
KSP-POSから見た食品マーケット動向

2012年3月～2012年8月の状況

株式会社KSP-SP

作成：2012年11月

1. 食品カテゴリー全体の概況

2. 注目商品／カテゴリー

3. 新商品の状況

付録. カテゴリー別概況表

・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840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(一般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)または
本レポート用特別分類

○その他使用データ

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

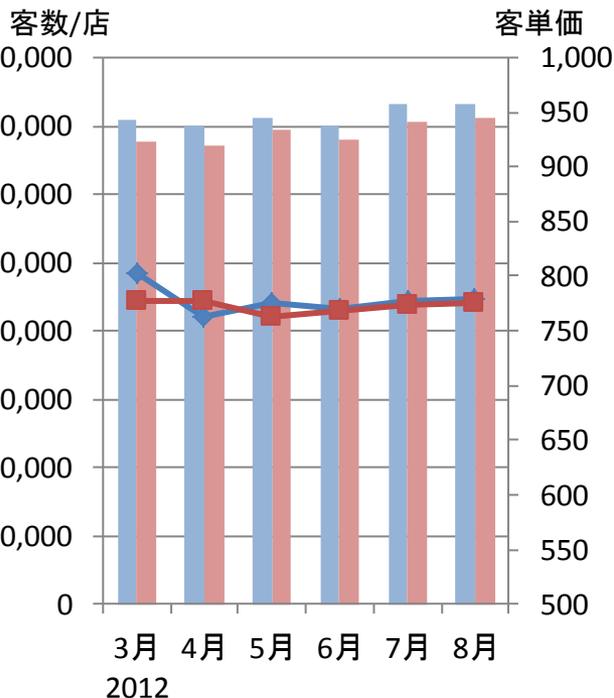


2012年3～8月は震災直後の2011年同期期より、さらに客数が減少している。
客単価は前年とほぼ変わらない水準となっている。

全国

■ 客数 前年 ■ 客数 当年

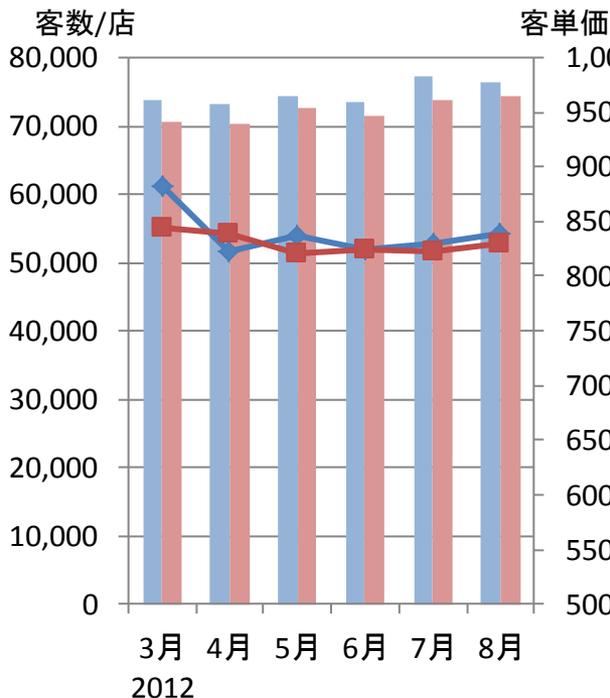
◆ 客単価 前年 ◆ 客単価 当年



東日本

■ 客数 前年 ■ 客数 当年

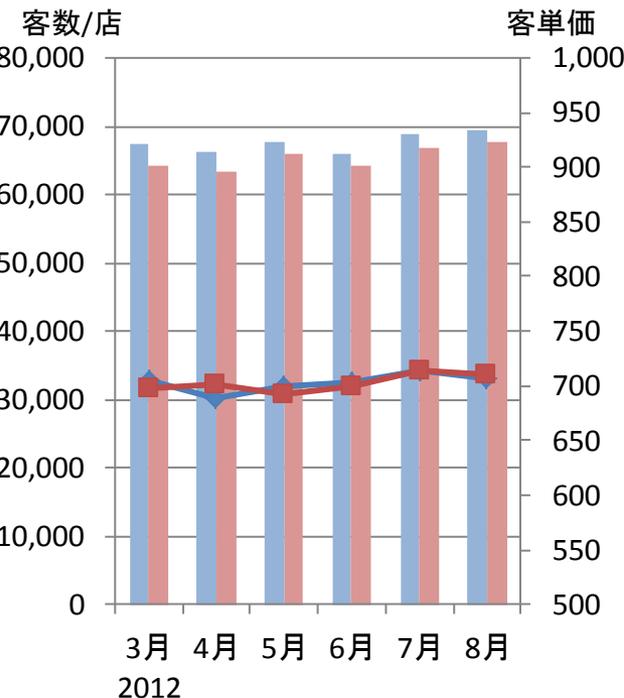
◆ 客単価 前年 ◆ 客単価 当年



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。

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

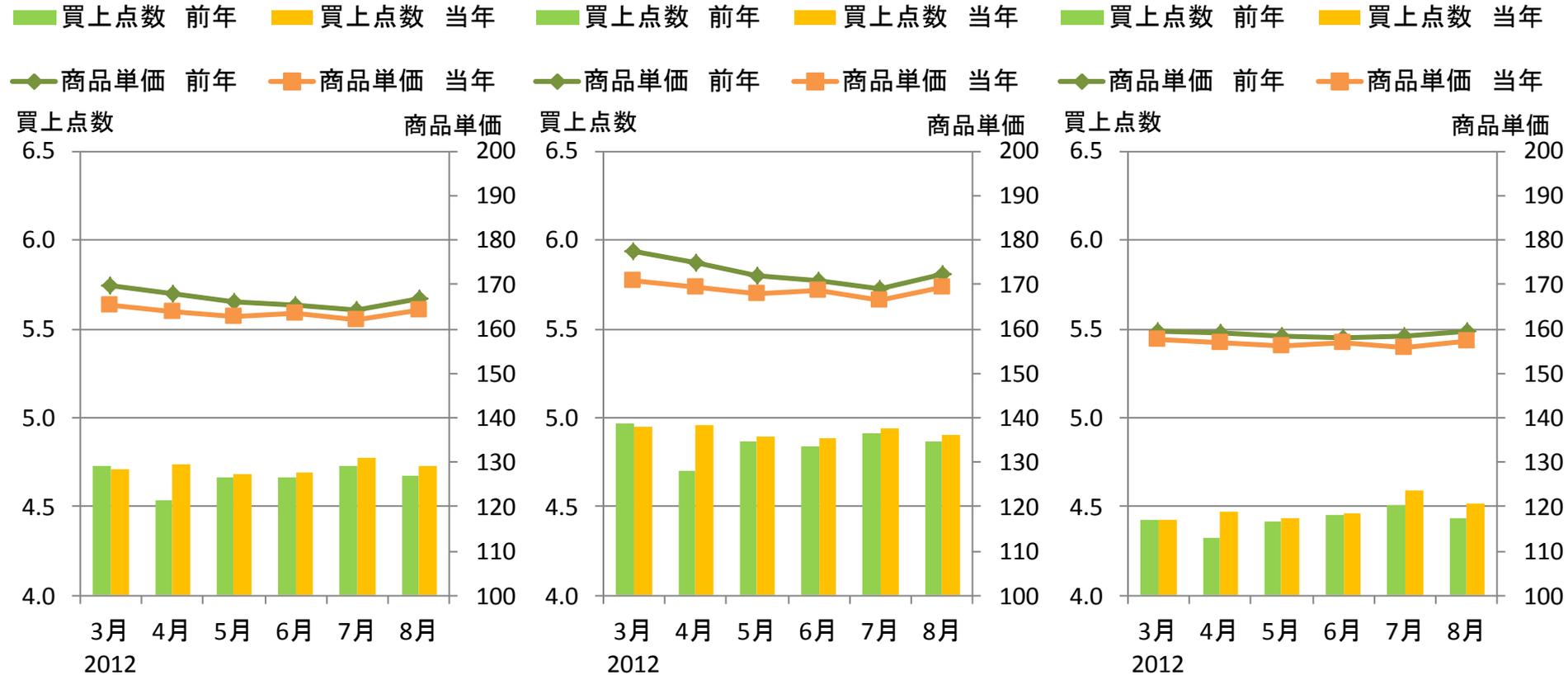
客単価の中身を分解 “買上点数×商品単価”

