2024年3月、4月
『これは押さえたい』 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

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」、20 日(木)「秋分の日」、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」「ホワイトデー」「春の彼岸」が主な行事だ。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。「人が動く時には物も動く」。おにぎりや調理パンの動きもよい

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。惣菜部門は 3.0%増と平均を下回った。好調のように見えたが売上に陰りが出ている。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」、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」、22 日(火)「よい夫婦の日」、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。値上げで価格に敏感になっているため値頃を外さないようにしたい

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 101.1.1%。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。惣菜は平均を上回ったが期待したほどの伸びではなかった

3月、4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月に需要を伸ばし、前年を上回ったカテゴリー(12 月を除く)
調理食品(105.5%　103.4%)、コロッケ(101.0%　105.2%)、天ぷら、フライ(106.4%　105.9%)、やきとり(100.4%　104.2%　)

② 3月、4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)
おにぎり(112.4%　104.6%)、調理パン(101.0%　103.30%)、ハンバーグ(103.8%　103.0%)

③ 3月、4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)
他の主食的調理品(116.1%　106.8%)、惣菜材料セット(101.8%　105.7%)

④ 3月、4月に前年を下回ったカテゴリー
弁当(96.4%　99.8%)、寿司(100.2%　96.3%)、カツレツ(95.94%　92.54%　)、サラダ(99.81%　104.08%)、餃子(99.42%　107.10%)、焼売(107.1%　96.9%)、うなぎ蒲焼(124.0%　99.2%)

「3月、4月の MD ポイント」
1. 3月、4月に需要を伸ばしたカテゴリー
調理食品は 3 月、4 月とも前年を上回った。「天ぷら、フライ」「コロッケ」などの揚げ物は相変わらず好調。「やきとり」は子供のおやつ、ビールのつまみとして大型パックを売り込みたい

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
スナッキングの「おにぎり」「調理パン」は相変わらず好調だが、その影響からか「弁当」「丼」の売上が落ちている。注目は「ハンバーグ」「ミートボール」「つくね」などのミンチ商品。特に安価な「チキンハンバーグ」「鶏つくね」を売り込みたい。
前年を上回ったカテゴリーは「他の主食的調理食品（スナック類）」は、焼きそば、焼うどん、パスタ、ピザ、お好み焼きなどの「粉物」を売り込みたい。春休みであるため昼食需要が望める。

3．前年を下回ったカテゴリー
売上構成比の高い「弁当」「寿司」が前年を下回ったため値頃を外さないようにしたい。3 月は「焼売」「うなぎの蒲焼」が好調。4 月は「サラダ」「餃子」と月によって売れるものが違う。特に「サラダ」は 3 月にもう少し売り込みたい

ひな祭対策
ひな祭は「ハレの日」だ。「ちらし寿司」「にぎり寿司」「オードブル」「フライドチキン」「やきとり」「ピザ」「ゼザート」「ひなケーキ」など子供が好きなメニューを訴求する。

彼岸対策
「天ぷら盛合せ」「助六寿司」「煮物盛合せ」「和え物」「おはぎ」など和食の訴求。天ぷらは山菜の天ぷらを加える。和生菓子も動くため「団子」「大福」「柏餅」にも注力する。少量パックだけでなく思い切って「大型パック」も販売したい

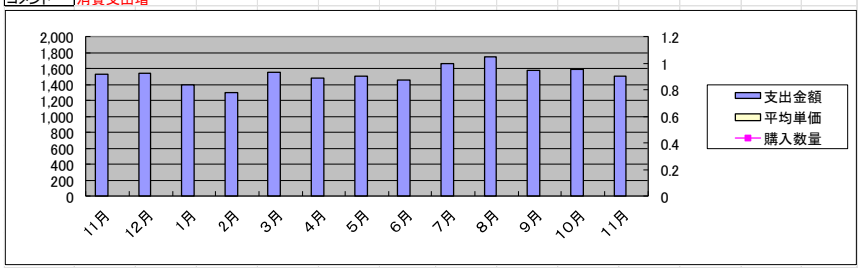
3月4月の販促のポイント
3 月は「ハレの日寿司」「行楽弁当」「彼岸の天ぷら」を売り逃すな！
4 月はコロッケ、フライなど「普段のおかず」になるものを販売。「おにぎり」「調理パン」は売れているためピンキリの品揃えを行う

