

2024年 7 月、8 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

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)、「土用の丑」(19 日土)、「ハンバーガーの日」(20 日日)、「海の日」(21 日月)、「天ぷらの日」(23 日水)、「二の丑」(31 日木)

7 月の主なイベントは、「盆」、19 日と 31 日の「土用の丑」「夏休み」だ。昨年は「二の丑」が 8 月であったため 7 月の「うなぎ」の売上は芳しくなかった。今年は取りこぼしがないようにしたい。「盆」は地域に合わせた食品の提供。子供夏休みはランチ、おやつ需要を狙う。

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

昨年 7 月は前年比 101%程度であり売上は芳しくなかった。前年を割った店も多かったと思う。惣菜は 7 月に需要が伸びたカテゴリー、前年を上回ったカテゴリーに注力して販売する

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「行楽」と「盆」。人が動けば商品も動くため、盆に人口の増える地域

は地元メニューを中心に取りこぼしがないようにしたい。

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月は米の物価高騰もあり前年比 105%とおおむね好調であった。惣菜は生鮮 3 品に比べて数字は悪かった。「ハレの日」は高質メニュー、和洋スイーツに挑戦してほしい

7月、8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 7月、8月に需要を伸ばし、前年を上回ったゴールデンカテゴリー

調理食品(100.67% 104.23%)、弁当(103.88% 110.84%)、調理パン(104.60% 108.15%)、サラダ(106.28% 104.57%)

② 7月、8月の需要が伸びるが、前年を下回ったカテゴリー

寿司(98.50% 106.66%)、おにぎり(101.55% 98.98%)、他の主食的調理品(99.69% 107.83%)、うなぎ蒲焼(90.60% 110.45%)、天ぷら、フライ(100.46% 99.74%)、やきとり(98.43% 105.17%)

③ 7月、8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)

コロッケ(106.98% 102.29%)、ハンバーグ(101.44% 102.92%)

④ 7月、8月に前年を下回ったカテゴリー

カツレツ(90.05% 96.94%)、餃子(97.44% 104.76%)、焼売(117.17% 87.38%)、惣菜材料セット(104.12% 75.36%)

「7月、8月のMDポイント」

1. 7月、8月に需要を伸ばしたカテゴリー

弁当、調理パン、サラダが好調であった。弁当は8月に二桁伸びたため売り逃しがないようにしたい。夏でもサラダは売れるため涼味麺と絡めて「サラダ麺」を訴求する

2. 7月、8月の需要が伸びるが、前年を下回ったカテゴリー

寿司は7月に前年割れ、好調であったおにぎりは8月に前年割れを起こした。販促、イベントを強化して前年をクリアしたい。天ぷら、フライなどの揚げ物は動きが悪くなっているため大型パックを導入するなど平均単価をアップさせたい

3. 7月、8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)

コロッケ、ハンバーグなど「ミンチ商品」が好調であった。ミンチ商品は「ケの日」の代表的なメニュー。平日はコロッケ、ハンバーグ、ミートボールのSKUを拡大して販売する

4. 前年を下回ったカテゴリー

「とんかつ」に代表されるカツレツの動きが悪かった。ハレの日には「ロースとんかつ」、「ケの日には「チキンカツ(むね)」「ササミかつ」「粉物」を訴求したい。焼売は7月、餃子は8月に注力して販売したい

土用の丑対策

土用の日の商品アイテムは「うな丼」「うな重」「ひつまぶし」「麺セット」「うなぎ巻き」「うなぎ握り」など。特にうな重がメインになるが、うな重のトレーはご飯の量が少ないため、ご飯がたっぷり入るトレーも選定したい

夏休み対策

7月末には子供の夏休みがスタート。今年の注力商品はスナック類、パン、和洋スイーツだ。ピザ、ハンバーガー、ホットドッグ、焼きそば、お好み焼き、タコ焼き、盛合わせパックなど。製造が波合わない場合はCVSと同じようにアウトパックチルド商品で対応する

