
KSP-POSから見た食品マーケット動向

2012年9月～2013年2月の状況

株式会社KSP-SP

2013年6月

1. 食品カテゴリー全体の概況

2. 伸張カテゴリーの動き

3. 注目カテゴリー／商品のトレンド

「MS3最適価格分析」を活用した値上げトピックご紹介

・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(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。



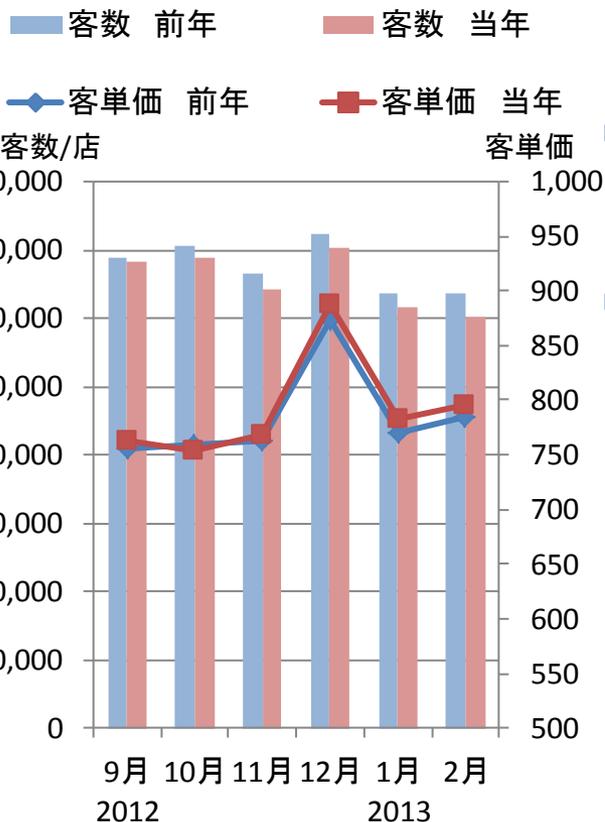
1 食品カテゴリー全体の概況



客数・客単価

食品スーパーの客数は前年比3%程度減少した。東日本大震災以降継続しているトレンド。

客単価は増加。買い上げ点数は増加しているが、商品単価は下落。年末からの買い上げ点数の増加は景気が回復してきた証拠か。

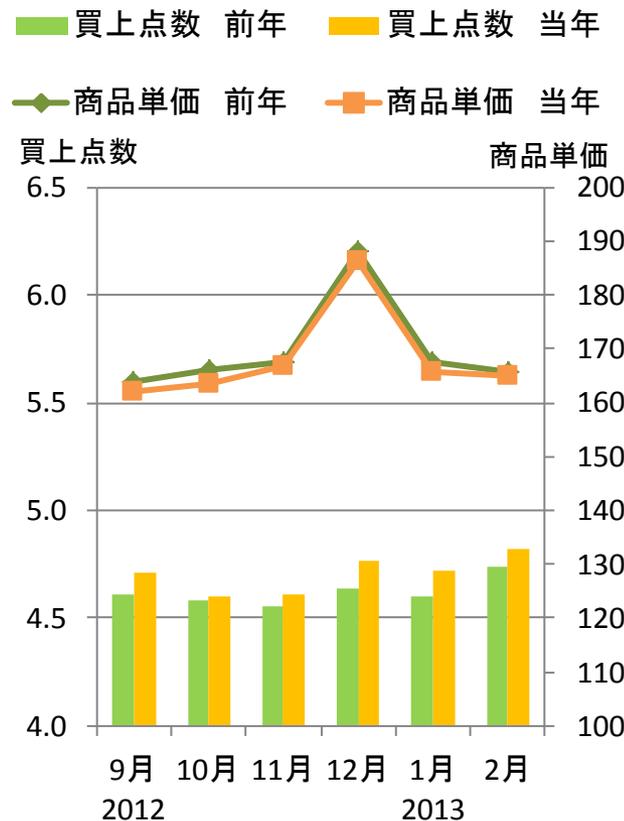


客数 前年比 97.1%

客単価 100.9%

買上点数 101.8%

商品単価 99.0%



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 全国月次 2012年9月～2013年2月

2012年9月～2013年2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	229,706,837,804	225,066,370,920	98.0%	1,351,603,342	1,337,151,677	98.9%	170.0	168.3	99.0%
加工食品	127,489,306,832	124,945,525,754	98.0%	759,275,509	750,860,143	98.9%	167.9	166.4	99.1%
菓子	40,998,512,283	40,397,602,317	98.5%	306,142,379	302,793,917	98.9%	133.9	133.4	99.6%
嗜好飲料	5,991,230,596	5,774,790,913	↓ 96.4%	18,517,709	18,116,737	97.8%	323.5	318.8	98.5%
ドリンク飲料	26,572,363,024	26,120,653,998	98.3%	204,190,502	202,872,428	99.4%	130.1	128.8	98.9%
酒類	28,655,425,069	27,827,797,938	97.1%	63,477,243	62,508,452	98.5%	451.4	445.2	98.6%

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)
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
2013年	-0.79	0.16		

カテゴリー別前年比:KSP-POS 全国 2012年9月～2月計 アイコン付きの増減率は3%以上変動のあるもの / 日本の季節平均気温偏差 出典:気象庁

注目のカテゴリー - 9月-2月の前年比から見えるもの

2012年9月～2013年2月金額増加率ランキング。

上位のカテゴリーはその他調味料、トマトジュース、サラダ、冷凍米飯加工品。
PRやメディア露出などにより伸張するカテゴリーが多い。

(円、個)

カテゴリー
伸張
一言ポイント

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
その他調味料	206,082,583	303,310,345	↑ 147.2%	1,177,052	1,696,165	↑ 144.1%	175.1	178.8	101.7%
トマトジュース	207,604,997	281,902,982	↑ 135.8%	1,383,990	1,869,488	↑ 135.1%	150.0	150.8	100.0%
サラダ	392,183,335	499,445,233	↑ 127.4%	2,787,770	3,689,452	↑ 132.3%	140.7	135.4	↓ 96.4%
冷凍米飯加工品	824,939,747	994,357,491	↑ 120.5%	3,292,184	4,065,686	↑ 123.5%	250.6	244.6	97.6%
その他穀物	196,551,175	228,909,472	↑ 116.5%	610,659	697,708	↑ 114.3%	321.9	328.1	102.2%
冷凍水産素材	293,903,698	330,799,267	↑ 112.6%	668,243	759,867	↑ 113.7%	439.8	435.3	99.1%
炭酸水	122,293,465	137,300,434	↑ 112.3%	1,396,672	1,558,823	↑ 111.6%	87.6	88.1	101.1%
調理パン	1,426,475,195	1,593,438,997	↑ 111.7%	12,699,546	14,582,103	↑ 114.8%	112.3	109.3	97.3%
焼き豚	391,205,037	432,046,986	↑ 110.4%	1,163,709	1,354,640	↑ 116.4%	336.2	318.9	↓ 94.6%
インスタント袋麺	1,950,598,540	2,152,928,581	↑ 110.4%	9,886,575	10,253,253	↑ 103.7%	197.3	210.0	↑ 106.1%
その他の茶類	183,879,446	202,789,254	↑ 110.3%	563,067	600,998	↑ 106.7%	326.6	337.4	↑ 103.4%
畜産珍味	58,351,633	64,280,529	↑ 110.2%	496,710	520,584	↑ 104.8%	117.5	123.5	↑ 105.1%
菓子セット	373,665,855	409,374,910	↑ 109.6%	576,222	642,175	↑ 111.4%	648.5	637.5	98.3%
氷	118,667,705	129,500,014	↑ 109.1%	677,837	756,761	↑ 111.6%	175.1	171.1	97.7%
コーラ	1,165,720,349	1,270,011,163	↑ 108.9%	10,276,071	11,095,571	↑ 108.0%	113.4	114.5	100.9%
農産珍味	1,159,646,504	1,262,095,049	↑ 108.8%	5,706,622	6,030,720	↑ 105.7%	203.2	209.3	103.0%
片栗粉	132,811,672	143,265,379	↑ 107.9%	1,105,855	1,213,700	↑ 109.8%	120.1	118.0	98.3%
冷凍麺	1,819,455,102	1,960,793,042	↑ 107.8%	10,155,364	10,984,054	↑ 108.2%	179.2	178.5	99.4%
シリアル類	366,590,713	393,857,748	↑ 107.4%	1,362,552	1,407,316	↑ 103.3%	269.0	279.9	↑ 103.7%
その他調理品	519,562,624	557,559,487	↑ 107.3%	3,354,013	3,663,033	↑ 109.2%	154.9	152.2	98.7%

塩こうじ
メタボ健康
サラダクラブ簡便
冷食総選挙
雑穀米
PB商品伸張
美容・健康
剛力ランチパック
切れてる焼豚
マルちゃん正麺
ごぼう茶・美容
家呑み増加
震災反動
9月残暑
トクホコーラ
ナッツ・豆類
和食回帰
洋風パスタ
フルグラ・健康
メニュー用調味料

KSP-POS 全国 2012年9月～2013年2月計 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5千万円に満たないカテゴリーを除外。



