
KSP-POSから見た食品マーケット動向

2011年9月～2012年2月の状況

株式会社KSP-SP

2012/5/28

・データソース

○POSデータ:KSP-POSデータベース

食品SM 全国 約150企業 約850店舗

* 大手GMSを含まない。沖縄は収集対象外

* 分析期間により店舗数が異なる場合がある

○分類基準:JICFSマスター(財団法人流通システム開発センター)

一部の分析でKSPマスター(株式会社KSP-SP)

○その他使用データ

総務省家計調査

各社Webサイト上の公開資料

本レポートにおいて注記のない場合、単位は「円」、「個」、税抜表記。



1 食品カテゴリー全体の概況



2011年上期に引き続き1店あたりの客数は低下傾向。
客単価は東日本で11年末までは微増、12年1～2月は前年と変わらず。

全国

客数 前年 客数 当年

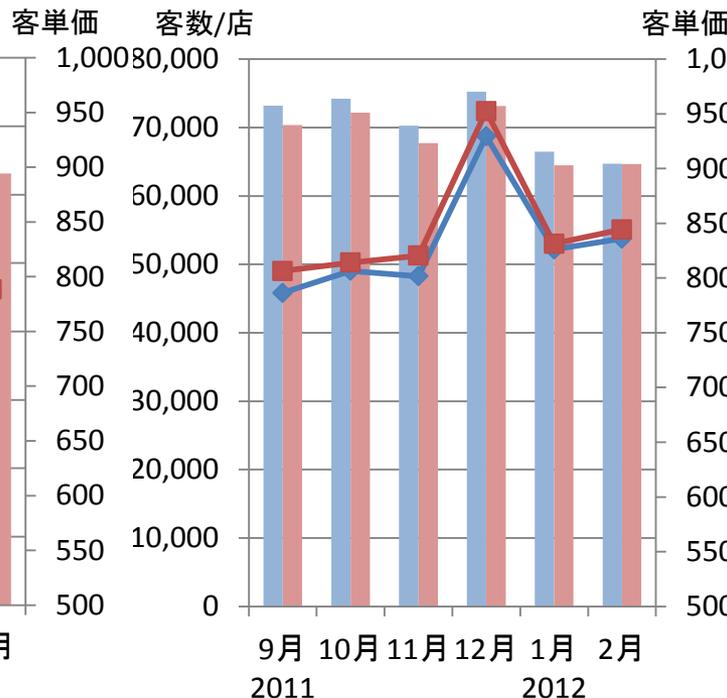
客単価 前年 客単価 当年



東日本

客数 前年 客数 当年

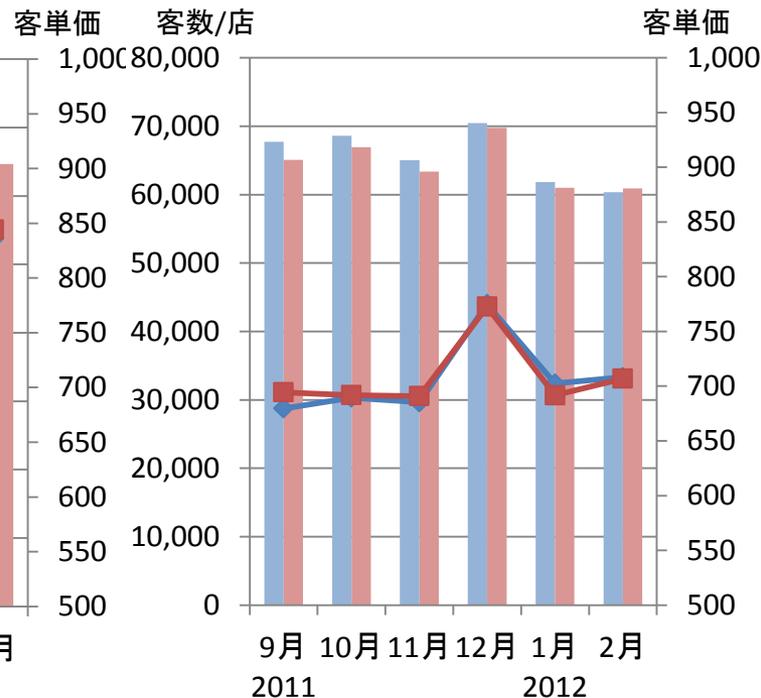
客単価 前年 客単価 当年



西日本

客数 前年 客数 当年

客単価 前年 客単価 当年



生鮮品と日用品を除く、加工食品、菓子、飲料・酒類で集計。[客数/店]2012年2月は閏年のため前年比3%程度多い。結果は未補正の参考値。

KSP-POS 月次データ 東日本:北海道・東北・北関東・首都圏 約450店舗 西日本:北陸・東海・近畿・中国・四国・九州 約350店舗

買上点数×商品単価＝客単価

商品単価は前年と変わらず。

客数の減少から来店頻度が減少していると推定され、買上点数は東日本で微増。西日本は前年と変わらず。

全国

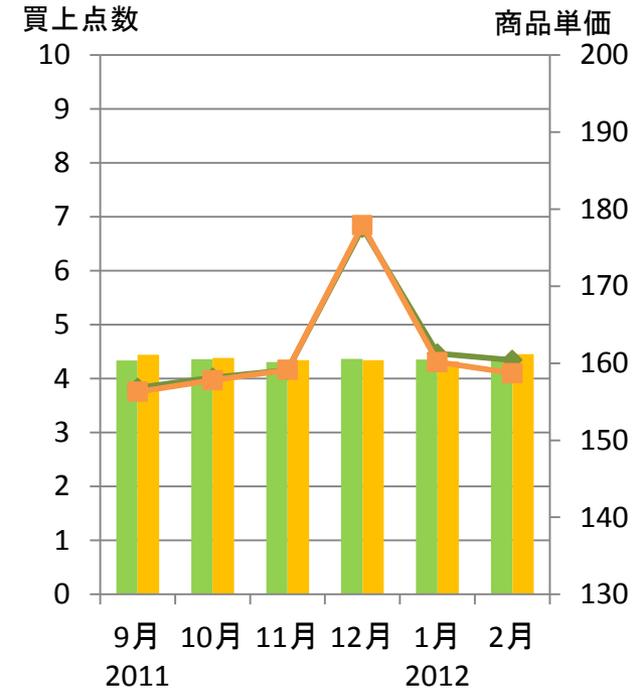
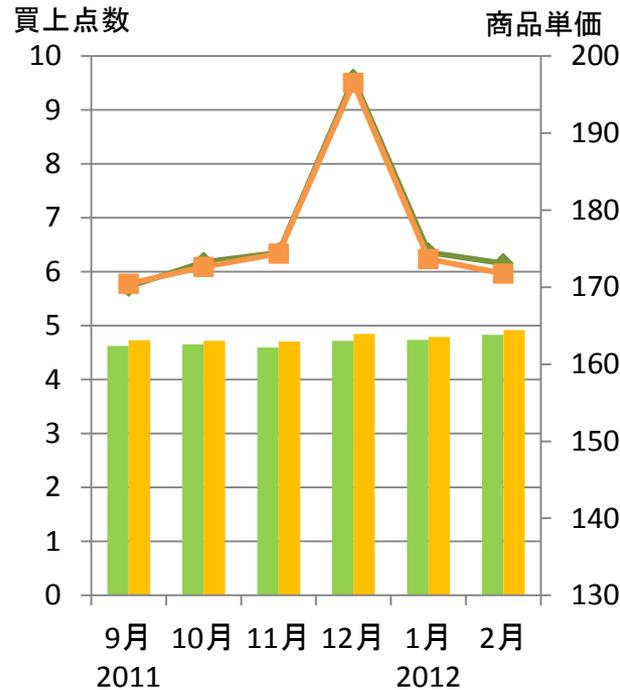
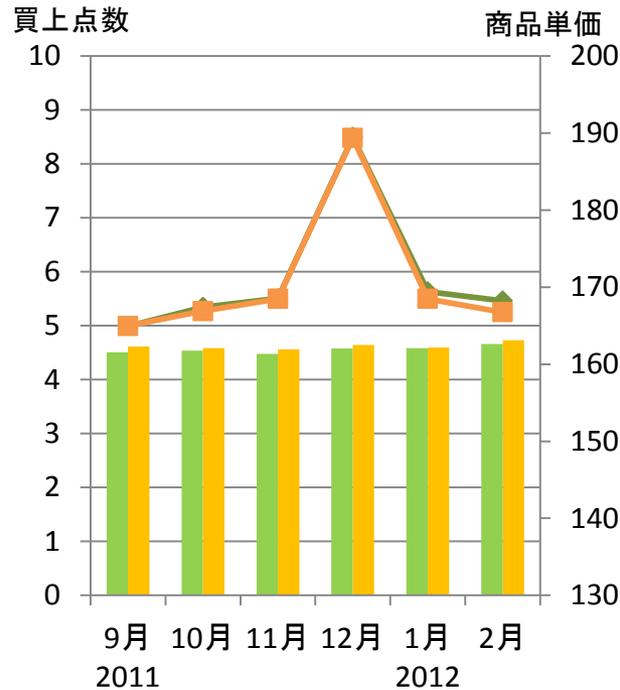
東日本

西日本

■ 買上点数 前年 ■ 買上点数 当年
◆ 商品単価 前年 ◆ 商品単価 当年

■ 買上点数 前年 ■ 買上点数 当年
◆ 商品単価 前年 ◆ 商品単価 当年

■ 買上点数 前年 ■ 買上点数 当年
◆ 商品単価 前年 ◆ 商品単価 当年



生鮮品と日用品を除く、加工食品、菓子、飲料・酒類で集計。

KSP-POS 月次データ 東日本:北海道・東北・北関東・首都圏 約450店舗 西日本:北陸・東海・近畿・中国・四国・九州 約350店舗

注目のカテゴリー - 9-2月の前年比から見えるもの

2011年9月～2012年2月金額増加率ランキング。

上位のカテゴリーは炭酸水、トマトジュースなど。水も引き続き堅調。

(円、個)

