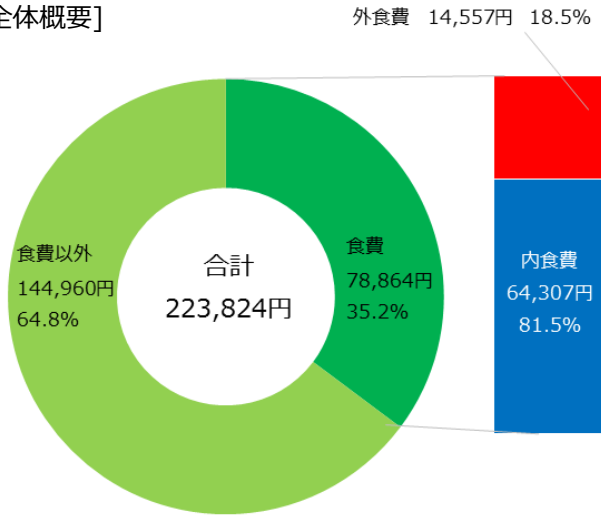


フードマーケット [食のマーケットデータ]  
2019年3月号 (2018年11月1日発行)

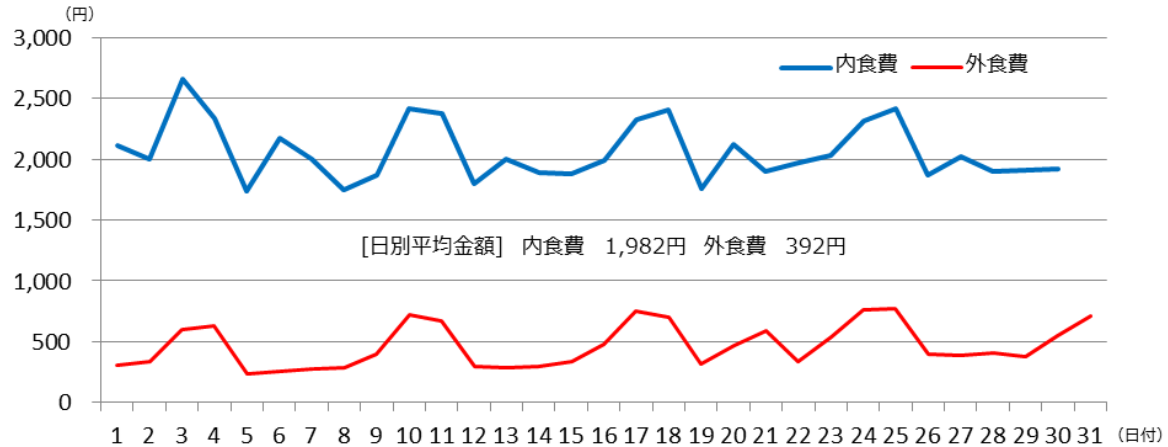


※本マニュアルの文面およびアイデアの無断転載を禁止いたします。

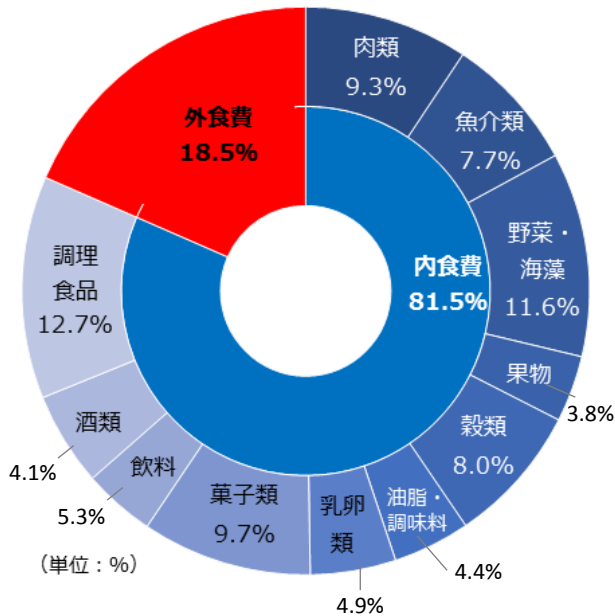
[全体概要]