2 伸張カテゴリーの動き



【伸張カテゴリー】シリアル類

简单便利
朝食・間食

健康
アンチエイジング

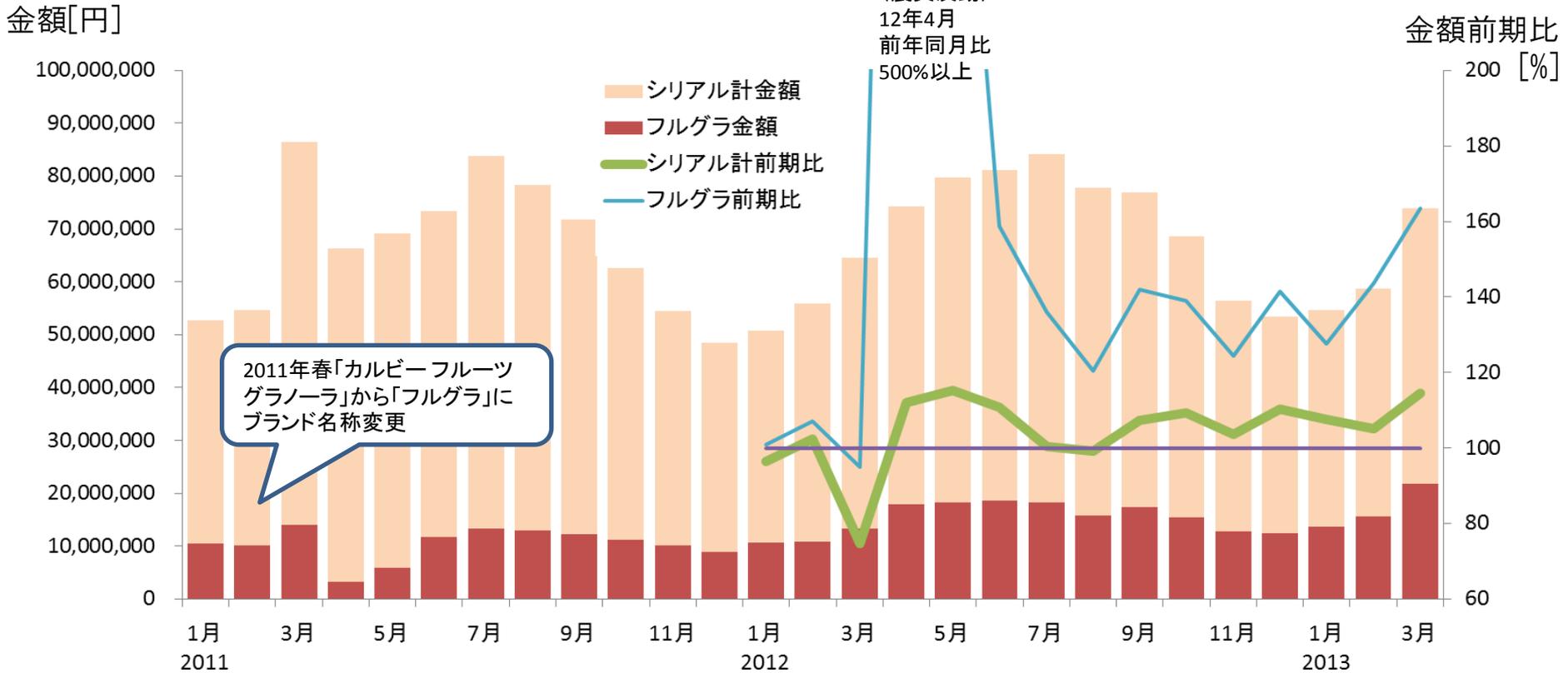


シリアル類カテゴリーは前期比(9-2月)107%で伸張している。
カテゴリー以上の伸長が続いている「カルビー フルグラ」は、2013年3月にはカテゴリー全体の約30%を占め、カテゴリー伸長を牽引している。



カルビーフルグラ

「シリアル類」「フルグラ」販売金額・前期比



KSP-POS 全国月次 2011年1月～2013年3月

*フルグラ=商品名に、フルーツグラノーラまたはフルグラを含む商品の合算です。(バータイプも含む)

【伸張カテゴリー】冷凍麺

イノベーション
冷凍技術

簡単便利
ワンディッシュ

おいしさ
向上・認知



冷凍麺全般が伸長している。洋風麺は昨年引き続き拡大し続けており、和風麺もアイテム数が増加している。

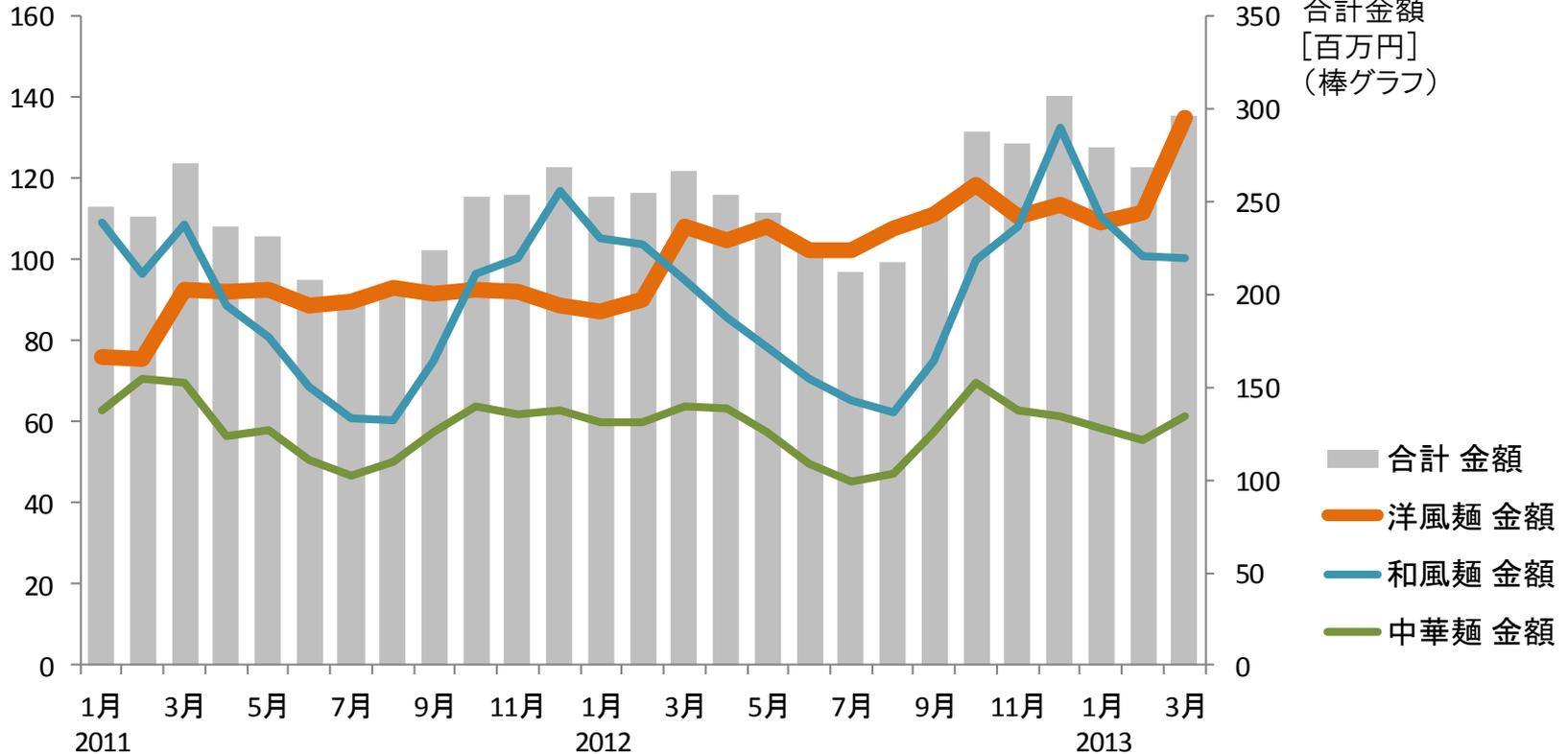
和風麺や中華麺は季節による変動が大きいが、洋風麺は一年を通して売上が安定しているのが特徴。



日清食品冷凍生パスタアラビアータ

「冷凍麺」売上金額推移

カテゴリ別金額
[百万円]
(折れ線)



KSP-POS 全国月次 2011年1月～2013年3月

【伸張カテゴリー】インスタント袋麺

売り方・PR
マスコミ報道

イノベーション
製麺技術

おいしさ
生麺に近い



東洋水産「マルちゃん正麺」は11年11月発売。12年9月に3社の商品が出揃った後は、カテゴリー前年比がプラスで推移。3ブランドの中では「正麺」の売上が突出しているが、「日清ラ王」も既存の主カブランドを超える販売を獲得している。