分類名称	金額			数量			平均価格		
	前期	当期	増減率	前期	当期	増減率	前期	当期	増減率
炭酸水	91,921,727	123,484,895	↑ 134.3%	1,029,538	1,410,102	↑ 137.0%	89.3	87.6	98.1%
トマトジュース	162,963,874	208,351,513	↑ 127.9%	1,119,116	1,399,902	↑ 125.1%	145.6	148.8	102.2%
レンジ専用食品	85,986,714	105,353,624	↑ 122.5%	494,117	559,962	↑ 113.3%	174.0	188.0	↑ 108.0%
水	761,368,220	914,094,389	↑ 120.1%	6,738,031	8,202,161	↑ 121.7%	113.0	111.4	98.6%
調理済みシチュー	45,449,077	52,972,500	↑ 116.6%	303,528	339,232	↑ 111.8%	149.0	156.0	↑ 104.7%
サラダ	352,399,026	408,831,767	↑ 116.0%	2,498,141	2,852,927	↑ 114.2%	141.0	143.0	101.4%
畜産缶詰	115,423,472	130,770,633	↑ 113.3%	588,061	671,833	↑ 114.2%	196.0	194.0	99.0%
中国茶ドリンク	624,896,494	688,518,641	↑ 110.2%	4,353,552	4,994,787	↑ 114.7%	143.5	137.8	↓ 96.0%
畜産珍味	53,209,853	58,426,998	↑ 109.8%	409,843	484,080	↑ 118.1%	129.8	120.7	↓ 93.0%
調理用スープ	399,948,611	434,250,152	↑ 108.6%	2,078,048	2,257,044	↑ 108.6%	192.0	192.0	100.0%
スピリッツ	853,291,650	925,657,659	↑ 108.5%	6,764,519	7,166,694	↑ 105.9%	126.1	129.2	102.4%
豆菓子	206,524,140	223,024,291	↑ 108.0%	1,434,667	1,505,307	↑ 104.9%	144.0	148.2	102.9%
豆乳	766,982,899	824,793,441	↑ 107.5%	5,696,092	6,036,064	↑ 106.0%	134.7	136.6	101.5%
ドレッシング	1,260,898,100	1,353,909,451	↑ 107.4%	5,989,524	6,504,779	↑ 108.6%	210.0	208.0	99.0%
ヨーグルト	5,999,007,149	6,427,556,988	↑ 107.1%	44,846,836	47,886,737	↑ 106.8%	133.8	134.2	100.3%
果実酒	1,837,472,961	1,954,573,051	↑ 106.4%	2,678,715	2,924,669	↑ 109.2%	686.0	668.3	97.4%
野菜ジュース	1,453,714,398	1,541,925,572	↑ 106.1%	10,488,216	11,025,688	↑ 105.1%	138.6	139.8	100.9%
きな粉	86,155,495	91,042,105	↑ 105.7%	664,172	711,765	↑ 107.2%	129.0	127.0	98.5%
ベーコン	983,054,681	1,035,216,113	↑ 105.3%	3,886,563	4,054,398	↑ 104.3%	252.0	255.0	101.2%
その他パン	70,262,609	73,676,875	↑ 104.9%	487,345	502,903	↑ 103.2%	144.0	146.0	101.4%
米飯加工品	781,825,289	817,336,092	↑ 104.5%	3,507,686	3,593,542	↑ 102.4%	222.0	227.0	102.3%
唐揚げ粉類	96,372,060	100,565,556	↑ 104.4%	798,453	830,977	↑ 104.1%	120.0	121.0	100.8%
サラダ油・天ぷら油	1,155,090,201	1,202,699,226	↑ 104.1%	4,720,108	4,713,794	99.9%	244.0	255.0	↑ 104.5%

KSP-POS 全国 2011年9月～2月 アイコン付きの増減率は3%以上変動のあるもの。「その他」分類と前期または当期で金額1千万円に満たないカテゴリーを除外。



