

2025年5月、6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

5月のイベント、行事対応

「メーデー」(1日 木)、「憲法記念日」(3日 土)、「みどりの日」(4日 日)、「子供日」「立春」「チーズケーキの日」(5日 月)、「振替休日」「コロツケの日」(6日 火)、「果物の日」(8日 木)、「アイスクリームの日」(9日 金)、「母の日」「麺の日」(11日 日)、「パンの日」(12日 月)、「ヨーグルトの日」(15日 木)、「シュークリームの日」(19日 月)、「ショートケーキの日」(22日 木)、「肉の日」(29日 木)

ゴールデンウィークは4月26日から5月6日まで休日を取れば11連休になる。ゴールデンウィーク明けは大きな行事がなく月初の支出から節約志向が高まる。「ハレの日」と「ケの日」にMDingに注意する

5月の消費動向

24年5月の家計調査の前年比は、食料品計は100.9%。外食、給食を除く食費は101.0%。外食、給食は100.2%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5月)は、食品売上高は既存店1.6%の増、全店計は2.5%増。

生鮮三部門は1.4%増(青果4.2%増、水産1.1%増、畜産1.4%減)、日配品は0.4%増、一般食品2.4%増。惣菜は2.2%増であった

畜産が1.4%の減、日配はそれに次ぐ0.4%の増。日配は5月苦戦した。ゴールデンウィーク中は行楽や外食の機会が増えるため、日持ちのしない日配商品の在庫を減らした可能性が高いためロングライフ商品を提供する

6月の行事、記念日

「牛乳の日」(1日 日)、「チーズケーキの日」(5日 木)、「麺の日」(11日 水)、「恋人の日」(12日 木)、「パンの日」(12日 木)、「父の日」「いちごの日」(15日 日)、「シュークリームの日」(18日 水)、「夏至」(21日 土)、「ショートケーキの日」(22日 日)、「パフェの日」(28日 土)、「肉の日」(29日 日)

6月の最大のイベントは15日(日)の「父の日」。お酒のつまみや焼肉などパーティーメニューの訴求する。梅雨に入り長雨が続けば入店機会が減るためこの時期もなるべく日持ちのする商品を販売したい

6月の消費動向

24年6月の家計調査の前年比は、食料品計は 105.2%。外食、給食を除く食費は 103.7%。外食、給食は 113.0%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6月)は、食品売上高は既存店 4.0%の増、全店計は 5.0%増

生鮮三部門は 3.8%増(青果 5.4%増、水産 3.9%増、畜産 1.8%増)、日配品は 2.1%増、一般食品 5.6%増。惣菜は 4.0%増であった

昨年は日曜日が 5 日、一昨年は 4 日であったため曜日周りが良かったことが売上を押し上げた。今年も 5 日あるので売り逃しがないようにしたい。6 月も日配は不振であったが、一般食品は部門最高の伸びであったため、どんな商品が売っていたか調べた上で販売できるものは販売する

日配商品のトレンド(総務省 家計調査より)

()内は5月前年比、6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 5月、6月に需要が増え、前年も上回ったゴールデンカテゴリー

納豆(101.5% 103.8%)、梅干し(110.6% 115.7%)、プリン(119.0% 106.3%)、アイスクリーム(103.4% 112.2%)、コーヒー飲料(110.3% 107.2%)、果実、野菜飲料(101.7% 103.4%)、

② 5月、6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

パン(100.8% 102.0%)、食パン(104.0% 100.0%)、揚げかまぼこ(102.7% 101.7%)、牛乳(105.5% 103.0%)、凍調理食品(108.5% 102.4%)、調理パン(103.9% 106.9%)、餃子(105.1% 100.6%)、他の主食的食品(104.7% 103.0%)、乳飲料(100.0% 101.8%)

③ 5月、6月に需要は落ちたが前年を上回ったカテゴリー

バター(116.5% 108.0%)、チーズ(102.0% 100.3%)、マーガリン(105.8% 100.0%)

