

2025年3月、4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

3月のイベント、行事対応

2 日(日)「ご当地レトルトカレーの日」、3 日(月)「ひな祭り」、5 日(水)「チーズケーキの日」、8 日(土)「餃子の日」「果物の日」、10 日(日)「アメリカンフライドポテト日」、11 日(火)「麺の日」、12 日(水)「パンの日」、14 日(金)「ホワイトデー」、15 日(土)「いちごの日」「菓子の日」、19 日(水)「シュークリームの日」、20 日(木)「秋分の日」、22 日(土)「ショートケーキの日」、27 日(木)「さくらの日」、29 日(土)「肉の日」、31 日(月)「山菜の日」

3 月は「ひな祭り」「卒業式」「バレンタインデー」「春の彼岸」が主な行事だ。行事対応商品の訴求。桜が咲き始め「行楽シーズン」を迎える。「ハレの日メニュー」や「行楽弁当」の訴求も行う

3月の消費動向

24年3月の家計調査の前年比は、食料品計は 106.7%。外食、給食を除く食費は 105.7%。外食、給食は 111.5%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3月)は、食品売上高は既存店 5.3%の増、全店計は6.6%増。

生鮮三部門は 4.8%増(青果 5.4%増、水産 5.0%増、畜産 3.9%増)、日配品は 5.7%増、一般食品 6.8%増。惣菜は 3.0%増であった

家計調査は 105.7%、協会調査全店計は 6.6%増であった。1%の開きはあるがおおむね好調であった。日配部門は 5.7%増と平均を下回ったが、一般食品は 6.8%増と平均を上回った。今年も 4 月から 6000 品目の値上げが予定されている。高いイメージを与えないようアイテムの選定と売り方に注意したい

4月の行事、記念日

1 日(火)「エイプリルフール」、4 日(金)「あんぱんの日」、5 日(土)「みたらし団子の日」、「チーズケーキの日」、8 日(火)「花まつり」、11 日(金)「めんの日」、12 日(土)「パンの日」、15 日(火)「いちごの日」「いちご大福の日」、17 日(木)「いなりの日」、19 日(土)「シュークリームの日」、22 日(火)「よい夫婦の日」「ショートケーキの日」、25 日(金)「プリンの日」、29 日(火)「肉の日」「昭和の日」「ナポリタンの日」

4 月前半は「節約志向」は高まるが、後半はゴールデンウィークがスタートするため、「ケの

日」と「ハレの日」のメリハリをつけた売り方を行う。「昭和の日」にはレトロな商品を集めた企画もおもしろい

4月の消費動向

24年4月の家計調査の前年比は、食料品計は 101.5%。外食、給食を除く食費は 101.1%。外食、給食は 103.8%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(24年4月)は、食品売上高は既存店 1.8%の増、全店計は 2.7%増。

生鮮三部門は 1.3%増(青果 4.4%増、水産 1.5%増、畜産 2.2%減)、日配品は 1.4%増、一般食品 2.4%増。惣菜は 2.6%増であった

4月の売上の伸びは 1%強と 3月とは大違いである。進学、就職と出費がかさんだ反動が表れている。さらに今年も値上げが行われる。お客は価格に敏感になっているため基礎商品の価格設定、品揃えには注意したい

日配商品のトレンド(総務省 家計調査より)

()内は3月前年比、4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 3月、4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(107.1% 103.0%)、食パン(108.9% 103.7%)、他のパン(106.3% 102.6%)、ちくわ(100.6% 100.0%)、牛乳(107.1% 104.6%)、ヨーグルト(111.4% 101.0%)、納豆(111.0% 102.8%)、中華麺(103.4% 100.8%)、他の和生菓子(109.1% 105.0%)、ケーキ(106.1% 101.9%)、ゼリー(105.3% 100.6%)、プリン(114.7% 112.5%)、他の洋生菓子(105.9% 111.6%)、アイスクリーム(105.7% 115.9%)、他の主食的食品(116.1% 106.8%)、コーヒー飲料(101.0% 112.0%)

