

2025年 7月、8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

7月のイベント、行事対応

「半夏生、山開き、海開き」(1日火)、「うどんの日」(2日水)、「あなごの日」(5日土)、「サラダの日」(6日日)、「七夕」(7日月)、「納豆の日」(10日木)、「豆腐の日」「パンの日」(12日土)、「盆の迎え火」(13日日)、「ゼリーの日」(14日月)、「中元」(15日火)、「盆送り火」(16日水)、「ハンバーガーの日」(20日日)、「海の日」(21日月)、「天ぷらの日」「乳酸菌の日」(23日水)、「プリンの日」(25日金)、「梅干しの日」(30日水)

7月は祭日が少ないため、19日(土)から21日(海の日)の3連休が山場となる。「気温の高い日」と「気温の低い日」「雨の日」のウェザーマーチャンダイズの強化が必要だ

7月の消費動向

24年7月の家計調査の前年比は、食料品計は101.2%。外食、給食を除く食費は100.0%。外食、給食は106.9%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7月)は、食品売上高は既存店0.6%の増、全店計は1.5%増。

生鮮三部門は0.4%増(青果0.9%増、水産0.9%増、畜産0.7%減)、日配品は1.0%減、一般食品1.8%増。惣菜は1.7%増であった

7月の食品の消費支出は100.0%、スーパーマーケット既存店は0.6%(全店計1.5%)増と苦戦した。特に生鮮商品は0.4%増、日配品は1.0%の減であった。天候、気温の影響もあり夏物の動きが悪かったことも挙げられる。今年は「猛暑」が予想されているため売り逃しがないようにしたい

8月の行事、記念日

「水の日」(1日)、「カレーうどんの日」(2日)、「みたらし団子の日」(3日)、「広島原爆の日」(6日)、「立春」「生パスタの日」(7日)、「発酵食品の日」(8日)、「長崎原爆の日」(9日)、「パンケーキの日」「コッペパンの日」(10日)、「月遅れ盆の迎え火」(13日)、「終戦記念日」(15日)、「月遅れ盆の送り火」(16日)、「食育の日」(19日)、「乳酸菌の日」(23日)、「プリンの日」(25日)、「ジェラートの日」(27日)

8月の最大イベントは「夏休み」「行楽」「月遅れ盆」だ。8月は7月に比べて消費支出、売

上が伸びているため積極的に販売する。

8月の消費動向

24年8月の家計調査の前年比は、食料品計は106.3%。外食、給食を除く食費は104.8%。外食、給食は112.9%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8月)は、食品売上高は既存店 5.0%の増、全店計は 6.0%増
生鮮三部門(既存店)は 4.5%増(青果 6.1%増、水産 3.9%増、畜産 2.9%増)、日配品は 2.0%増、一般食品 8.5%増。惣菜は4.3%増であった

8月は消費支出 104.8%、既存店 5.0%、全店計 6.0%のまずまずの伸びであったが、日配部門は 2.0%と低い伸びであった。一方、一般食品は米価格の高騰から 8.5%と大幅な伸びであった。「行楽」「帰省」「盆」をターゲットに売り逃しがないようにしたい

日配商品のトレンド(総務省 家計調査より)

()内は7月前年比、8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 7月、8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(101.6% 104.2%)、大根漬(116.9% 100.0%)、白菜漬(112.5% 112.5%)、他の和生菓子(102.7% 104.1%)、プリン(107.8% 108.0%)、他の洋生菓子(101.8% 100.8%)、アイスクリーム(101.8% 108.0%)、冷凍調理食品(107.3% 100.6%)、調理パン(104.6% 108.1%)

② 7月、8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

他のパン(104.3% 105.2%)、ヨーグルト(101.8% 103.7%)、バター(100.0% 110.0%)、梅干し(115.8% 94.7%)