④ 5月、6月に前年を下回ったカテゴリー

他のパン(99.4% 102.9%)、生うどん、そば(99.3% 105.4%)、中華麺(99.0% 102.3%)、ちくわ(96.5% 97.6%)、かまぼこ(99.0% 99.1%)、魚介佃煮、(82.8% 98.4%)、ヨーグルト(99.6% 104.0%)、卵(87.9% 85.0%)、豆腐(97.5% 96.2%)、揚げ、がんも(99.2% 97.7%)、こんにゃく(93.1% 95.1%)、大根漬(105.6% 92.6%)、白菜漬(100.0% 97.6%)、昆布佃煮(107.6% 99.0%)、他の漬物(102.9% 98.5%)、他の和生菓子(98.6%

104.5%)、ケーキ(99.1% 98.9%)、ゼリー(96.0% 110.3%)、他の洋生菓子(99.2% 108.4%)、焼売(98.0% 110.0%)、乳酸菌飲料(104.3% 95.7%)

「5月、6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)

5月の日配は売上不振であったが、中でも「梅干し」「プリン」「コーヒー飲料」は二桁伸びた。6月は「アイスクリーム」が二桁の伸び。数少ないゴールデンカテゴリーであるため今年も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

食パン、調理パン、スナック類、牛乳、乳飲料など「朝食アイテム」が好調であった。新商品を含め「朝食フェア」を実施する

・需要は落ちたが前年を上回ったカテゴリー

食パンが伸びたことから、バター、チーズ、マーガリンが好調であった。食パンの特売とタイアップし乳製品を積極的に販売し売り逃しがないようにする

・前年を下回ったカテゴリー

5月に需要伸ばしたカテゴリーは「大根漬け」「白菜漬け」「他の漬物」「昆布佃煮」「乳酸菌飲料」などの発酵食品。「発酵食品フェア」の画も面白い

6月に需要を伸ばしたカテゴリーは「他のパン」「生麺」「中華麺」「ヨーグルト」「他の生菓子」「ゼリー」「シュウマイ」。雨の日にホット麺の訴求を行う。5月と6月とでは動く商品が違ってくるので注意する

5月、6月の販売のポイント

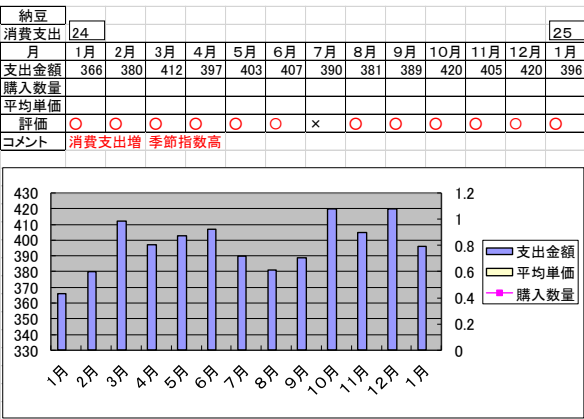
昨年日配部門は5月、6月と苦戦した。しかし、多くの商品が4月から値上げされるが、日配商品、一般食品の平均単価は生鮮食品に比べて低い。うまく使えば節約メニューにもなることを提案する

「価格コンシャス」。「コンシャス」とは「故意」「意識的」の意味がある。売上が不振になると価格が下がる。競合店が意図的に価格を下げてEDLPで販売するケースがある。同じメーカーで同じ価格で販売するのも一案かも