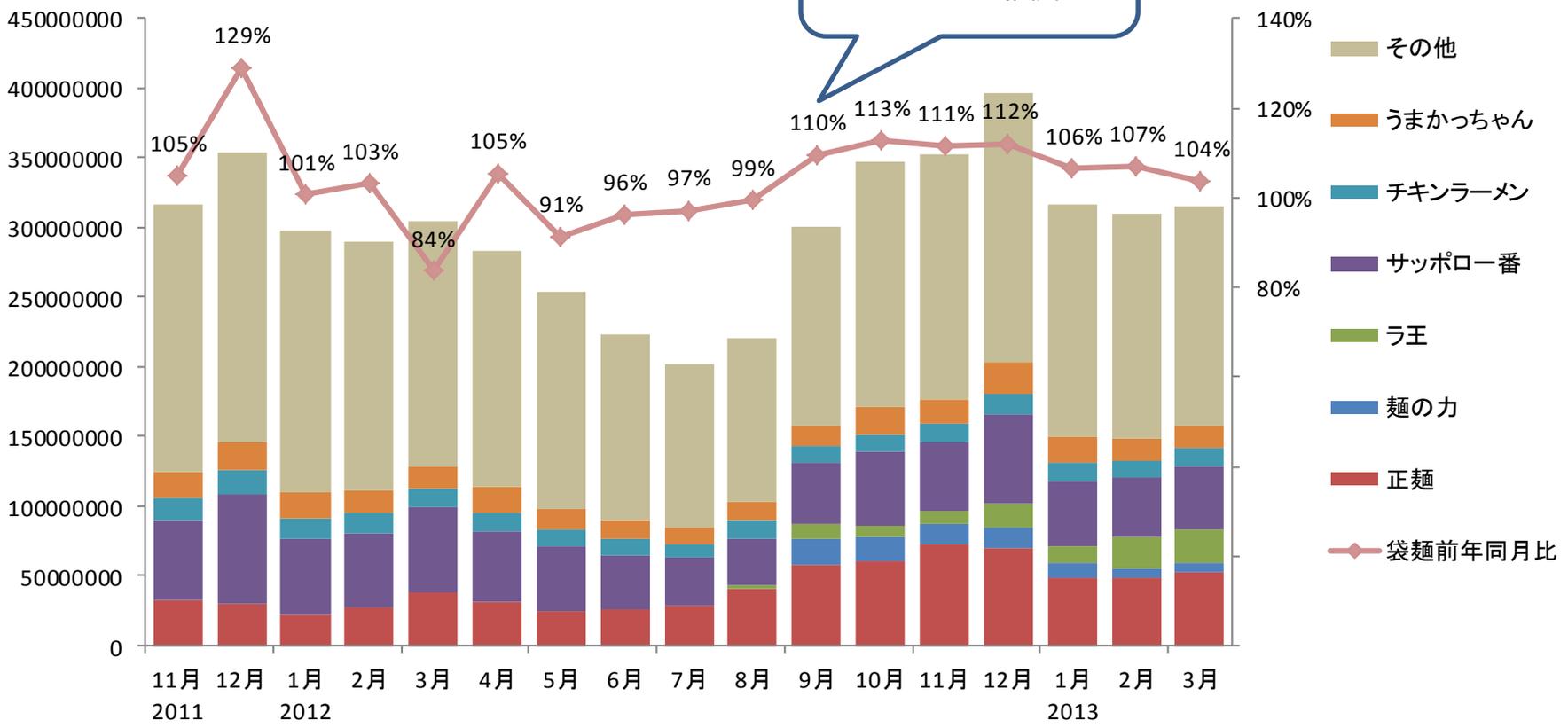
東洋水産
マルちゃん正麺

「インスタント袋麺」販売金額

3ブランドの発売で報道加熱。
以降年末までカテゴリー前年比は110%以上で推移。

販売金額[円]

金額前年比[%]



KSP-POS 全国月次 2011年11月～2013年3月

【伸張カテゴリー】コーラ

売り方・PR
食事と一緒に

健康
トクホ



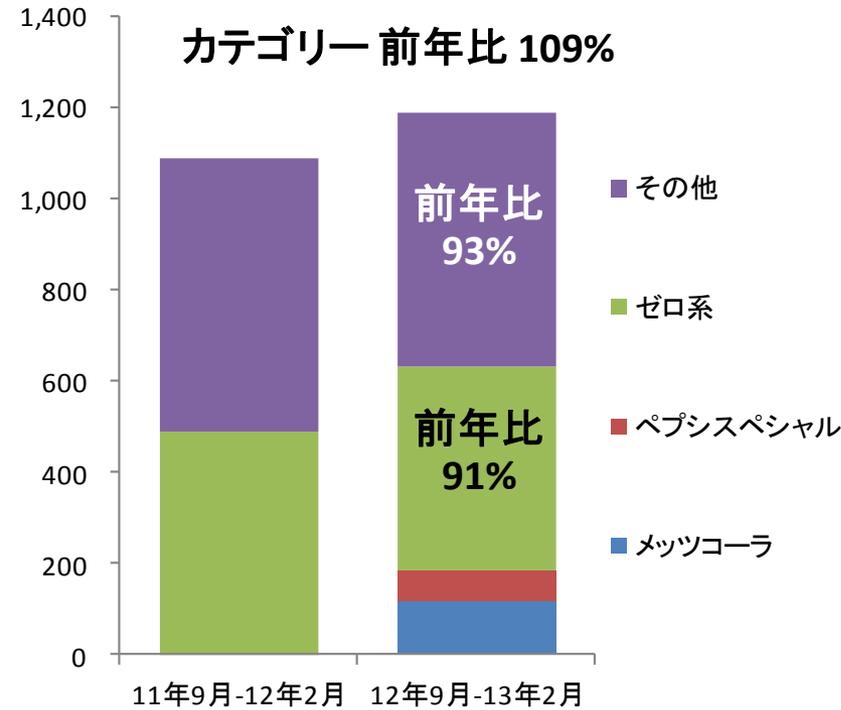
コーラカテゴリーは、トクホコーラの発売によって、前年比109%の増加。トクホコーラは、既存アイテムとのスイッチだけでなく、カテゴリーを拡大することに貢献している。直近では「キリン メッツコーラ」が「サントリー ペプシスペシャル」の販売を上回っている。



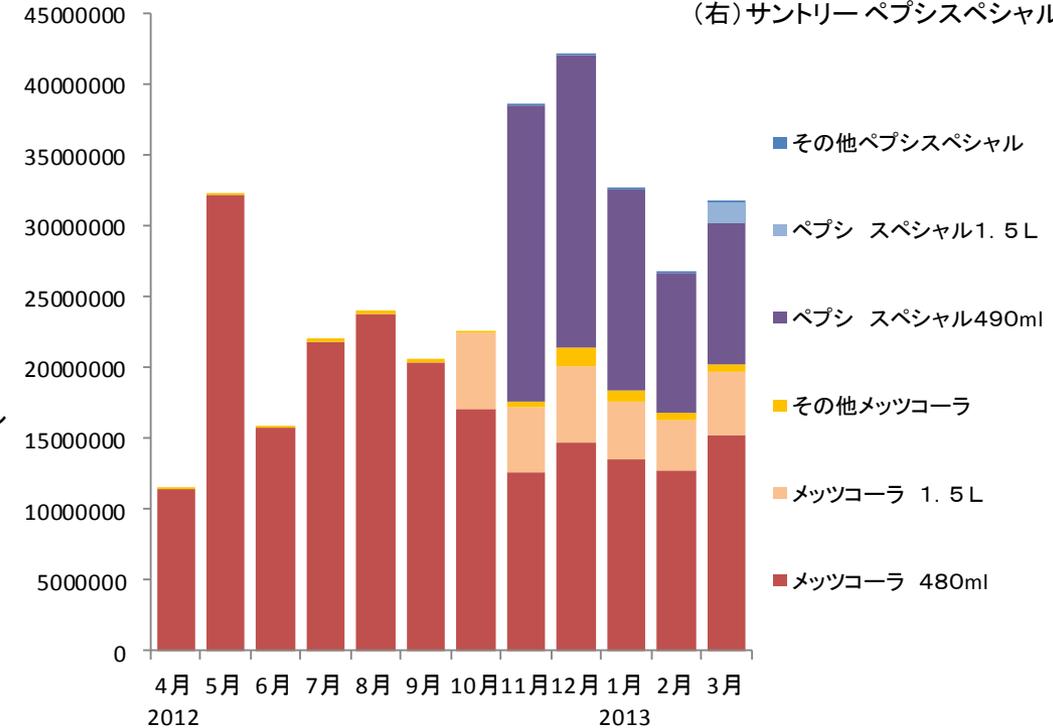
(左)キリン メッツコーラ
(右)サントリー ペプシスペシャル

「コーラ」販売金額・前期比

◆カテゴリー全体
販売金額[百万円]



◆トクホ系(メッツコーラ・ペプシスペシャル)
販売金額[円]



KSP-POS 全国 2012年9月~13年2月・前年同期(累計)、2012年4月~2013年3月(月次)