③ 7月、8月に需要が伸びたが前年を下回った

中華麺(97.0% 104.8%)、かまぼこ(99.5% 105.4%)、魚介佃煮、(87.6% 98.5%)、牛乳(102.4% 97.8%)、豆腐(82.2% 95.4%)、ゼリー(93.3% 93.7%)、焼売(117.1% 87.3%)、餃子(97.4% 104.7%)、他の主食的食品(99.6% 107.8%)、コーヒー飲料(99.0% 101.8%)、果実、野菜飲料(99.6% 101.3%)、乳酸菌飲料(102.3% 96.9%)、乳飲料(91.2% 100.3%)

④ 7月、8月に需要は落ちたが前年を上回ったカテゴリー

揚げかまぼこ(102.47% 106.7%)、揚げ、がんも(101.5% 100.0%)、こんにゃく(89.1% 89.5%)、他の漬物(100.9% 97.9%)

⑤ 7月、8月に前年を下回ったカテゴリー

食パン(95.9% **102.0%**)、生うどん、そば(97.0% **101.6%**)、ちくわ(98.7% **104.6%**)、チーズ(97.8% 99.8%)、卵(82.2% 83.0%)、納豆(99.4% **101.0%**)、昆布佃煮(**102.7%** 94.9%)、マーガリン(96.1% **104.0%**)、ケーキ(98.5% 92.9%)

「7月、8月のMD ポイント」

- ・ゴールデンカテゴリー(需要が伸び、前年も上回った)

注目カテゴリーは「パン」「漬物」「冷凍食品」「アイス」。パンの夏は需要が落ちるが昨年は前年をクリアした。大根漬、白菜漬も好調であった。冷凍食品は7月に伸び、アイスクリームは8月に伸びたため売場の適正化を図る

- ・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

「ヨーグルト」「梅干し」と抗菌食品が好調であったため、納豆、乳酸菌飲料を含めた「抗菌食品フェア」を実施する。

- ・需要は落ちたが前年を上回ったカテゴリー

需要が落ちる時期に売上を伸ばしたカテゴリー。前年ギリギリ前年割れのアイテムもあるため販促を強化したい

- ・前年を下回ったカテゴリー

7月、8月に前年を割ったカテゴリーは「チーズ」「卵」「ケーキ」、8月に前年を上回ったカテゴリーは「食パン」「生うどん、そば」「納豆」「マーガリン」。底上げも必要だが8月の伸びたカテゴリーに注力して販売する

7月、8月の販売のポイント

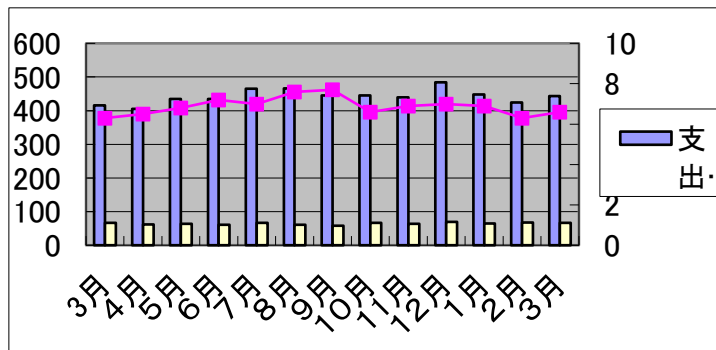
昨年は天候も理由に挙げられるが7月の実績が悪かった。今年は「猛暑」が予想されているため売り逃しがないようにしたい。8月は「ハレの日」「ケの日」の販促の使い分けをおこなう。「ハレの日」は大型パックを含めた常温、チルド、冷凍の「和洋生菓子」の販売に注力。「ケの日」は魚肉練製品、麺類、パン、スナックなどの「粉物」「練り物」に注力

7月、8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. 豆腐

豆腐が需要期にも関わらず、消費支出は 7 月が 82.2%、8 月が 95.4%であった。しかし、揚げ、がんもは 101.5%、100.0%と前年を上回った。長雨が続けば「揚げ、がんも」、猛暑になれば奴豆腐に注力して販売する