1回あたりの買い上げ点数は昨年より多い傾向にあり、商品単価は全国的に前年より低下している。特に東日本での商品単価の低下は、前年震災により特売が減少していたことの戻りによる影響が大きい。また、消費者の節約志向も反映されているとみられる。

全国

東日本

西日本



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

2012年3～8月 カテゴリー別前年比

(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
分類合計	233,990,382,193	224,647,477,056	↓ 96.0%	1,406,131,579	1,375,543,391	97.8%	166.4	163.3	98.1%
加工食品	125,922,066,724	119,594,266,705	↓ 95.0%	754,119,428	730,494,160	↓ 96.9%	167.0	163.7	98.0%
菓子	42,830,876,684	42,049,528,347	98.2%	327,731,125	326,313,212	99.6%	130.7	128.9	98.6%
嗜好飲料	4,947,495,625	4,783,502,398	↓ 96.7%	14,869,928	14,565,824	98.0%	332.7	328.4	98.7%
ドリンク飲料	31,658,071,619	30,733,867,634	97.1%	243,485,439	239,740,822	98.5%	130.0	128.2	98.6%
酒類	28,631,871,541	27,486,311,972	↓ 96.0%	65,925,659	64,429,373	97.7%	434.3	426.6	98.2%

日本の季節平均気温偏差(℃)

各季節の平均気温の基準値からの偏差を示します。
基準値は1981～2010年の30年平均値です。

	冬(前年12月-2月)	春(3-5月)	夏(6-8月)	秋(9-11月)
2008年	-0.09	0.42	0.15	0.41
2009年	1.13	0.62	-0.25	0.04
2010年	0.57	-0.51	1.46	0.78
2011年	0.00	-0.74	0.88	0.98
2012年	-0.86	0.03	0.55	0.72

注目のカテゴリー - 3-8月の前年比から見えるもの

2012年3月～2012年8月金額増加率ランキング。

上位のカテゴリーはトマトジュース、炭酸水、きな粉など。震災の反動増は少ない。

(円、個)

カテゴリー
伸張
一言ポイント

分類コード	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
140211	トマトジュース	171,826,422	385,596,340	↑ 224.4%	1,151,189	2,480,388	↑ 215.5%	149.3	155.5	↑ 104.2%
110197	その他調味料	191,801,376	303,152,905	↑ 158.1%	1,183,985	1,638,643	↑ 138.4%	162.0	185.0	↑ 114.2%
111901	サラダ	384,598,685	512,442,821	↑ 133.2%	2,671,526	3,707,568	↑ 138.8%	144.0	138.2	↓ 96.0%
130297	その他デザート・ヨーグルト	33,738,783	44,304,922	↑ 131.3%	227,929	288,924	↑ 126.8%	148.0	153.3	↑ 103.6%
140321	炭酸水	132,175,820	164,214,746	↑ 124.2%	1,484,382	1,850,776	↑ 124.7%	89.0	88.7	99.6%
111497	その他穀物	169,122,918	201,089,900	↑ 118.9%	488,143	609,074	↑ 124.8%	346.5	330.2	↓ 95.3%
111011	きな粉	53,374,037	62,698,279	↑ 117.5%	400,334	473,205	↑ 118.2%	133.3	132.5	99.4%
140309	ココアドリンク	41,194,825	48,147,003	↑ 116.9%	388,983	464,692	↑ 119.5%	105.9	103.6	97.8%
130205	ヨーグルト	6,186,860,209	7,180,459,964	↑ 116.1%	44,730,924	54,213,329	↑ 121.2%	138.3	132.4	↓ 95.8%
111305	調理パン	1,440,507,377	1,628,697,981	↑ 113.1%	12,931,650	15,003,347	↑ 116.0%	111.4	108.6	97.5%
140305	炭酸フレーバー	2,769,802,522	3,131,442,673	↑ 113.1%	22,836,703	26,471,524	↑ 115.9%	121.3	118.3	97.5%
110597	その他調理品	556,642,457	626,404,699	↑ 112.5%	3,402,779	3,926,763	↑ 115.4%	163.6	159.5	97.5%
130401	プレミアムアイス	679,954,776	745,864,628	↑ 109.7%	2,831,330	3,400,877	↑ 120.1%	240.2	219.3	↓ 91.3%
140403	豆乳	860,351,207	935,651,755	↑ 108.8%	6,377,894	6,767,141	↑ 106.1%	134.9	138.3	102.5%
140316	その他茶ドリンク	911,036,675	986,773,150	↑ 108.3%	6,734,578	7,779,434	↑ 115.5%	135.3	126.8	↓ 93.8%
130301	農産珍味	795,912,476	850,857,942	↑ 106.9%	4,290,270	4,509,172	↑ 105.1%	185.5	188.7	101.7%
111509	焼き豚	340,037,732	363,022,486	↑ 106.8%	1,091,941	1,211,310	↑ 110.9%	311.4	299.7	↓ 96.2%
140325	栄養ドリンク	702,847,511	749,028,952	↑ 106.6%	3,595,054	3,979,774	↑ 110.7%	195.5	188.2	↓ 96.3%
140327	ビネガードリンク	251,681,777	266,748,148	↑ 106.0%	1,198,733	1,248,505	↑ 104.2%	210.0	213.7	101.8%
140651	果実酒	1,378,648,554	1,456,148,143	↑ 105.6%	2,171,969	2,456,084	↑ 113.1%	634.7	592.9	↓ 93.4%

メボ(健康)
塩こうじ
简单便利
震災反動
美容・輸入品
こうじ
ダイエット
アイスオレ新商品
乳酸菌(健康)
简单便利
オレンジーナ
便利
震災反動
イソフラ(健康)
太陽のマテ茶
豆系伸張
新商品(簡便)
炭酸効果
黒酢(健康)
スパーク・円高

