

値上げが顕著なカテゴリーは、PB商品シェアが高まっているのではないか？

値上げによるカテゴリー販売動向

～ カテゴリー動向の変化を見る ～

2022/7/1

* 本資料は弊社Webサイトに掲載の [オープンデータ利用規約] を遵守しご利用願います。



IS 699021 / ISO 27001

◆ 背景

原材料、燃料、物流費の高騰や円安など、様々な要因で値上げが相次ぐ中、値上げ幅の大きいカテゴリーについて、「割安感のあるPB商品※に売上がシフトしているのではないか」という仮説を基にいくつかのカテゴリー動向を検証した。

また、容量変更で対処しているブランドの事例として、レギュラーコーヒーの「U C C ゴールドスペシャル」を取り上げた。

※PB商品： 商品名称に「COOP」「CGC」などを含み、PB商品と特定できるアイテムを集計

◆ まとめ

- PB商品については、比較的嗜好性の低い「サラダ油・キャノーラ油」「マヨネーズ」「スパゲッティ」「小麦粉」について検証。いずれのカテゴリーもNB商品とPB商品の価格差は前年から広がっており、PB商品の売上が増加していることが確認できた。特に大容量のサラダ油・キャノーラ油ではPB商品の数量構成比が50%近くまで拡大している。PB商品の値上げも次々に発表されており、今後NB商品との価格差が縮小した際の動向に注目したい。
- 「U C C ゴールドスペシャル」は2021年9月に4商品の容量を400gから330gに変更。その後一時的に販売金額は下降したものの、2022年1月以降は2桁の伸長を継続し、販売量(キロ換算)では前年比98% (2022年3～5月)と微減にとどまっている。キロ当たりの価格は前年から20%近く上昇しているが、一個当たりの価格は下がっており、消費者は実質の価格上昇率ほどの価格差は感じていないのではないかと推察される。

KSP標準分類 細分類別前年比比較 2022年3月～5月 全国

No.	細分類名称	販売金額	前年比	販売数量	前年比	平均価格	前年比
1	サラダ油・天ぷら油	1,200,543,099	122.2%	3,435,027	96.6%	349.5	126.5%
2	マヨネーズ	815,894,729	102.5%	3,665,819	87.4%	222.6	117.3%
3	その他パン	25,086,914	129.4%	161,305	113.1%	155.5	114.5%
4	冷凍畜産素材	51,385,975	105.5%	79,241	94.4%	648.5	111.8%
5	甘味果実酒	23,463,793	77.8%	59,594	69.7%	393.7	111.7%
6	レギュラーコーヒー	865,796,595	103.7%	2,004,224	95.9%	432.0	108.2%
7	生麺・ゆで麺	2,872,948,936	102.7%	21,223,087	95.1%	135.4	108.0%
8	スパゲッティ	515,518,410	98.2%	2,602,329	90.9%	198.1	108.0%
9	マーガリン・ファットスプレッド類	294,027,754	93.0%	1,374,662	86.8%	213.9	107.1%
10	米菓	2,206,141,311	91.6%	13,185,368	85.6%	167.3	107.0%
11	食パン・食卓パン	3,853,107,474	100.8%	27,358,010	94.4%	140.8	106.8%
12	天ぷら粉	104,781,134	99.7%	575,770	93.4%	182.0	106.7%
13	調理パン	1,492,838,768	102.9%	12,506,946	96.9%	119.4	106.2%
14	菓子パン	3,974,948,230	105.0%	36,898,003	99.3%	107.7	105.8%
15	半生菓子	3,884,873,151	100.5%	24,563,249	95.1%	158.2	105.7%
16	調理済みカレー	734,672,378	96.1%	3,889,330	91.1%	188.9	105.6%
17	砂糖	491,414,821	92.2%	2,423,907	87.4%	202.7	105.5%
18	その他練り製品	82,017,561	99.4%	437,298	94.4%	187.6	105.4%
19	小麦粉	198,642,534	102.4%	942,642	97.2%	210.7	105.3%
20	その他缶詰	31,403,754	106.7%	174,134	101.5%	180.3	105.2%
21	蒲鉾	1,051,153,214	96.9%	7,878,865	92.2%	133.4	105.2%
22	プレミックス	316,946,356	87.2%	1,343,584	83.0%	235.9	105.2%
23	マカロニ	96,362,110	92.7%	842,280	88.2%	114.4	105.1%
24	冷凍麺	1,497,514,335	99.9%	7,444,863	95.1%	201.2	105.1%
25	果実・デザート缶詰	243,331,815	95.7%	1,563,648	91.1%	155.6	105.1%

