

2024年5月、6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

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)

5月は「ゴールデンウィーク」と「母の日」が最大のイベント。ゴールデンウィークは外食とホームパーティーに分かれる。外出時に外食に客を奪われないよう「行楽弁当」や「寿司弁当」「スイーツ」を訴求。子供の日のホームパーティーはプチ贅沢を提案する

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

5月の惣菜は全体平均を上回ったものの動きはそれほど良くなかった。外食もあまり振るわず低迷した。今年も値上げがあるため設定価格には十分注意したい

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月は「父の日」以外主だったイベントがない。父の日は日曜日であるため「高質弁当」や「高質握寿司」を訴求する。梅雨の時期でもあるため食中毒には十分注意したい

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

去年は日曜日が 5 日、一昨年は 4 日であったため曜日周りが良く5%ほど前年を上回った。今年も日曜日が 5 日あるため昨年以上に販促を強化する必要がある

5月、6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月に需要を伸ばし、前年を上回ったカテゴリー

うなぎ蒲焼(117.3% 104.61%)、ハンバーグ(109.8% 117.6%)

② 5月、6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

調理食品(101.8% 103.1%)、寿司(100.2% 104.6%)、他の主食的調理品(104.7% 103.0%)、コロッケ(103.8% 104.4%)、天ぷら、フライ(100.3% 104.6%)、餃子(105.1% 100.6%)、

③ 5月、6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)

調理パン(103.9% 106.9%)、

④ 5月、6月に前年を下回ったカテゴリー

弁当(99.2% 102.3%)、おにぎり(102.9% 99.7%)、サラダ(97.3% 103.2%)、カツレツ(96.9% 102.6%)、焼売(98.0% 110.0%)、やきとり(99.1% 104.0%)、惣菜材料セット(87.9% 101.9%)

「5月、6月のMDポイント」

1. 5月、6月に需要を伸ばしたカテゴリー

5月、6月のゴールデンカテゴリーは「うなぎの蒲焼」と「ハンバーグ」の 2 品だけであった。うなぎは 7 月の「土曜に丑」に向けて早くから「うな丼」「うな重」を販売する。「ハンバーグ」「ミートボール」は弁当を提案しSKUを増やし販売する

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

「寿司」と「スナック類」は 2 か月連続で前年をクリアした。「寿司」は「ハレの日」商品であるため高質寿司を販売する。「スナック」はピザに注力して販売。「コロッケ」「天ぷら、フライ」は「ケの日」商品であるため販売に時期を間違わないようにしたい。

「調理パン」は 5 月、6 月とも前年をクリアしたが、好調であった「おにぎり」は 6 月に前年を下回ってしまった

3. 前年を下回ったカテゴリー

5 月に前年を上回ったのは「おにぎり」だが 6 月は前年を割ってしまった。梅雨の時期だけに具を含め安全なおにぎりを販売したい。「弁当」「サラダ」「カツカツ」「焼売」「やきとり」は 5 月は不振であったが、6 月は前年を上回ったため販促を強化したい

こどもの日対策

子供の日ホームパーティーはクリスマスと同じように「ミニオードブル」「フライドチキン」「フライドポテト」「ピザ」「野菜サラダ」を訴求。「ちまき」「笹餅」「中華ちまき」も忘れずに訴求する。

母の日対策

母の日は和風おかず、サラダなどの「盛合わせプレート」を訴求する。「パスタ」や「ミートボール」「エビフライ」などの大型パックも販売。パーティー寿司は生寿司だけでなく子供でも食べられる「盛合わせ寿司」を訴求

父の日対策

父の日は「高質弁当」と「高質寿司」を訴求。高質弁当は「厚切り紅鮭弁当」「厚切り銀鱈最西京漬け弁当」「うな重」の販売。「高質寿司」はまぐろにこだわった握り寿司の販売

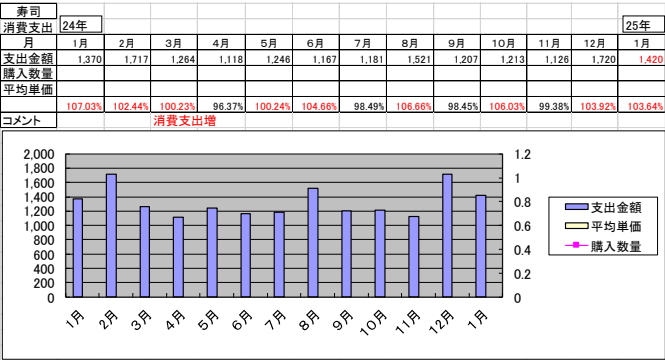
5月6月の販促のポイント

惣菜の 5 月、6 月の数字を見ると前のように惣菜が一人勝ちという状況ではない。青果は相場によって売上が左右されるが生鮮食品も芳しくない。「価格コンシャス」に注目。コンシャスとは意識的に価格を設定すること。値上げとは関係なく安い材料を使いお客が安いと感じる価格設定が必要だ。惣菜商品の中で何を意識的に安く売るかを決める必要がある