② 3月、4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

揚げ、がんも(100.7% 100.3%)、他の漬物(102.4% 100.4%)、マーガリン(105.3% 101.8%)、凍調理食品(111.1% 106.5%)、調理パン(101.0% 103.3%)、乳飲料(104.3% 104.8%)

③ 3月、4月に需要は落ちたが前年を上回ったカテゴリー

バター(118.6% 106.8%)、チーズ(111.5% 104.0%)

④ 3月、4月に前年を下回ったカテゴリー

生うどん、そば(107.0% 97.5%)、揚げかまぼこ(108.6% 98.9%)、かまぼこ(94.8% 98.21%)、魚介佃煮、(89.4% 73.7%)、卵(95.8% 87.0%)、豆腐(100.0% 96.6%)、

こんにゃく(103.1% 90.7%)、梅干し(104.0% 78.6%)、大根漬け(101.9% 98.0%)、白菜漬け(94.7% 92.7%)、昆布佃煮(108.0% 97.8%)、餃子(99.4% 107.1%)、焼売(107.1% 96.9%)、果実、野菜飲料(99.6% 101.3%)、乳酸菌飲料(94.8% 104.7%)

「3月、4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)

3月は納豆、ヨーグルトなどの「菌活食品」は二桁伸びた。朝食、昼食需要のパンやスナック、牛乳、飲料、デザートも好調であったため売り逃しがないようにしたい

- ・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

3月の冷凍調理品は2桁伸びた。春休みであるため昼食需要が望める。彼岸の和食食材、和生菓子も積極的に販売する

- ・需要は落ちたが前年を上回ったカテゴリー

バターやチーズなどの乳製品は3月まで需要が伸びるが、4月には需要が落ちるため注意する。3月に注力して販売しておきたい

- ・前年を下回ったカテゴリー

3月は売上が好調であったが4月は節約志向から需要が一気に落ちる傾向が見られた。3月に売れたもの、4月に売れたものの見極めをしっかりとしたい

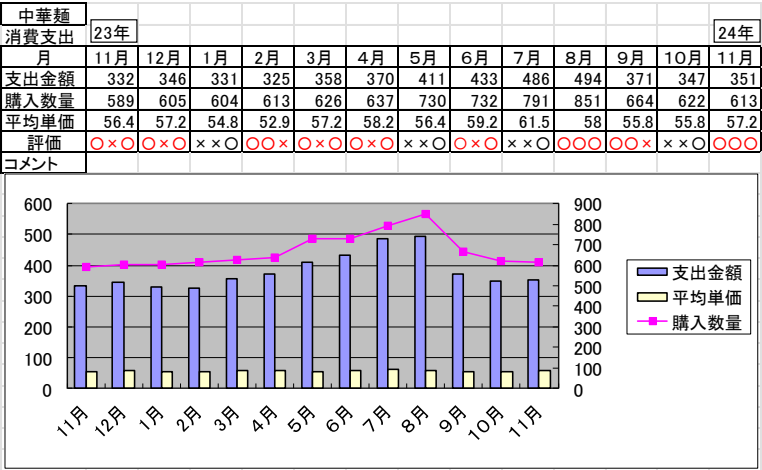
3月、4月の販売のポイント

3月と4月に比較は難しい。季節の変わり目であるため3月に前年をクリアしたが4月は前年割れといったカテゴリーが多い。前年をクリアしたカテゴリーは積極的に販売し、前年を割ったカテゴリーは発注に注意する

3月、4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. 中華麺

中華麺は前年をクリアし需要が高まるゴールデンカテゴリーだ。「煮る」から「焼く」にメニューが変わるため、「焼きそば」「焼うどん」「あんかけ焼きそば」はフェースを拡大して販売する



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

香味野菜塩ラーメン

温度の低い日と温度が高い日のラーメンの売り方を変える。低い日は豚骨ラーメンなど「こってり肉タイプ」、高い日は醤油や塩の「あっさり野菜タイプ」を訴求する



竹輪は3月、4月に需要が伸び、前年もクリアするゴールデンカテゴリー。春はおでんの
ように「煮る」から「和え物」「サラダ」など「生食」に変わるため「生竹輪」に注力して販売す
る

This bar chart displays three metrics over a 12-month period. The left Y-axis measures '支出金額' (Expenditure Amount) in units ranging from 145 to 185. The right Y-axis measures '購入数量' (Quantity Purchased) in units ranging from 0 to 1.2. The '平均単価' (Average Unit Price) is represented by a horizontal line at approximately 168. The '支出金額' is shown as blue bars, and the '購入数量' is shown as a pink line with diamond markers.