● 値上げ幅の大きい主なカテゴリー

・食用油系

サラダ油・天ぷら油

マヨネーズ

マーガリン・ファットスプレッド類

・小麦粉系

パン

麺類

粉類

菓子

・コーヒー



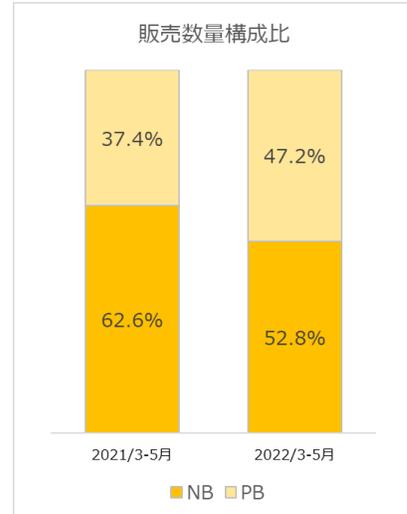
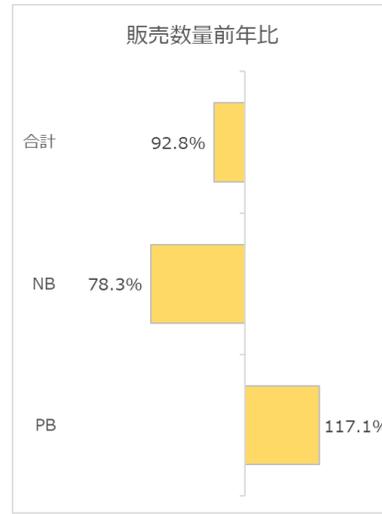
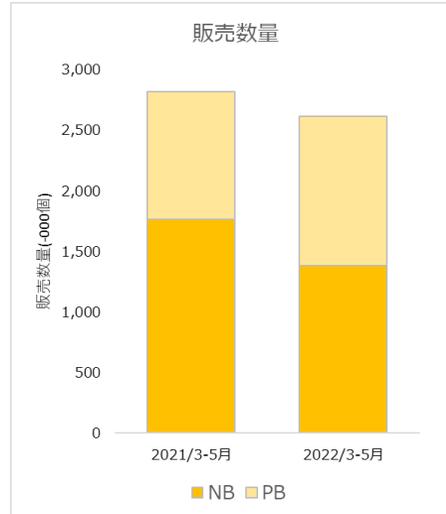
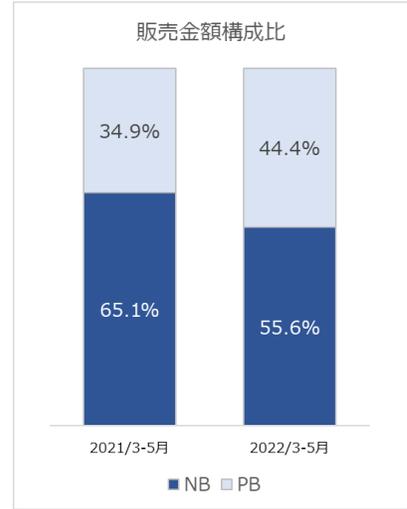
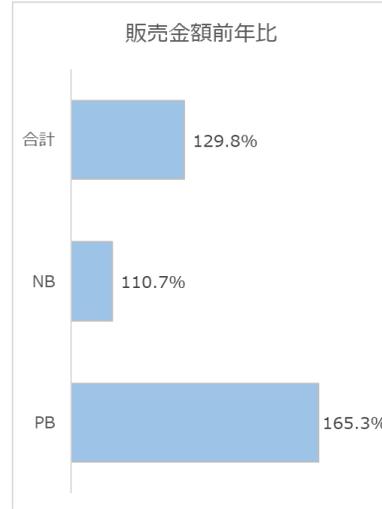
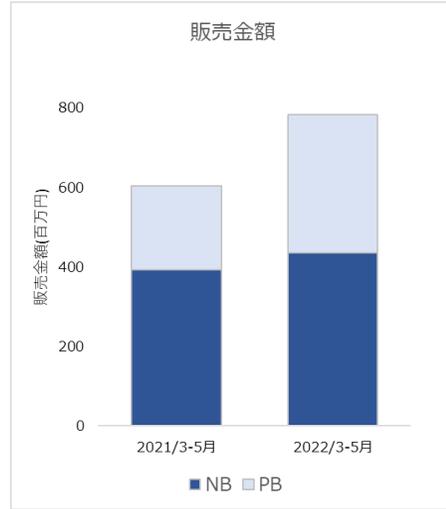
NB商品とPB商品の動向



