年比は113.6%であった。「洋食フェア」を実施し、チーズを使ったメニューはピザ、グラタン

だけでなく「チーズフライ」「チーズ唐揚げ」「チーズ焼きそば」「チーズお好み焼き」「チーズたこ焼き」など「和洋折中」のハイブリッド商品を販売する

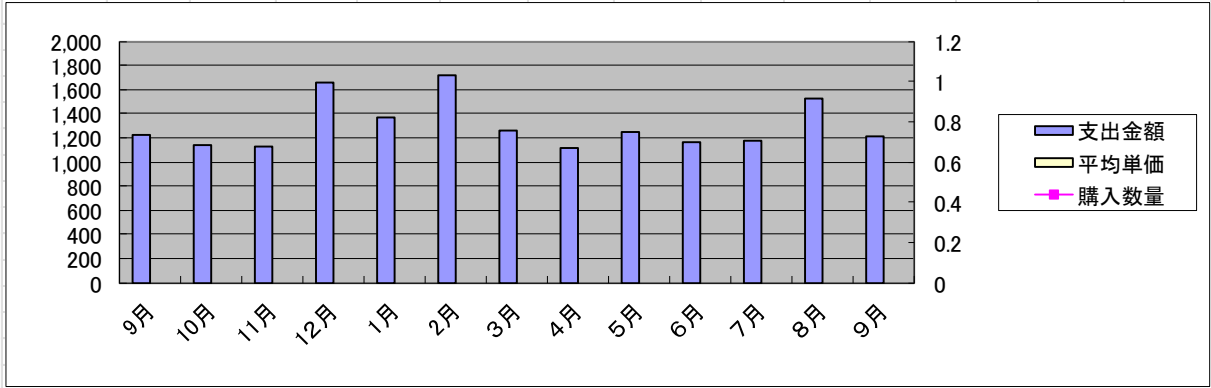
1 月、2 月の重点販売商品

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. 寿司

23 年 12 月の寿司は前年を割ってしまったが、24 年 1 月、2 月は前年をクリアした。にぎり寿司は 12 月から 1 月に需要が移りつつあることに注目。2 月は恵方巻需要で年間トップであるだけに売り逃しがないようにする

寿司													24年
消費支出	23年												
月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
支出金額	1,226	1,144	1,133	1,655	1,370	1,717	1,264	1,118	1,246	1,167	1,181	1,521	1,207
購入数量													
平均単価													
	116.87%	97.78%	103.65%	99.87%	107.03%	102.44%	100.23%	96.37%	100.24%	104.66%	98.49%	106.66%	98.45%
コメント													



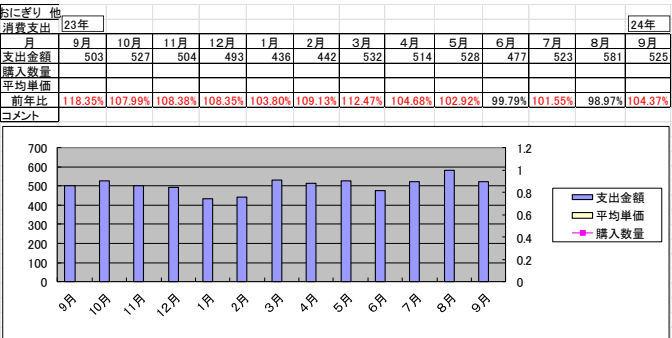
野菜恵方巻

「豪華海鮮巻」だけでなく、野菜だけを使った「伝統巻寿司」や「ビーガン、ベジタリアン巻寿司」も提案したい。両方購入して家庭で盛り合わせてもおもしろい



2. おにぎり

1 月、2 月のおにぎりの需要は底だが前年はクリアしている。おにぎりは冷たいため、温かいチルド麺やカップ麺と食べることを提案し関連販売する。カップ麺の蓋の上の重しにすれば多少温まる