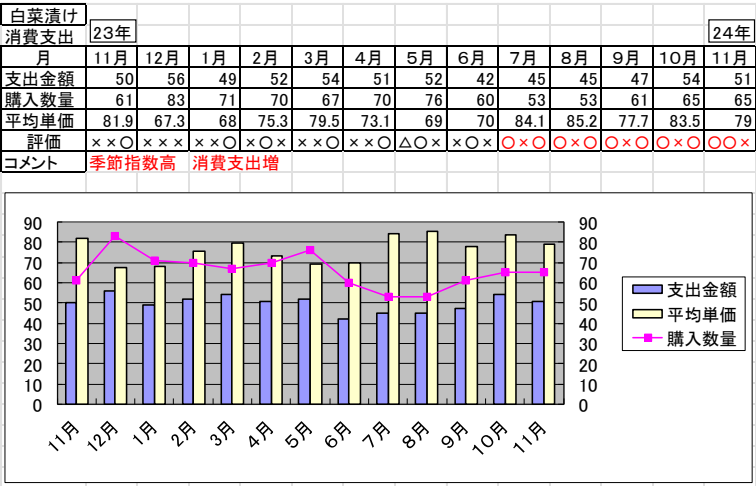
Month	支出金額 (Left Axis)	平均単価 (Right Axis)	購入数量 (Right Axis)
11月	172	168	0.45
12月	178	168	0.45
1月	162	168	0.45
2月	162	168	0.45
3月	168	168	0.45
4月	172	168	0.45
5月	168	168	0.45
6月	168	168	0.45
7月	162	168	0.45
8月	162	168	0.45
9月	168	168	0.45
10月	182	168	0.45
11月	178	168	0.45

魚肉練製品は「生」「煮る」「揚げる」「蒸す」「焼く」料理に幅広く使える。特に春は山菜や春野菜と練製品を使った「和え物」「酢の物」「サラダ」「天ぷら」「炒め物」を訴求したい



3. 白菜漬け

昨年の3月、4月は前年を下回ったが白菜漬けの需要は高い。昨今の野菜の高騰から漬物需要が高まっているため売り逃しがないようにしたい。家庭で漬けた漬物もなくなってくるため春が漬物売りチャンスだ



本漬け白菜

漬物は浅漬けもおいしいが、時間が経ち発酵が進んだものもおいしい。「白菜漬け」「たくあん漬け」「野沢菜漬け」などで「本漬け、古漬けフェア」を実施してもおもしろい



冷凍食品もゴールデンカテゴリー。冷凍食品は春休み、ゴールデンウィーク、夏休み、冬休みと子供が休みの日によく売れる。3月に「キッズメニュー特集」を企画するとよい

Month	支出金額 (円)	平均単価 (円)	購入数量 (kg)
11月	870	850	0.55
12月	1000	850	0.55
1月	830	850	0.55
2月	870	850	0.55
3月	950	850	0.55
4月	940	850	0.55
5月	950	850	0.55
6月	910	850	0.55
7月	1000	850	0.55
8月	840	850	0.55
9月	900	850	0.55
10月	910	850	0.55
11月	900	850	0.55

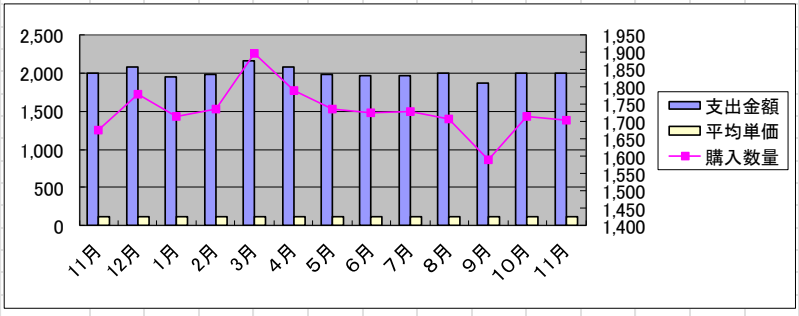
春野菜の生育状況で野菜の相場が左右される。ハウス栽培は石油、電気の高騰で価格は安くならない。価格が安定している冷凍野菜に注力して販売する