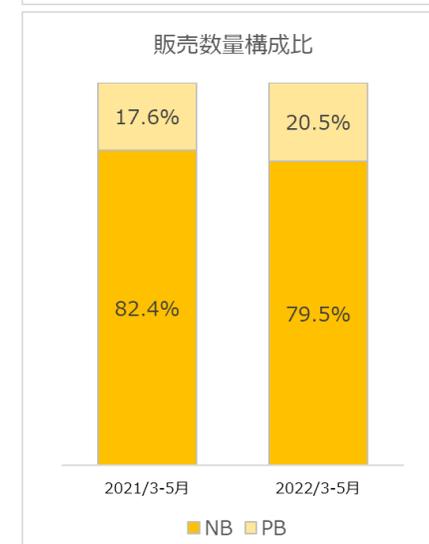
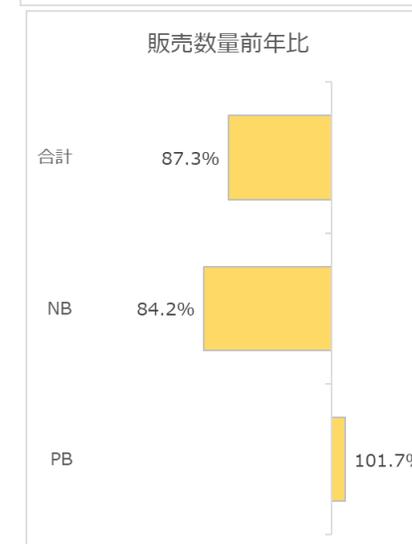
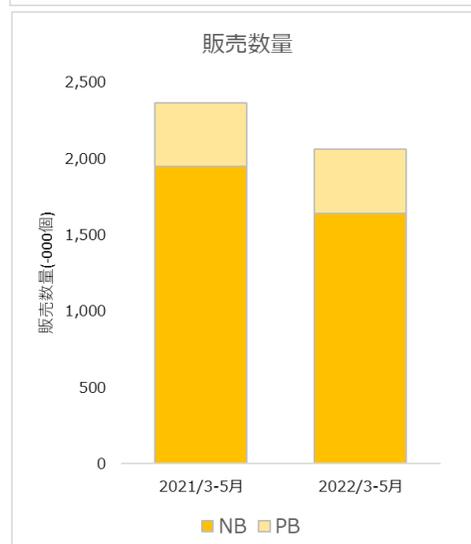
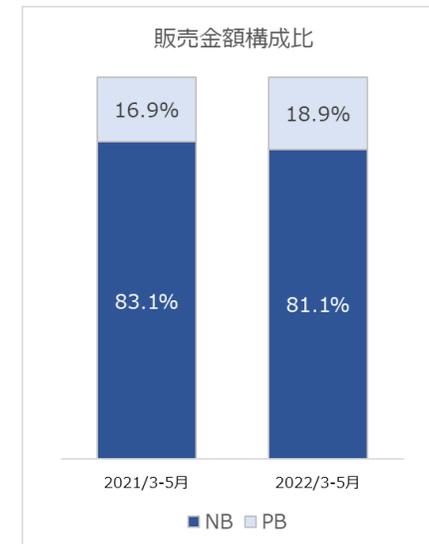
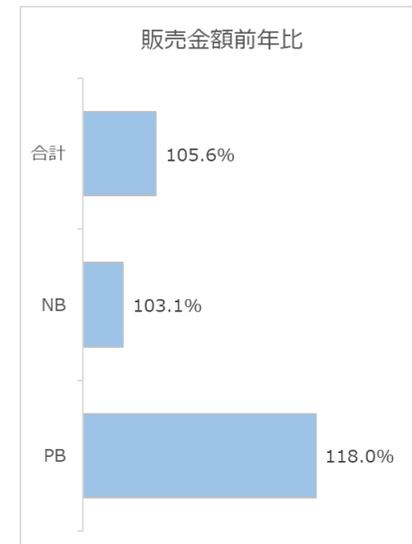
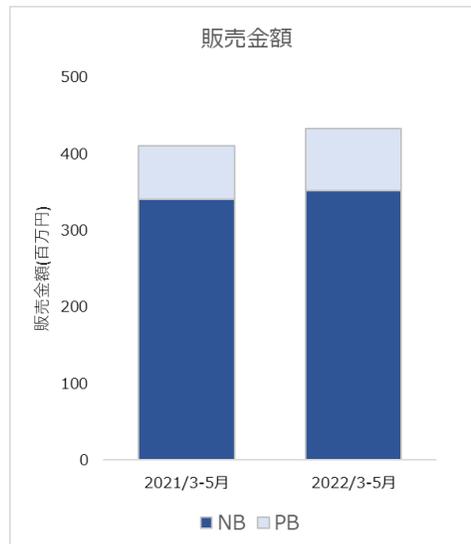
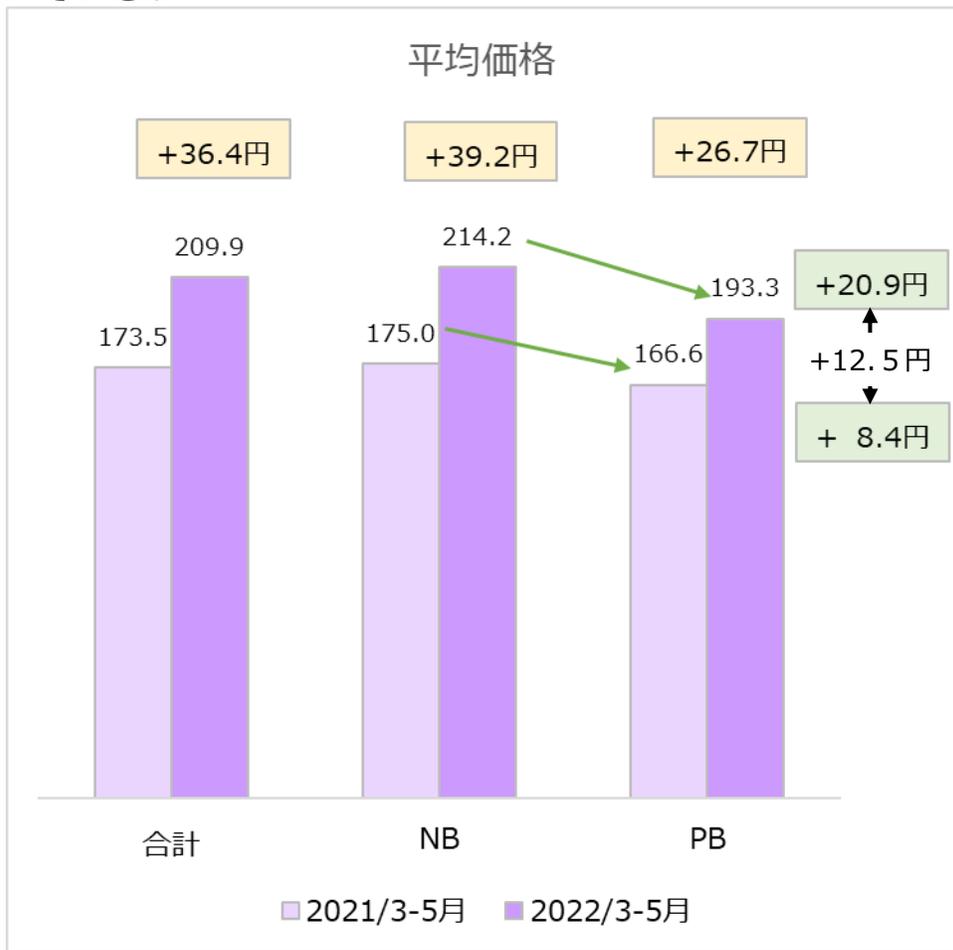
サラダ油・キャノーラ油※ 大容量【900~1500ML】 2022年3月~5月 全国