ご当地おにぎり

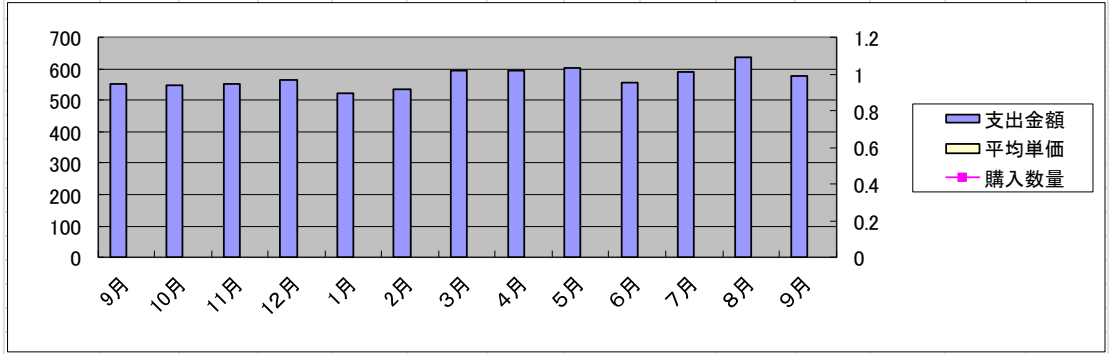
「東北の味わいにぎりました」。青森の鶏唐揚げ、ホタテ入りかき揚げ、キャベツ炒め、秋田の「いぶりがっこ入りのタルタルソース」、福島の「みそかんぶらじゃ風じゃがいも焼」が入ったよくばりおにぎり。このようなご当地おにぎりの開発が必要だ



3. 調理パン

調理パンも1月、2月の需要はそこであるが前年は伸びている。人が動く時には「おのぎり」と「調理パン」がよく動く。

調理パン														24年
消費支出	23年													
月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	
支出金額	555	547	554	565	522	534	596	594	606	557	591	637	577	
購入数量														
平均単価														
評価	111.44%	102.24%	106.74%	107.82%	101.55%	108.53%	101.01%	103.30%	103.94%	106.90%	104.60%	108.14%	103.96%	
コメント	好調	消費支出増												



ダブルバーガー

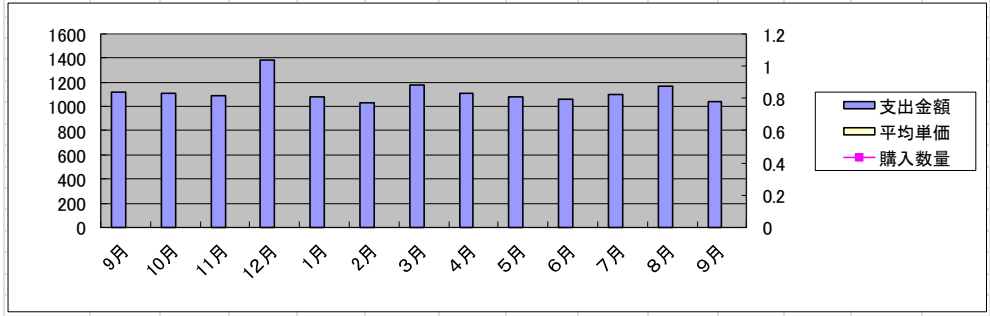
チキンハンバーグとウィンナーソーセージを挟んだバーガー。ハンバーグもウィンナーも食べたいという人のためのハイブリッドバーガー。作業はそれほど難しくないため販売してみてもどうか



4. 天ぷら、フライ

1月2月は揚げ物の動きが悪いが、去年はクリアしている。コロッケ、フライや唐揚げだけでなく、串揚げやフリッター(フリット)揚げなど目先を変えた商品を販売する

天ぷら、フライ													24年
消費支出	23年												
月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
支出金額	1118	1112	1086	1386	1084	1033	1179	1110	1076	1064	1095	1172	1044
購入数量													
平均単価													
評価	112.13%	107.64%	109.58%	105.31%	106.06%	102.99%	106.40%	105.91%	100.37%	104.62%	100.45%	99.74%	93.38%
コメント	季節指数高												



串揚げ

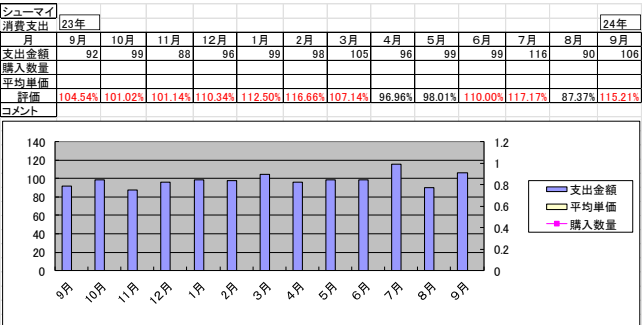
串揚げはパン粉を使って揚げたものが多いが、目先を変えてフリッター(フリット)粉で揚げたものを販売したい。できれば生の食材を揚げたい