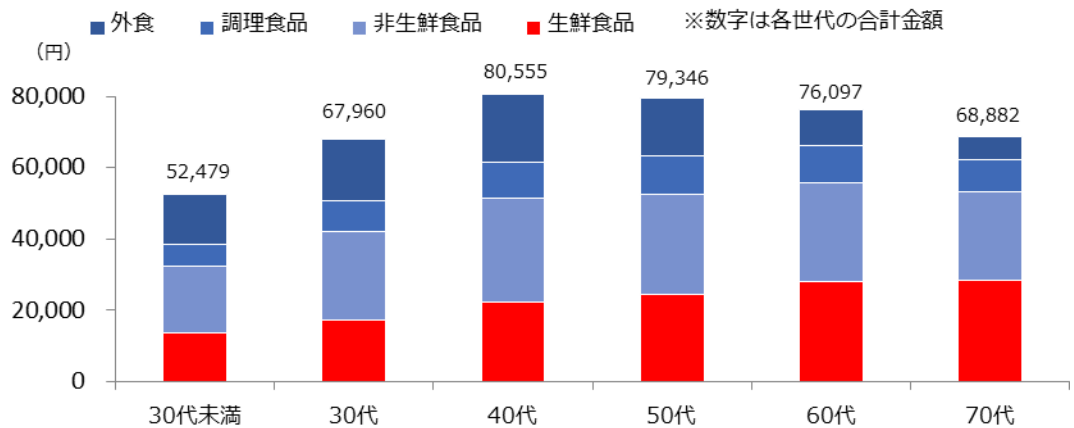
[内食費と外食費の比較]



[食料費の部門別構成比]



[世代別食料費構成]



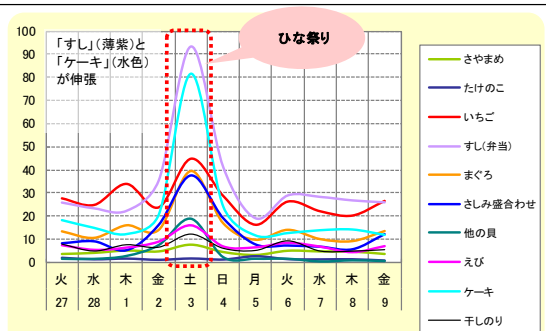
- ・生鮮食品 — 肉類、魚介類、野菜・海藻、果物
- ・非生鮮食品 — 穀類、乳卵類、油脂・調味料、菓子類、飲料、酒類
- ・調理食品 — 惣菜