大容量のサラダ油・キャノーラ油はNB品の値上げ幅が大きく、前年と比較するとPBとの価格差が23.3円から33.5円と約10円広がっており、割安感のあるPBが金額・数量共に2桁の増加。一方、NB商品は数量で前年比78.3%と大幅減となり、前年約37%だったPBの数量構成比が47%まで拡大している。

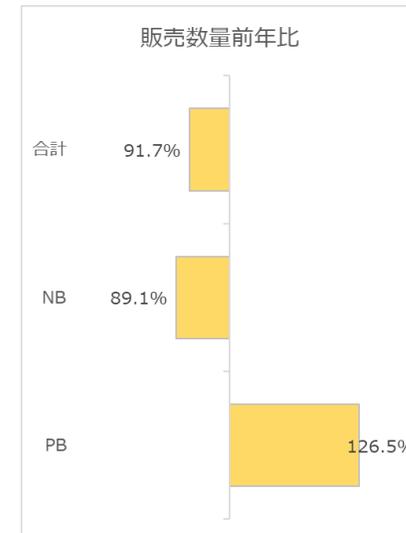
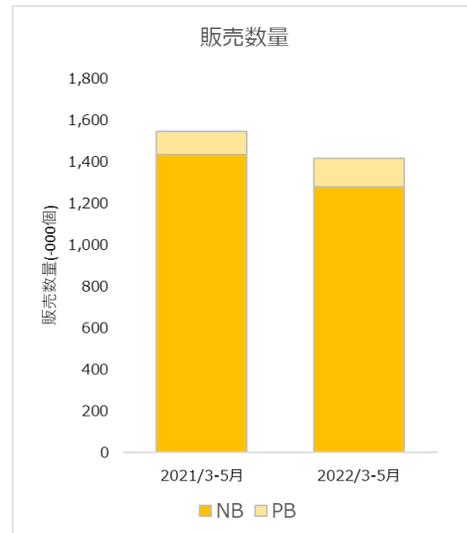
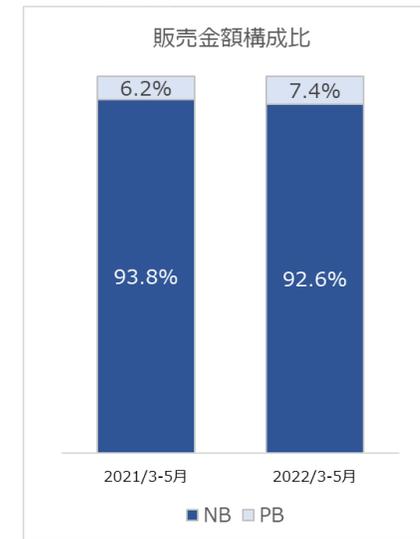
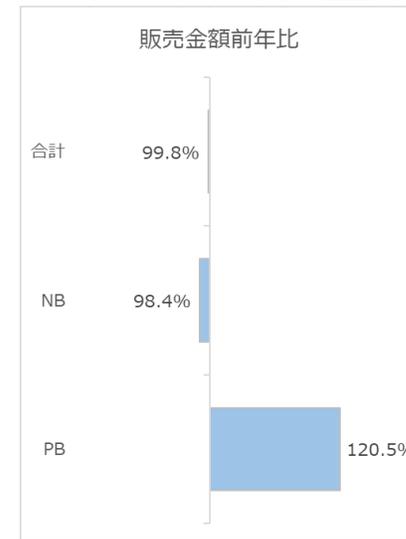
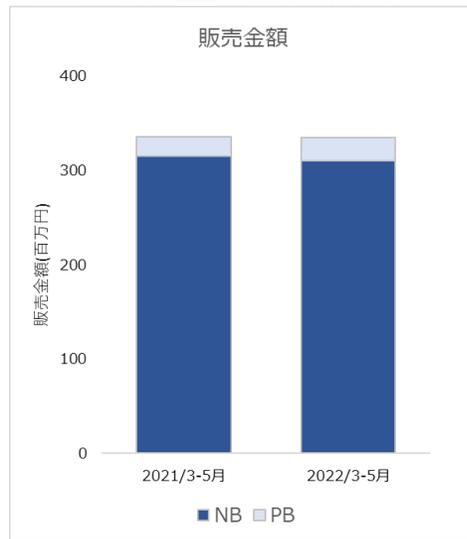
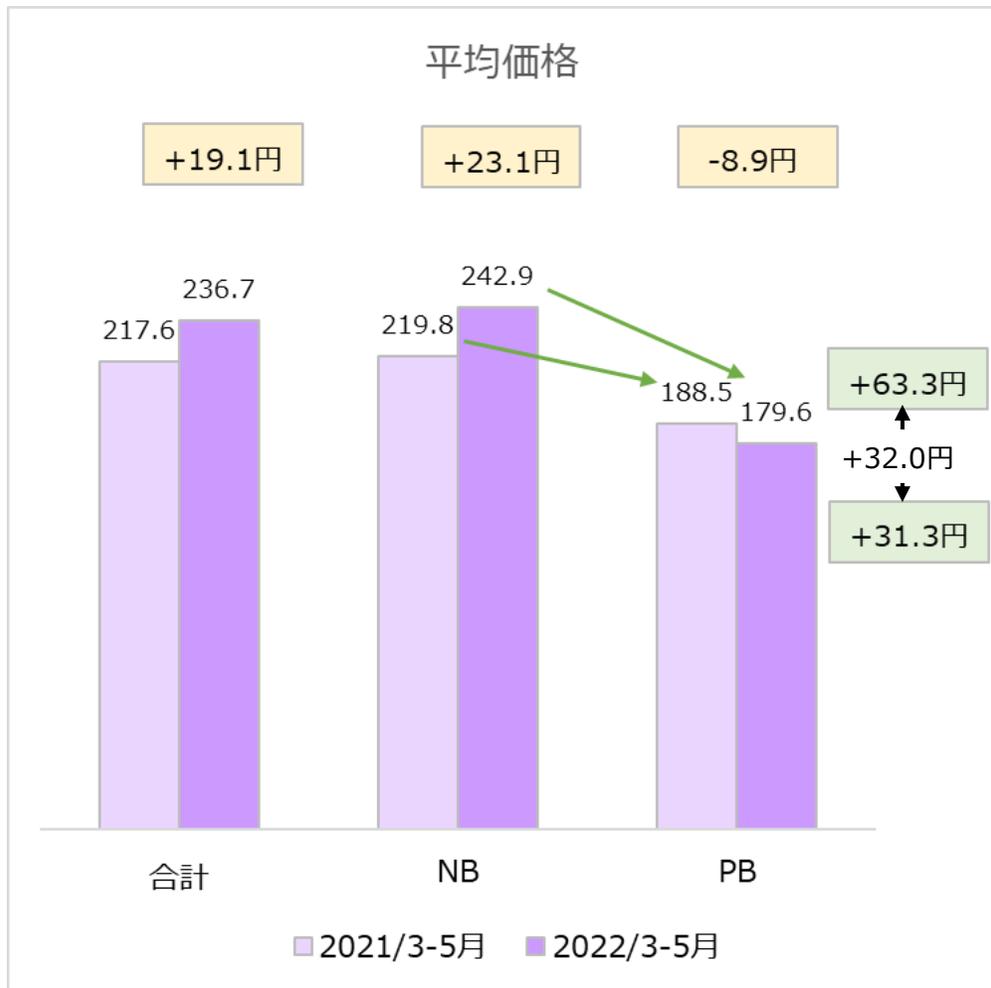