5月、6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. 納豆

納豆は 5 月、6 月に需要伸ばし前年も上回ったゴールデンカテゴリーだ。梅雨の時期でもあるため「善玉菌」の訴求を行う



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

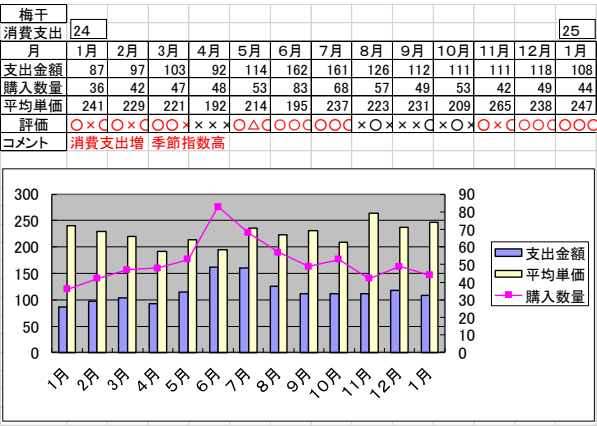
乾燥納豆

いつでも、どこでも食べられる「乾燥納豆」。行楽用品として「カリカリ梅」と共に大陳しておやつ、おつまみの提案して販売したい



2. 梅干し

梅干しもゴールデンカテゴリー。夏至の時期に天日干しし塩漬けにする。土用に本漬けにする。梅干しを漬ける時期に積極的に販売する



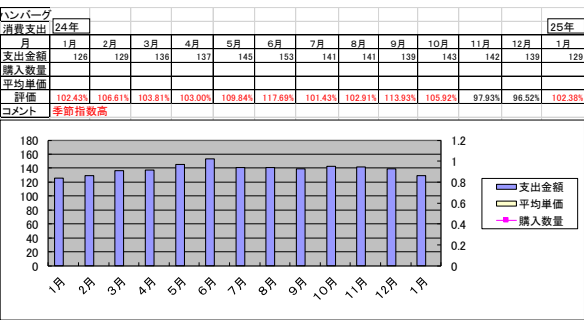
カリカリ梅

カリカリ梅の種を取り除いた商品。種を捨てる場所を気にする必要がないため、行楽に提案したい



3. ハンバーグ

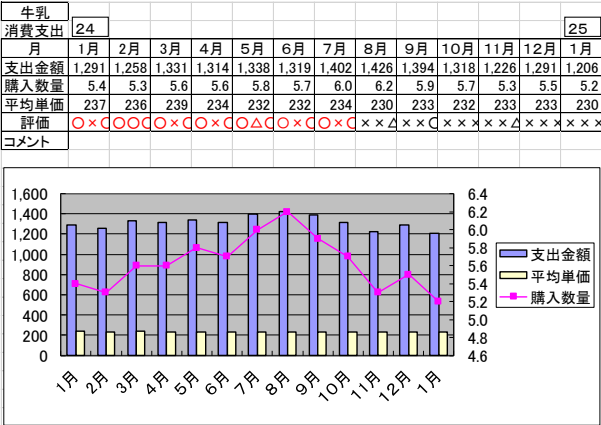
ハンバーグは6月に一番動く。この時期を逃さずハンバーグ、ミートボールに注力して販売。レトルトハンバーグ、レトルトミートボールをお弁当材料として大陳して販売する



ハンバーグ ロールキャベツ風
 ハンバーグに加熱した刻んだキャベツを加えたロールキャベツ風の商品。キャベツがたっぷり入っているのが特徴。



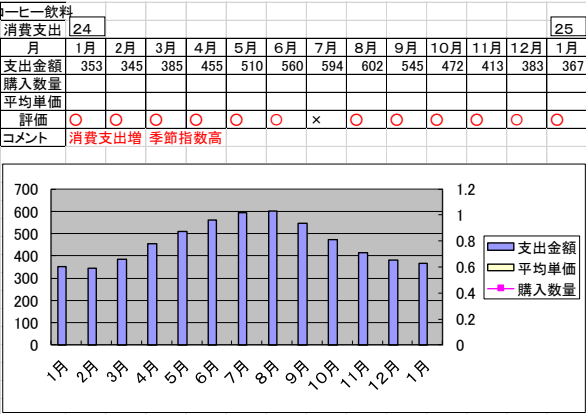
4. 牛乳
 牛乳は値上げがあったせいか、昨年 1 月から 7 月まで前年をクリアした。5 月、6 月も好調であつたため積極的に販売する



ジャージー牛乳
 無調整牛乳の乳脂肪分が 3.5～3.6%に対し、このジャージー牛乳は 4.2%以上と高い。
 価格は張るがおいしいものを少しだけというお客に提案したい