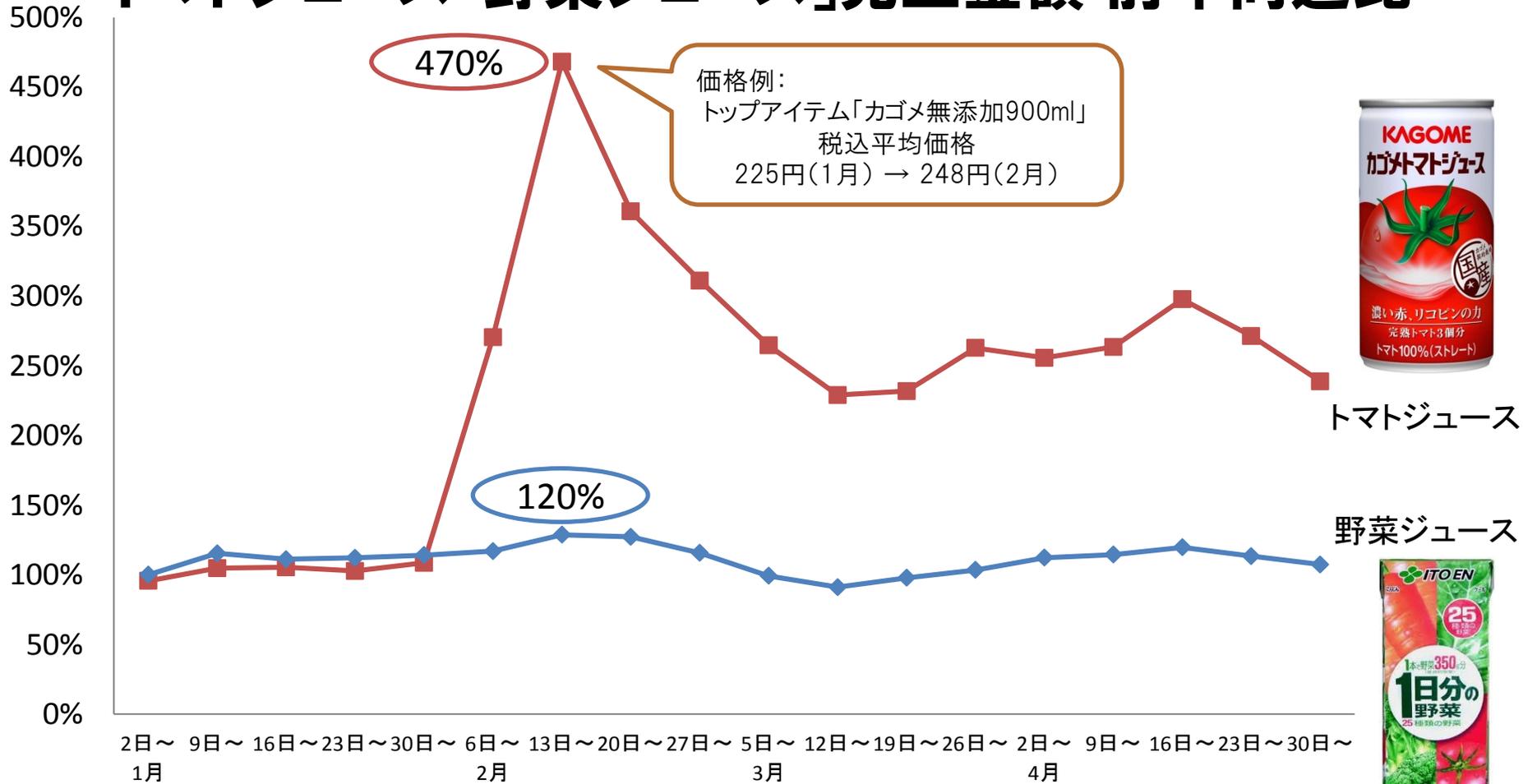
2 注目商品／カテゴリー



【背景】2月10日に京都大学大学院の教授が研究結果を発表。

「トマトでメタボ改善」と報道。→爆発的に売上増加。価格も変動。PB品は価格維持。

「トマトジュース・野菜ジュース」売上金額 前年同週比



トマトジュース



野菜ジュース

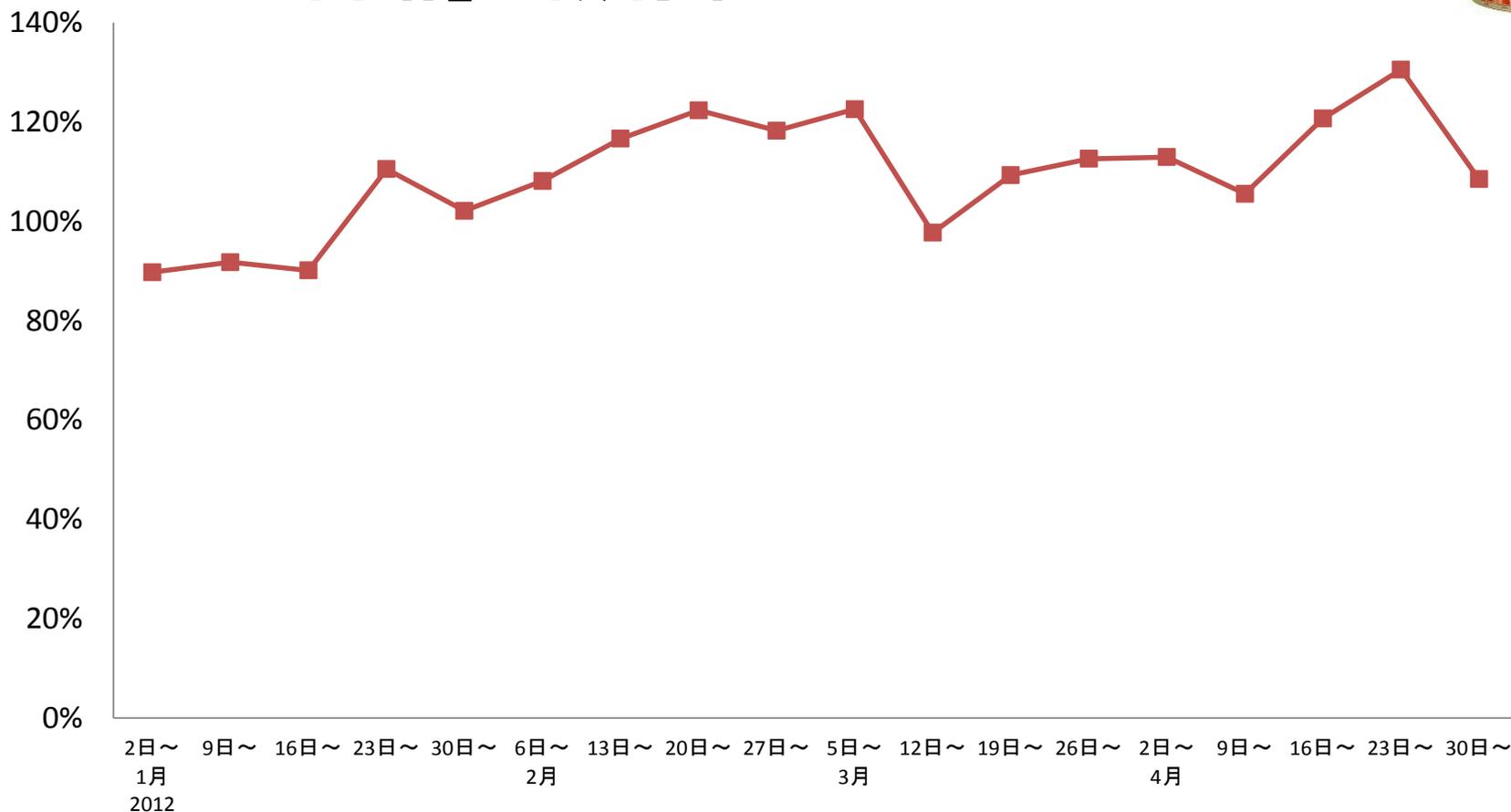
KSP-POS 全国 週次データ

※一時的な前年比下降は前年震災の影響

トマト缶詰はゆるやかに上昇。前年比120%程度で推移。



「トマト缶詰」金額前年比

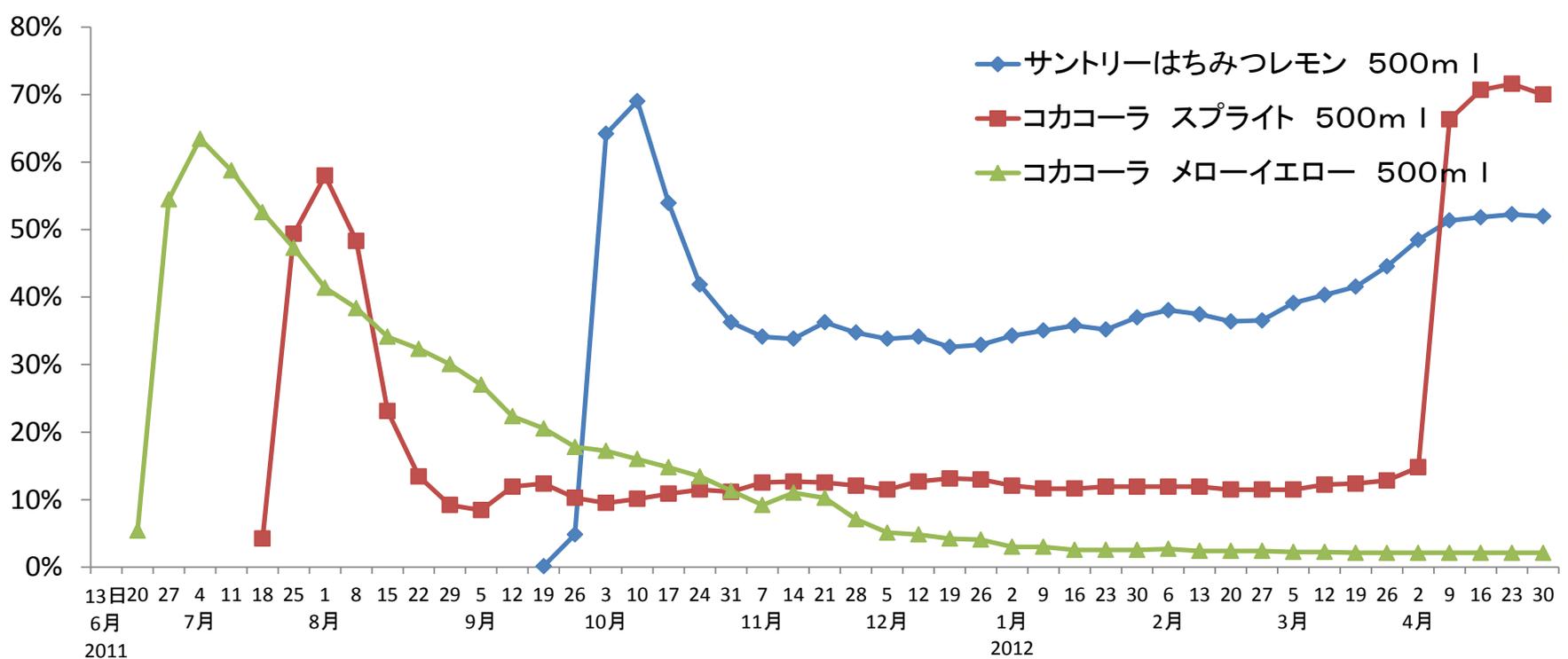


KSP-POS 全国 週次データ 金額前年比は前年同週/トマトピューレを除く ※一時的な前年比下降は前年震災の影響

【注目商品／カテゴリー】復刻商品＜飲料＞ 1

2010年春の「ヤクルト ミルミル」以降、復刻商品が増加。
 「復刻商品」は認知にかかる広告宣伝費を削減
 バイヤーも知っている商品のため、配荷が急激に進む傾向。