350～500グラムのマヨネーズはNB品の値上げ幅が大きく、前年と比較するとPBとの価格差が8.4円から20.9円と12.5円広がっており、PBが金額で2桁の増加を示し、数量では微増。前年は数量で17.6%だったPBの構成比が20.5%まで拡大している。

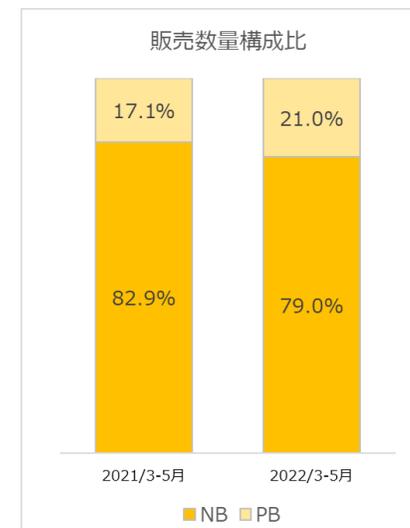
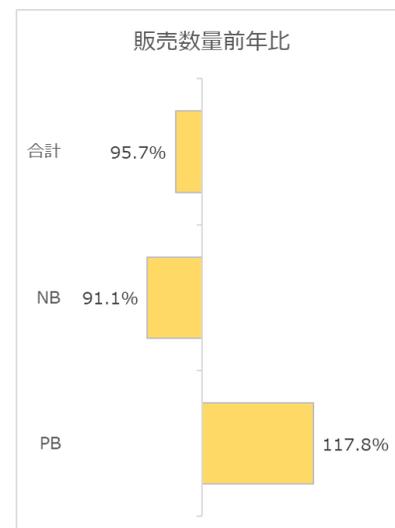
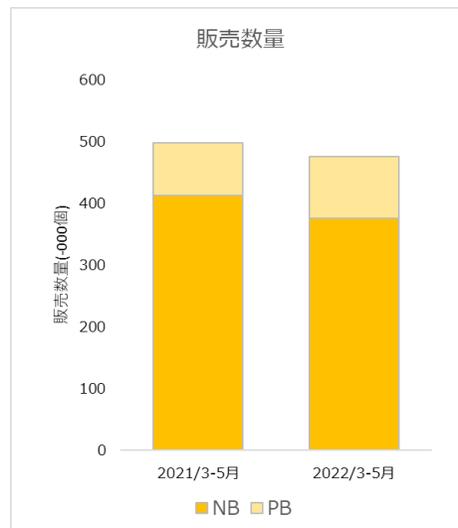
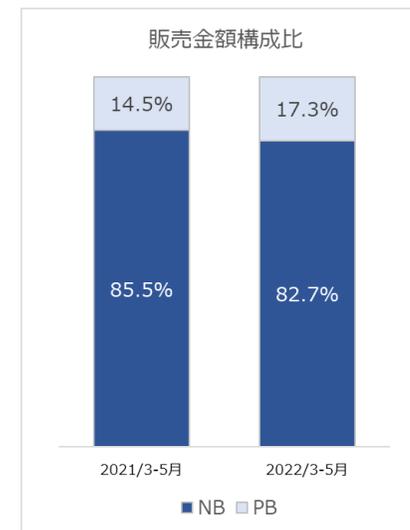
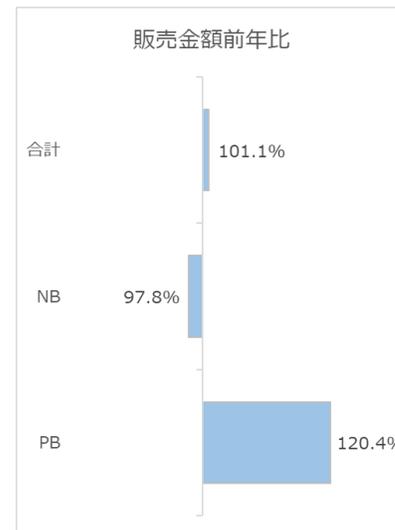
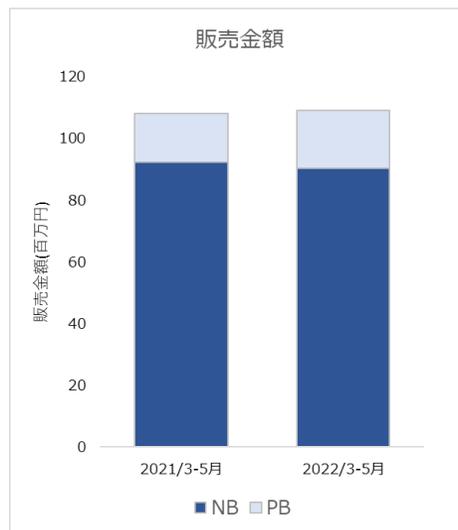