盆対策

盆は「法界折」「おもてなし折」「オードブル」「おはぎ」「赤飯」の予約販売を強化する。折安全性を考えチルドアウトパックで対応する

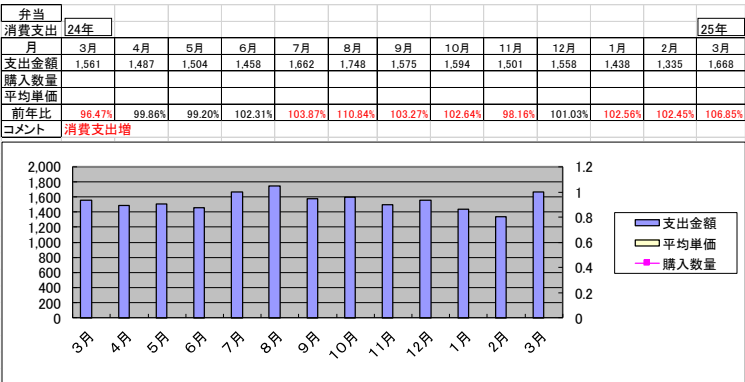
7月8月の販促のポイント

昨年は7月苦戦、8月に挽回できた。天候、気温等を考慮した品揃えを行う。「ケの日」と「ハレの日」のメリハリをつけた販売計画を立てること

7 月、8 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. 弁当

弁当は 7 月 8 月に需要が伸び、前年をクリアしたゴールデンカテゴリー。「ケの日」は 298 円、398 円、「ハレの日」は 780 円～1200 までの弁当を販売したい

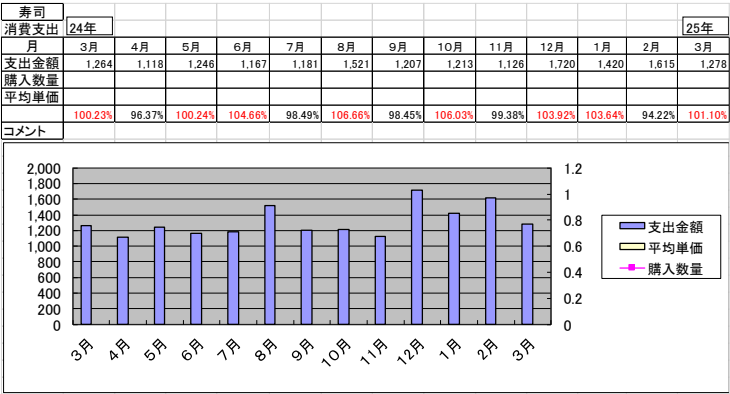


デラックス牛焼肉弁当
惣菜専門店で 1400 円で売られている牛肉弁当。おかずがたっぷり入っていて駅弁より 価値がある。1000 円越えもこんな弁当を作りたい



2. 寿司

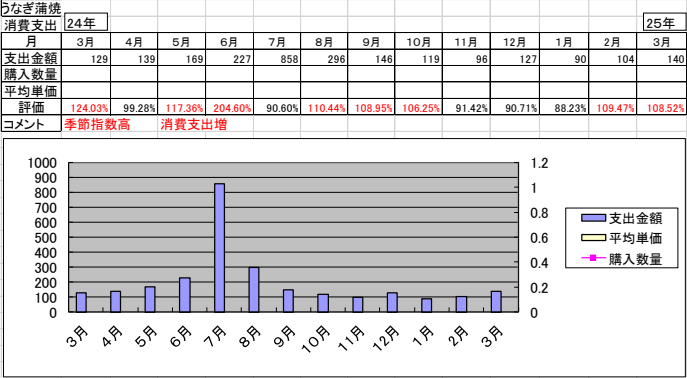
寿司は 7 月は前年を割ったが、8 月は好調であった。盆の寿司は中トロ入りなど高質寿司を提供したい。味の良い「車エビ入り」も面白い



寿司二人前盛合わせ
10 種×2 貫+卵焼き 2 貫 やはり目が行くのが「中トロ」。いいまぐろを使えば商品価値も上がる。夏だけにボイル、醤油漬け、酢締めなどの寿司ネタを使いたい