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

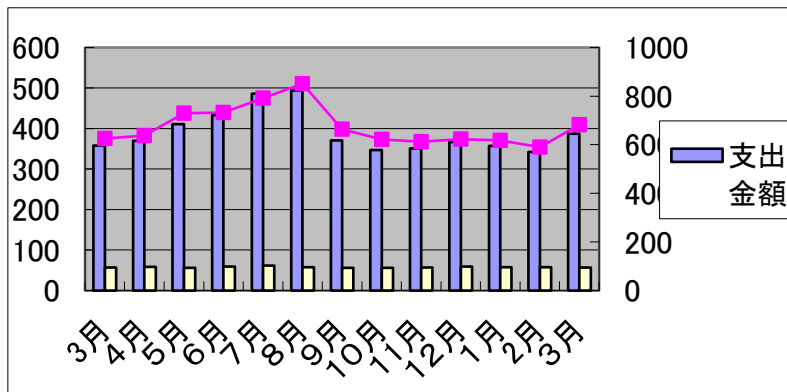
「小分け豆腐 9 個」

夏は食中毒の発生する季節。衛生管理のためにも「小分けの充填豆腐」を陳列ケース下段で販売したい。



2. 中華麺

中華麺は 7 月は前年を下回ったが、8 月は 104.8%の伸びであった。7 月 8 月と需要が高いため「涼味中華」の販売に注力したい



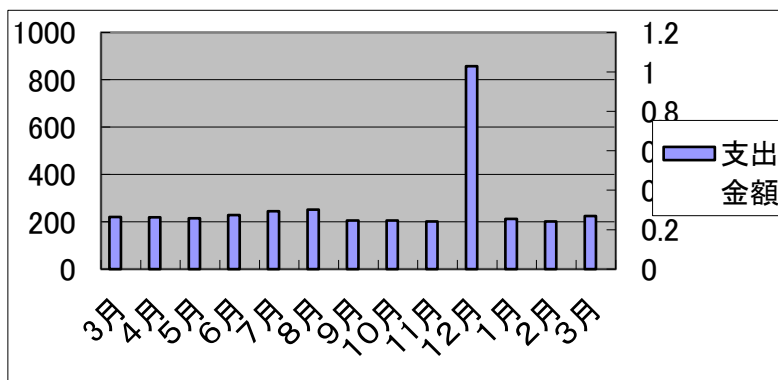
「ざるラーメン 2食」

東北地方でよく食べられているが、関東以西で馴染みのない商品。ざるそば、ざるうどんと同様に今年の夏の新メニューに加えたい



3. かまぼこ

かまぼこは12月に次ぐ需要期。麺のトッピング、サラダ、和え物、天ぷらなど幅広いメニュー提案をしたい。うどんやそばのトッピングに「かにかま天」を提案したい



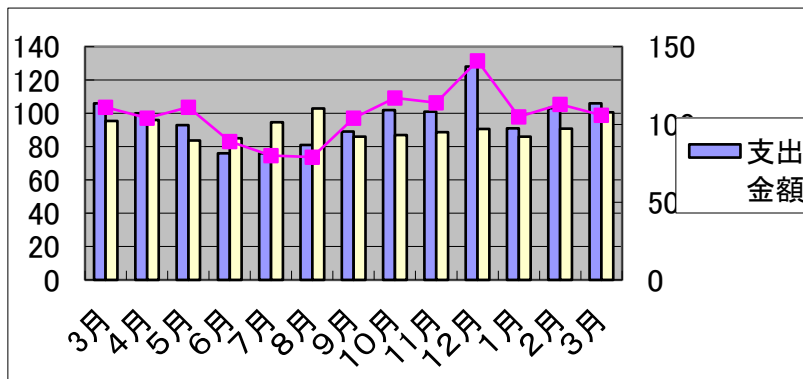
「常温保存かにかまぼこ」

台湾で常温販売されている日本企業の「かにかま」。常温販売の「チーズちくわ」「笹かまぼこ」があるように、かにかまも珍味売場に加えて販売したい。



4. 大根漬け

大根漬け、白菜漬けは需要が減る時期の間関わらず前年を上回った。大根付け 7 月 116.9% 8 月 100.0%、白菜漬け 7 月 112.5% 8 月 112.5%)と二桁も伸びた月もあるので積極的に販売したい。