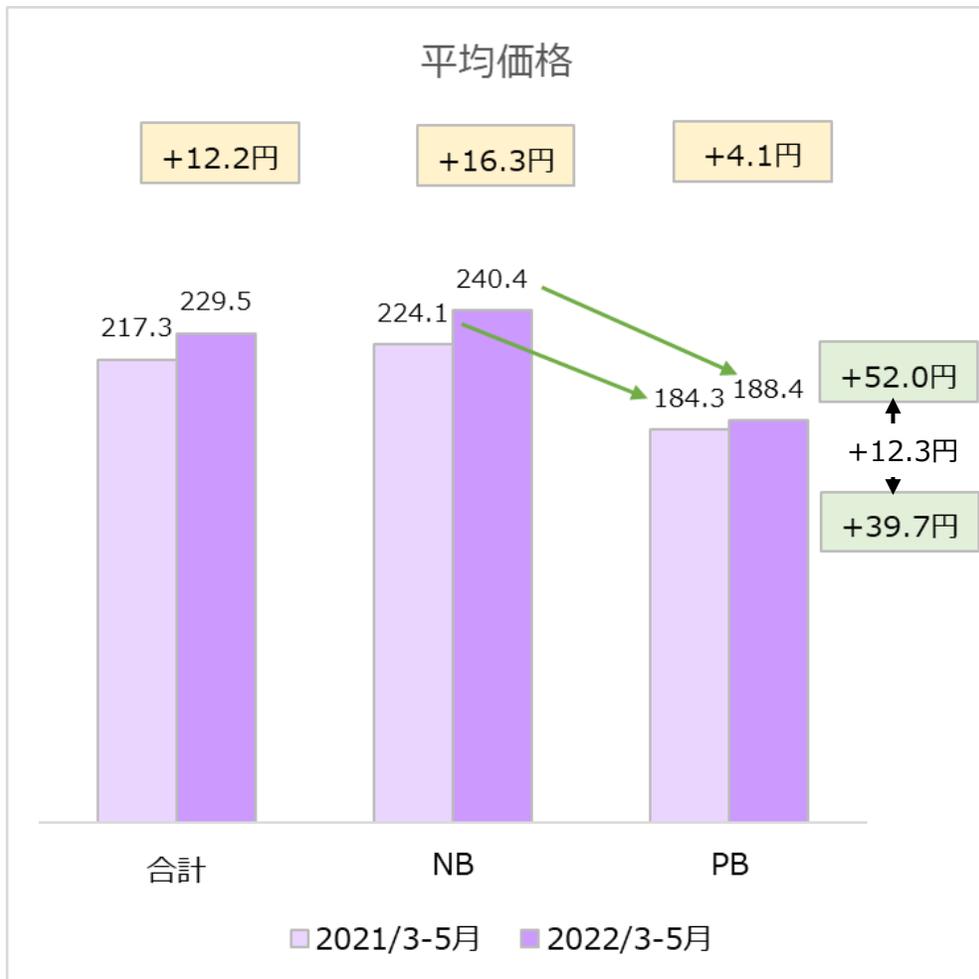


※KSP標準分類の「マヨネーズ」から低カロリー・加工マヨネーズなどを除外して集計

400～700グラムのスパゲッティはPBの平均価格が前年より下がっており、NB品との価格差が31.3円から63.3円と32円に増加。PBが金額・数量共に2桁の拡大した一方、NB品は数量で前年比89.1%で、前年は数量で約7%前後だったPBの構成比が約10%まで拡大している。



1キロの小麦粉のNB品の平均価格は前年から16.3円上昇したのに対しPBは+4.1円と上げ幅は小さく、NBとPBの価格差は前年の39.7円から52円と12.3円広がった。PBが金額・数量共に2桁の増加を示し、前年は約17%だった数量構成比が21%まで拡大している。