5月、6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

寿司はあまり売れる時期ではないが、5月、6月は前年をクリアした。ゴールデンウィーク、母の日、父の日と「高質寿司」の販売を心がける



ハレの日握り寿司
「寿司の価値はまぐろで決まる」といっても過言ではない。ハレの日にはあまり他の寿司ネタを増やさず「まぐろ中トロ」の貫数を増やしたい

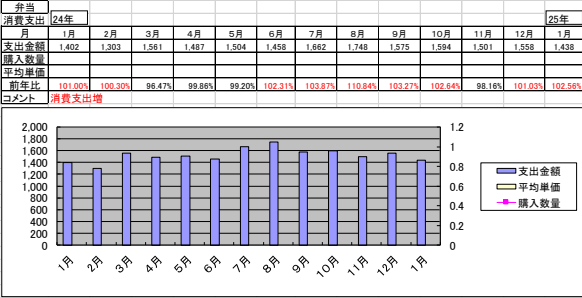


ケの日寿司弁当
この商品は 400 円未満で販売されているアウトパック商品。「寿司と惣菜のハイブリッド商品」だ。老若男女に好まれる寿司で価格の割には内容が充実している



2. 弁当

弁当は 5 月に前年を割ったが 6 月は前年をクリア。ゴールデンウィークの行楽弁当、母の日、父の日は「高質弁当」に注力して販売したい



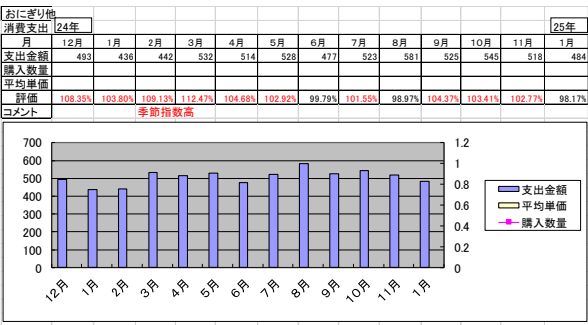
父の日弁当

惣菜専門店の 1400 円で販売されている驚きの高質弁当。内容を見ると厚切りの「銀だら西京漬け」が 1 枚半も入っている。高額だが名物弁当になっている。母の日、父の日に販売したい弁当