「復刻商品」 販売店率

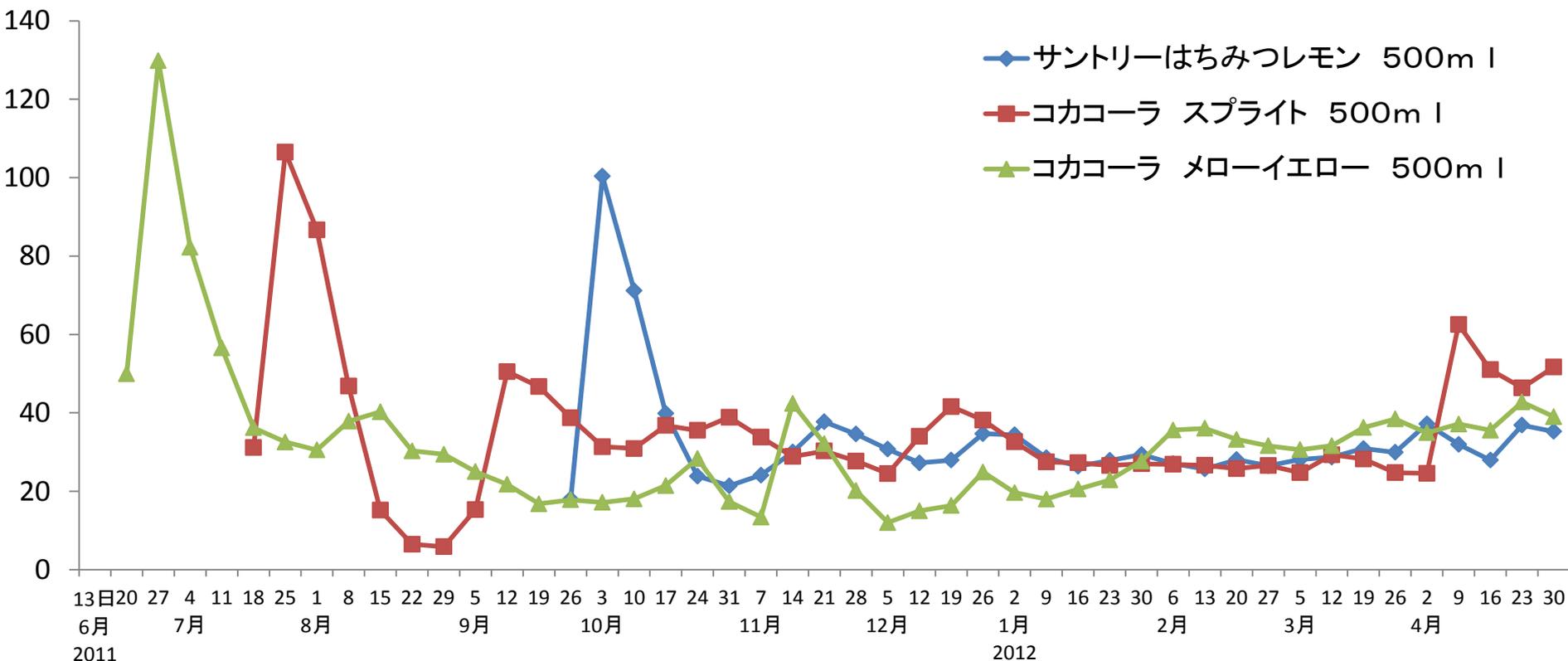


【注目商品／カテゴリー】復刻商品＜飲料＞2

ファンのリピート需要があり、販売店率が落ちてても
1店・週当たりの販売数量は20～40本と安定的に推移。



「復刻商品」 1店あたり週販数量



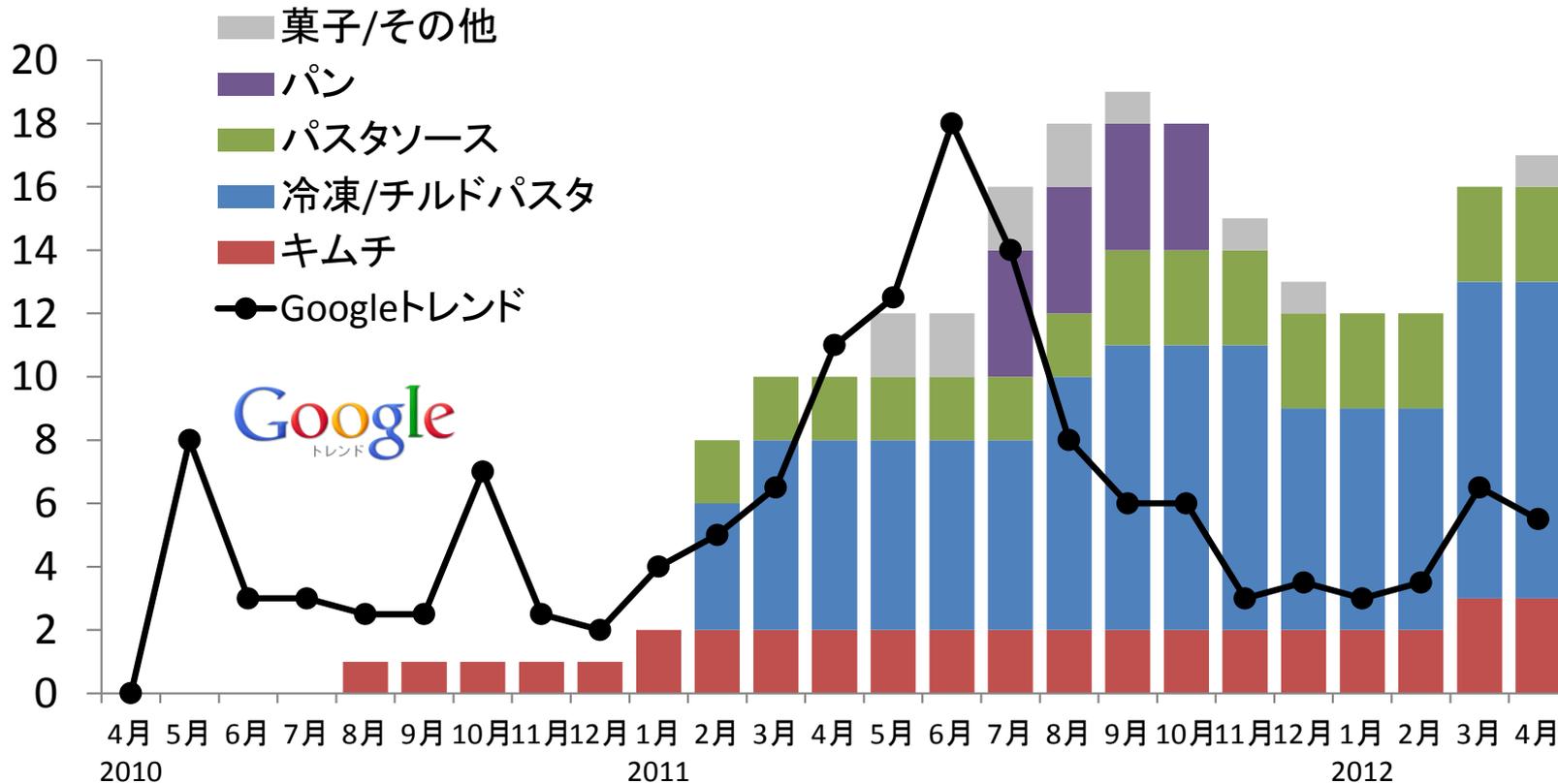
KSP-POS 全国 週次データ

【注目商品／カテゴリー】川越シェフ効果1

2011年夏前にGoogleトレンド(検索数)のピーク。
 関連アイテムは3ヶ月程度後追いで増加。



「川越達也」関連食品アイテム数とGoogle検索数

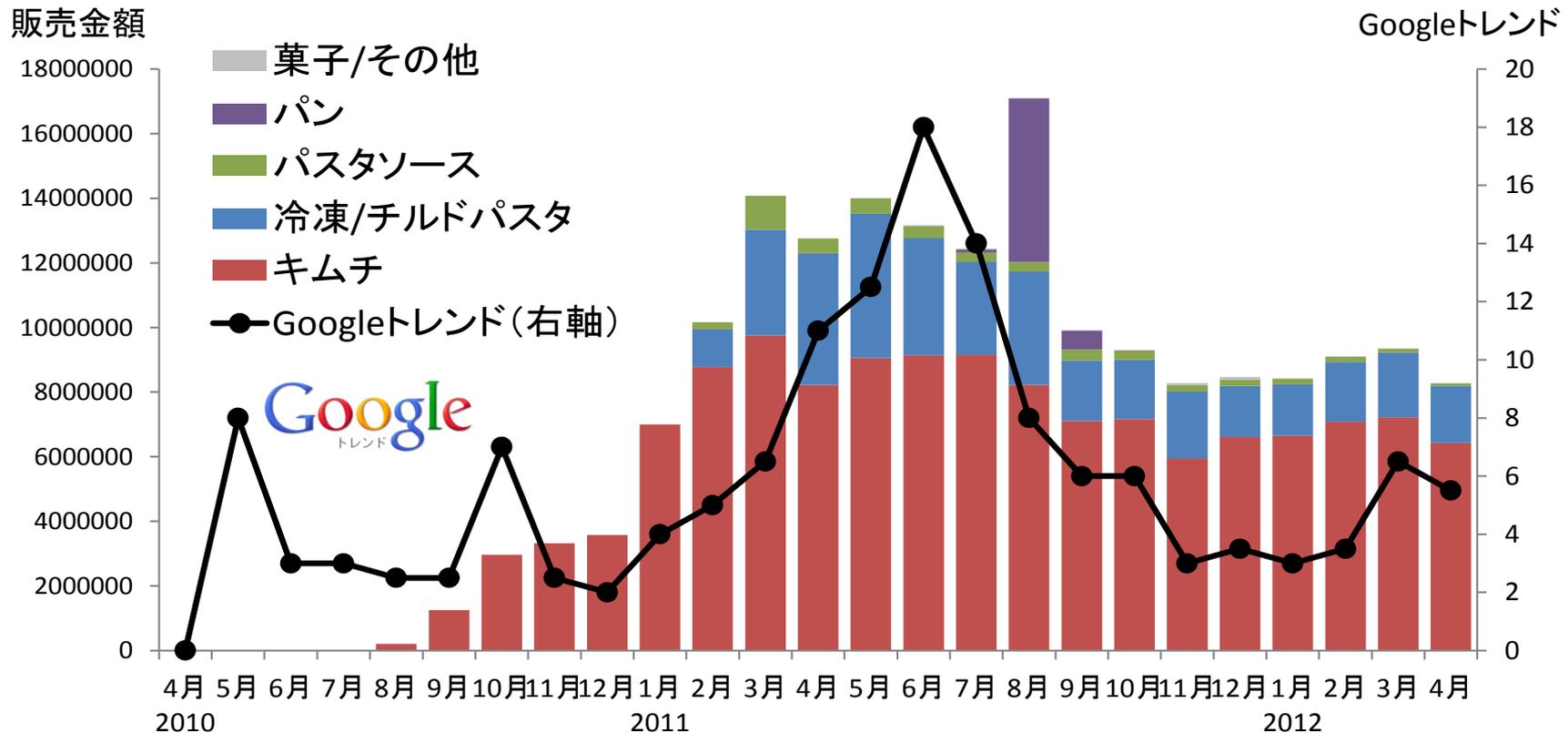


KSP-POS 全国 月次データ 商品数は商品名に「川越達也」などの文字を含むもの。キャンペーン等は含まない/Google Trend「川越達也」の検索数(指数)

【注目商品／カテゴリー】川越シェフ効果2

金額ベースではキムチが圧倒的に多く、各社に先行して開発した利点が出ている。
 売上トレンドは検索数の推移と似ており、後発アイテムは苦戦している。
 →旬の人を使う場合、リスクは伴うがスピード感をもって開発を行うことが重要。

「川越達也」関連食品販売金額とGoogle検索数

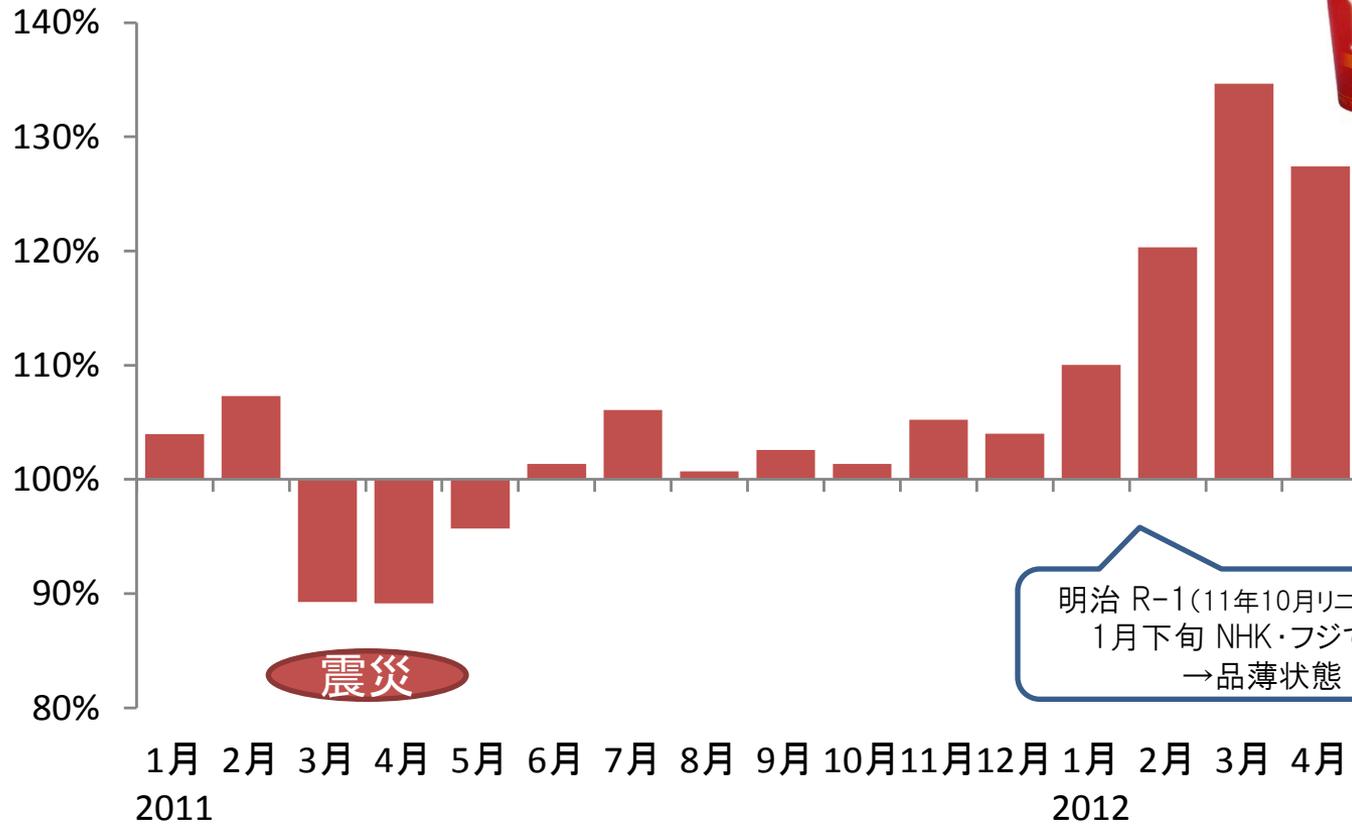


KSP-POS 全国 月次データ 商品は商品名に「川越達也」などの文字を含むもの。キャンペーン等は含まない/Google Trend「川越達也」の検索数(指数)