3月、4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「〇」）

1. 弁当

弁当、丼は残念ながら 3 月、4 月は前年を下回ってしまった。構成比が高いだけに売上を落としたくない。値頃の 398 円弁当のアイテムを拡大し逃がした客を引き戻す

弁当													
消費支出	23年												24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	1,529	1,542	1,402	1,303	1,561	1,487	1,504	1,458	1,662	1,748	1,575	1,594	1,501
購入数量													
平均単価													
前年比	102.27%	102.18%	101.00%	100.30%	96.47%	99.86%	99.20%	102.31%	103.87%	110.84%	103.27%	102.64%	98.16%
コメント	消費支出増												



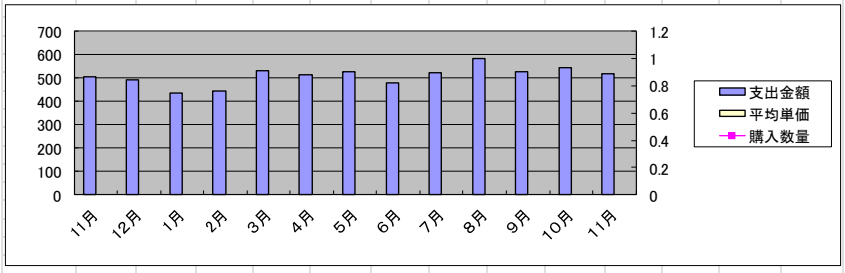
銀鮭塩焼きのり弁
銀鮭ののり弁に「卵焼き」「焼売」「肉団子」「がんも煮」を加えて税抜き 499 円。ミンチ物とハイブリッド食品を加えて価値を出している

ビニヤリライス
最近外食で人気が高まっているインドの炊き込みご飯。ビーフ、ラム、ポーク、チキンと種類も多い。長粒米を使い冷凍かキット商品を開発し大型パックで販売する

2. おにぎり

おにぎりは相変わらず好調。3 月は二桁の伸びであった。売れているだけに「おにぎり弁当」の充実を図りたい

おにぎり他													
消費支出	23年												24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	504	493	436	442	532	514	528	477	523	581	525	545	518
購入数量													
平均単価													
評価	108.38%	108.35%	103.80%	109.13%	112.47%	104.68%	102.92%	99.79%	101.55%	98.97%	104.37%	103.41%	102.77%
コメント	消費支出増												



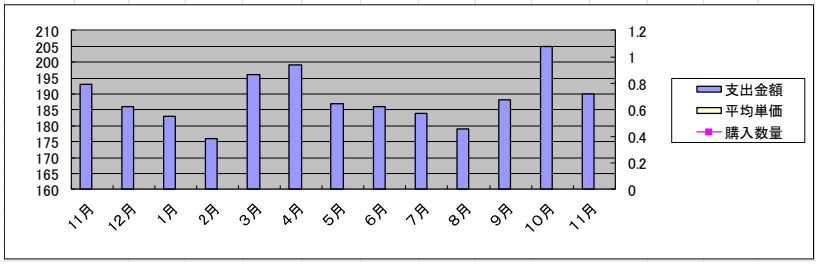
焼鳥屋さんの焼きおにぎり

焼鳥屋の直焼きおにぎりが人気。オーブンで焼いた味とは違う。焼台のある店は挑戦してみてはどうか

3. コロッケ

コロッケは３月、４月によく動き前年もクリアしているゴールデンカテゴリー。バラ売りと大型パックの販売をする

コロッケ													
消費支出	23年												24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	193	186	183	176	196	199	187	186	184	179	188	205	190
購入数量													
平均単価													
評価	110.91%	108.77%	105.17%	101.14%	101.03%	105.29%	103.88%	104.49%	106.97%	102.28%	100.00%	100.49%	98.44%
コメント													