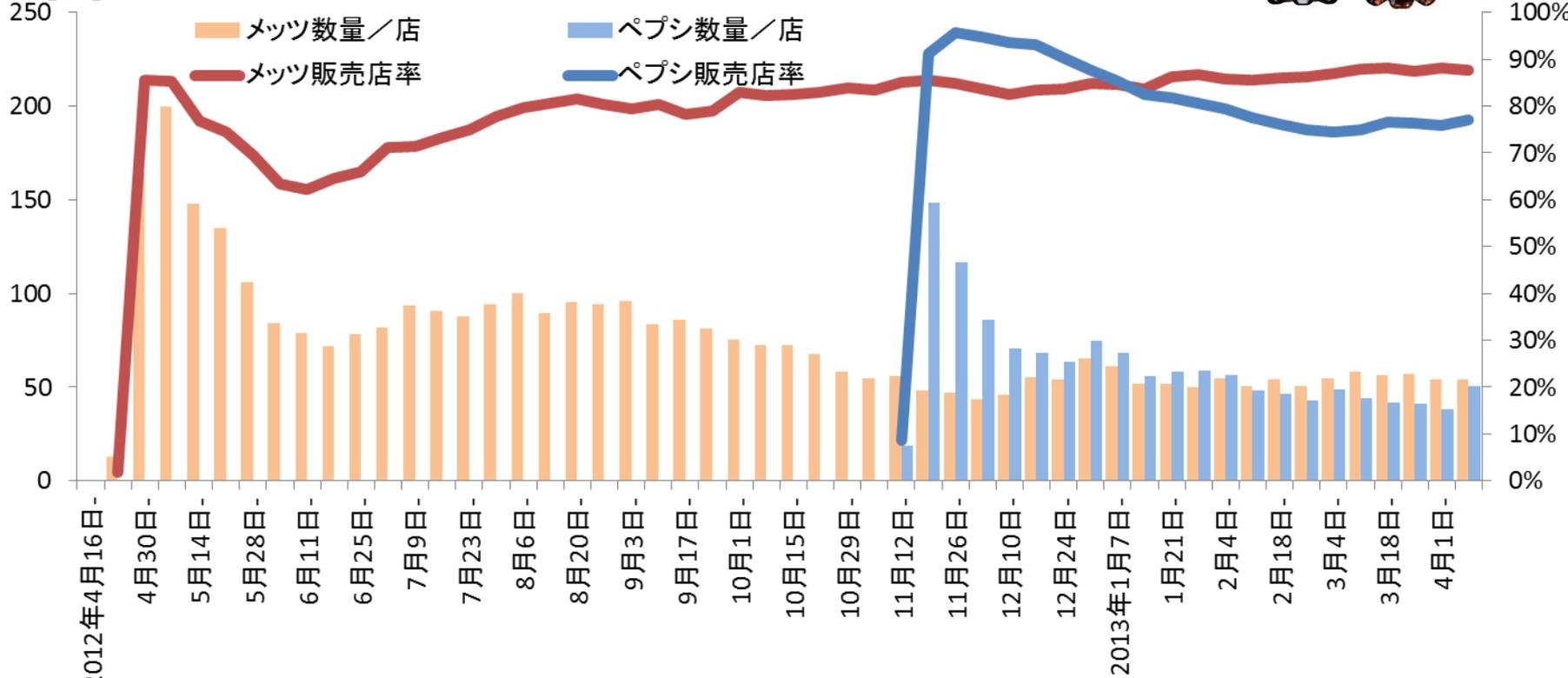
メッツコーラ480mlは、販売店率の上昇が継続している。週販は、季節性とペプシスペシャル490mlの発売により、冬場若干落ち込んだが、2月中旬以降はペプシスペシャルの週販を上回り、安定して推移している。

「メッツコーラ480ml」「ペプシスペシャル490ml」 個数/店・販売店率



販売店率

個数/店[個]



KSP-POS 全国週次 2012年4月16日週～2013年4月8日週
月曜～日曜集計で日付は当週月曜を表示



3 その他の注目トレンド



【注目トレンド】ボトル缶コーヒー

売り方・PR
お得感

おいしさ
キレ

簡単・便利
リキャップ

K-SP²

頭打ちと言われている缶コーヒーの中で、主に350～400g前後商品が多い「ボトル缶コーヒー」が伸長している。

香りが逃げないという消費者側のメリットと、190g缶より高く売ることができるという小売側メリットが相乗効果となり、商品数・販売金額が増加している。

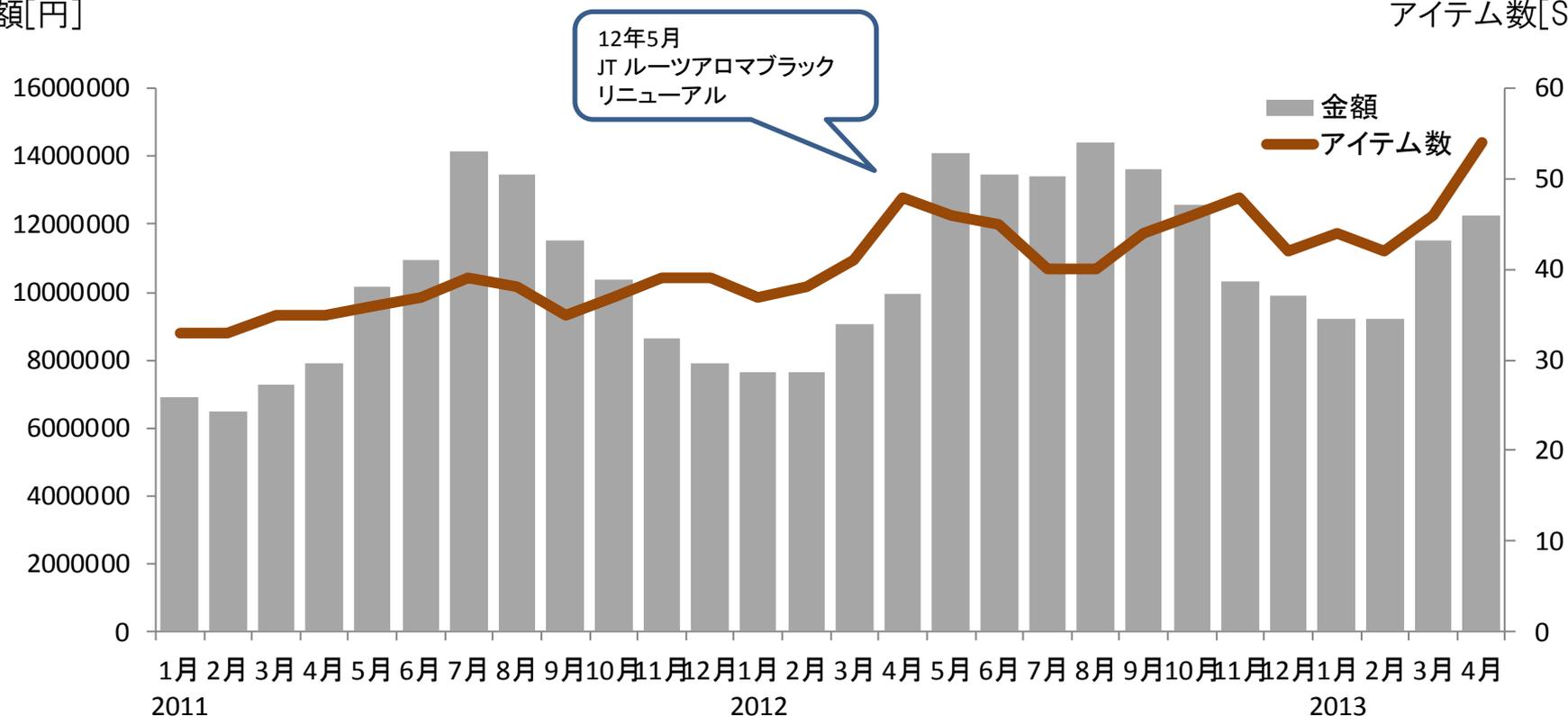


JT ルーツ アロマブラック

「ボトル缶コーヒー」販売金額・出現アイテム数

金額[円]

アイテム数[SKU]



KSP-POS 全国月次 2011年1月～2013年4月

【注目トレンド】金のつぶ パキッ！とたれ(ブランド計)

イノベーション
容器改良

簡単・便利
パキッ！たれ



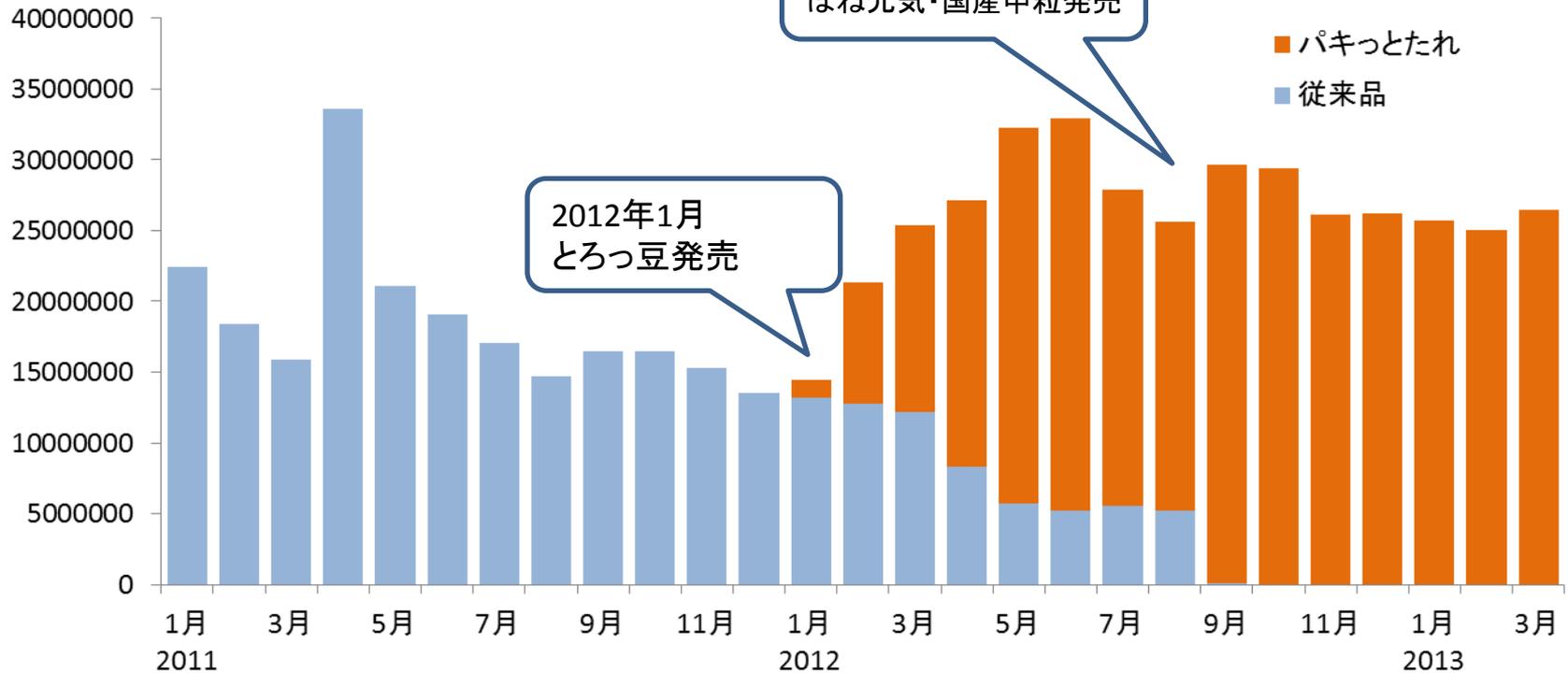
納豆のケースを改良し、たれを簡単にかけられるようにした「ミツカン 金のつぶ パキッ！とたれ」は2012年1月から「とろっ豆」を販売開始。震災要因のあった4月を除いては、前年を大幅に上回る販売を獲得している。



