

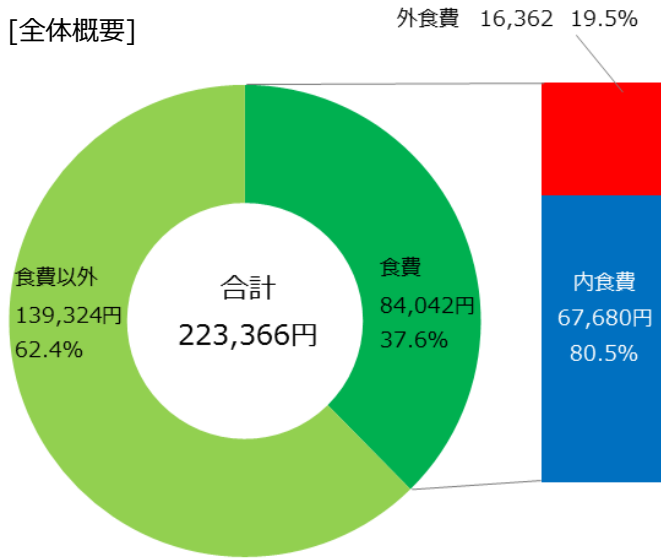
➤ Food Market

MA**▲**STER PLAN

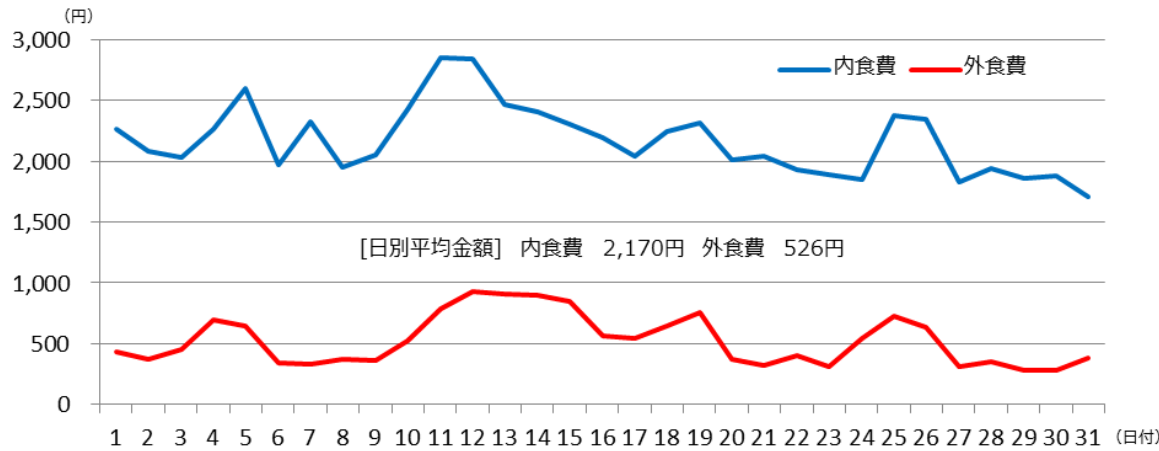
2019
August

8

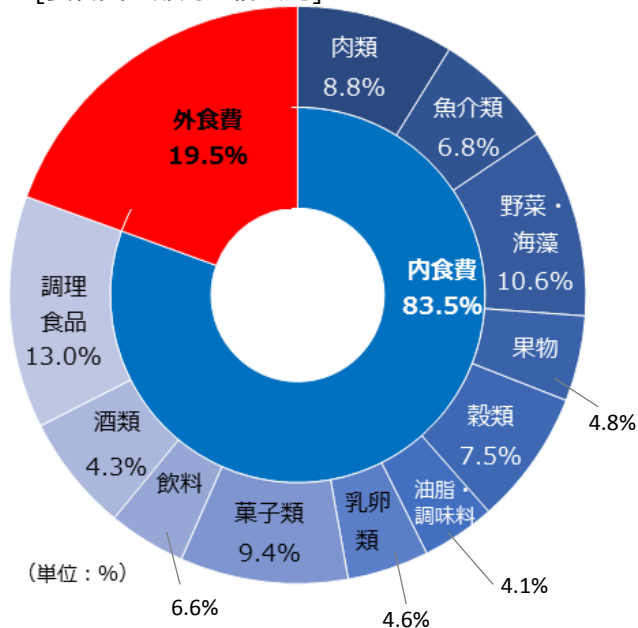
[全体概要]