KSP-POS 全国 2012年3月～8月 アイコン付きの増減率は3%以上変動のあるもの。

「細分類不明」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



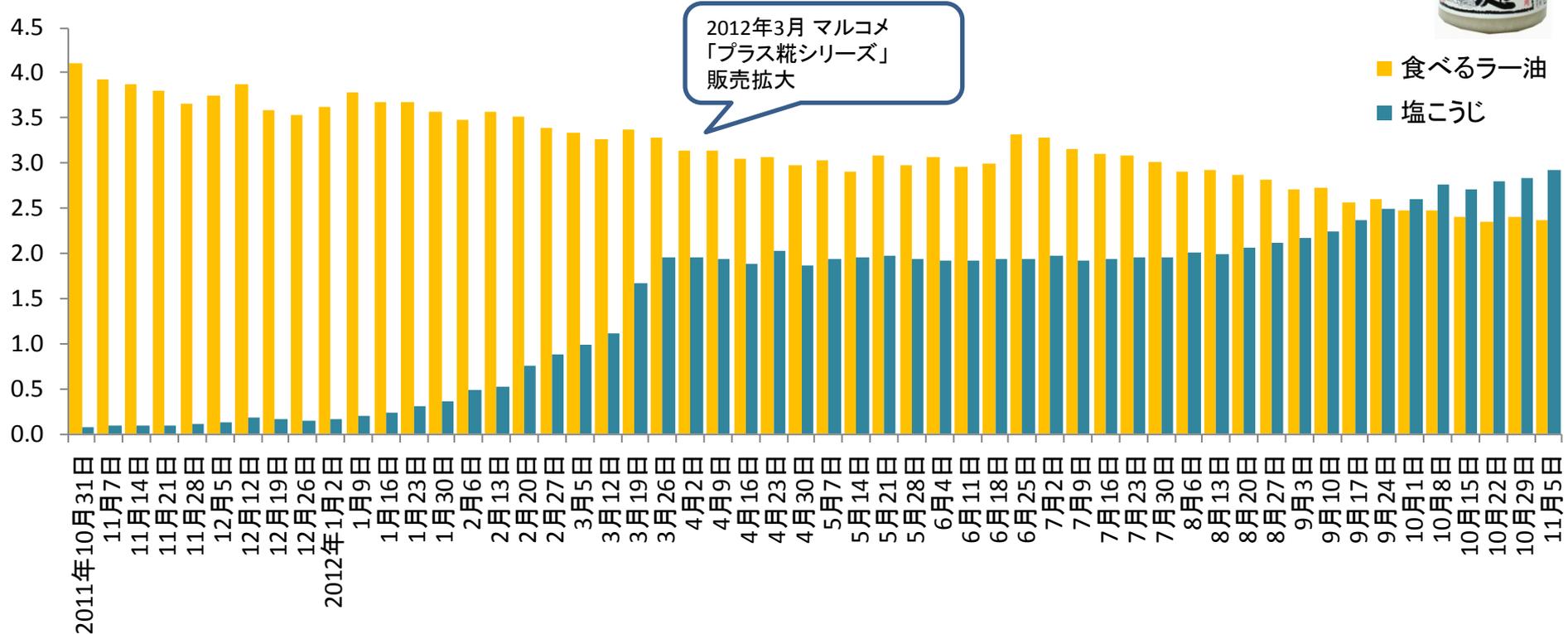
【注目商品／カテゴリー】ブームから定着するか「塩こうじ」

一昨年の「食べるラー油」から「食べる調味料」ブームが始まったが、昨年秋から手作り塩こうじが話題になり、徐々に商品数を増やしてきた。食品SM内での平均扱いアイテム数は「塩こうじ」商品群が「食べるラー油」を抜いた。



「食べるラー油・塩こうじ」店舗内平均扱いアイテム数

店舗内アイテム数[個]



2012年3月 マルコメ
「プラス糎シリーズ」
販売拡大

■ 食べるラー油
■ 塩こうじ

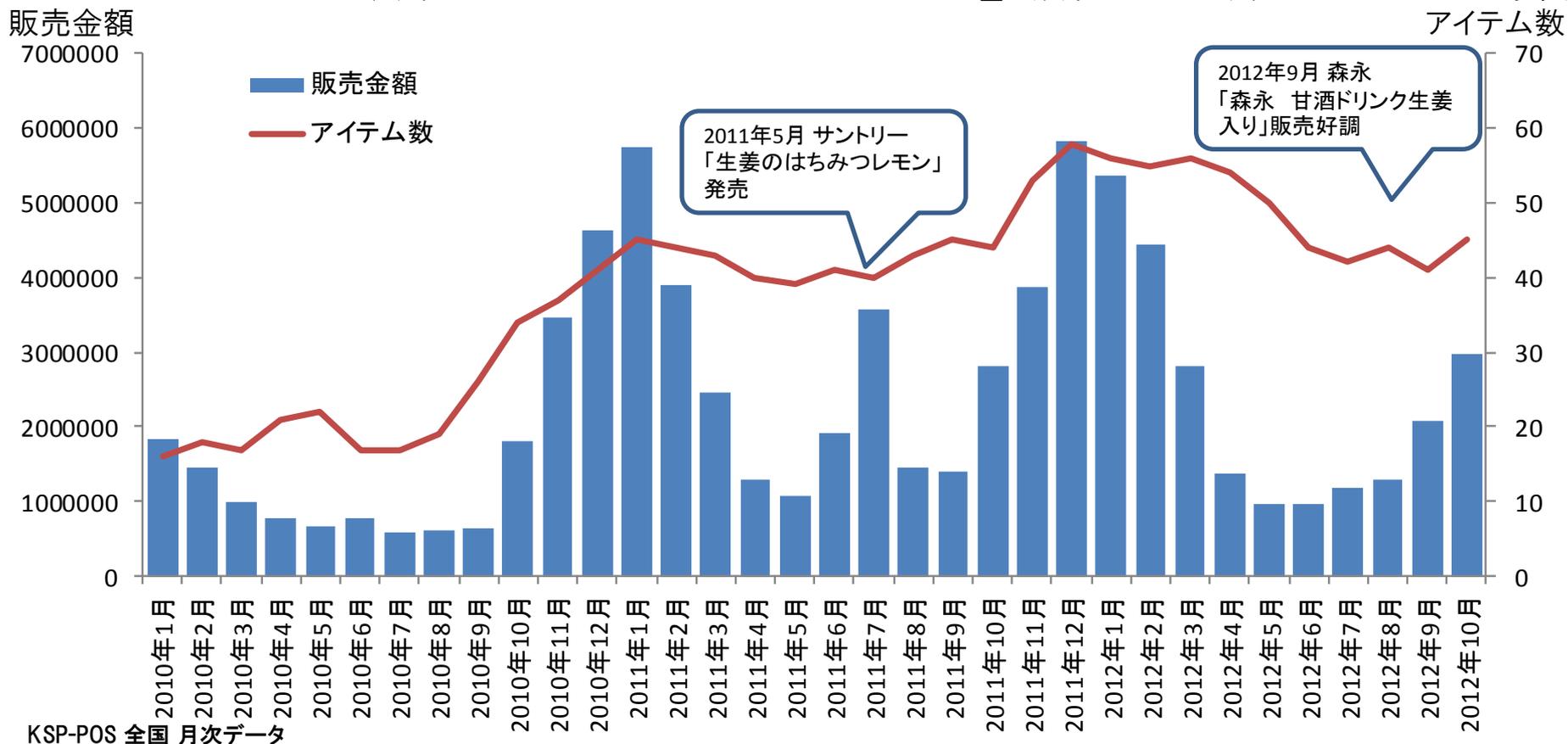
KSP-POS 全国 週次データ 食べるラー油:商品として「具材の入ったラー油」を抽出 / 塩こうじ:商品名に「塩こうじ(糎・麴)」を含むアイテムを抽出
週次データは月曜～日曜集計で日付は当週月曜を表示

【長期トレンド】コラボ商品が増加「しょうが」

しょうがは「永谷園生姜部」により生姜と他カテゴリーのコラボ商品が多く出現している。「生姜チャイ」などのアイテムで市場を広げたが、2012年は「森永 甘酒ドリンク生姜入り」の新商品が登場し、9月期の販売が伸張した。