※総務省家計消費支出参照

W	9W			10W							11W							12W				13W													
日	2/25	26	27	3/1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
曜日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日
行事				ひな祭り										東日本大震災																					
3月の暮らしのテーマ	・ひな祭りをむかえ春を意識する ・春の旬をつかった食卓						・行楽へでかける ・新生活の準備							・行楽へでかける							・お彼岸でお墓参り ・春休みが始まる ・暖かくなり春らしい料理が増える				・お花見を楽しむ ・子どもは春休みを満喫										
生活者の3月の暮らし※平年の生活動向	■桃の節句を祝う。 ■ひな人形を片付ける。 ■入学祝い・合格祝いを購入する。 ■お彼岸でお墓参りに行く。 ■春休みがスタートし、子どもの昼食づくり。 ■入学準備でランドセルや学習機を購入する。 ■卒業式や受験合格発表でお祝いパーティ。 ■おはぎを手作りする。 ■春らしくなって、住まいの模様替え。 ■梅見の時期。 ■ホワイトデーでチョコのお返しを用意する。 <引越シーズン> ■春休みに子どもとクッキング。 <転勤シーズン> <就職祝> ■冬物を洗ってしまし始める。 <フレッシュ準備> ■ベランダガーデンを楽しむ。 ■春の行楽シーズンでハイキングへ行く。 ■ママと近くの公園でお花見会 ■春の園芸(春まき草花の種まきをする。) ■花粉症の対策をする。 ■ホワイトデーギフトを贈る。 ■子どものひとり暮らしの準備をする。 ■ママと近くの公園でお花見会																																		
子どもの生活	■大学受験発表 ■小学校校体重測定 <卒業シーズン> ■小学校卒業式 ■小学校春休み <新学期準備> ■中学校で社会見学など <ワンルームマンション探し> <大学卒業旅行シーズン> <公立高校入試シーズン> ■卒業旅行の時期																																		
食生活動向	2018年同曜日消費指数 26: 89% 27: 99% 28: 91% 1: 99% 2: 94% 3: 124% 4: 109% 5: 81% 6: 102% 7: 94% 8: 82% 9: 88% 10: 113% 11: 112% 12: 85% 13: 94% 14: 89% 15: 88% 16: 93% 17: 109% 18: 113% 19: 82% 20: 99% 21: 89% 22: 92% 23: 95% 24: 109% 25: 113% 26: 88% 27: 95% 28: 89% 29: 90% 30: 90% 31: 99% 1: 120%																																		
気候変化	気温対比(大塚) 最高気温(実線) 最低気温(実線) 平年最高気温(点線) 平年最低気温(点線) 26: 晴 27: 晴後一時薄曇 28: 曇一時晴 1: 曇時々晴 2: 晴時々曇 3: 曇一時晴 4: 晴後薄曇 5: 雨時々曇 6: 晴一時曇 7: 曇時々晴 8: 雨時々曇 9: 曇時々雨 10: 晴一時曇 11: 晴 12: 晴後一時薄曇 13: 晴 14: 快晴 15: 晴後薄曇 16: 雨後曇 17: 快晴 18: 曇一時晴 19: 曇後雨 20: 雨一時曇 21: 曇時々雨 22: 曇一時雨 23: 晴 24: 晴一時薄曇 25: 快晴 26: 薄曇後晴 27: 薄曇後晴 28: 快晴 29: 快晴 30: 快晴 31: 快晴 1: 晴時々曇																																		
食卓テーマ	ひな祭り/春らしいメニュー						春の旬を味わう/ホワイトデー準備							春の行楽/お彼岸準備							お彼岸/お花見/春休みの食事				お花見/お祝いメニュー										
食生活テーマ・動向マップ	春の旬を使った食卓メニュー 季節の変化に伴い、旬の食材(新キャベツ、新じゃがいもなど)を使ったサラダや和え物、フライパン料理(焼きご、炒め物など)、すし(ひなまつりをきっかけに)が増えます。 当日は、ちらし寿司、手巻き寿司などを食べます。 <b>ひなまつり</b> 夫と息子の代行で、クッキーやキャンディを買いに行ったり、息子と一緒にお菓子作りをします。 <b>ホワイトデー</b> 春のお彼岸 お墓参りとおはぎ(ぼたもち)を食べる風習はまだ多くの家庭で実施されます。 春休み 子どもの昼食やおやつを用意。 <b>新学期準備</b> 新しい文房具やお弁当材料を準備。 春の行楽 気温が上がり、休日にピクニックなど。 お花見シーズン到来 お弁当を作ったり、買ったりして、お花見を楽しみます。 寒の戻り・花冷え 移動性高気圧が張り出して急に気温が下がることがあります。(3月~4月)寒い日はまだ、煮込み料理などの温かい料理を作ります。 花粉症対策 花粉の飛散する量が増えます。対策としては雑貨では、マスク、ティッシュペーパーなど。食べ物では緑黄色野菜で免疫力アップが注目。 【生たけのこ】早いところでは、国産の期掘りたけのこが出まわり始めます。 入社や新入等のお祝いメニュー																																		
3月の暮らしに根づく	野菜						果物							鮮魚																					
	うぐいす菜、うど、菜の花、つくし、わらび、木の芽、芽キャベツ、新人参、からし菜、根三つ葉、青ニラ、あさつき、せり、ぜんまい、水菜、ブロッコリー						いちご、いよかん、デコポン、はっさく、あまなつ、清見、グレープフルーツ、ネーブル							白魚、穴子、にしん、甘鯛、やりいか、すみいか、かれい、さわら、塩いか、いかなご、めばる、ちこ、いしだこ、さより、ままかり、ふな、わかめ、ひじき、赤貝、あさり、はまぐり、とりがし																					

● 昨年の消費支出金額の推移より、月度の歳時記動向/季節動向の実態を読み込みます。

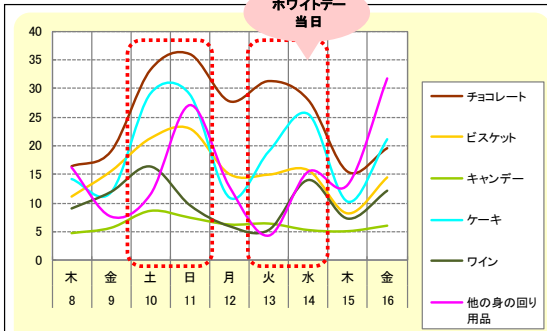
ひな祭りの食卓動向



「ひな祭りには大定番のちらし寿司」

ひな祭りにちなんだ食べ物で菱餅、ひなあられ、草餅、はまぐり、巻き貝、菜の花などはおおよそいわれがはっきりしていますが、ちらし寿司はいわれがはっきりしません。伝統的なひな祭りのごちそう膳にはちらし寿司などが用意されていたことが、一般家庭料理として普及する中でちらし寿司となったようです。今年は日曜日なので惣菜のちらし寿司だけでなく、家庭で作るちよつごちそう系のちらし寿司も増えそう。