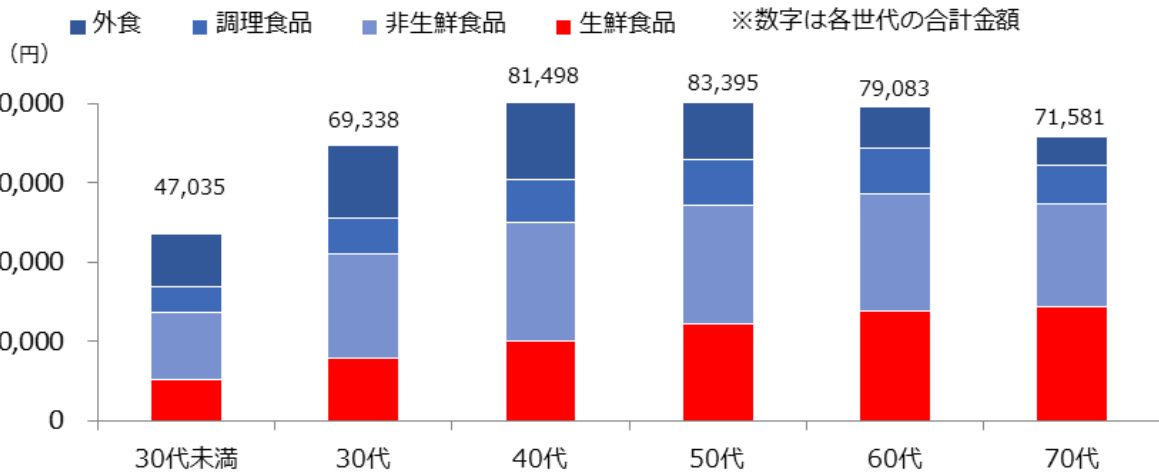
[内食費と外食費の比較]



[食料費の部門別構成比]



[世代別食料費構成]

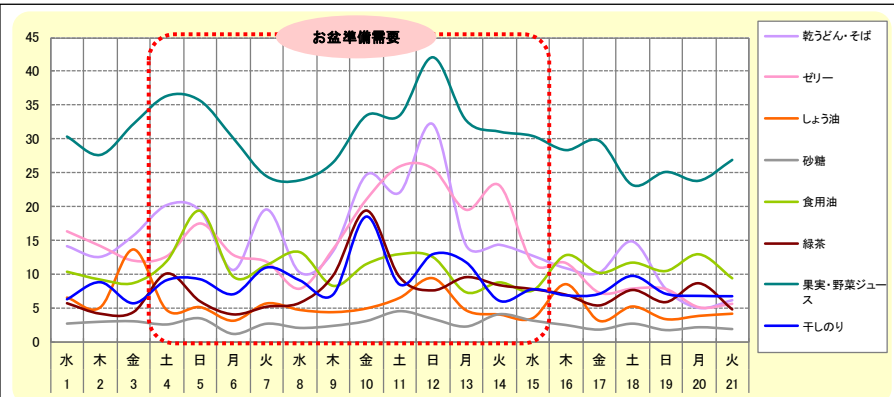


- ・生鮮食品 — 肉類、魚介類、野菜・海藻、果物
- ・非生鮮食品 — 穀類、乳卵類、油脂・調味料、菓子類、飲料、酒類
- ・調理食品 — 惣菜

※総務省家計消費支出参照

● 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。

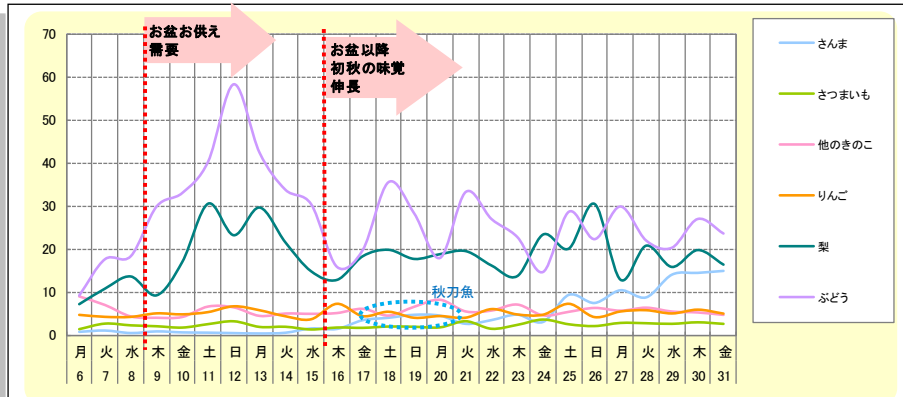
お盆準備の食材・基礎調味料の消費動向は？



「お盆には帰省して3世代での団らん。シニアをコアにしたお盆の団らん提案を強化」

基礎調味料や飲料などの早めに準備しておくもの、素麺（乾うどん・そば）などのお供え需要品目、帰省する時の手土産にも使われるゼリーなどの直前需要品目などに分類できます。迎える側の準備は1週間前ぐらいから始まるようです。山の日の祝日が出来てから、お盆の帰省ラッシュは8月11日（土・祝）がピークに。Uターンラッシュは8月15日（水）がピーク。お盆休みは平均4.9日。※ソニー損保、「お盆の帰省に関する調査（2018年）」