「ドリンク・酒類”しょうが”フレーバー」販売金額・アイテム数

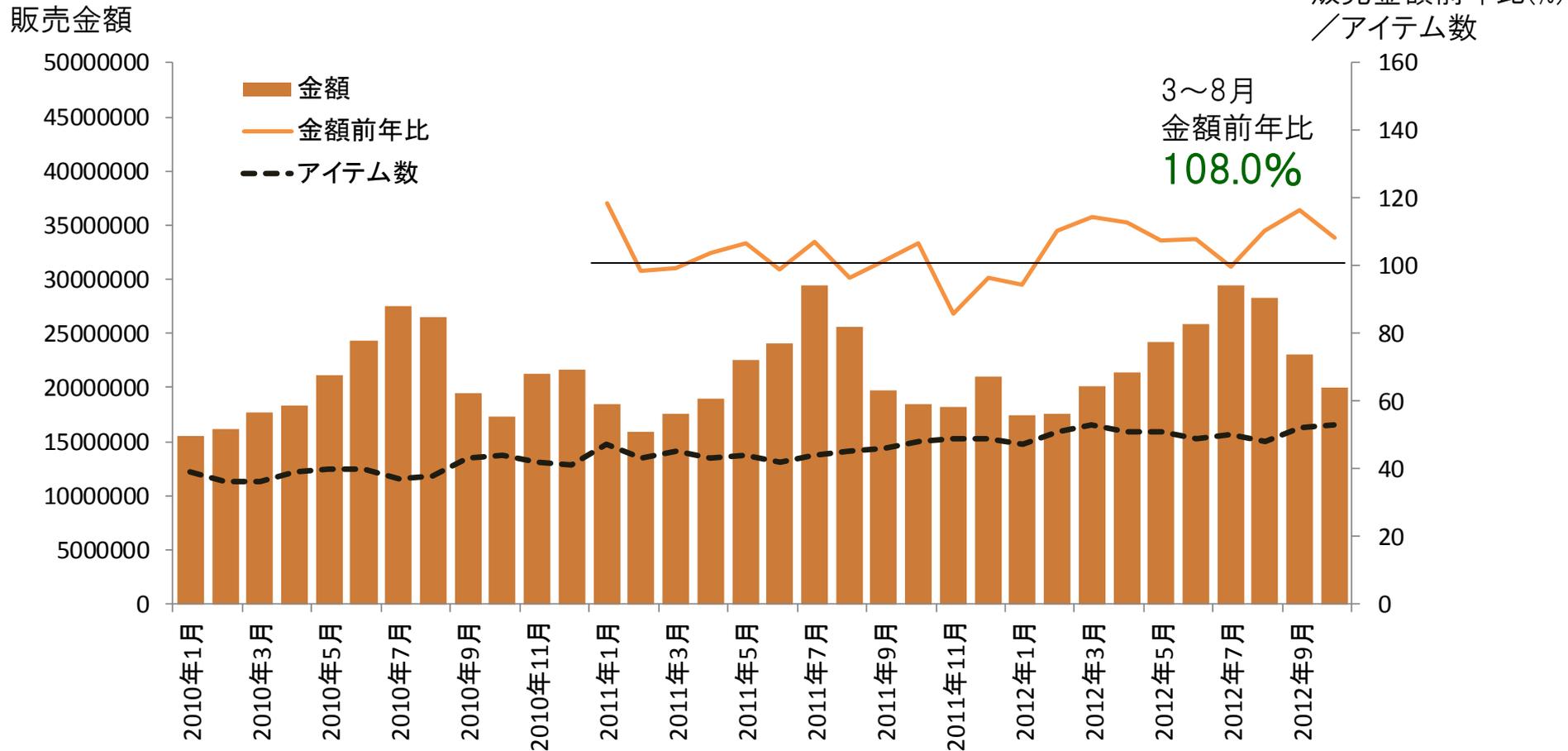


KSP-POS 全国 月次データ

【長期トレンド】本来のアイテムも伸張「しょうが」

コラボ商品の増加とともに加工食品・調味料の「しょうが」も市場を広げてきている。
2012年3～8月期は金額前年比108%となり、関連アイテム数も増加している。

「”しょうが”香辛料」販売金額・前年比・アイテム数



KSP-POS 全国 月次データ

【注目商品】じわりとブームに「いなばタイカレー」

100円コンビニ中心に発売された「いなばタイカレー」はその価格と手軽さから口コミで話題に。マスコミの扱いも増えており、長期で売上を伸ばしている。

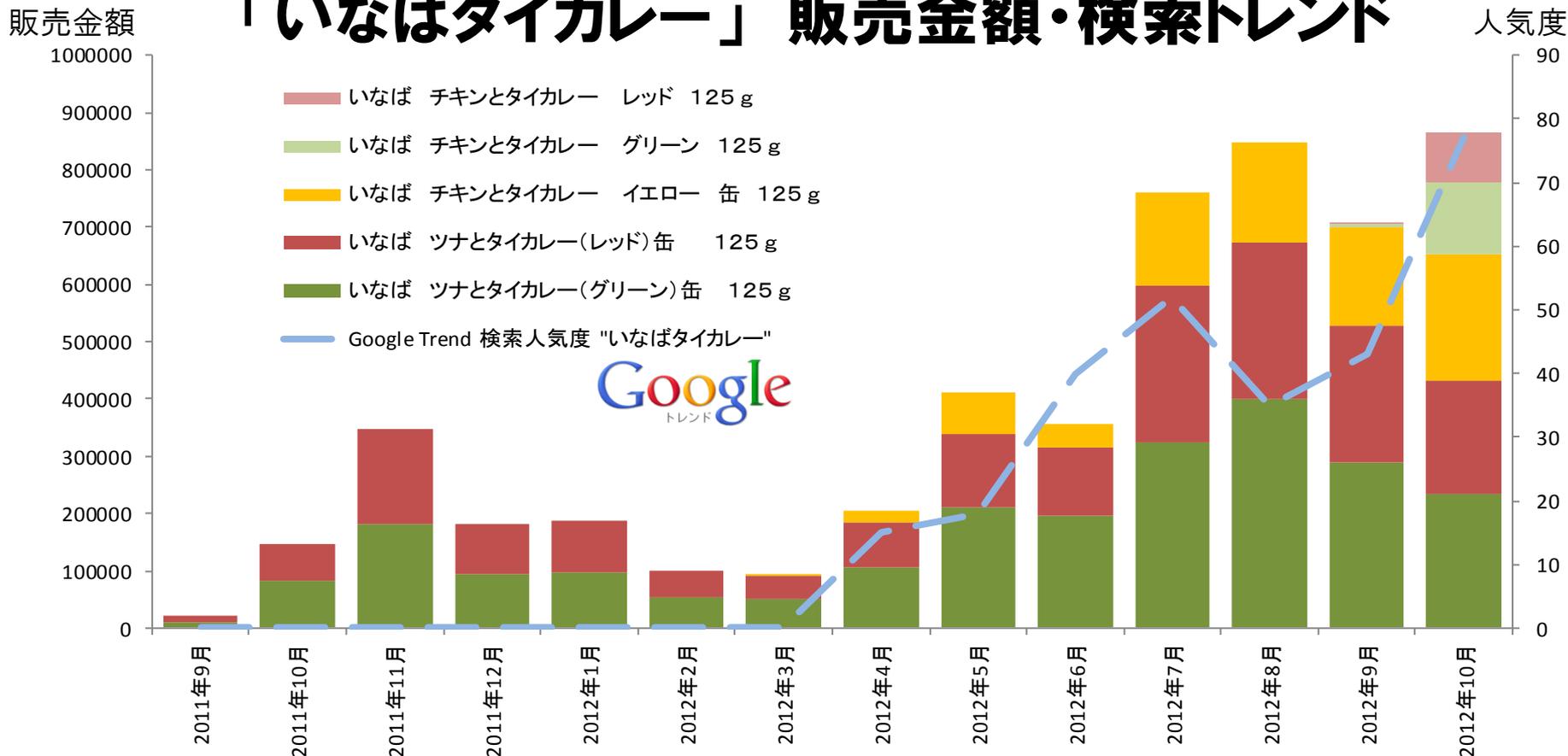
○震災備蓄対応商品

×エコではない(金属)