ヨーグルトは「明治LG21」が市場を牽引しここ3年伸張し続けている。
 2012年1-2月は「R-1がインフルエンザ予防に効く」という報道の影響で大きく伸長。

3-4月は震災の反動も手伝い、前年比が大きく伸張。

「ヨーグルト」販売金額 前年同月比

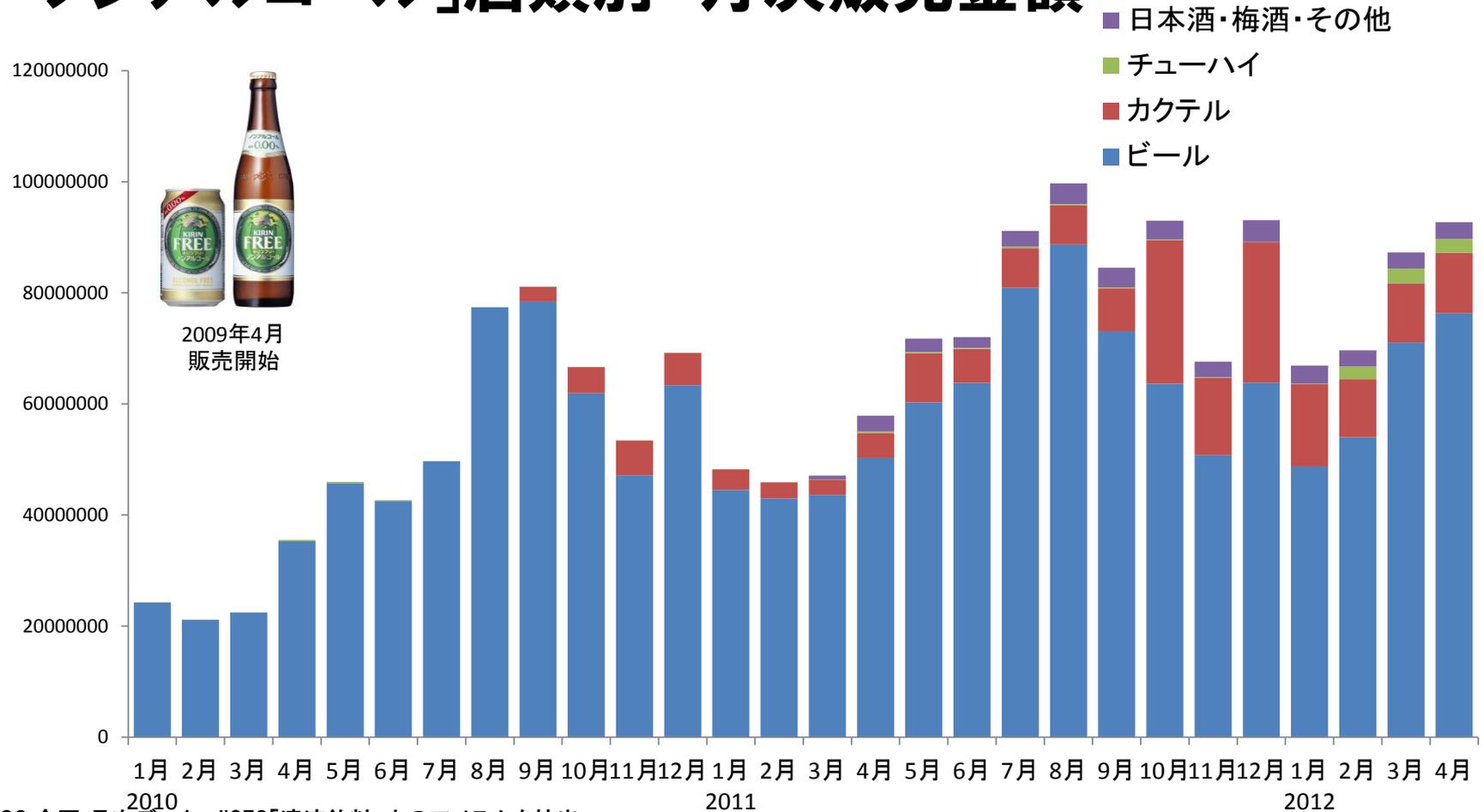


震災

明治 R-1(11年10月リニューアル)
 1月下旬 NHK・フジで報道
 →品薄状態

ノンアルコール飲料の販売金額は11年夏までビールが9割以上。
 11年10月にカクテル系の新商品が発売され、11年12月はビール系シェアが7割以下に。
 →クリスマスにノンアルコールカクテル、定着するか。

「ノンアルコール」酒類別 月次販売金額



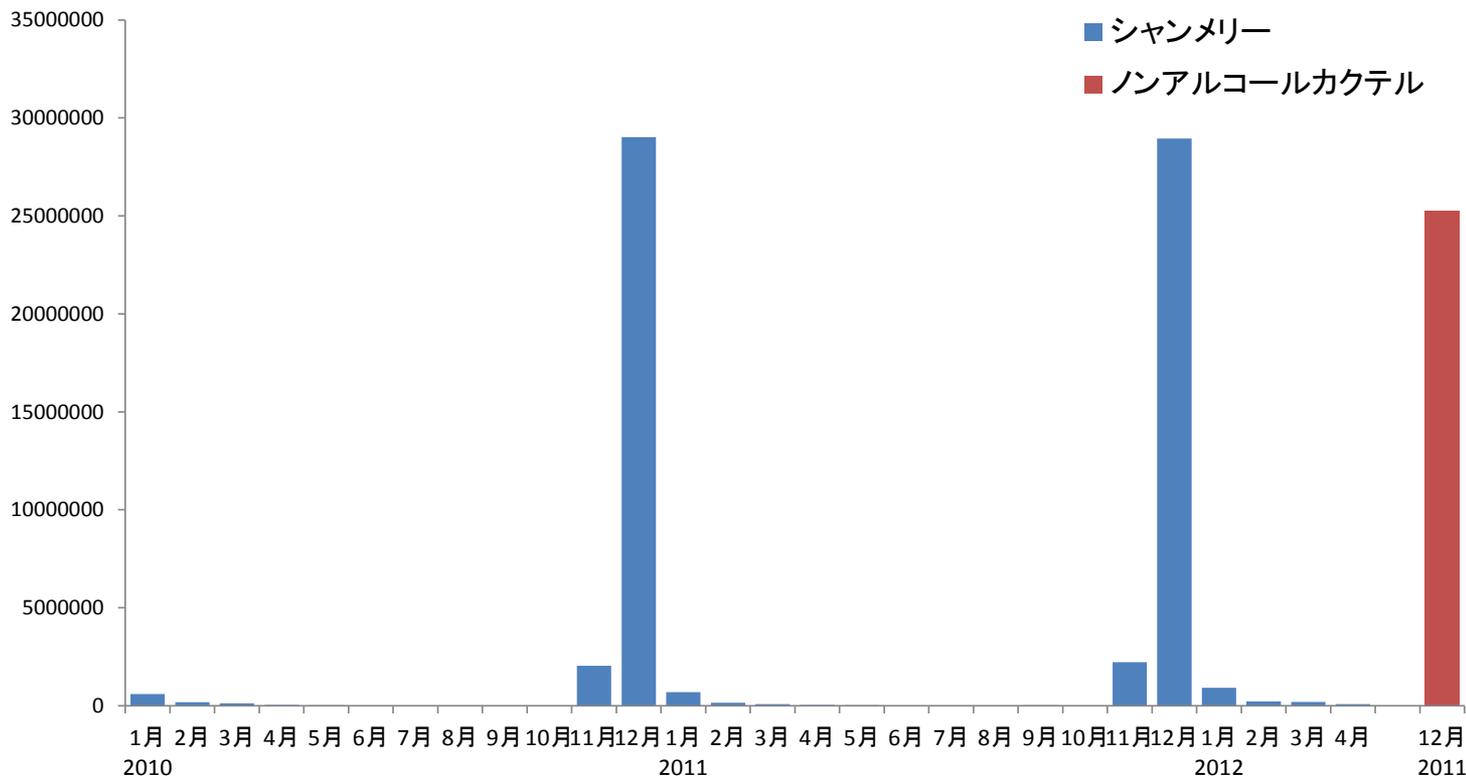
KSP-POS 全国 月次データ JICFS「清涼飲料」内のアイテムを抽出

クリスマスの炭酸飲料といえば「シャンメリー」。中小メーカーのみが参入する市場の販売トレンドに変化は？

→2010～2011年は変化なし。2011年12月はノンアルコールカクテルがシャンメリーと同等の大きさに拡大したが、シャンメリーの購買層とは別の市場を開拓したと推定される。