ミツカン 金の粒
パキッ！とたれとろっ豆

「金のつぶ パキッ！とたれ」ブランド計 金額推移

金額[円]



KSP-POS 全国月次 2011年1月～2013年3月「ミツカン 金のつぶ」、「ミツカン 金のつぶ パキッ！とたれ」ブランド計

【注目トレンド】金のつぶ パキッ！とたれ とろっ豆

イノベーション
容器改良

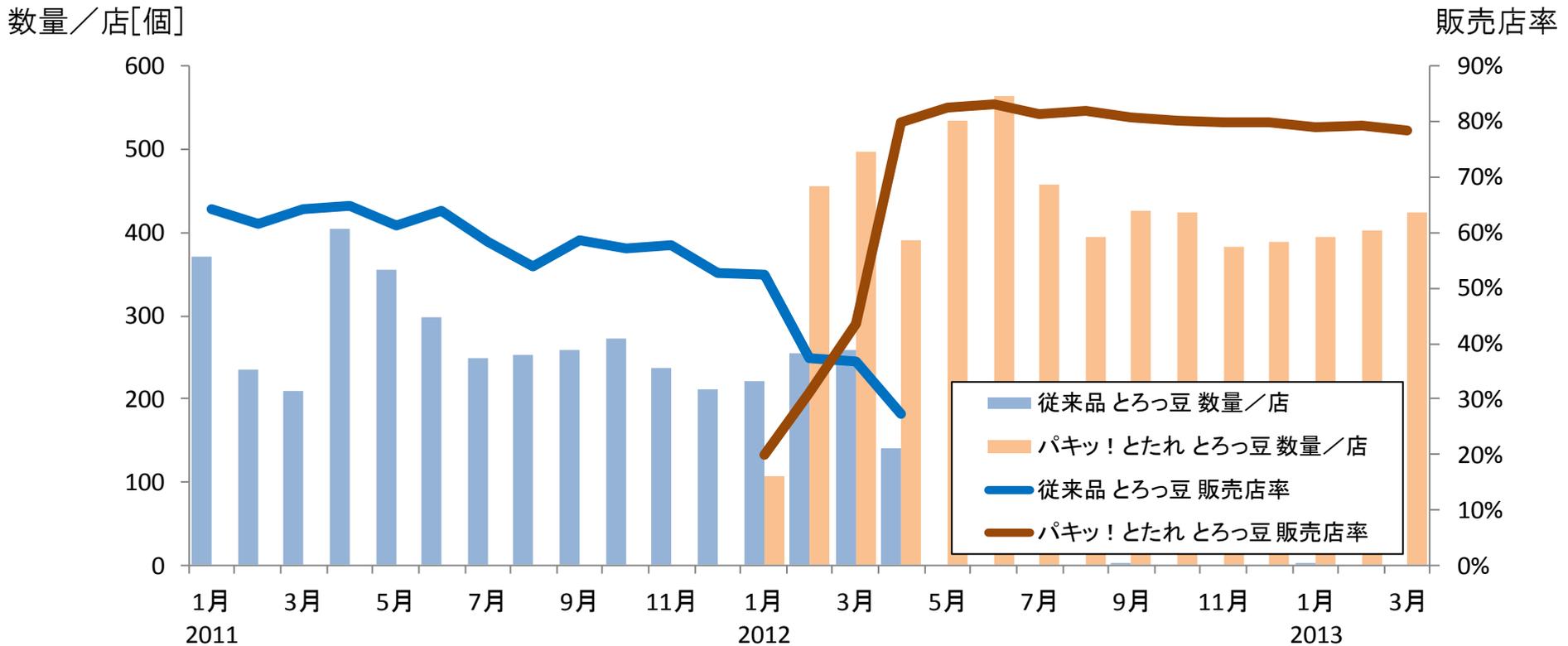
簡単・便利
パキッ！たれ



「パキッ！とたれ」発売後、販売店率と数量/店ともに大幅に増加。販売店率は80%の水準で安定して推移している。数量/店も夏以降、400個前後で推移し、前年のレベルを超えている。



「金のつぶ パキッ！とたれ とろっ豆」数量/店・販売店率



KSP-POS 全国月次 2011年1月～2013年3月「ミツカン 金のつぶ とろっ豆 3連」、「ミツカン 金のつぶ パキッ！とたれ とろっ豆 3連」単品実績

【注目トレンド】味の素 ギョーザ

イノベーション
商品改良

簡単・便利
油・水不要

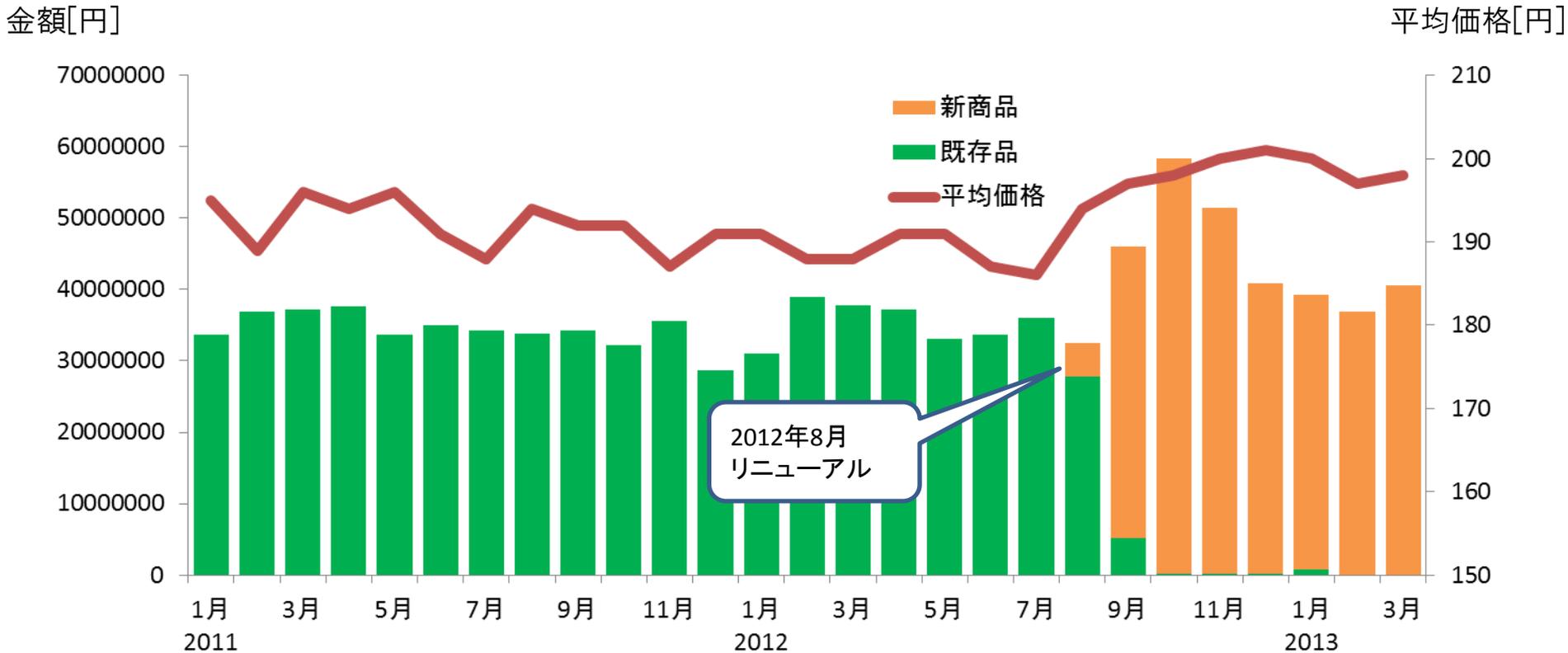
K*SP²

冷凍食品売上No.1の「味の素 ギョーザ」は、油だけでなく水も使わずに調理できる商品にリニューアル。簡便ニーズに対応して付加価値を高め、販売個数が増加しただけでなく、平均価格もあがったことで、販売金額は大幅に上昇している。