○新規カテゴリー



「いなばタイカレー」 販売金額・検索トレンド



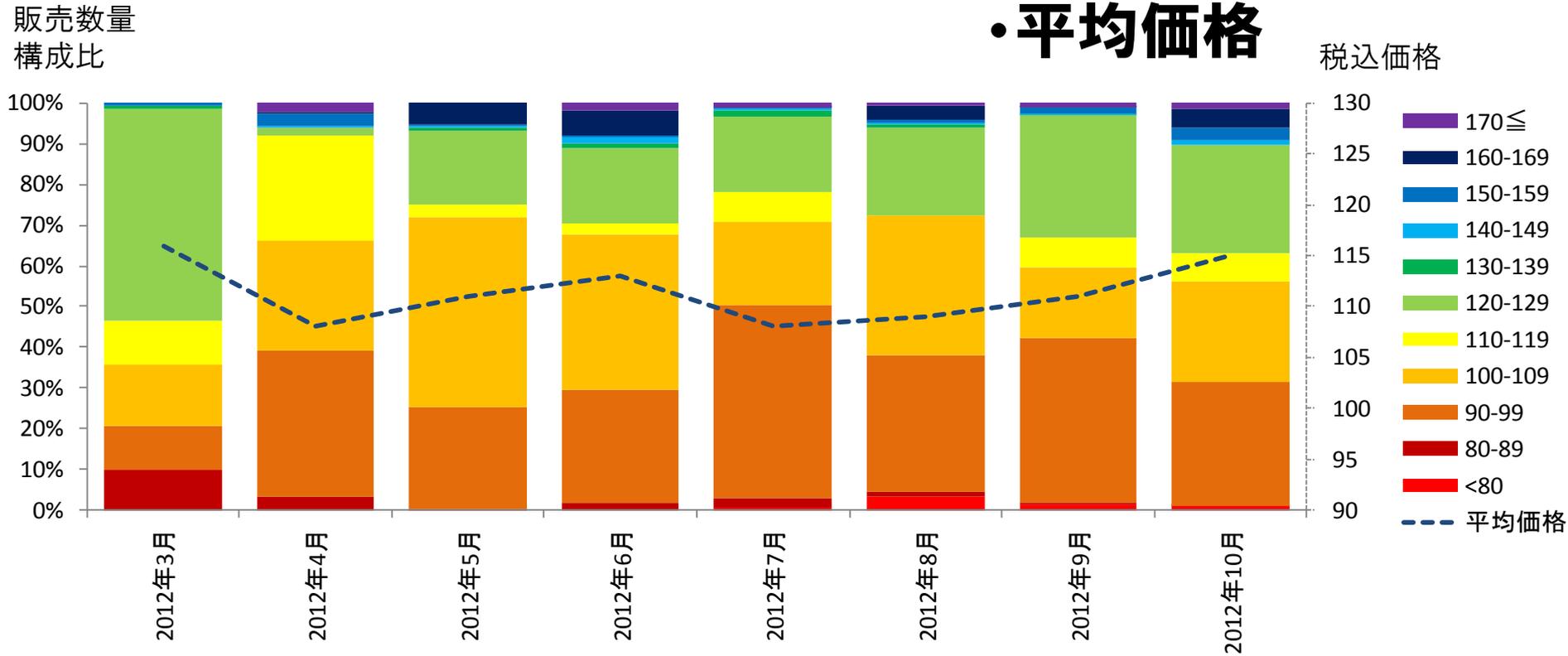
KSP-POS 全国 月次データ / 「Google Trend 検索人気度」は2012年11月の数値を100としたGoogle検索回数指数

【注目商品】じわりとブームに「いなばタイカレー缶詰」

「いなばツナとタイカレー グリーン」は、4月以降販売量の増加に伴い、若干価格が下がっていた。7月には税込100円未満の販売量が約5割となっていたが、新商品「チキンとタイカレー グリーン」の発売に伴い10月にはその割合が3割まで低下している。



「いなばツナとタイカレーグリーン」価格別数量構成比・平均価格



KSP-POS 全国 店別日次データ積上 / ※本データは「KSPワイド」から出力することができません。

きなこカテゴリーの販売が好調。上位商品(定番商品)が軒並み販売を伸張させている。「きなこ牛乳」がダイエット・健康関連で話題となり、今期はカテゴリー全体が盛り上がった。

“脂肪を燃焼させる”*

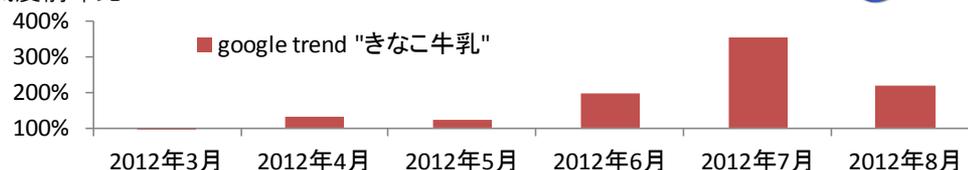
“便秘解消”*

“高血圧予防”*

「きなこ」上位商品販売金額 前期比・検索トレンド



人気度前年比



No	商品名称	2012年3~8月計			2012年3月	2012年4月	2012年5月	2012年6月	2012年7月	2012年8月
		前期金額	当期金額	金額前期比	金額前期比	金額前期比	金額前期比	金額前期比	金額前期比	
	カテゴリー合計	53,374,037	62,698,279	117%	108%	123%	121%	124%	125%	110%
1	富士 北海道大豆きな粉 150g	3,259,812	4,058,044	124%	101%	140%	138%	137%	131%	113%
2	山城屋 京きな粉 袋 110g	3,032,670	4,036,795	133%	126%	132%	134%	136%	136%	137%
3	前原 国内産きな粉 袋 100g	1,562,857	1,947,790	125%	119%	143%	127%	130%	145%	101%
4	玉三 北海道産きな粉 150g	1,172,641	1,639,873	140%	119%	138%	174%	154%	151%	132%
5	坂口 元祖徳用きな粉 1P	1,220,670	1,397,065	114%	111%	119%	105%	115%	120%	119%
6	坂口 焙煎道産丸大豆 きな粉 175g	1,059,139	1,382,793	131%	123%	138%	128%	133%	132%	130%
7	真誠 きな粉ゴマパウダー入 150g	1,054,582	1,355,084	128%	111%	134%	118%	141%	133%	143%
8	雲南農協 とんぱらのきな粉 100g	1,104,575	1,342,759	122%	161%	147%	126%	113%	135%	103%
9	玉三 国内産きな粉 120g	1,281,398	1,172,203	91%	72%	113%	112%	99%	83%	71%
10	坂口 青丸薬豆きな粉 100g	958,972	1,146,207	120%	117%	126%	116%	122%	114%	124%
...										