「シャンメリー」月次販売金額

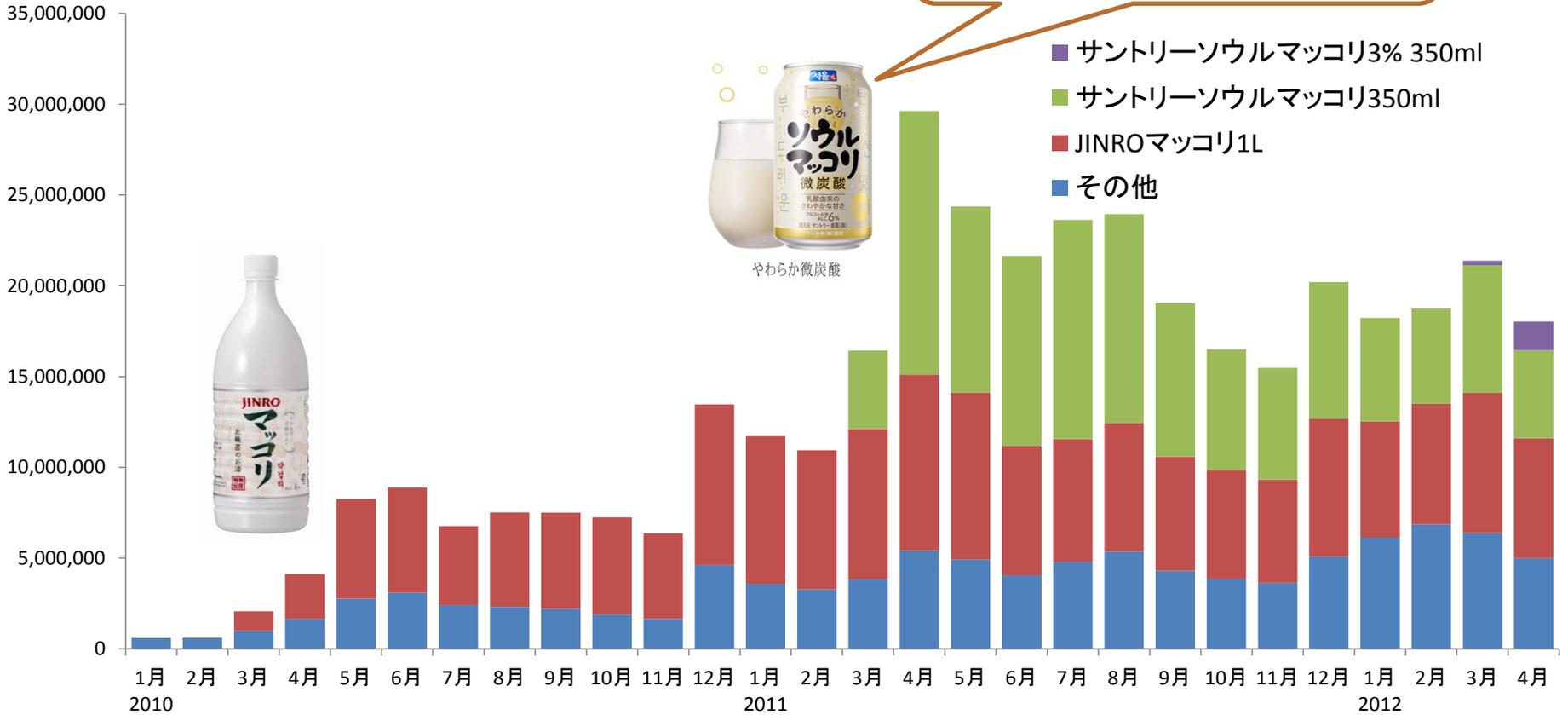


KSP-POS 全国 月次データ 商品名に「シャンメリー」を含むアイテムを抽出

マッコリのトレンドは、「ファン層」をつかみ安定的に推移。
 カテゴリーとして低下傾向に見えるのは、トップアイテムの勢いが落ち着いているため。

「マッコリ」 販売金額推移

2011年6月 1店舗あたりの週販金額は
 キリン「氷結」のトップアイテムと同等
 ソウルマッコリ:4529円/店週
 氷結レモン:3803円/店週



KSP-POS 全国 月次データ

【注目商品／カテゴリー】乾麺スパゲティーはダウン 冷凍パスタは伸張

2011年4月～2012年3月の冷凍洋風麺 金額前年比は平均114%。
 対して、スパゲティー(乾麺)は94%と縮小。2カテゴリーの販売金額はほぼ同等に。
 「簡単便利」の流れが影響。

「冷凍洋風麺」・「スパゲティー」販売金額

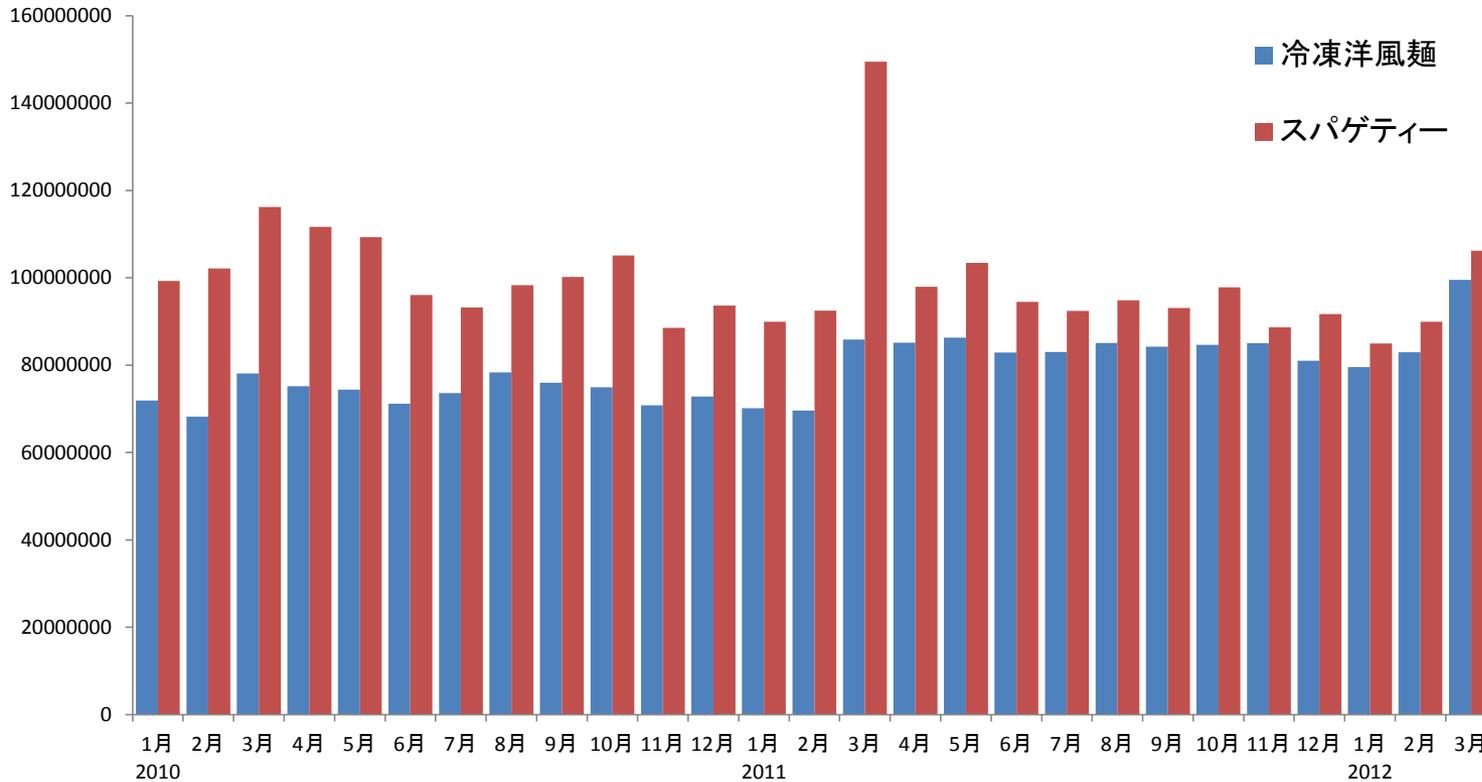


冷凍洋風麺
4～3月前年比

114%

スパゲティー(乾麺)
4～3月前年比

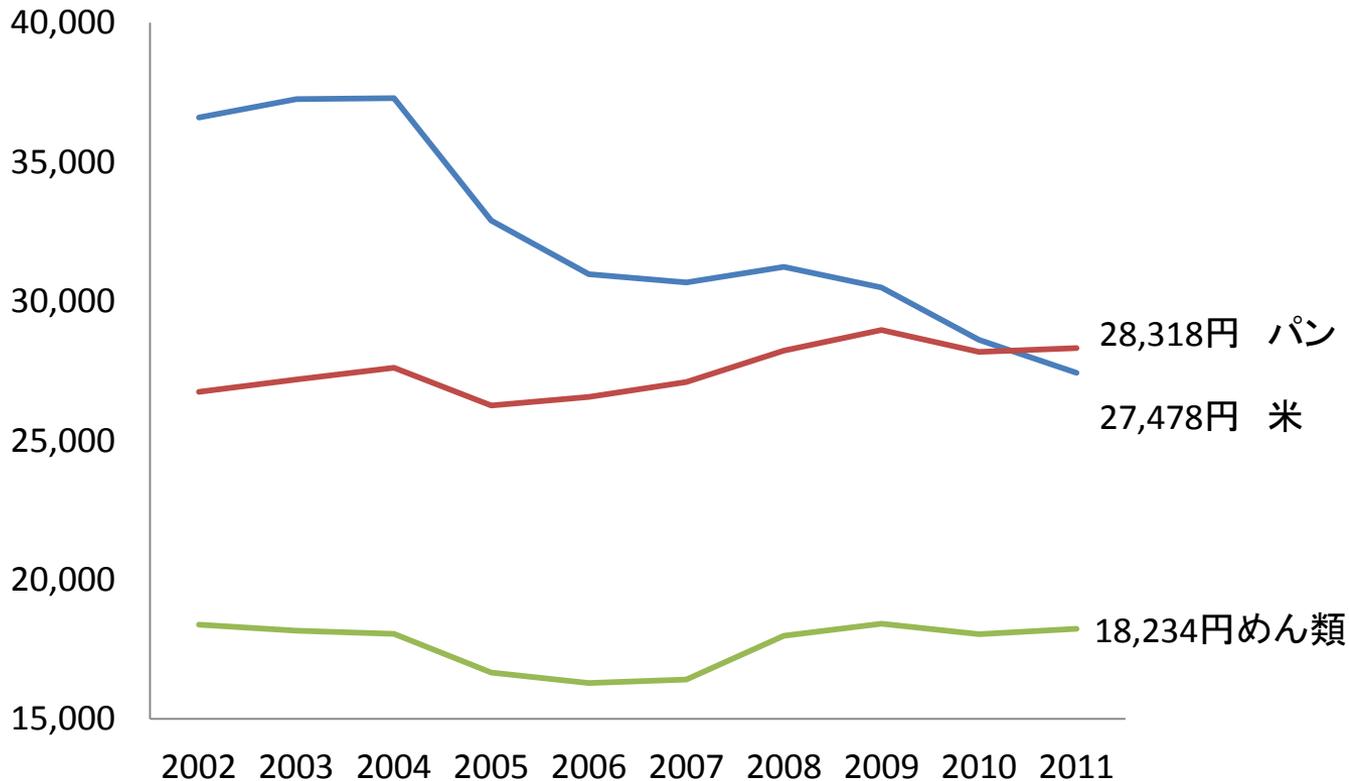
94%



【注目商品／カテゴリー】パン・ごはん

ここ数年小麦粉の値上がりもあり「パンからコメ」へという流れが言われている。
 しかし、5月上旬、家計調査データをもとに一部報道で「パンの消費支出が米を抜いた」と報道。
 実態は米(精米)への直接支出が長期的に減少している。
 他の主食類でパン、めん類なども大きく増加している訳ではない。