味の素 ギョーザ

「味の素 ギョーザ」販売金額・平均価格



KSP-POS 全国月次 2011年1月～2013年3月

【注目トレンド】ふり返り「ちょい足し」の歴史

売り方・PR
ちょい足し

簡単・便利
かけるだけ



「ご飯」にトッピングの桃ラーは2009年8月発売

食べるラー油（桃屋VS. エスビー）



桃屋 辛そうで辛くない

エスビー おかずラー油

なんでもちょい足し 2011年2月頃から

食べる”調味料”ブーム



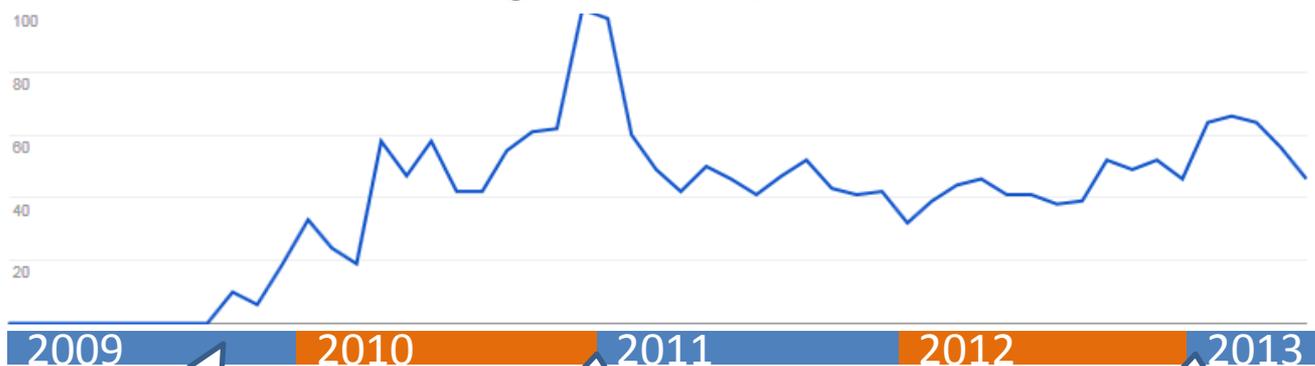
エバラ 黄金の味
具だくさん

ハウスのつけてジュレぽん酢
ヤマサ昆布ぽん酢ジュレ

エスビーのせタレ！シリーズ

「ちょい足し」Google検索数トレンド

Google
検索回数
(指数)



2009年10月
EX「お願いランキング」で
ちょい足しランキング開始

2011年2月
調味料各社
「食べる”調味料”」発売

震災以降少し下がり安定的
に推移していたが、最近
盛り返してきた

Google Trend (日本) 月次データ 2009年1月~2013年5月

【注目トレンド】ハウス パン

売り方・PR
ちょい足し

簡単・便利
かけるだけ



パンにかけて焼く「ハウス スパイスブレンドシュガー」は12年2月発売。
13年2月、ブランド名を「スパイスブレンドシュガー」から「パン」に変更された。このタイミングで商品数も増え、ブランド売り上げは伸び続けている。

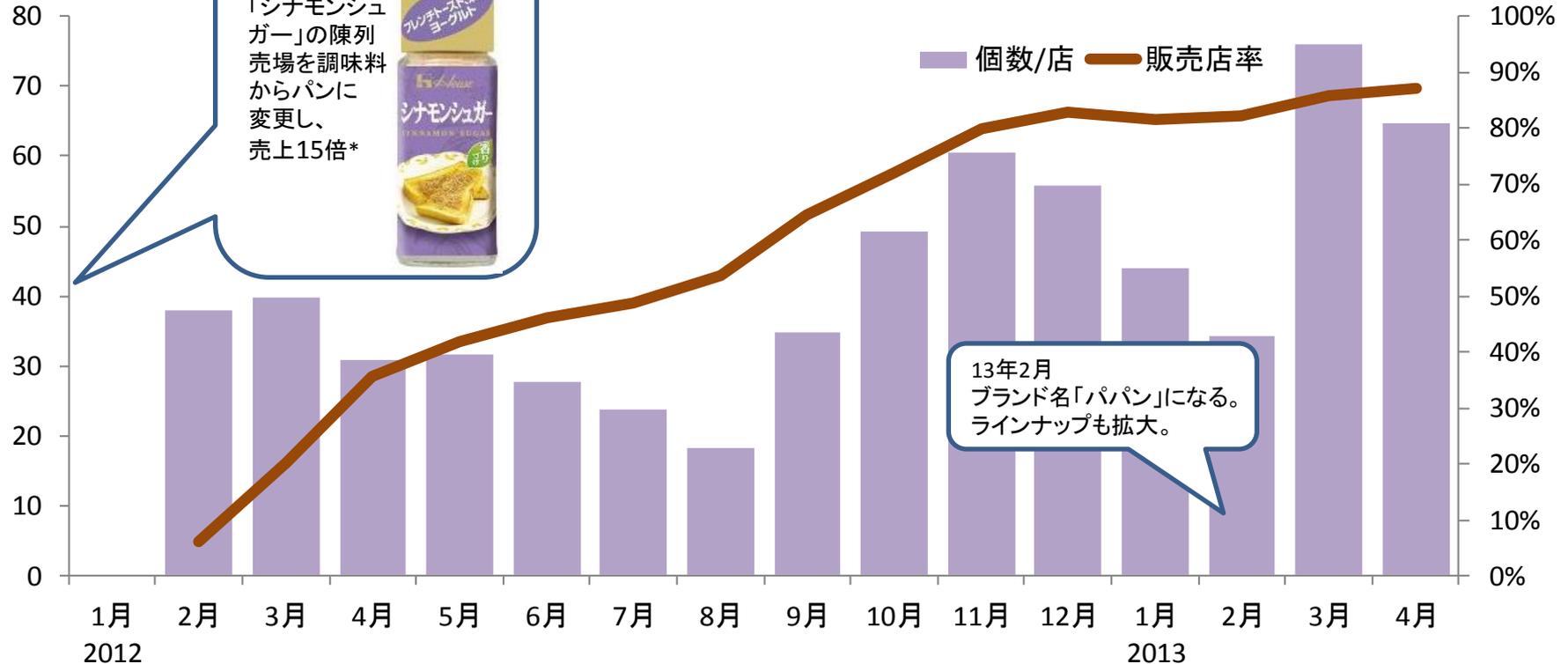


ハウス パンシリーズ

「ハウス パン」ブランド計 販売金額・販売店率

個数/店 [個]

- 開発のきっかけ -
2010年8月
「シナモンシュガー」の陳列
売場を調味料
からパンに
変更し、
売上15倍*



13年2月
ブランド名「パン」になる。
ラインナップも拡大。

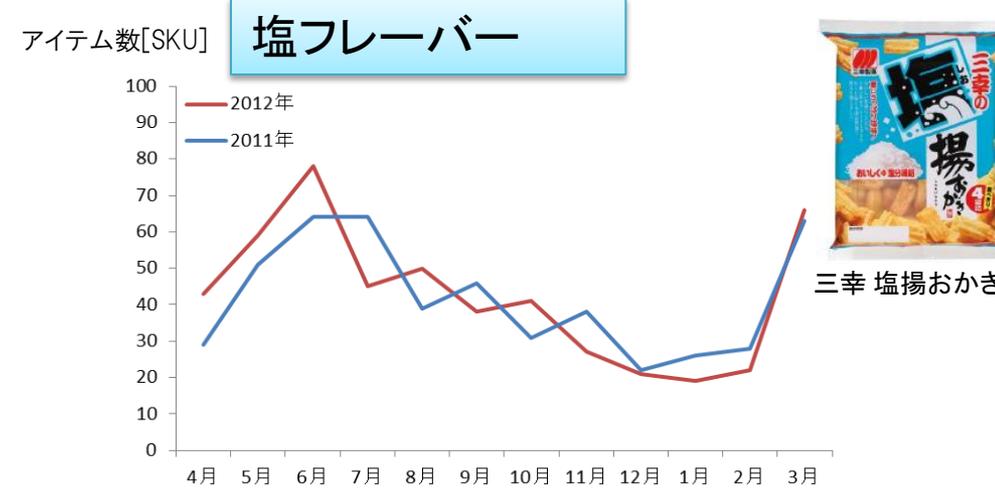
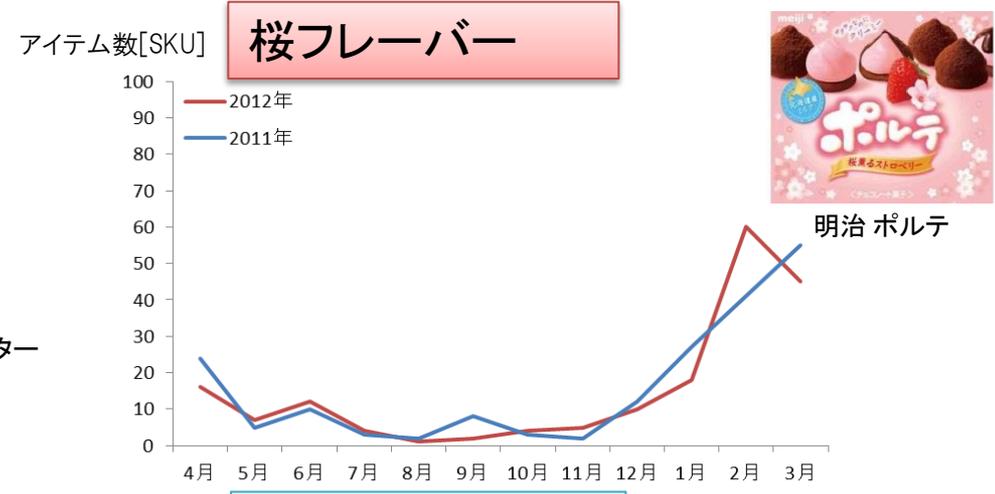
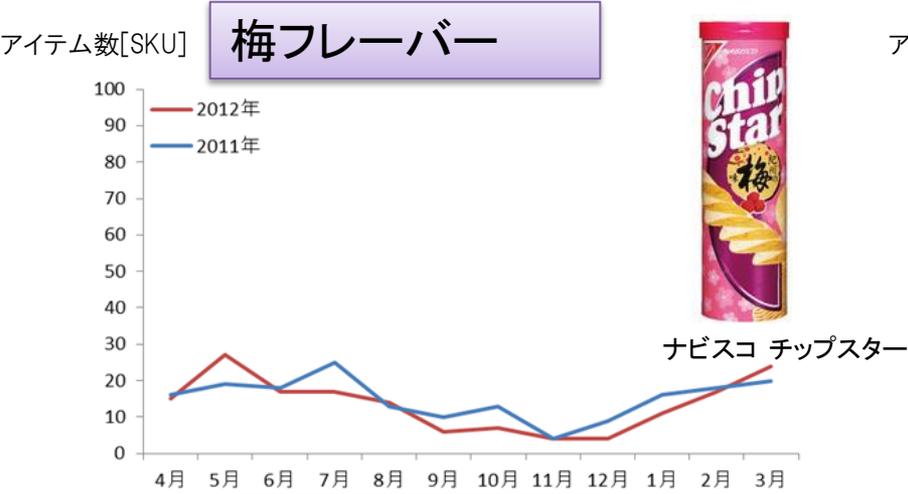
KSP-POS 全国月次 2012年1月～2013年3月 ブランド名称統一前の商品も「パン」と同一ブランドとして集計