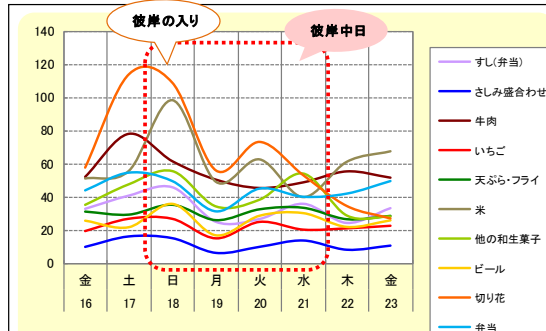
ホワイトデーの消費動向



「購入は前週末～前日・当日にピーク」

昨年はホワイトデーが水曜日だったため、直前の週末と前日の火曜日、当日の水曜日と購入が分かれています。酒類に関してはバレンタインデーほど動向がはっきりとは確認できませんが、ワインなどにギフトの可能性が考えられます。他の身の回り用品には「ハンカチ」が含まれますので項目に加えています。今年は木曜日なので、当日の購入が増えそうです。

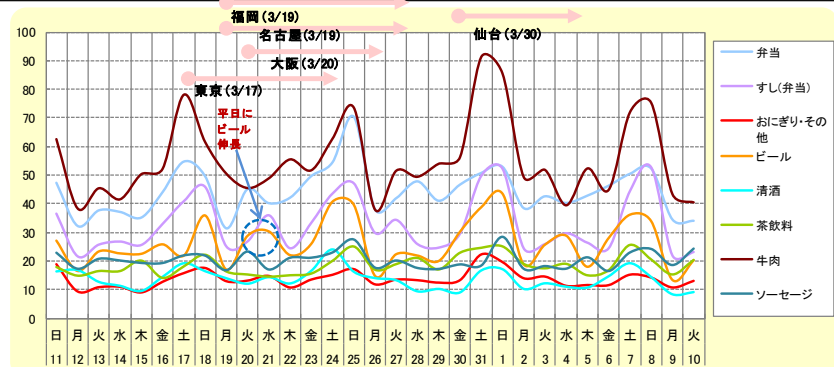
春のお彼岸の消費動向



「ふるさとへの帰省やお墓参りの風潮が活発化」

家族や親族の絆意識や国民意識が高まりふるさとへの帰省やお墓参りに注目。切り花の動向からお墓参りなどの行事が実施されている様子が判ります。また、ぼた餅(他の和生菓子)もお彼岸ということで伸張しています。今年は彼岸の入りが月曜日で、春分の日が水曜日です。帰省でお墓参り場合は春分の日から週末にかけて、近場のお墓参りは春分の日に集中すると思われます。

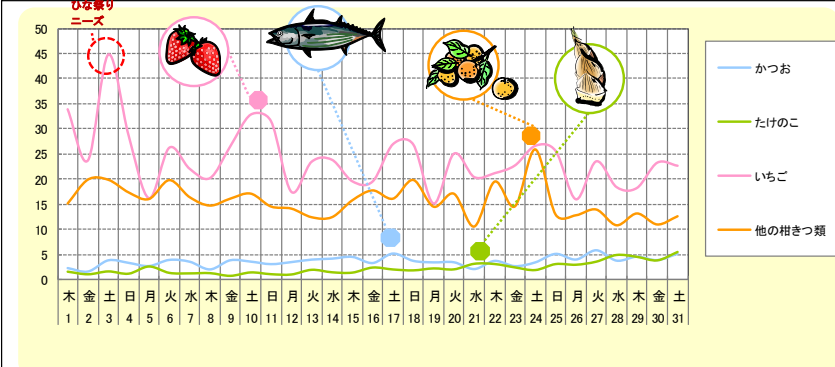
お花見の消費動向



「週末の花見・平日の花見」

2018年のさくらは、全国的に平年より早い開花となり、平年より10日近く早い地域もありました。東京、福岡、名古屋、大阪で満開が近づいた3月24日・25日の週末は特に花見が行われたようでビールや弁当、寿司、牛肉が伸張しています。福岡、名古屋や大阪で開花してすぐの20日・21日は平日(火曜日・水曜日)ですがビールや寿司、弁当の消費が伸張しています。会社関係の花見が行われた可能性があります。

春「3月」の旬動向は？



「3月は春の旬商材の出回りはじめ・4月がピークになるものが多い」

3月3日のひな祭りのちらし寿司には国産のたけのこは間に合いません。早い九州産で3月下旬になります。かつおは遠洋もののタキが売場には並び、前倒し傾向の旬消費を支えています。果物ではいちごの消費が高まり、その他の柑類は若干低下傾向です。主力の伊予柑が終盤になる影響もありません。