6. コーヒー飲料

コーヒー飲料は夏に向かい需要はうなぎ登りだ。「無糖コーヒー」「加糖コーヒー」「カフェオレ」は1リットルタイプを拡販



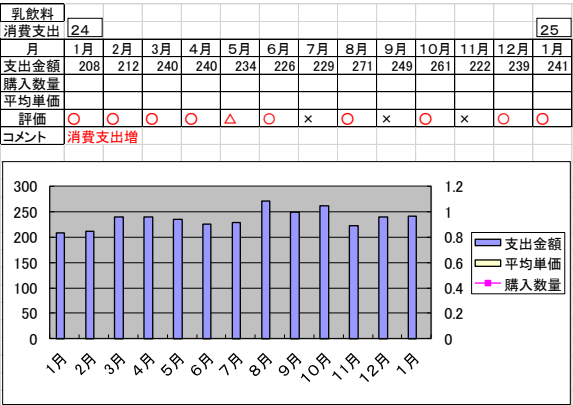
ポリ入りコーヒー飲料

売れる時期に少し価格の張るブランド商品を、SKU を広げて冷蔵平ケースで大陳して販売する。行楽にも最適だ



7. 乳飲料

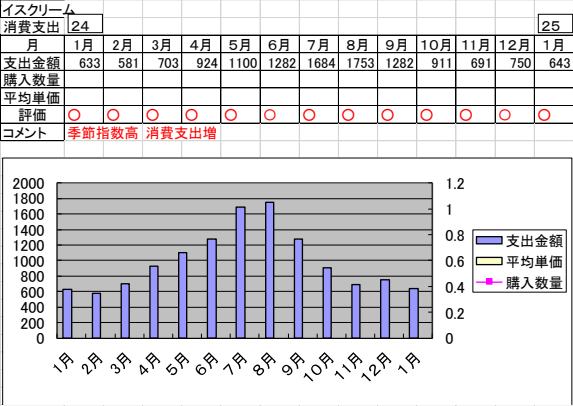
乳飲料は3月から7月まで需要は変わらないものの前年をクリアしている。8月が年間最大であるため早くから需要を掘り起こしたい



プロテインドリンク(カフェラテ)
原材料名は「乳飲料」 高吸収タンパク質 18g 入り。 脂肪0, 砂糖不使用の機能性飲料。
プロテイン入りだが味に違和感はない



8. アイスcream
アイスクリームは 13 か月連続前年クリア。需要も 8 月までうなぎ登り。子供用だけでなく大人用も含め幅広い年代の品揃えをしたい



チョコミント アイス

ミントとチョコレートが混ざったアイスマイルク。カップタイプはカップの部分にチョコレートが張り付いていてスプーンで混ぜて食べることから「日本初」と表示か



5月、6月の育成商品

1. さつま揚げ

鮮魚や塩干の価格が高騰している中、魚肉練り製品は比較的安価な加工食品。肉や魚の代わりに麺類や炒め物、煮物、お弁当のおかず提案したい



2. かにかま

かにかまは料理の五法「生」「煮」「焼」「揚」「蒸」に対応できる商品。SKU を広げフェースを十分確保して販売したい



3. ゆかりジュレ

ふりかけの「ゆかり」がジュレになった。塩辛い、すっぱいイメージがあるが、味はいたってマイルド。サラダや和え物、冷やし麺に最適だ



3. シベリア

ロングランのヒット商品。羊羹または小豆餡をパンに挟んだ日本独特の菓子パン。「乃木将軍」のシベリア遠征に由来するという歴史がある。夏は冷やしてもおいしい



6. マヌカハニーシトラスティー

マヌカハニーはニュージーランドの高級はちみつ。レモン、グレープフルーツ、柚子、紅茶が入った贅沢なシトラスティー。一度は飲んでみたい飲料だ



7. 飲むチーズ

「のむチーズ」というユニーク名前。飲むヨーグルトに見えるが原材料名は「ナチュラルチーズ」。北海道登別の酪農家がつくっている



8. 冷凍ドーナツ

オールドファッションドーナツにチョコをコーティングしたものと、ポンデドーナツにチョコをコーティングしたドーナツ専門店でのじみの商品。自然解凍可能なので行楽にそのまま持って行ける