*シナモンシュガーエピソード出典:イオンリンク株式会社【AEON SQUARE】<http://news.aeonsquare.net/1888/>

【注目トレンド】お菓子のフレーバー 新商品出現月

菓子は季節に合わせた新商品が発売されるが、春～夏の代表的なフレーバーは全体的に出現が1ヶ月程度前倒しとなっている。

「菓子」フレーバー別月次新商品数



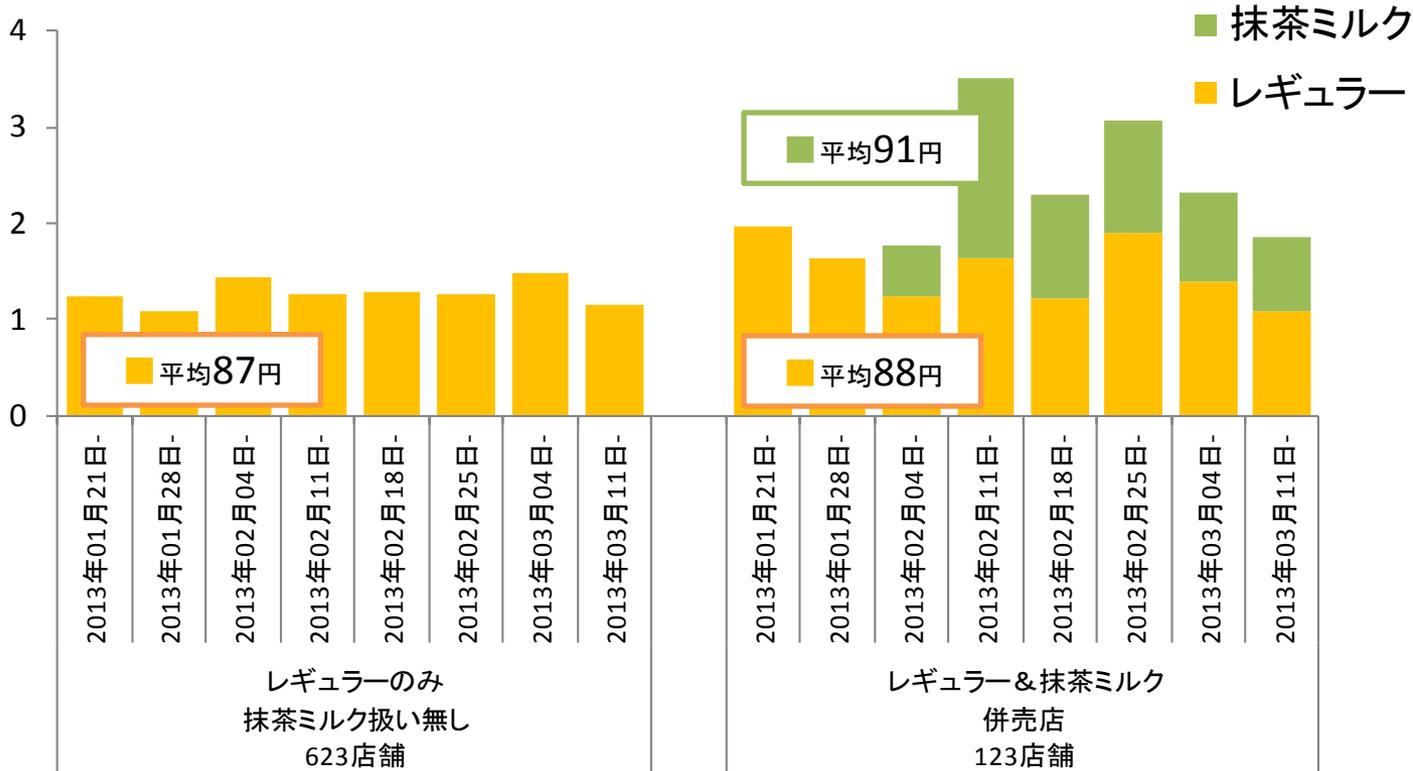
KSP-POS 全国月次 2011年4月～2013年3月 菓子カテゴリの商品において、商品名称にそれぞれのフレーバー名が含まれるものを集計

【分析事例】お菓子のフレーバー レギュラー商品と期間限定商品の併売

KSPワイドは「レギュラー商品のみ扱い店」と、「期間限定商品との併売店」で分析が可能*
 一般に期間限定商品を入れるとレギュラー商品の売上にプラスオンとなる。
 同傾向は明治「メルティキッス」などでも見られる。

「東ハト キャラメルコーン」レギュラー単独／抹茶併売店 来店客数千人あたり数量・平均価格

来店客数
 千人あたり
 数量 [個]



東ハト キャラメルコーン
 [期間限定]抹茶ミルク



東ハト キャラメルコーン
 [レギュラー商品]

KSP-POS 全国週次 2013年1月21日週～2013年3月11日週 (750店舗) / 価格は各アイテムとも同期間全体の平均価格

*KSPワイドのオプション機能(2013年6月現在)

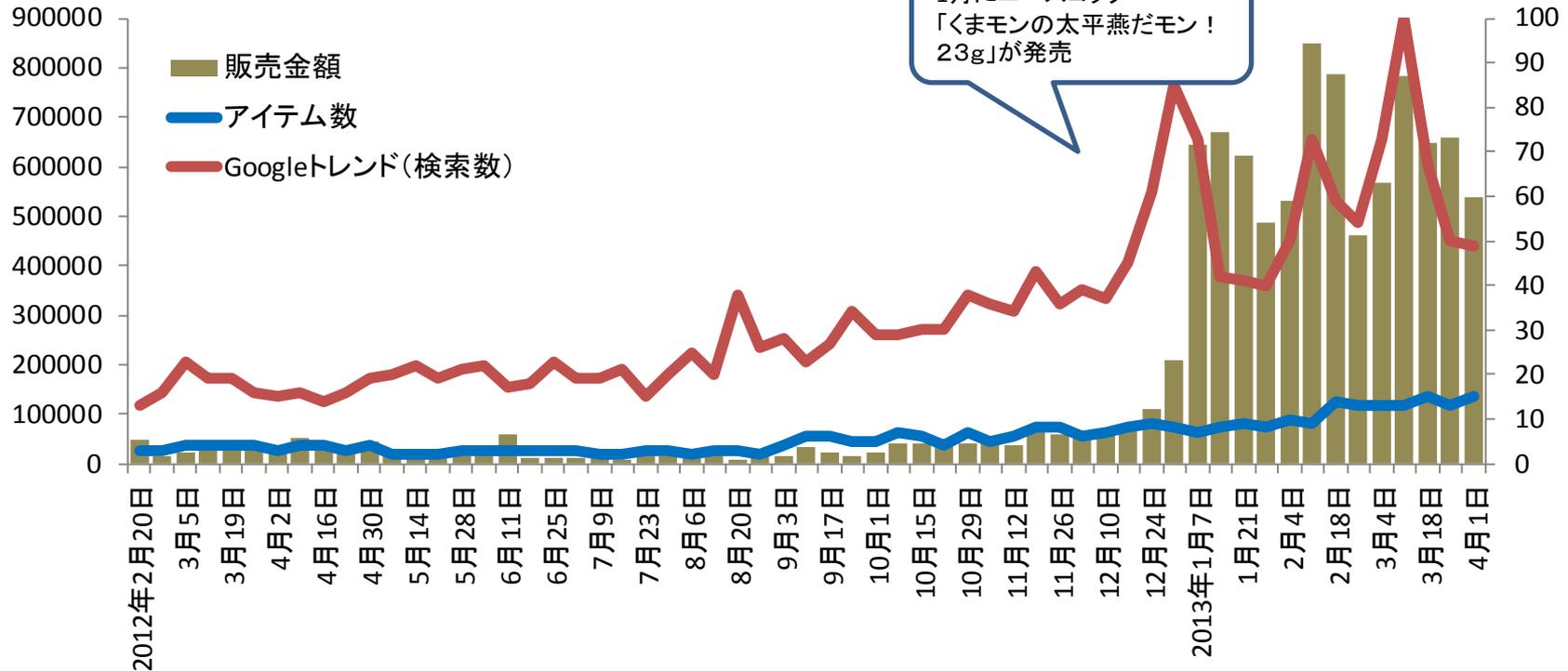
大人気キャラクター「くまモン」のフィーバーはグッズが中心に市場で多く見られるが、食品にも波及してきた。人気のバロメータであるgoogle検索数は伸び続けている。今年にはエースコックから熊本「太平燕」が登場し、今後の伸びが期待される。