KSP-POS 全国 月次データ / KSP-POS前期比は2011年3~8月、前年同月との比較。google trend 前期比は2011年3~8月の平均検索数と当期各月との比較。

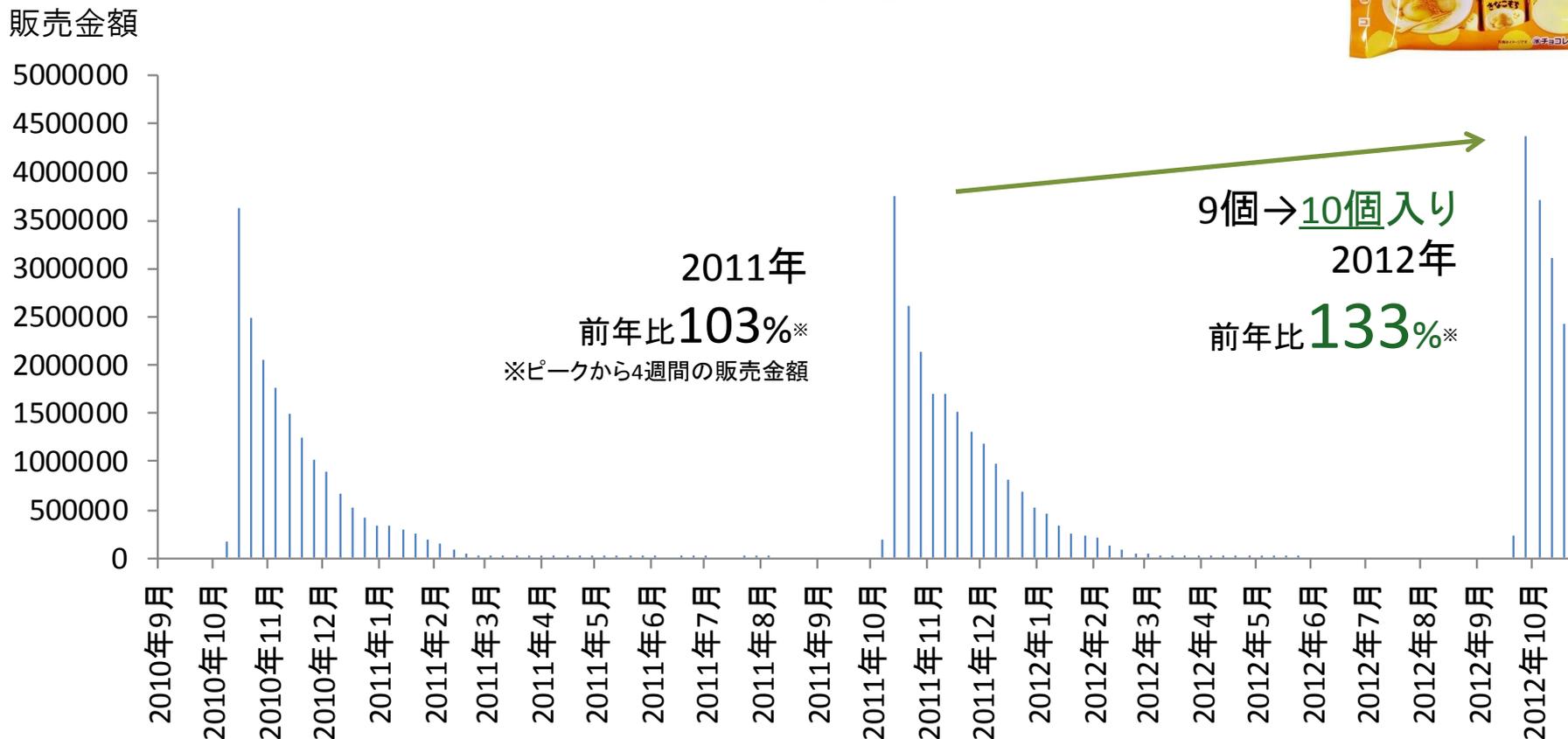
ネット口コミ出典: "NAVER お手軽健康ドリンク『きなこ牛乳』が凄い" ※インターネット上の言説であり、当社はその効果について保証しません。

【注目商品】季節商品「10周年チロルチョコきなこもち」

2012年チロルチョコきなこもちは10周年を迎えてプロモーションによる露出・店頭展開が多く見られた。内容量も9個から10個に増やし売上前年比133%に。販売開始直後は瞬間的にキットカット(袋)を超える売上となった。



「チロルチョコ きなこもち袋」売上金額



KSP-POS 全国 週次データ

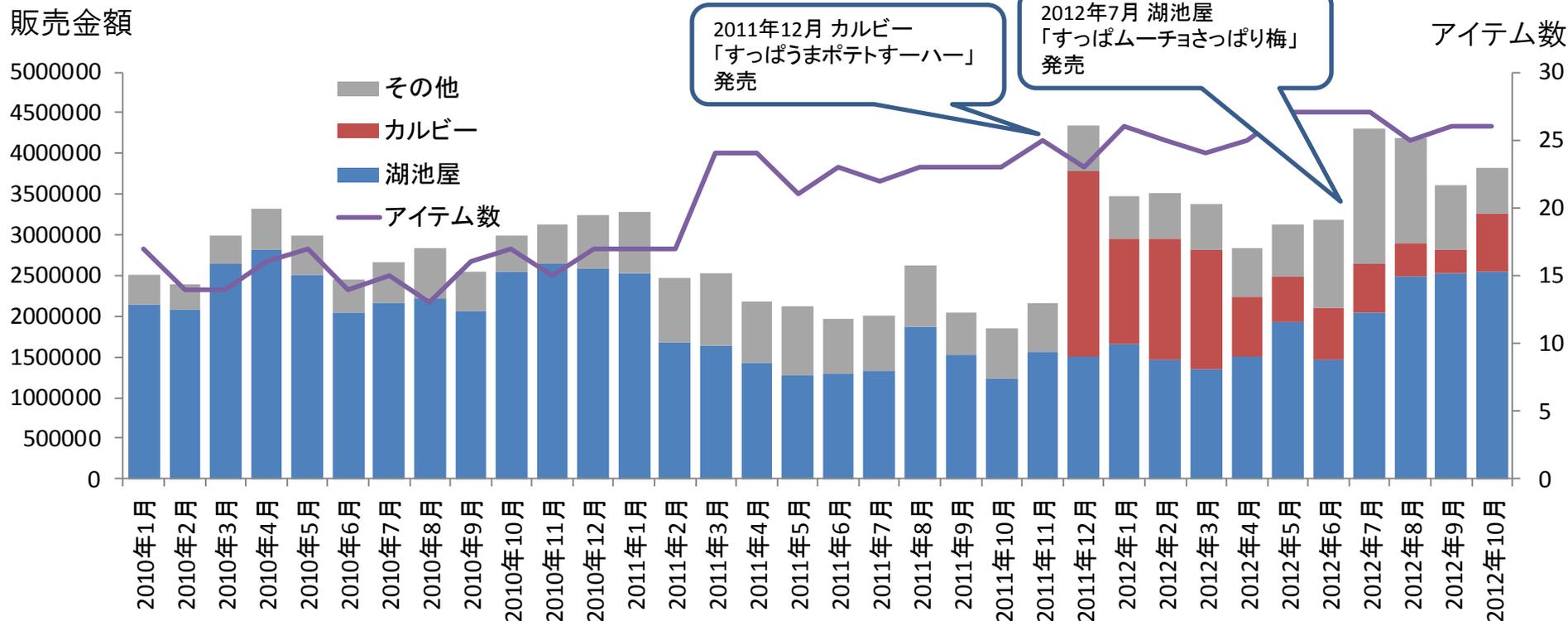


【注目商品／カテゴリー】今後も伸びるか「“すっぱ系”お菓子」

一昨年の「塩味」ブームから、今年は「酸っぱい」お菓子が伸張。湖池屋「すっぱムーチョ」の牙城にカルビーが参戦。販売金額前年比157%、一昨年比でも122%となり、カテゴリー全体を盛り上げている。