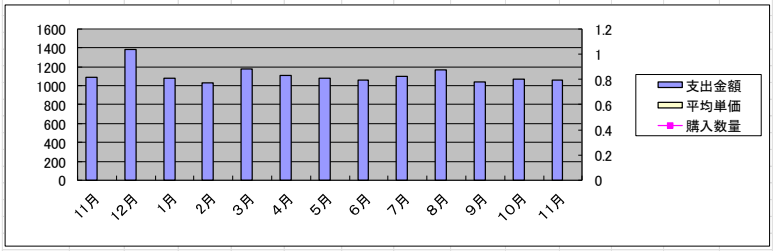
おからカレーコロッケ

道の駅で販売されている一口サイズの「コロッケ」。スーパーマーケットのコロッケと差別化するためだ。こんな品揃えもあっていい

4. 天ぷら、フライ

揚げ物は好調だが「ロースとんかつ」「ひれかつ」などの高額品の動きが鈍い。天ぷらセットは３月に売り込みたい

天ぷら、フライ													
消費支出	23年												24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	1086	1386	1084	1033	1179	1110	1076	1064	1095	1172	1044	1066	1065
購入数量													
平均単価													
評価	109.58%	105.31%	106.06%	102.99%	106.40%	105.91%	100.37%	104.62%	100.45%	99.74%	93.38%	95.86%	98.06%
コメント	減												



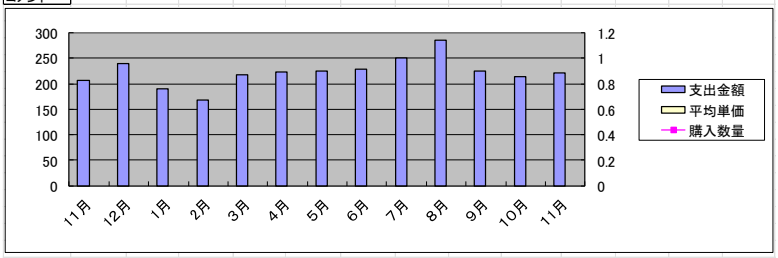
春の天ぷら盛合せ

タラの芽、こしあぶら、たけのこ、菜花など春の味覚を天ぷらセットに追加したい。冷凍の天ぷらセットになるべく生の山菜を揚げて盛り合わせたい

5. やきとり

やきとりは 8 月まで売れる。マンネリ化しているためフライヤーで揚げられる「揚げ皮串」に挑戦してみてはどうか

やきとり													
消費支出	23年												24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	206	240	191	168	217	223	226	229	251	285	226	214	221
購入数量													
平均単価													
評価	109.57%	104.34%	90.95%	98.24%	100.46%	104.20%	99.12%	104.09%	98.43%	105.16%	100.00%	97.27%	107.28%
コメント													



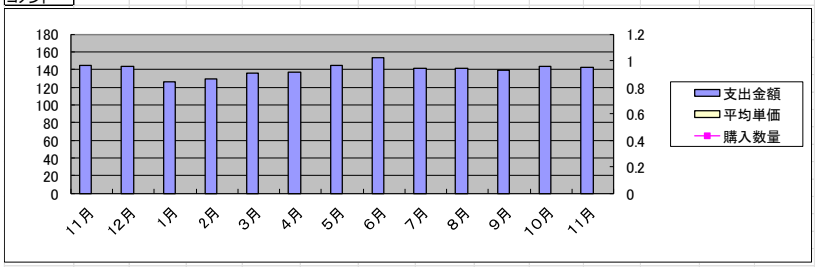
やきとり盛合せ

写真は 80 円塩やきとり。最近は「新世界」の 50 円皮串などスーパーマーケットよりやきとり専門店の方が安い。スーパーマーケットはアルコールとの利益ミックスが難しいが名物やきとりを育成したい

6. ハンバーグ

ハンバーグ、ミートボールは昨年 11 月に前年割れしたが好調なカテゴリーだ。肉類も値上げされているため「鶏肉」を使ったアイテムの開発が必要だ

ハンバーグ 消費支出	23年												24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	145	144	126	129	136	137	145	153	141	141	139	143	142
購入数量													
平均単価													
評価	108.20%	111.62%	102.43%	106.61%	103.81%	103.00%	109.84%	117.69%	101.43%	102.91%	113.93%	105.92%	97.93%
コメント													