3. 他の主食的調理品

スナック類は 5 月、6 月とも前年をクリアしている。寿司、米飯と共に力を入れて販売したいカテゴリーだ



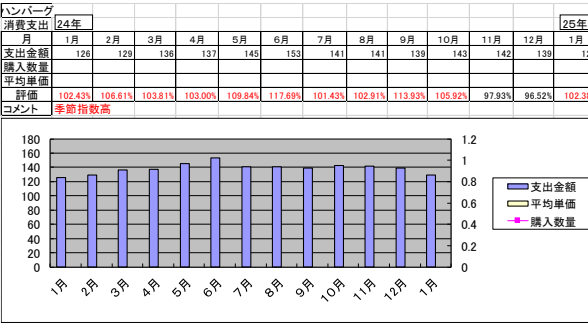
フィルムおにぎり

本体価格 109 円で販売されているフィルもおにぎり。海苔は「有明産」というこだわり。売れ筋商品であるからこそ品質にはこだわりたい



5. ハンバーグ

ハンバーグは 5 月、6 月が一番動く月。特に 6 月は年間最高であるため最重点商品。ハンバーグ、ミートボールは SKU を増やし売り逃しがないようにしたい



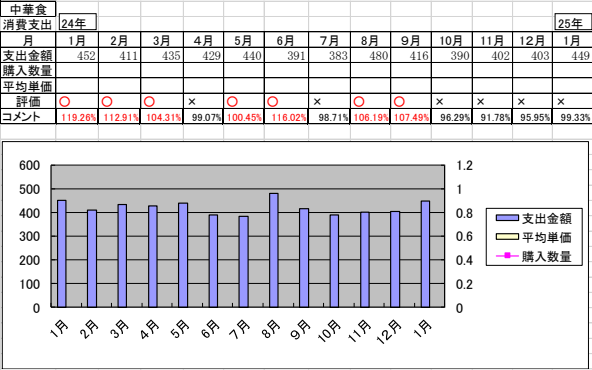
2 色ハンバーグ

デミグラスソースとチーズの二色ハンバーグ。ボリュームがありふっくらとしている。売れる時期に販売したい商品。弁当にも使いたい



6. 中華食 外食

外食の中華食は 5 月、6 月とも前年をクリア。特に 6 月は二桁成長であった。食中毒のシーズンでもあるため加熱されたものが好まれたかもしない



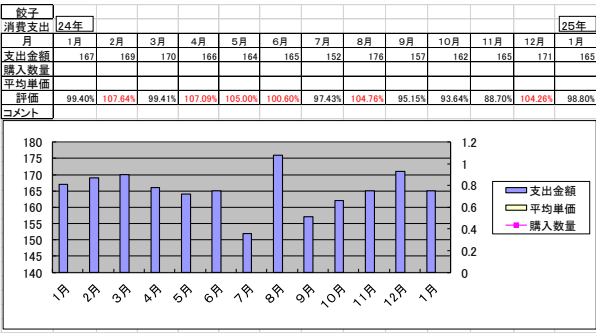
中華盛合わせ

中華盛合わせは1食タイプより、ファミリー向け 2 食タイプを 780 円くらいで販売したい。中華料理が 3 種類もあるので十分なおかずになる



7. 餃子

餃子はチルド餃子、冷凍餃子を含め 5 月、6 月は前年をクリア。焼き餃子だけでなく「揚げ餃子」「蒸し餃子」「水餃子」などアイテム拡大して販売したい



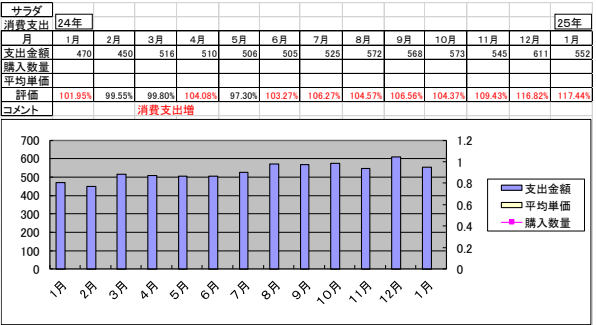
水餃子

今年は「焼き餃子」だけでなく「水餃子」にもチャレンジしたい。写真は水餃子に甘辛のたれとネギをトッピングしたもの。夏のスタミナメニューとして販売したい。もやしを盛合わせてもよい



8. サラダ

6 月は梅雨の時期にも関わらず昨年はサラダが伸びた。野菜の相場を見ながら販促を強化したい



ライスサラダ

ライスと野菜サラダの「ハイブリッド商品」。栄養バランスも良くサラダランチにも最適なメニューだ



5月、6月の育成商品

1. 中華ちまき

台湾の「端午節(6月)」には木の実や半熟卵の入ったちまきを食べる習慣がある。日本でも「中華ちまき」を拡販したい



2. チュモツパおにぎり

「チュモツパ」とは韓国の家庭料理で、漬物、野菜、韓国のりなどを混ぜた料理。食べやすいおにぎりで販売するのも一案



3. いかメンチ

青森名物のいかメンチ。いかの下足などをミンチにし、玉ねぎ、人参などの野菜と小麦粉を混ぜボール状にし油で揚げたもの。ご当地惣菜として販売したい



4. 五目炊き込みご飯

ごろごろ野菜が入った炊き込みご飯。「米と筑前煮のハイブリッドメニュー」。見た目もよいので弁当やおにぎりで販売したい



5. わかめサラダ

海外では寿司売場で販売されているロングラン商品。緑色と赤紫の2種類ある。ノスタルジー商品として販売したい



6. アメリカンドーナツ

アメリカのドーナツ専門店の商品。トッピングすることで一味違ったドーナツが楽しめる。
アイキャッチにもなるので品揃えしたい



7. 肉ごぼううどん

最近話題の「資さんうどん」の人気商品。チルド調理麺でも販売したい。天ぷらコーナーは
冷凍プリフライの「棒ごぼう天ぷら」を品揃えする