3. うなぎの蒲焼
うなぎの蒲焼は 7 月は前年を大きく割ったが、8 月は二桁成長であった。今年は 7 月に「土用の丑」「二の丑」があるため期待できる

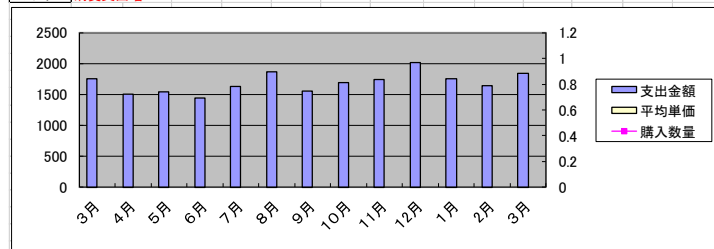


台湾台北のらぽーと内のロピアで売られている「うな重」。599ドル(約2700円)の高額にもかかわらずよく売れている。ご飯もたっぷり入っている。今年はトレーの使い方も考えたい



7 月は前年を下回ったが 8 月は挽回した。「粉物」の snacks と麺類、調理パン、和洋生菓子に注力して販売する

主査的調理品 消費支出 月	他の主査的調理品												25年	
	24年	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
支出金額		1759	1506	1547	1448	1628	1873	1552	1689	1744	2013	1755	1649	1846
購入数量														
平均単価														
評価		116.1%	106.80%	104.73%	103.06%	99.69%	107.82%	98.85%	99.94%	100.69%	104.73%	103.35%	104.69%	104.94%
コメント		消費支出増												



調理パンは 7 月 8 月とも好調であったゴールデンカテゴリーだ。8 月は年間最大の需要期。バーガーやドッグ、サンドイッチ、惣菜パンはセット物を販売する。ドーナツも販売する

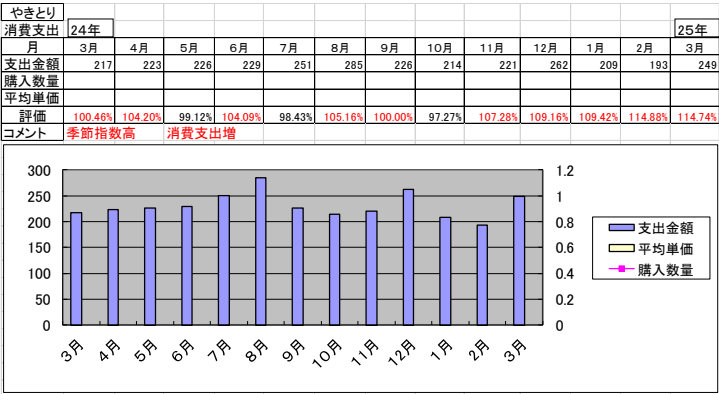
鶏唐揚げ+じゃがいも唐揚げ

「鶏のから揚げ」に「じゃがいもの唐揚げ」を盛り合わせたもの。かさ増し効果だけでなく、じゃがいものほくほく感が食欲をそそる



7. やきとり

8月のやきとりは年間最大の需要期。売れる時期には盛合わせパックを販売する。唐揚げ類と盛り合わせた「おつまみ」「おやつ」オードブルを販売する



やきとり盛合わせ

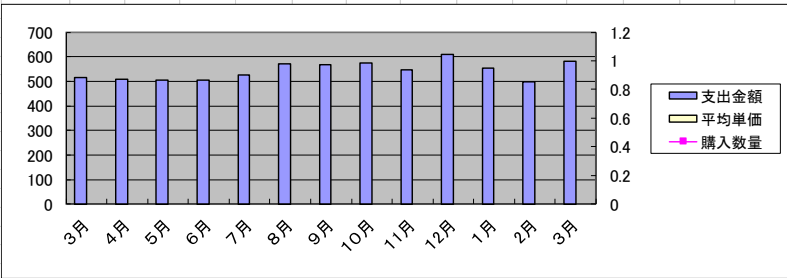
やきとり(かわ、もも、ねぎま、テール)の 8 本盛合わせ。立体的なトレーを使うことでボリューム感を出している。8 本 980 円以下が値ごろ