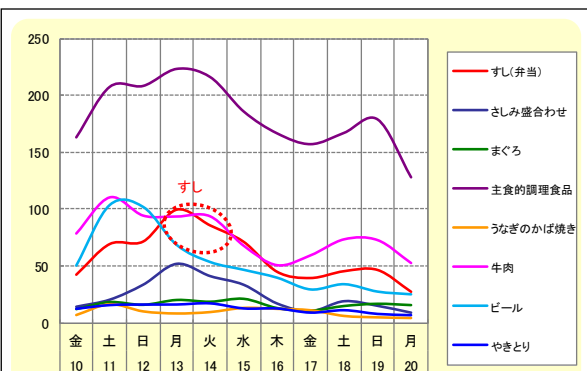
秋のはしりの「旬」動向は？



「果物などの青果物はお盆をきっかけに、秋刀魚はお盆後から消費が増えていく」

9月に主力となる「梨」や「ぶどう」などの果物は、お盆の御供えで消費に弾みがつくようです。お盆帰省Uターン後には秋刀魚が伸長してきます。（2018年は17日から）またお盆後には初秋の旬食材の梨やぶどうが実需要で伸長してきます。残暑が厳しい中、初秋の味覚がプロモーションの切り口となります。

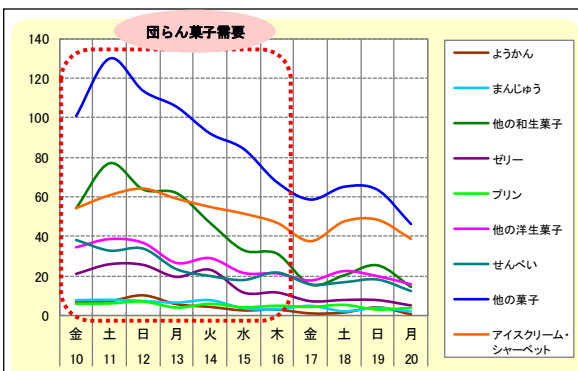
お盆のごちそう消費動向・傾向は？



「今年は15日が木曜、3連休の週末が団らんピークか？」

お盆が週末に重なる年のハレピークは山型になりますが、山の日の祝日でお盆休みが大変化、前倒し化して山型が定着してきました。昨年は11日が土曜日で土日の2連休が団楽のピークとなり、お盆の15日には帰省Uターンのピークになりました。この後もこの傾向が続くそうです。

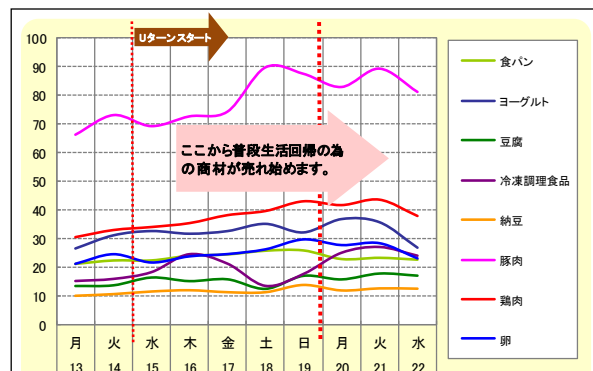
団らんの笑顔の中心には「お菓子」がある。



「菓子の動向でお盆マーケットが判ります」

帰省みやげとしての商品傾向のある「他の菓子」は帰省ラッシュの11日がピーク。「他の和生菓子」はお盆前後の団らんでの消費が考えられます。また、お菓子類の消費には帰省だけでなく、帰省Uターンでのふるさとギフトのニーズがありますので要注意です。（15日・16日の消費）

盆明けの普段性の食品の消費は？



「帰省Uターン以降、普段性食材が伸長」

2018年は帰省Uターンのピークは15日となりました。Uターン後は普段性食材（いわゆる冷蔵庫補充需要）の消費が伸長しました。今年は15日が木曜日のため、Uターンラッシュは15日に集中する事が予測できます。ですので普段性食材もそこから伸長し始めると思われます。