5. 他のパン

パンも前年をクリアし需要が伸びているゴールデンカテゴリーだ。3月の菓子パン類は年間トップの売上だ。新商品の導入も必要だが「ご当地パン特集」を企画して販売したい

他のパン														
消費支出													24年	
月	23年	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月
支出金額		2,001	2,075	1,950	1,978	2,165	2,080	1,973	1,967	1,960	1,991	1,859	1,988	2,001
購入数量		1,675	1,778	1,714	1,735	1,897	1,789	1,735	1,725	1,730	1,708	1,591	1,714	1,704
平均単価		119	117	114	114	114	115	114	114	113	117	117	116	117
評価		○×○	○○○	○○×	○○○	○○○	○×○	××○	○×○	○○×	○○○	××○	×○×	△○×
コメント														



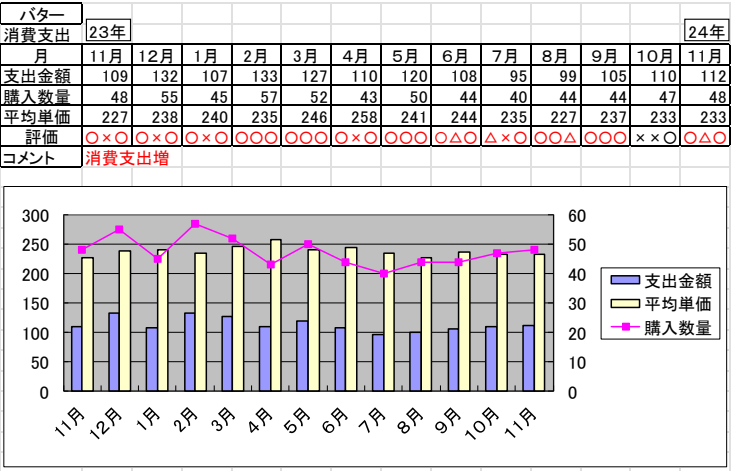
牛乳パン

長野県のご当地パンである「牛乳パン」。地元パンメーカーの他に大手のヤマザキやパスコも製造しているため、他の地域も「ご当地パン特集」で販売したい



6. バター

バターは3月まではよく動くが4月から夏にかけて需要が落ち込む。値上げも予想されるため3月に積極的に販売しておきたい。



バター1/3

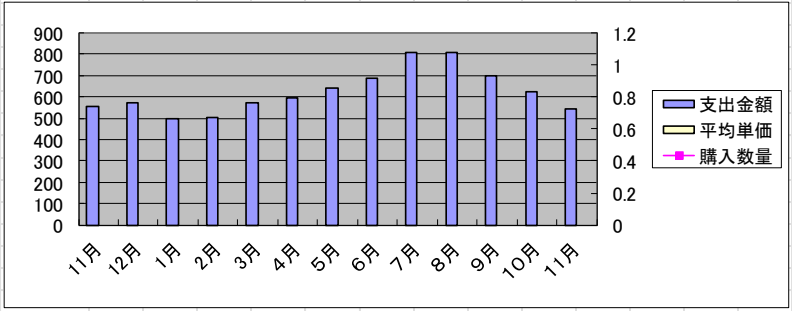
ハイブリッドバターの「バター1/3」の値段は「切れてるバター」に比べて100g当たり約3割安い。バターは料理や菓子用に、ハイブリッドバターはトースト用に訴求する