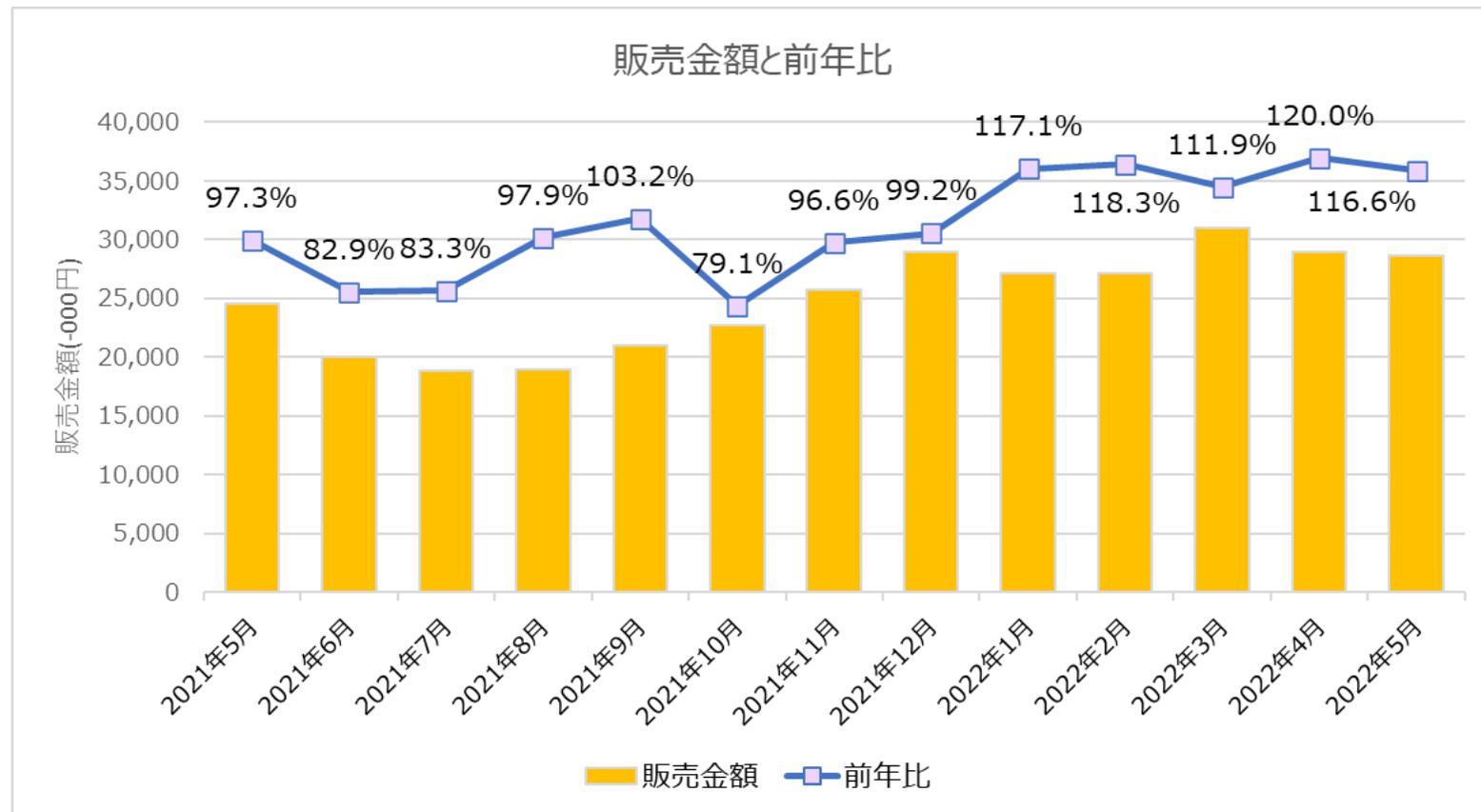


容量変更の事例



レギュラーコーヒー（粉） UCC ゴールドスペシャル

コーヒー豆の価格高騰に加え、円安が進み、大幅に値上がりしているコーヒーだが、容量変更で対処しているUCCの例を見ると、21年9月にゴールドスペシャル4品の容量を400gから330gに変更。今年3月には330gの新製品を上市した。



ゴールドスペシャル合計の販売金額は容量変更後の21年10月に前年比79%と下降したものの、22年1月以降は2桁の伸長が続いている。



ゴールドスペシャル
スペシャルブレンド



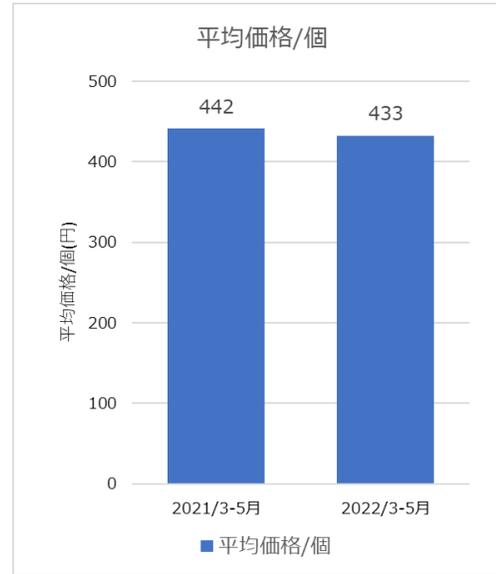
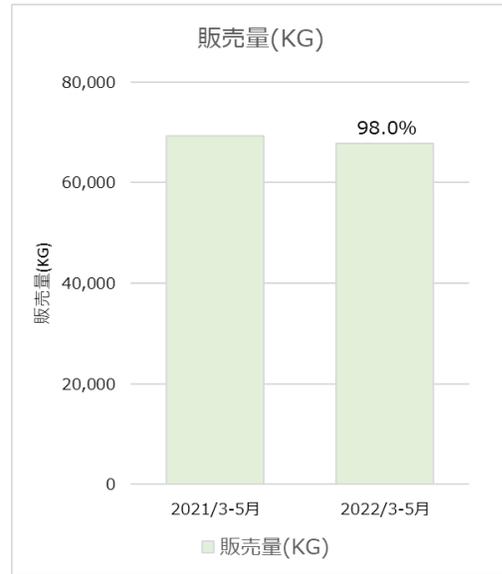
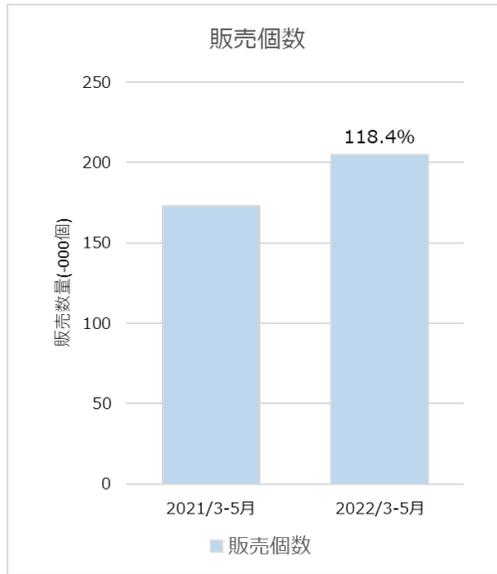
ゴールドスペシャル
リッチブレンド