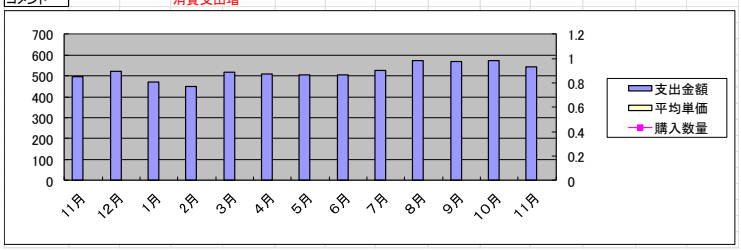
鶏つくね

串のつくねもいいが小判型のつくねもおもしろい。つくねは鶏肉のハンバーグだ。ハンバーグに比べコストも安いため弁当などのも使える。

7. サラダ

昨年は３月に前年を割ってしまった。売れる時期だけに販促を強化したい。「和え物」は和風サラダであるため「ぬた」の販売も強化する

サラダ 消費支出	23年												24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	498	523	470	450	516	510	506	505	525	572	568	573	545
購入数量													
平均単価													
評価	103.53%	101.35%	101.95%	99.55%	99.80%	104.08%	97.30%	103.27%	106.27%	104.57%	106.56%	104.37%	109.43%
コメント			消費支出増										

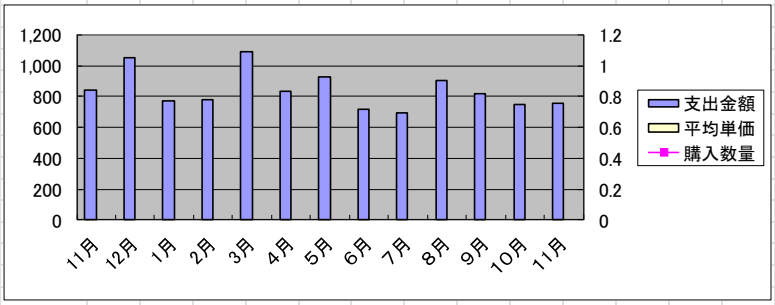


ステックサラダ＆フライドトルティーヤ
外食ではフライドトルティーヤ(ナチョス)のサラダをよく見かける。写真はステック野菜とフライドトルティーヤ、サルサソースをトレーに盛り合わせたもの。揚げるとカサが増える薄切り餅、ライスペーパーも狙い目

8. 他の和生菓子

和菓子は 3 月が年間トップの消費であるため売り逃しがないようにする。「おはぎ」「団子」は種類を増やして盛合せで販売する

和生菓子 消費支出	23年												24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	840	1,049	769	778	1,093	831	930	716	691	900	815	751	757
購入数量													
平均単価													
評価	○	○	○	○	○	○	×	○	○	○	×	○	×
コメント													



おはぎ盛合せ
原信安曇野店で販売されていたおはぎの盛合せ。小豆、きなこ、ごま、ずんだの 4 種類がトレーにうまく収まっている。その他砕いた「くるみ」がかかったおはぎも人気だ

3月、4月の育成商品

1. 五目ちらし寿司

寿司専門店のちらし寿司。たっぷりの具材がトッピングされていて豪華だ。ひな祭りに販売したい。ポイントは大きさを統一して具材をカットするとキレイに見える

2. 寿司屋のまぐろ丼

まぐろが美味しいと評判の寿司屋の鉄火丼。赤身、中トロ、大トロの盛合せ。スーパーマーケットの刺身や寿司もまぐろが美味しい店には人が集まる。鮮魚の寿司で値入を下げて販売して欲しい

3. タコライス

カフェでは扱っているが惣菜ではあまり見かけなくなった。ごはんと生野菜、豆、肉、たまごの組み合わせは栄養バランスもよいため品揃えする

4. うなぎ茶漬け

うなぎの蒲焼は 3 月に 124%も伸びた。4 月になると売上が落ちるため 3 月に売っておきたい。「うな重」「うな丼」「ひつまぶし」は定番化したい。価格が手頃な「うなぎ茶漬け」にも挑戦する

5. ロールキャベツ
いつの間にかあまり見かけなくなったロールキャベツ。キャベツの相場が安定すれば販売するもおもしろい。なるべく大き目のものを販売したい

6. 竹の子とわかめの煮物
春の味覚である竹の子とわかめの煮物。竹の子は水煮を使用するが、わかめはなるべく生を使いたい。竹の子と山椒の葉は同じ時期に食べられる

7. こしあぶらの辛子酢味噌和え
春の山菜であるわらび、こごみ、うど、野びる、こしあぶらは苦みがありデトックス効果や肝臓機能に効果が期待できると言われている。酢味噌や辛子酢味噌との相性も良いため和え物で販売したい

9．山菜、とろろ蕎麦

そばの上に山菜水煮、とろろをトッピングした。チルドの調理麺も春はこうした山菜＋とろろの商品を販売したい