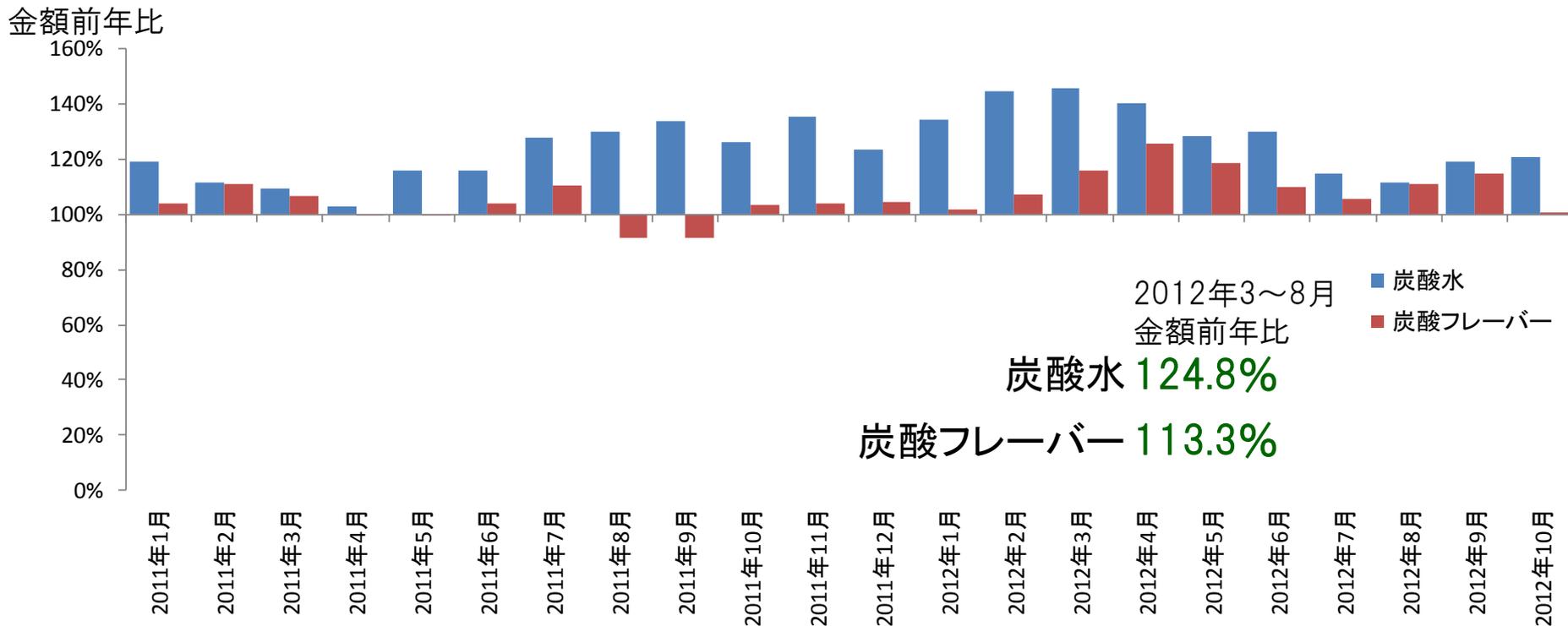
「“すっぱ”系お菓子」 販売金額・アイテム数



KSP-POS 全国 月次データ 菓子のうち、商品名に「すっぱ(機能として「すっぱい」ことを訴求している商品)」、「クエン酸」を含む商品を抽出。

炭酸水はハイボールブームから美肌・健康ブームに乗り販売を伸張させている。
炭酸フレーバーカテゴリーは微増が続いていたが、今年は大型新商品の登場で前年比113%となっている。

「炭酸水・炭酸フレーバー」月次販売金額 前年比



【注目商品／カテゴリー】大人がターゲット「新」柑橘系炭酸飲料

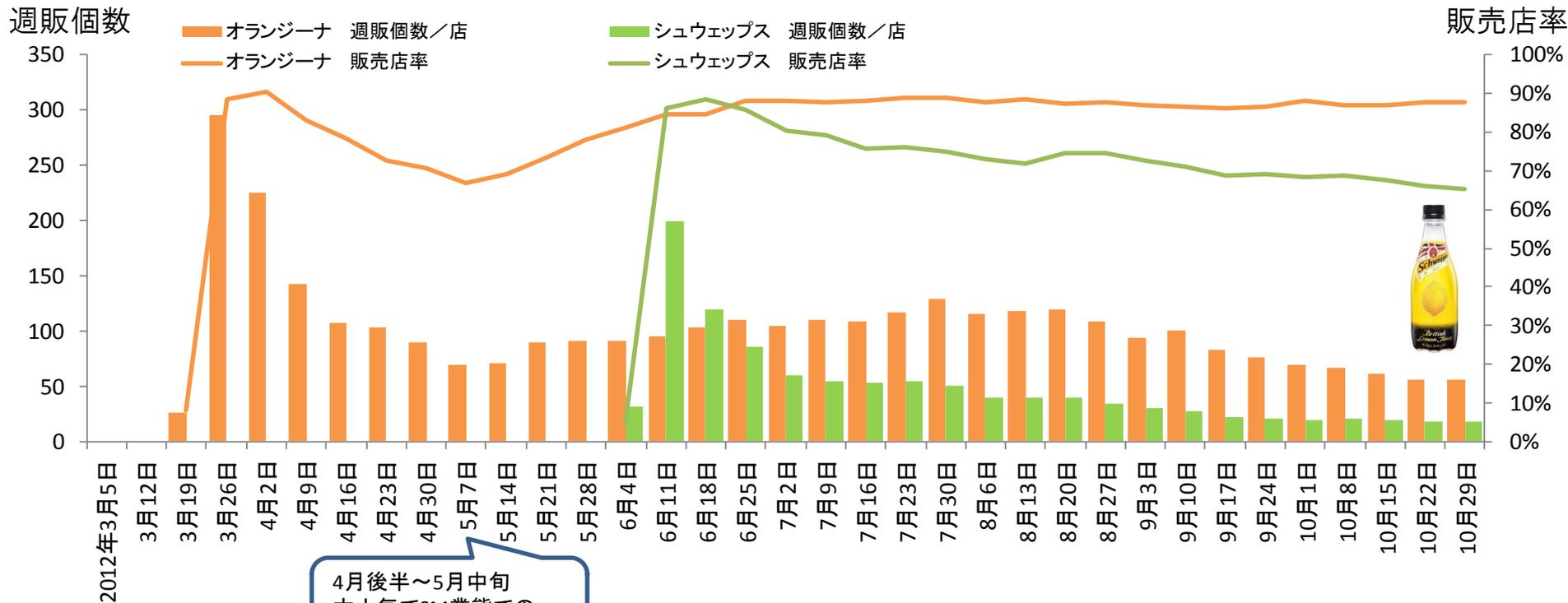


今年も柑橘系炭酸飲料の大型新商品が登場。

「サントリー オランジーナ」は人気を呼び、SM業態において一時的に欠品する店舗が見られたが、5月後半頃から回復。その後も販売は好調に推移し定番商品化した。「コカコーラ シュウェッps」の販売も、同社去年の復刻ヒット商品「スプライト」の昨夏実績と同様のレベルで推移している。