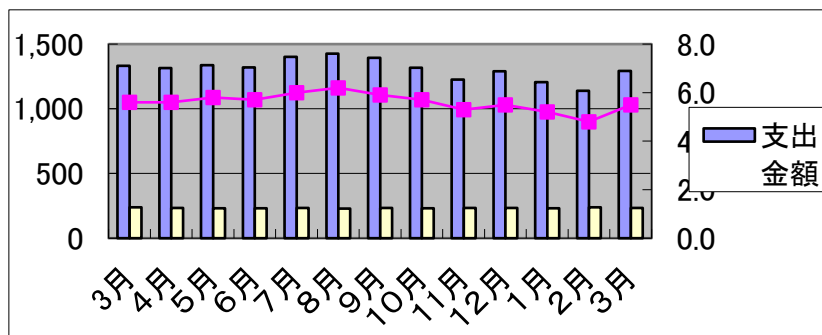
「べったら漬け」

べったら漬けは東京を代表する郷土料理。大根付けは塩味が気になるがべったら漬けは甘くて食べやすいため子供にも食べさせたい



5. 牛乳

牛乳の需要は7月、8月にピークを迎える。7月は前年比102.4% 8月は97.8%であった。最大需要の8月に販促を強化して前年をクリアしたい



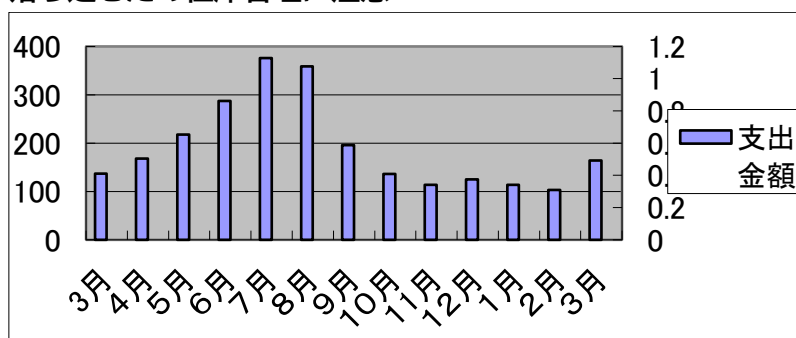
「幼児優良牛乳 100ml×4」

幼児に限らずお年よりにもちょうどいいサイズ。牛乳や乳飲料は睡眠を促進する効果もあるため「毎日一本」を提案したい



6. ゼリー

ゼリーの最大需要期は7月であるが、昨年は93.3%であった。気温が大きく影響したことも挙げられる、今年は猛暑が予想されているため積極的に販売する。8月から徐々に落ち込むため在庫管理に注意