「くまモン」関連アイテム金額・Google検索数

販売金額[円]

販売アイテム数[SKU]
Google検索数[指数]



1月にエースコック
「くまモンの太平燕だモン！」
23gが発売

KSP-POS 全国週次「くまモン」と商品名に記載のある商品を集計 / Google Trend (日本) 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

スナック菓子



江崎グリコ
「ポッキー ミルクココア」
(熊本ジャージー乳を使用)

2013年3月11日～17日
2013年チョコレート新商品 第2位
(KSP-POS 全国金額)

袋麺



藤原製麺(旭川市)
「札幌円山動物園
白くま塩ラーメン」
(北海道産小麦粉使用)

スープ

ダイイチフーズ(今治市)
「バリィさんのチキンコンソメスープ」
(今治市のタマネギを使用)



バリィさん:
ゆるキャラグランプリ2012 第一位

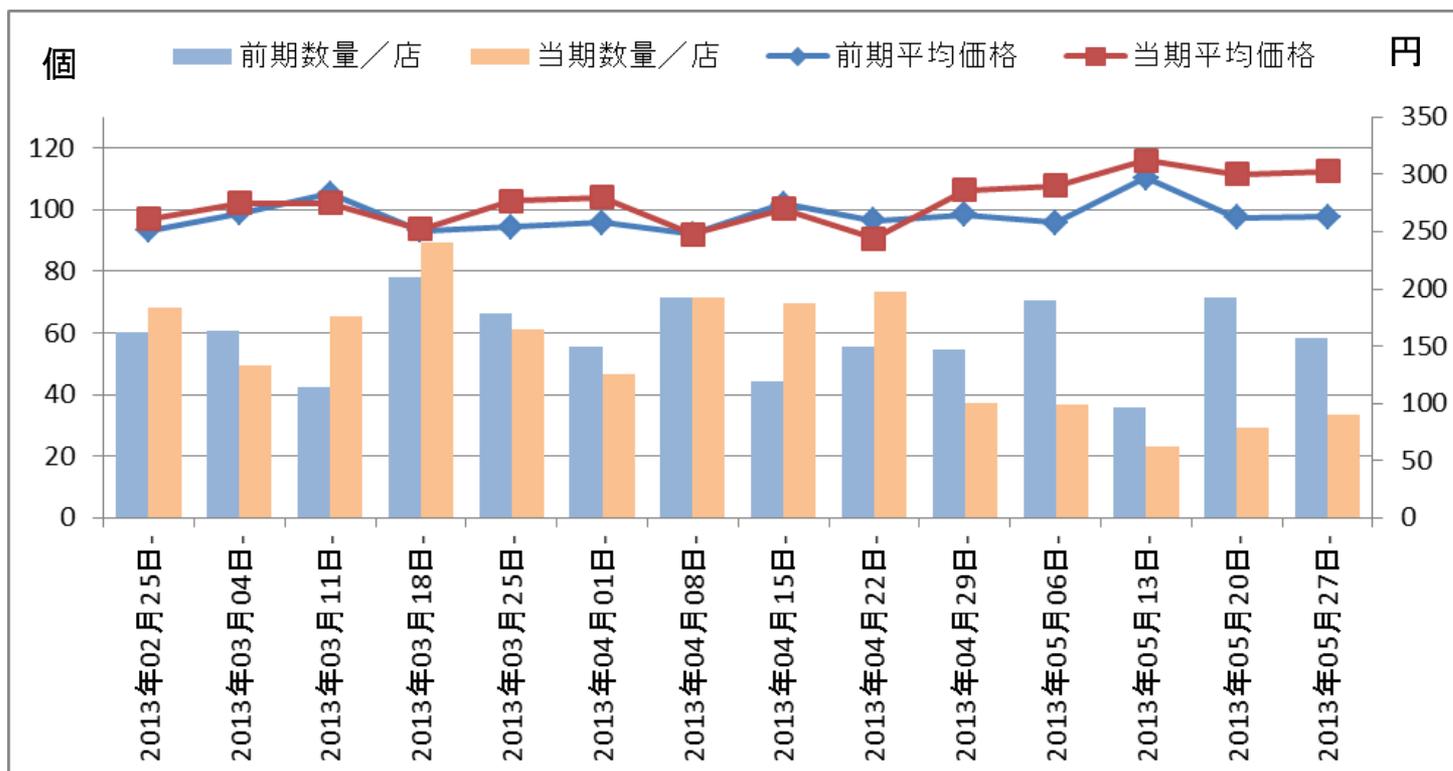
くまモン:
同グランプリ2011 第一位
(2012年は対象外)

「MS3最適価格分析」を活用した 値上げトピックご紹介

「MS3最適価格分析」は日次POSデータを活用した
実売価格と売上の関係进行分析するサービスです。

5月から値上げしたツナ缶は、値上げ前の3月から4月の週販が前年を上回っている週が多い。特に平均価格が低い週は、週販が大きく伸びており、特売時に買い溜めしている様子がうかがえる。値上げ後は週販が前年を大きく下回っているが、買い溜めの要因も考えられるため、今後の売上の推移が注目される。

はごろも シーチキンLフレーク EOP4×3缶 : 全国

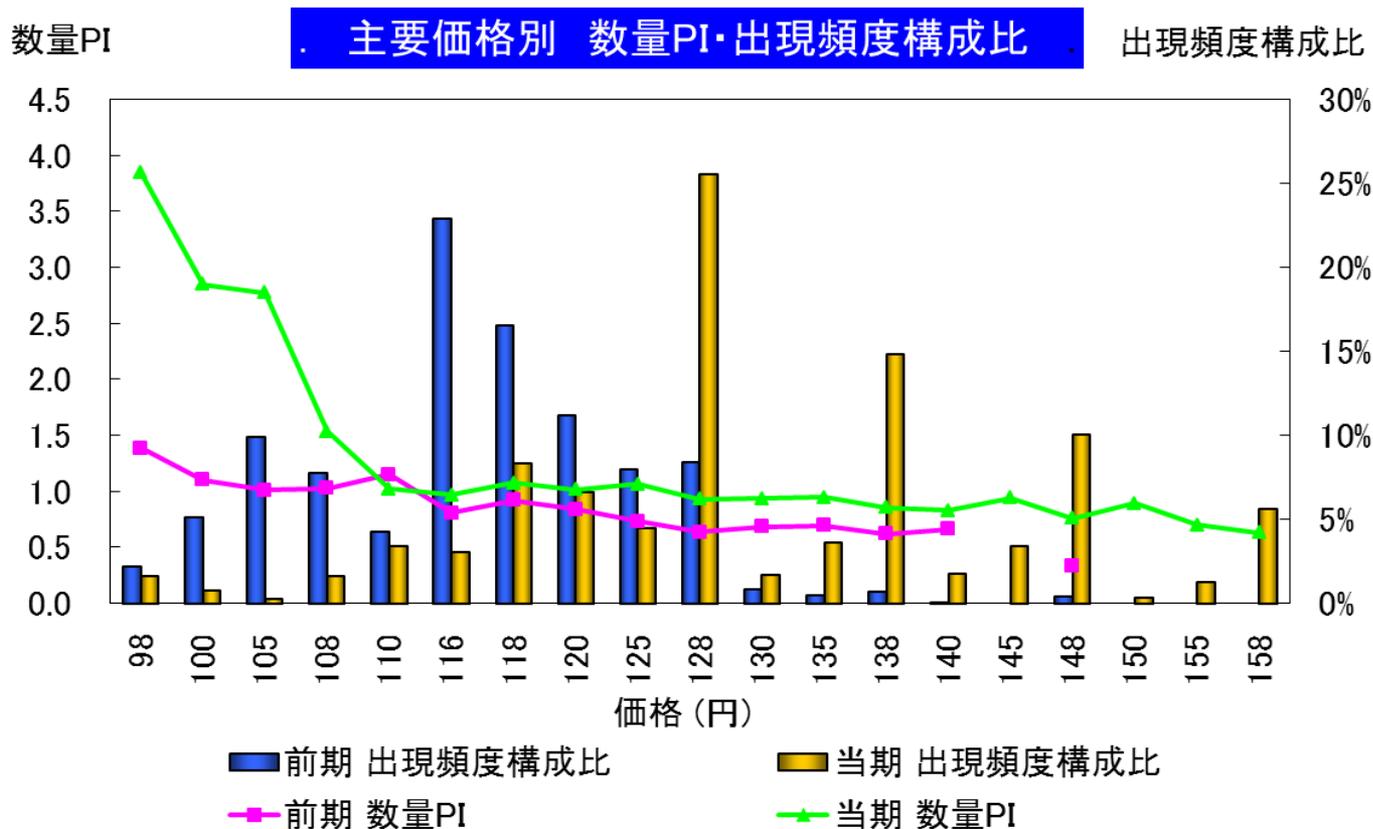


*KSPワイド速報機能を使って抽出

「小麦粉A」は、価格の反応度が小さい傾向が2007年時点で見られた。価格の反応が小さい特性が、値上げしても売上を落とさなかった要因の一つと考えられる。

小麦粉A

2008年1-12月 vs 2007年1-12月：全国





株式会社KSP-SP

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



本資料はKSP-POSデータ提供サービス「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」からお受けしております

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

本レポートに記載されている団体名・商品名・画像等は、各社の登録商標です。

■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る損害等につきまして、当社は一切の責任を負いません。