8. サラダ

7 月 8 月はサラダの需要が高い。揚げ物、焼き物と組み合わせた「肉サラダ」を提供したい。
トルティーヤを組み合わせても面白い

サラダ														
消費支出	24年												25年	
月	3年	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
支出金額	516	510	506	505	525	572	568	573	545	611	552	498	583	
購入数量														
平均単価														
評価	99.80%	104.08%	97.30%	103.27%	106.27%	104.57%	106.56%	104.37%	109.43%	116.82%	117.44%	110.66%	112.98%	
コメント	消費支出増													



肉サラダ

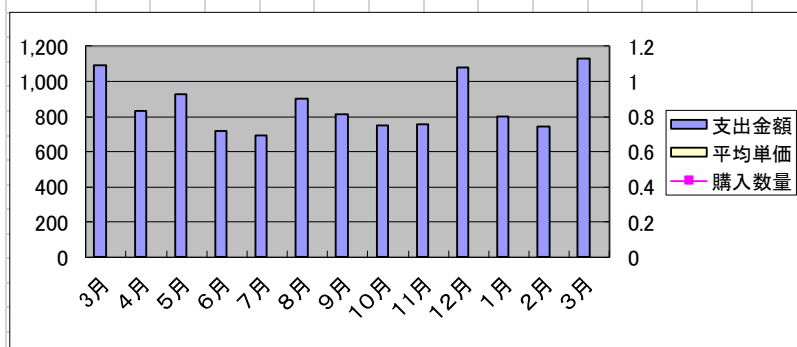
調理麺と同じように 2 段トレーの上にアボカド、豆類、ポテト、焼き豚を盛り付けた肉サラダ。サラダチキン、スペアリブ、鶏唐揚げなどのアレンジメニューもできる



豆腐料理と野菜、肉、魚を盛り合わせた折。肉、魚除けば法界折にもなる。安全性からチルドアウトパックで品揃えしたい。予約販売も行う



盆は「おはぎ」「赤飯」「おこわ」がよく動くが、今年は若者向けに伝統菓子の他に「和洋折衷菓子」も開発したい

[illegible]

福岡、長崎のダイキョープラザの「はぎトッツォ」が人気になっている。さらにアレンジメニューとしてあんこ玉に「ローストアーモンド」「ピスタチオ、ベリー」をまぶしたオシャレな和洋折衷菓子も販売



7月、8月の育成商品

1. あなご丼

7月5日土曜日は「あなごの日」。関西の「焼きあなご」、関東の「蒸しあなご」を使った「あなご飯」の販売を行う。



2. わかめむすび

山口のうどんチェーン「うどん」の「わかめむすび」。白飯にわかめふりかけをまぶしただけのシンプルなおむすび。白飯が見えないほどまぶすのがポイント



3. シュリンプカクテル

コストコで売れている「シュリンプカクテル」。寿司売場で寿司と一緒に販売するとよい。
盆の帰省客のおもてなしに提案したい



4. チルドミートボール

これもコストコの商品。チルドで販売されているため必要な量だけ電子レンジで温めればよい。シュレットチーズとハーブのトッピングで彩り豊富



5. お通しいろいろ

九州の一部の居酒屋では同じお通しではなくいろいろな種類が出される。居酒屋のお通し。煮物、揚げ物、和え物、焼き物などを小鉢に盛り付けチルドで販売する。



6. 里芋の唐揚げ

じゃがいもの唐揚げはあるが、里芋の唐揚げは珍しい。単品で提供してもいいが、揚物などの「かさ増し」にも使える。



7. もつ焼き

もつ(牛もつ、豚もつ、鶏もつ)と野菜と一緒に焼いたやきとり屋さん、居酒屋さんの定番メニュー。もやしを多く使いボリュームアップを図る



8. かぼすそば、うどん

夏の涼味麺である「かぼすそば、うどん」。かぼすを薄くスライスすれば種ごと食べられる。麺つゆは薄味で多めにセットする。