家計調査 「パン・米・めん類」 年間消費支出



【「米」下落の要因】

- ・惣菜・弁当(米飯)
- ・インスタベーカリー
- ・米粉など、加工度の高い商品の利用

◎「米全体」の消費がグラフほど減少している訳ではないが、お米を「炊く」機会は減少している。



3 新商品の状況



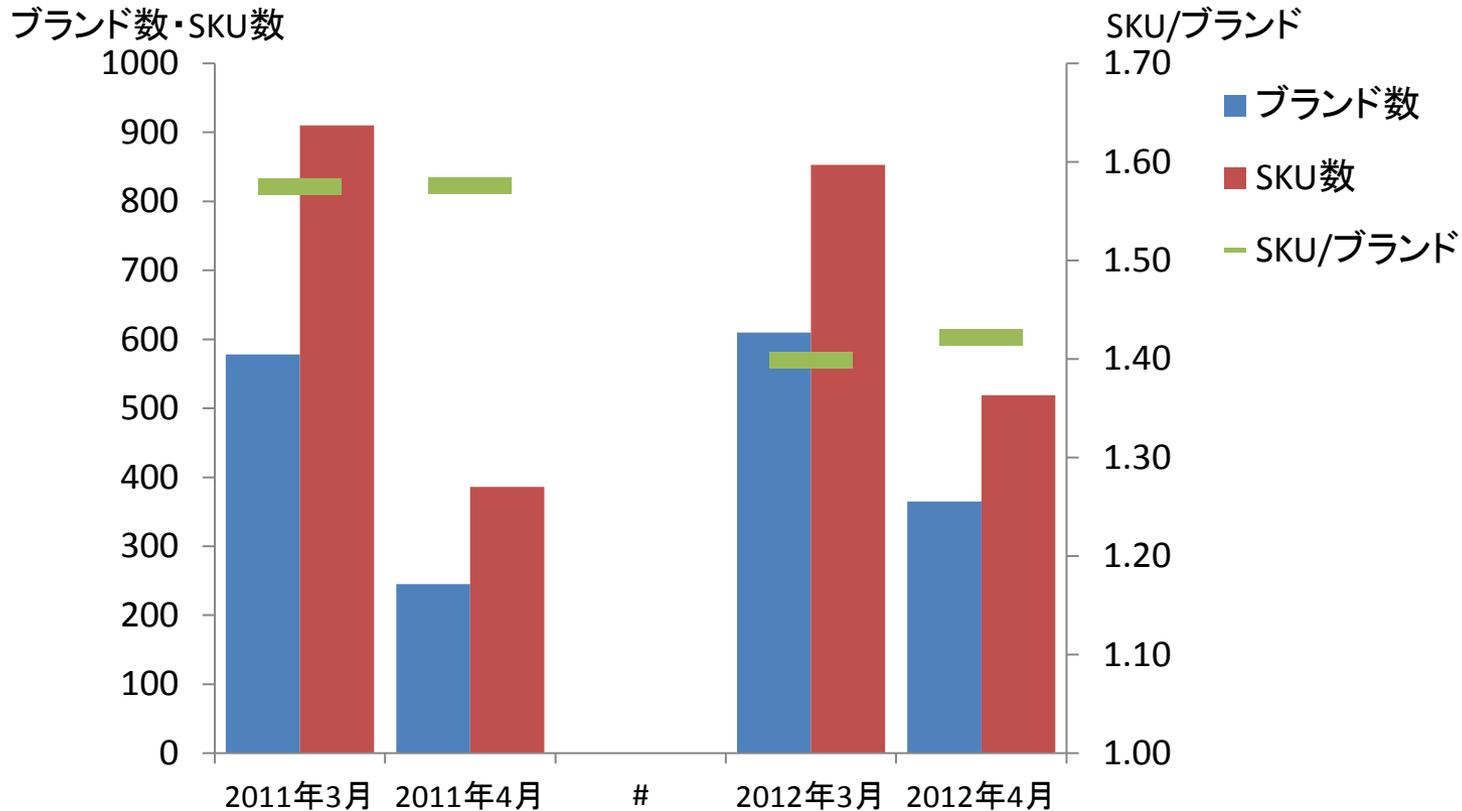
【新商品】春の新商品数と特徴

「2012年の新商品は昨年より多い」（日本食糧新聞社）

→新商品SKUをブランド数で割った数値が減少している。

工場での節電の影響か、ブランド数を維持しラインを絞る傾向と推定される。

食品新商品数



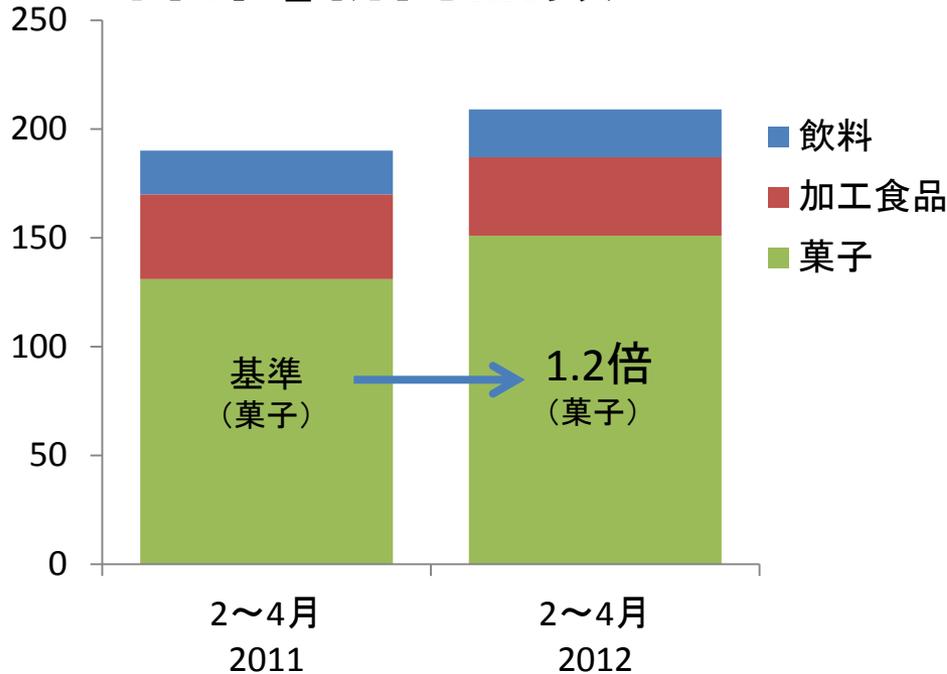
日本食糧新聞社『食品新製品トレンド』Vol.336,337,348,349 SKUについての注記:容量違いは同一SKUとカウントし、フレーバーで分離している。

【新商品】菓子類「抹茶」フレーバーが販売好調

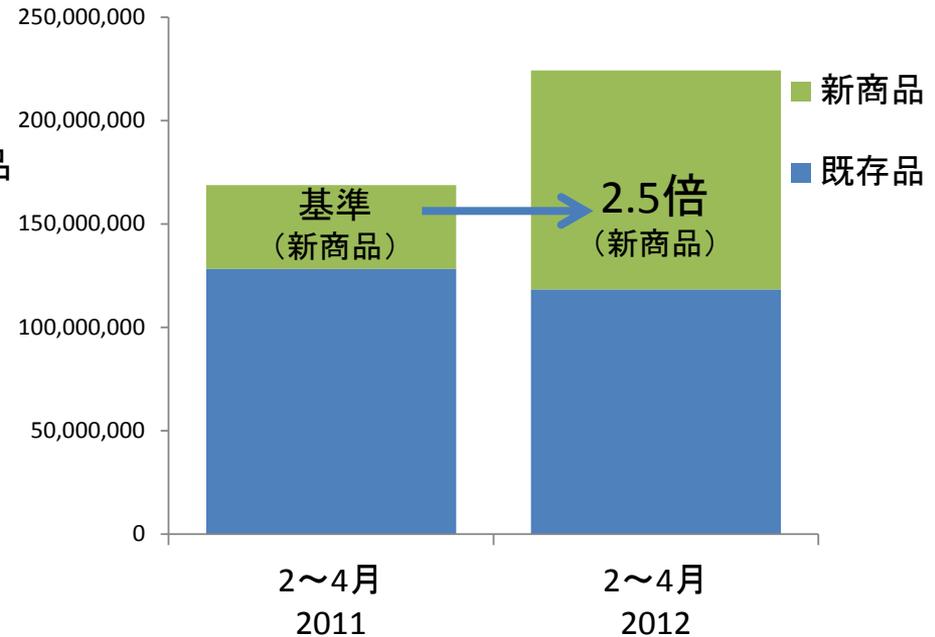
2012年2～4月春の新商品では菓子類(菓子・デザート・アイス等)の「抹茶」フレーバーアイテム数が増加。新商品アイテム数は前年同時期の1.2倍、金額は2.5倍と勢いがある。