「炭酸飲料新商品」 1店週あたり販売個数・販売店率



4月後半～5月中旬
大人気でSM業態での
欠品がみられた

KSP-POS 全国 週次データ

週次データは月曜～日曜集計で日付は当週月曜を表示

飲用



CO-OP ただの炭酸水



【ウイスキー×炭酸】
(主にサントリー)
ハイボール

コラボ



【トマトジュース×炭酸】

カゴメ TOMASH

【大豆×炭酸】

大塚製薬 ソイッシュ

【緑茶×炭酸】

キリンビバレッジ

生茶・ザ・スパークリング



【コーヒー×炭酸】

サントリー ESPRESSODA

【ガム×炭酸】

ロッテ BLACK★BLACK

<スパークリング>

美容・健康



【健康系×炭酸】

エーザイ チョコラBBスパークリング

アースバイオ ブラセンタCスパークリング

【トクホ×炭酸】

キリンビバレッジ メッツコーラ

伊藤園 スタイルスパークリング

アサヒ飲料 ファイバー7500



2010年

2011年

2012年

“炭酸水を洗顔やヘッドスパに



3 新商品の状況



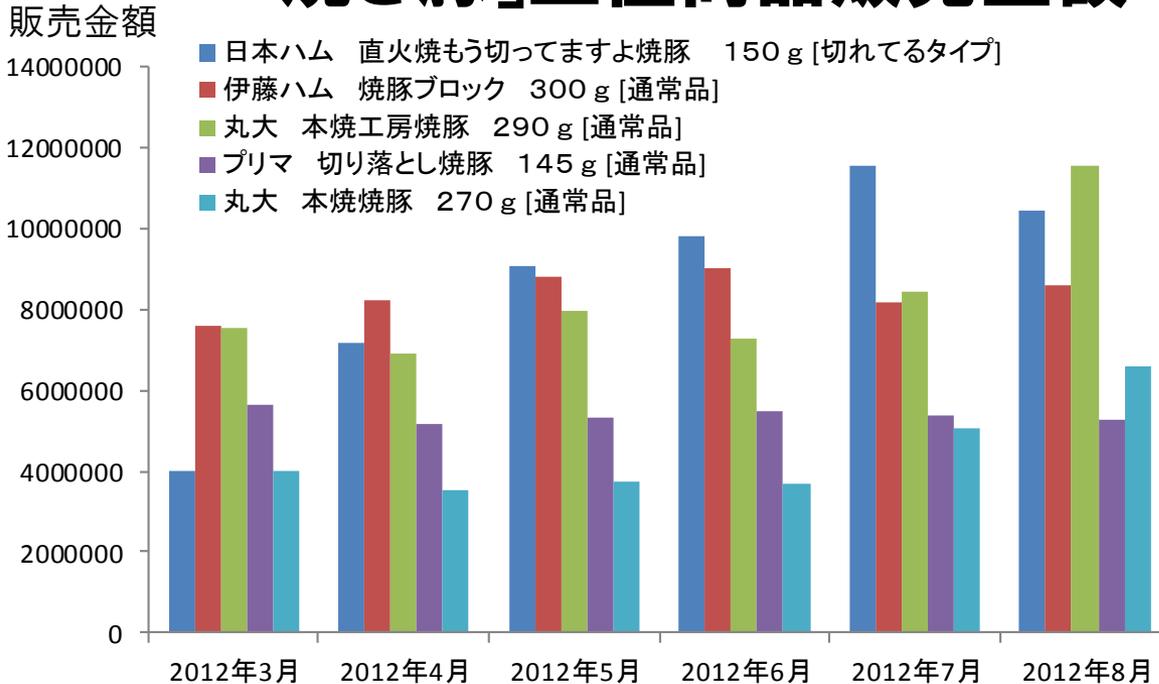
【新商品】もっと便利に「切れてる焼豚」

2012年3月日本ハムが「切れてる焼豚」を発売。
 簡単便利の流れに乗り、3～8月ではカテゴリー売上1位に。
 2012年10月にはプリマハム「焼豚屋 切れてます 直火焼 焼豚」販売開始。

“いつも同じ大きさに切るのは難しい”

“綺麗で見栄えがしました。”

「焼豚」上位商品販売金額



2012年3月販売開始
 日本ハム
 直火焼
 もう切ってますよ！焼豚



2012年10月販売開始
 プリマハム
 焼豚屋 切れてます
 直火焼 焼豚

【新商品】鍋専用? 「鍋キューブ」

この秋に登場した「味の素鍋キューブ」は発売後順調に販売を拡大している。4人×2回分とお得感があり、価格はほとんど下がらず280円台(税込298円)をキープしている。定番化するか注目。



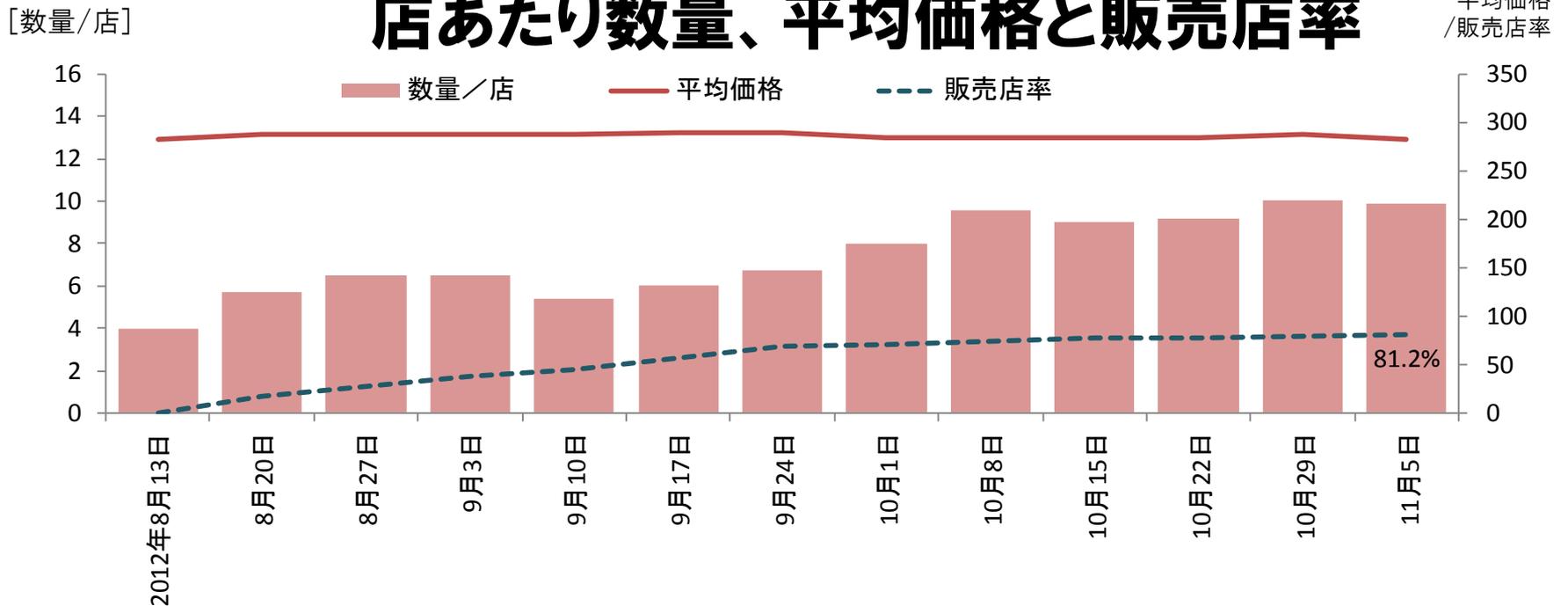
“確かにひとり鍋、需要ありますよね。”

“他の料理に使えるのがグッド!”

“一人分でも作れるし保存はきくし安いしで便利すぎる”

「味の素鍋キューブ」ブランド計

店あたり数量、平均価格と販売店率



KSP-POS 全国 週次データ / ネットロコミ出典: “Yahoo!リアルタイム検索結果”(twitter)

週次データは月曜～日曜集計で日付は当週月曜を表示

2012年3～8月のトレンドは…

発酵食品
(こうじ)

豆系ブーム
(きなこ/豆乳/
家呑みナッツ)

組み合わせ・コラボ
意外な利用法
(炭酸→美容 / 鍋キューブ)

便利な商品
(切れてる/鍋キューブ)



株式会社KSP-SP

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



本資料は日次データ部を除き「KSPワイド」を利用して作成しました。

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、当社は保証していません。
- ・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。