ゴールドスペシャル
まろやかブレンド

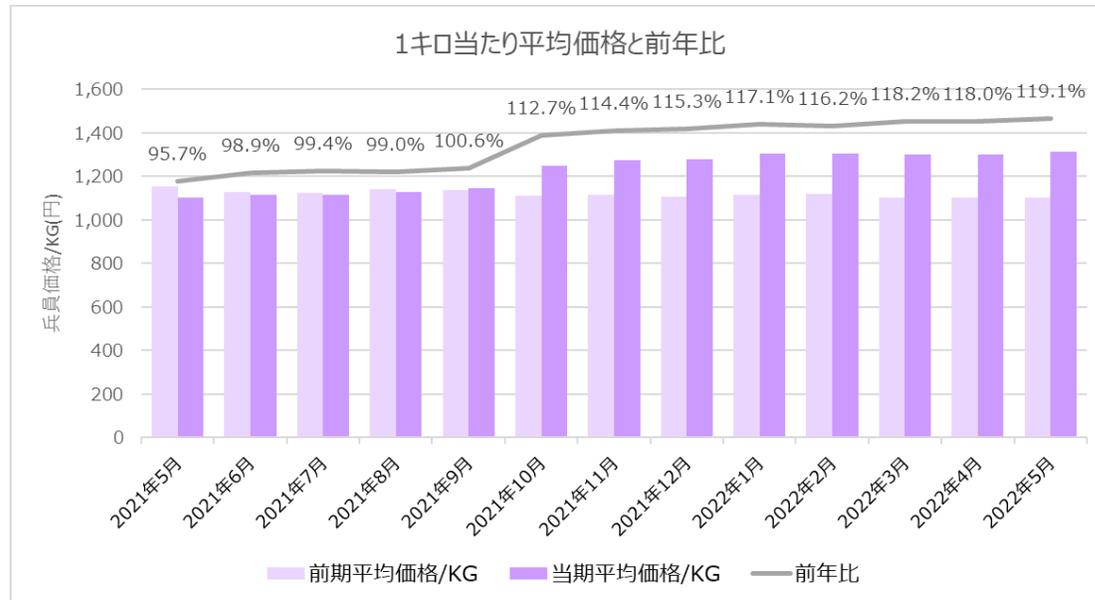
リッチ、スペシャル、モカ、キリマンジャロブレンドのサイズを400gから330gに変更

まろやかブレンド330g発売



ゴールドスペシャル合計の販売個数を22年3月～5月で見ると、前年比118%と2桁の伸びを示し、販売量に換算すると98%と微減にとどまっている。

1キロ当たりの価格を月次で見ると、容量変更後の前年10月以降、112%から119%上昇しており、実質価格は大幅に上昇している。



しかし一個当たりの価格は442円から433円と、前年同期から9円下降しており、消費者は実際の値上げ幅ほどの価格差は感じていないのではないかと推測される。

株式会社KSP-SP (Knowledge on Sales Promotion Service Provider) は、「店頭」を活性化するために常に新鮮なデータ、ノウハウとシステムの開発・提供をめざす会社です。

お客様の店内購買決定率は約80%とも言われております。“売り”を作る上で製品と顧客の接点である店頭の提案・開発が益々重要となってきております。

当社は食品スーパーのPOSデータ・店頭情報、豊富な活用事例、並びにオリジナルな分析手法を元に、メーカーと流通の双方にニュートラルな消費者視点からデータ提供・レポートを行い、皆様の適正な収益向上、提案力向上に貢献してまいります。

当社は、それらを通じて従来の「カンや経験に基づく営業・マーケティング」から「科学的根拠に基づく戦略・戦術」への転換や、業務を効率的に運用するお手伝いをしてまいります。

株式会社KSP-SP

〒105-0013 東京都港区浜松町1-2-1 No.R浜松町 4F

お問い合わせダイヤル 03-5472-7652

本レポートに関するお問い合わせ ksp-info@ksp-sp.jp

■著作権・引用出典

弊社は、本レポートと、図表やデータ（以下「本レポート等」といいます。）に関する著作権等の知的所有権を保有しています。本レポート等は、お客さまが私的使用のための複製や引用の目的で利用する場合に限り、ご利用頂けます。引用する場合は、出典として「株式会社KSP-SP 値上げによるカテゴリー販売動向」を明記のうえご利用ください。画像の権利は弊社以外の第三者が保持している場合があります。

■免責事項

本レポート等の正確性、完全性、最新性、有用性または特定の目的についての適合性については、弊社は保証しておりません。本レポート等の利用による直接的、間接的な損害について、弊社は一切の責を負いません。



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