「抹茶」新商品数



菓子類「抹茶」売上金額



KSP-POS 全国 月次データ 各年の2～4月に販売開始した抹茶フレーバーアイテムを抽出



2012年2～4月 菓子類「抹茶」代表アイテム

分類名	商品名称	販売開始時期
チョコレート	ネスレ キットカットミニオトナの甘さ抹茶 12枚	2月上旬
半生菓子	ロッテ プチブッセ抹茶ミルク 8個	3月上旬
パーソナルアイスその他	ロッテ 爽 薫る抹茶&バニラ	3月中旬
その他デザート・ヨーグルト	ロピア プチ小倉抹茶 1個	2月上旬
ビスケット・クッキー	不二家 カントリーマアム抹茶アイス 16枚入	3月下旬
生菓子	モンテール 濃い抹茶のシュークリーム 1個	2月上旬
半生菓子	モンテール 濃い抹茶のどら焼 1個	2月上旬
ビスケット・クッキー	ブルボン アルフォート 抹茶 10枚	4月上旬
ファミリーアイス	赤城 濃厚旨ミルク薫る抹茶 55ml×5	2月下旬
半生菓子	パスコ 抹茶ラテロール	3月上旬

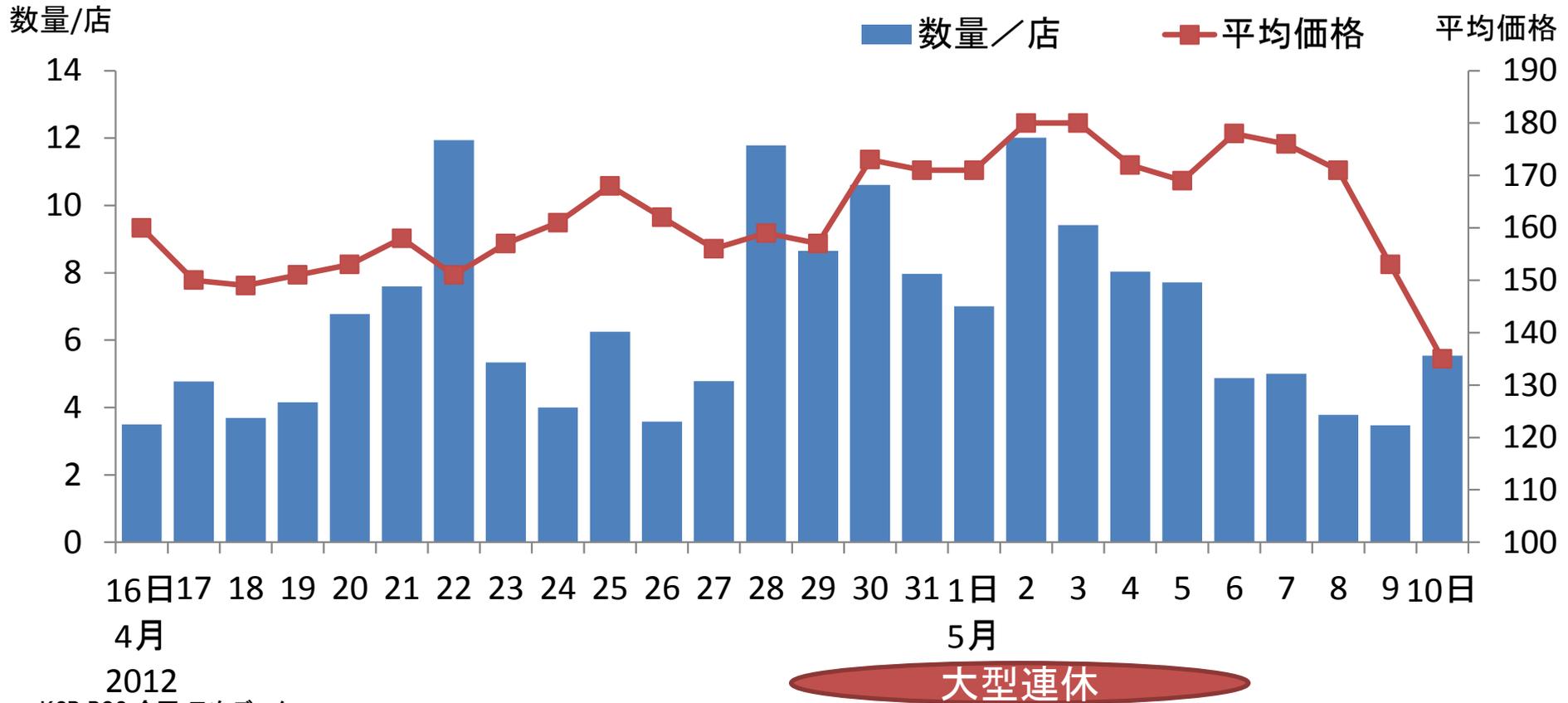
KSP-POS 全国 月次データ 2012年2～4月に販売開始した抹茶フレーバーアイテムを抽出 2012年2～4月の期間売上金額上位ランキング

【新商品】豆腐は相模屋！ザクとうふ1

人気キャラクターの型を模したとうふ。
 容器の汎用性が話題になり、3月の発売開始時には欠品も。
 4月後半から集中的にメディア露出。
 連休に家族でザクとうふ？ 大型連休中は非常に高い価格を維持。



「ザクとうふ」日次販売数量と平均価格

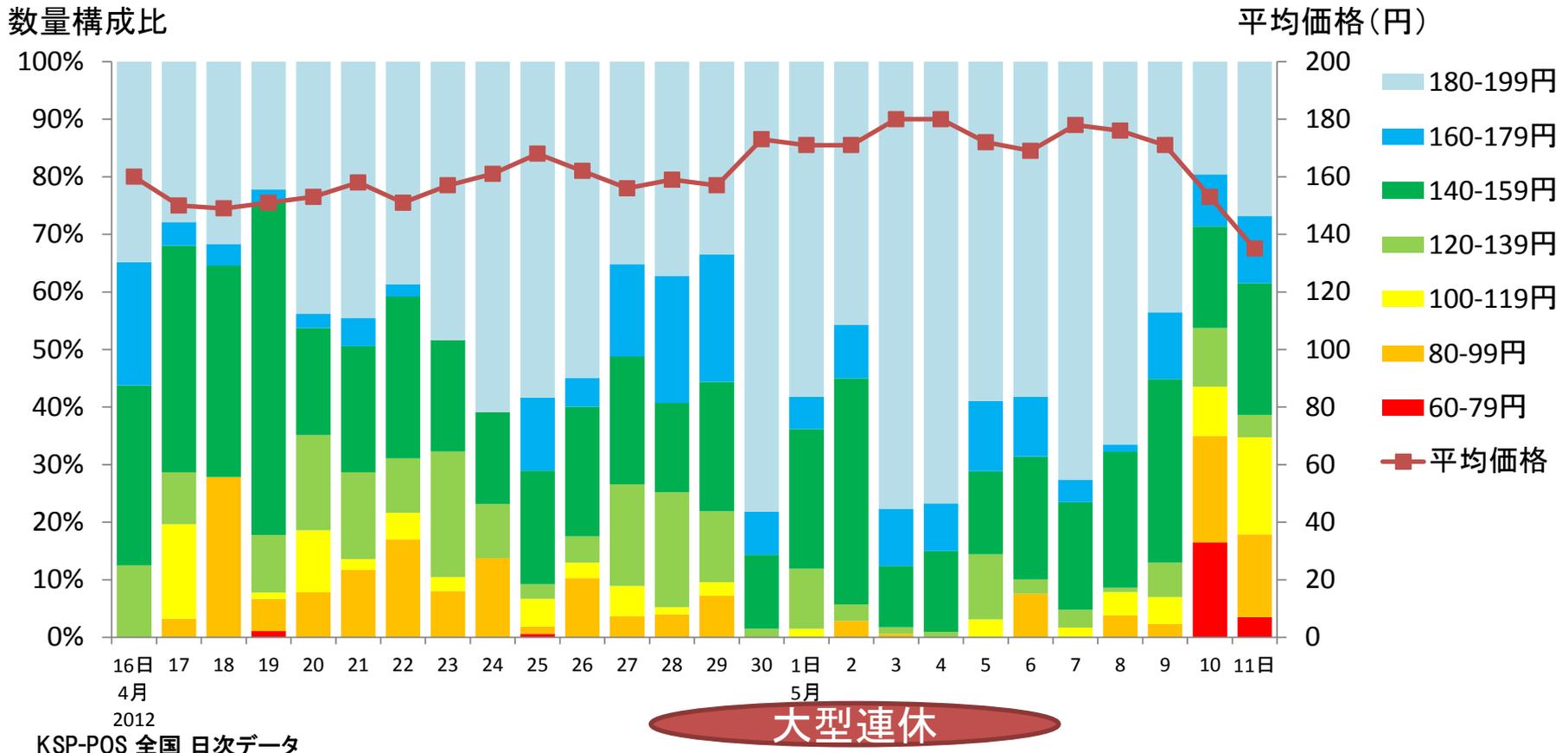


KSP-POS 全国 日次データ

【新商品】豆腐は相模屋！ザクとうふ2

大型連休の価格と販売量増加は小売参考価格通りの販売量が多かったため。大型連休後の平均価格急落は、見切り販売が多かったとみられる。キャラクターを冠した商品は一般に販売期間が短い。一過性のものか、シリーズ化するか注目。

「ザクとうふ」日次価格別販売量(割合)



【注目商品／カテゴリー】

- ・「トマトジュース・ヨーグルト」健康関連の報道は震災の影響と比較しても大きなインパクトがある。
- ・「復刻商品」はファンのリピート需要を取り込み、店舗あたりでの販売は好調。
- ・「ノンアルコールカクテル」など、今年も新たに定番カテゴリー化が期待される商品群が登場。

【新商品】

- ・新商品数は回復傾向。節電や生産設備との関連か、全体的にブランド数を維持しつつフレーバー数を絞るなど各社工夫が見られる。



株式会社KSP-SP

<http://www.ksp-sp.com/>

本レポートに関するお問い合わせは...

<http://www.ksp-sp.com/>

お問い合わせ案内「その他のお問い合わせ」からどうぞ。

株式会社KSP-SP

105-0013

東京都港区浜松町1-2-1 一光浜松町ビル4F

お問い合わせダイヤル 03-5472-7652

■免責事項

- ・掲載データの性格上、正確性、完全性、最新性、有用性、または特定の目的における適合性について、当社は保障していません。
- ・掲載データの利用により損害が生じた場合、いかなる場合においても当社は一切の責任を負いません。