7. 野菜&フルーツ飲料

昨年は3月に前年を割ってしまったが、飲料は3月から8月まで需要はうなぎ登りだ。
 果汁飲料も「ご当地果汁」を訴求したい。同時に「ご当地ゼリー」も販売する

野菜ジュース													24年
消費支出	23年												
月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月
支出金額	553	573	498	503	572	598	643	688	806	806	701	626	544
購入数量													
平均単価													
評価	○	○	○	○	×	○	○	○	×	○	○	○	×
コメント													



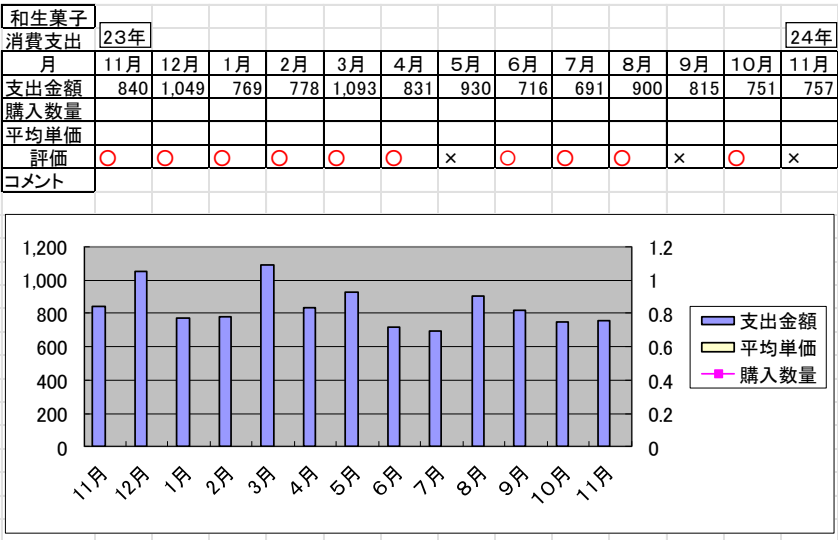
柑橘飲料

「馬路村ゆず麴甘酒」と「和歌山じゃばらミックス」。どちらも産地と大手メーカーとのコラボ商品。一度は飲んでみたい飲料だ。こうした傾向はさらに進むと思われる



8. 他の和生菓子

3 月は「春の彼岸」があるため「おはぎ」「あんころ餅」などの和生菓子の動きがよくなる。
おはぎは「小豆あん」だけでなく「きな粉」「ごま」「くるみ」「ずんだ」など幅広い品揃えを
したい



くるみおはぎ

くるみが採れる地域では団子やおはぎに餡やつぶしたくるみをかける和菓子がある。お
彼岸を機会に「くるみおはぎ」を販売してはどうか



3月、4月の育成商品

1. ざるラーメン

春の中華麺は「冷し中華」はまだ早いが、ざるそば、ざるうどんに加え「ざるラーメン」を売り込みたい。酢を使わず和風つゆがベースであるため食べやすい



2. おから豆腐

ありそうでなかったおから豆腐。おからを細かく粉碎して豆腐に混ぜたもの。おからのザラザラとした食感はない。「ホールフーズ」「一物全体」にかなった豆腐だ



3. いかキムチ

乾燥したイカを辛めのタレで和えた贅沢な韓国キムチ。価格は張るが一度食べれば病みつきになるほどのおいしさ。キムチコーナーで販売したい



4. にしん甘露煮

にしんのフィレの甘露煮。「にしんそば」は有名だが、お弁当やごはんのおかずにもなる。佃煮コーナーと麺コーナーの両方で販売したい



5. はちみつヨーグルト

プレーンヨーグルトにはちみつを加えたもの。はちみつとヨーグルトは相性がよい。砂糖やはちみつを加えることなくそのまま食べられる



6. 全粒オーツミルク

オーツ麦の玄麦を絞った飲料。細かく粉砕されているためマイルドな飲み心地。これも「ホールフーズ」「一物全体」商品だ。



7. オリエンタル飲料、デザート

日本ではブームが去ったように見えるがアジアではまだ人気だ。今年はオリエンタル飲料、デザートに再チャレンジしたい。



8. わらび餅

550gものボリュームのある小豆いりわらび餅。わらび粉は使われていないが和風ゼリーとして人気がある。常温保存可能で日持ちがするため売りやすい