5. 焼売

1 月、2 月の焼売は 12 月よりも消費が伸びている。さらに前年比二桁伸びた。

1 月は中華料理が売り時。チルドの焼売に負けないようしっかりと販売したい



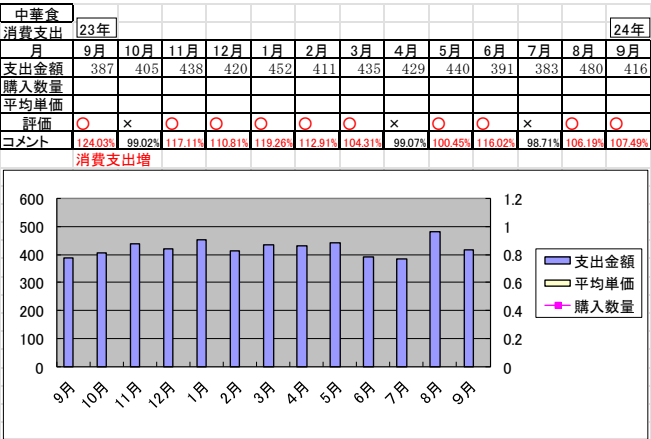
蒸し焼売と蒸し餃子

飲茶ではセイロに入った「蒸し焼売」や「蒸し海老餃子」が定番だ。惣菜売場でも「蒸し料理」を充実させたい。週末には点心の盛合せもおもしろい



6. 外食 中華食

外食の中華料理は、暑い8月と寒い1月によく動く。1月は中華料理のアイテムを広げて「中華フェア」を行う。メニューは街中華で扱われているものであまり高価なものは避ける



大人の麻婆豆腐

本格四川風の麻婆豆腐。山椒を効かせた大人向け商品。単品の他に「麻婆豆腐丼」も販売する。辛口と甘口の両方の品揃えをする



甘口ファミリー麻婆豆腐

子供や老人と家族全員で食べられる甘口の麻婆豆腐。ファミリー向けであるため大型パックで販売する



1月、2月の育成商品

1. うなぎ&うどん

うなぎ蒲焼は1月に114.6%伸び、2月は131.9%の伸びであった。蒲焼が売れている

だけに「うな重」も積極的に販売したいが、1 月は節約ムードが高まるため「うどん」とセットで販売したい



2. 豚ステックパリパリ揚げ

ステック状の豚肉をフリッター粉でパリパリに揚げたもの。ケチャップベースの酢豚のソースで食べる。野菜なしの酢豚だ



3. 水餃子

茹でたての水餃子にピリ辛のタレとごま油をかけたもの。市販品は茹でた餃子にたれを添付して電子レンジで温めることを提案



4. 四川風フライドポテト

フライドポテトは塩、ケチャップで食べるのが定番だが、唐辛子と粒山椒の味付け。マンネリしたポテトフライに新フレーバーを加えたい



5. 焼きチーズ

これは中華料理の隠れたヒット商品。最近はスーパーマーケットの惣菜でも売られている。

鉄板のある店はチャレンジして欲しい



6. ポテト＆チーズパリパチ焼き

チーズ焼きのアレンジメニュー。揚げたポテトをチーズと一緒に焼いたもの。鉄板に油を敷きシュレットチーズを敷き上からフライドポテトを載せ、色が付いたら裏がえしチーズを加える。味付けは塩コショウのみ



7. 鍋焼うどん

アルミ鍋付きの鍋焼うどん。価格は少し高くても具たくさん鍋焼うどんを販売する。温泉卵をプラスしてもよい



8. 信州おやき

信州名物のおやき。野菜の「中華まん」と同じだ。冷凍をスチームコンベクションオーブンで温めて販売する



9. 栗ぜんざい

冬の甘味として「栗入りのぜんざい」を販売したい。餅は冷えても硬くならないものを使う