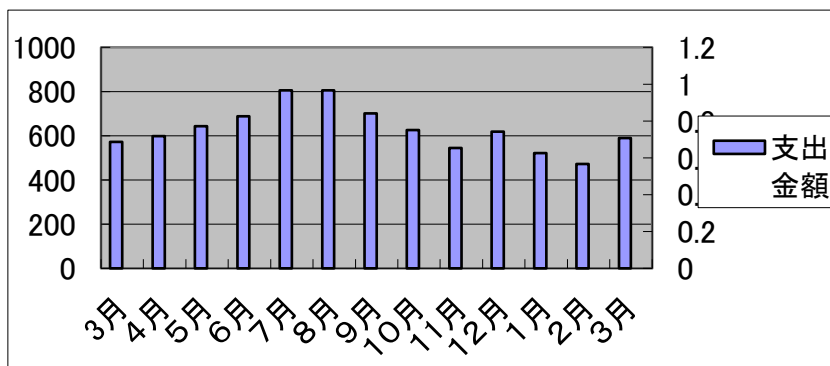
「こんにゃくゼリー」

こんにゃく粉を使ったプリン風のゼリー。「ゼリー+プリン」のハイブリッド商品だ。インプロで大陳して販売すればよく売れる



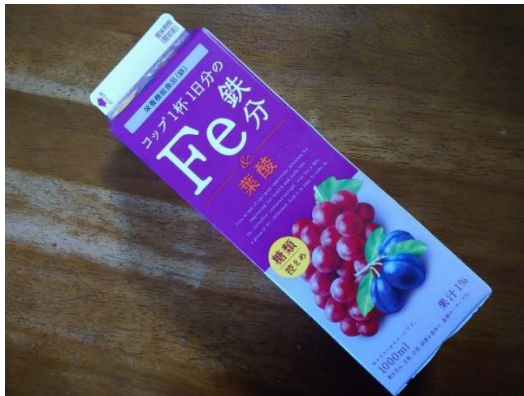
7. 野菜、フルーツ飲料

野菜、フルーツ飲料も 7 月、8 月によく売れる。昨年 7 月は 99.6%、8 月は 101.3% であった。7 月は常温販売できる商品の在庫を多く持ち大陳して販売したい



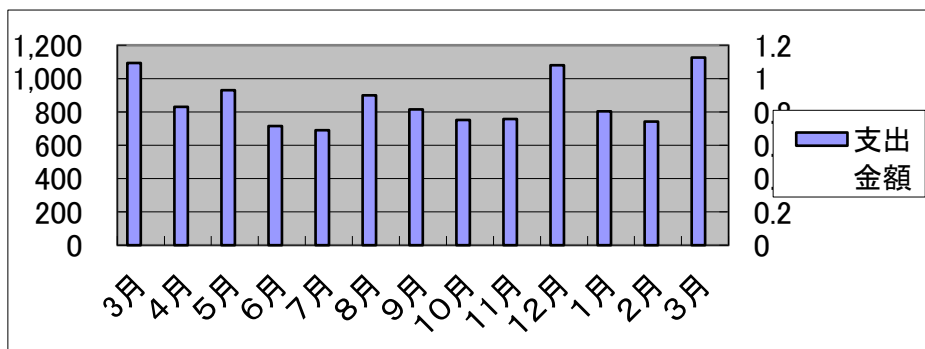
「Fe 鉄分&葉酸(清涼飲料水)」

「コップ一杯で 1 日分の鉄分」と明確に表示されている「機能性清涼飲料水」。不足しがちな鉄分補給として提案したい



8. 他の和生菓子

夏でも甘未類はよく動く。他の和生菓子(7月 102.7% 8月 104.1%)、プリン(107.8% 108.0%)、他の洋生菓子(101.8% 100.8%)はゴールデンカテゴリー。冷蔵平ケースを増設して冷やして和洋生菓子を販売したい



「水ようかん 1 kg」

業務スーパーで販売されている1ℓサイズの水ようかん。加熱すれば「お汁粉」にもなる便利な商品。



7月、8月の育成商品

1. 味付け厚揚げ

台湾のスーパーマーケットで10年以上売られている「日式味付け厚揚げ」。だしも入っているため茄子などの野菜も加えるとアレンジメニューができる



2. ごま豆腐

九州地方で古くから売られている「直火焙煎で作られたごま豆腐」。トロツとした食感で胡麻の風味も強い



3. 種なし梅干し

梅干しの種を抜いた商品。おにぎりや麺類にもそのまま使える便利な商品。



4. わかめふりかけ

山口県のうどんチェーン「どんどん」のおにぎりに使われている PB の「生わかめふりかけ(写真左)」。類似商品の「しそわかめ」は店頭でも販売できる



5. むき枝豆

国内産の枝豆のさやを除いた「手間なし商品」。サラダ、和え物、涼味麺と幅広く使用できる。



6. 氷菓

昔懐かしいポリ容器入りのシャーベット。蓋がついているため食べきらず残りを保存できる。夏休みに販売したい商品



7. カップ飲料

冷たい飲料を手を持つことは辛い。「カップ飲料+ホルダー」を提案したい。かばんやリュックに引っかけて移動することができる



8. 切だしカステラ

どこでも 198 円くらいで売られているカステラ。物価高の中で企業努力で値上げをせず価格を据え置いている貴重な商品

