

Marketer's Bar 

*a gathering place of marketers & marketing service*

# 7月の ヨミトル工房

やっぱり「火」は使いたくない

見えてきたワードは「夏ごはん、暑さとの知恵比べ」

## 夏ごはん、暑さとの知恵比べ

### 事実

- ・CVSでの夏商品の発売は年々早まり、今年は冷やしラーメンは4月前半から
- ・暑さが本格化する7月は、食料品への支出金額が高い
- ・7月は買い物に行く頻度も高く、小売業にとってはチャンスOfMonth
- ・スーパーで7月に売れているのは「惣菜」と「一般食品」

### 仮説

- ・暑くなるほど乾麺、弁当、揚げ物などへの支出が更に増える
- ・料理したくない主婦にとって乾麺は強力な味方、特に素麺は優等生
- ・調理の面倒くささ、食材の腐りやすさ等、夏の献立は主婦の悩み
- ・総菜、一般食品は夏が増売チャンス、まだまだ提案余地が沢山ある

#### 提案方法

手をかけない簡単調理と保存

#### 注目商材

乾麺・揚げ物

#### 宣伝・販促

火を使わないレシピの発信

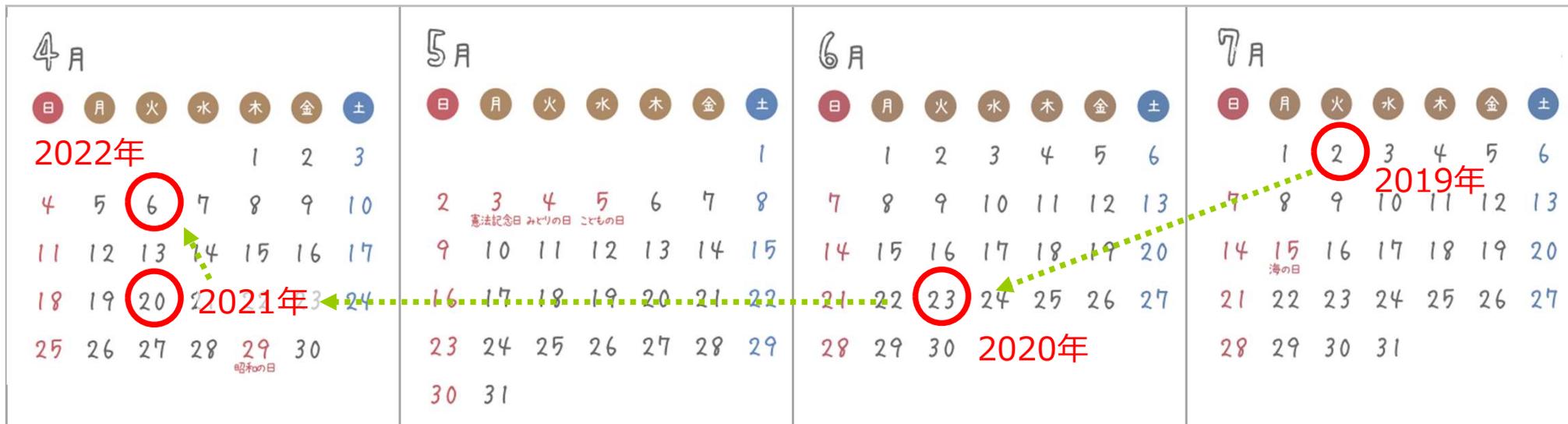
マーケティング支援集団フューチャー：フォーラムと  
(株) マーケターズバーがコラボして発信する「ヨミトル  
工房」の4回目レポートです。従来のカレンダーに沿った  
ビジネスモデルは様変わり、まさに季節軸から気温軸へ  
転換しつつあります。夏に対する早目の仕掛けづくりが  
重要な勝負どころです。



**小暮 豊**  
大手スーパーや  
CVSで商品部の  
責任者など歴任。  
現在NPO理事、  
メーカー顧問等

季節軸から気温軸へ：4月からビジネスの夏

❖大手コンビニエンスストア 冷やしラーメン発売日変遷 2019年～2022年



❖東京の気温推移 2021年1月～12月

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
平均気温	5.4	8.5	12.8	15.1	19.6	22.7	25.9	27.4	22.3	18.2	13.7	7.9
最高気温	18.7	21.9	23.4	26.2	28.9	31.4	34.7	36.8	31.7	30.1	22.1	20.3

温暖化による気温の高まりを受け、夏を意識した商品の発売日は年々早まっている

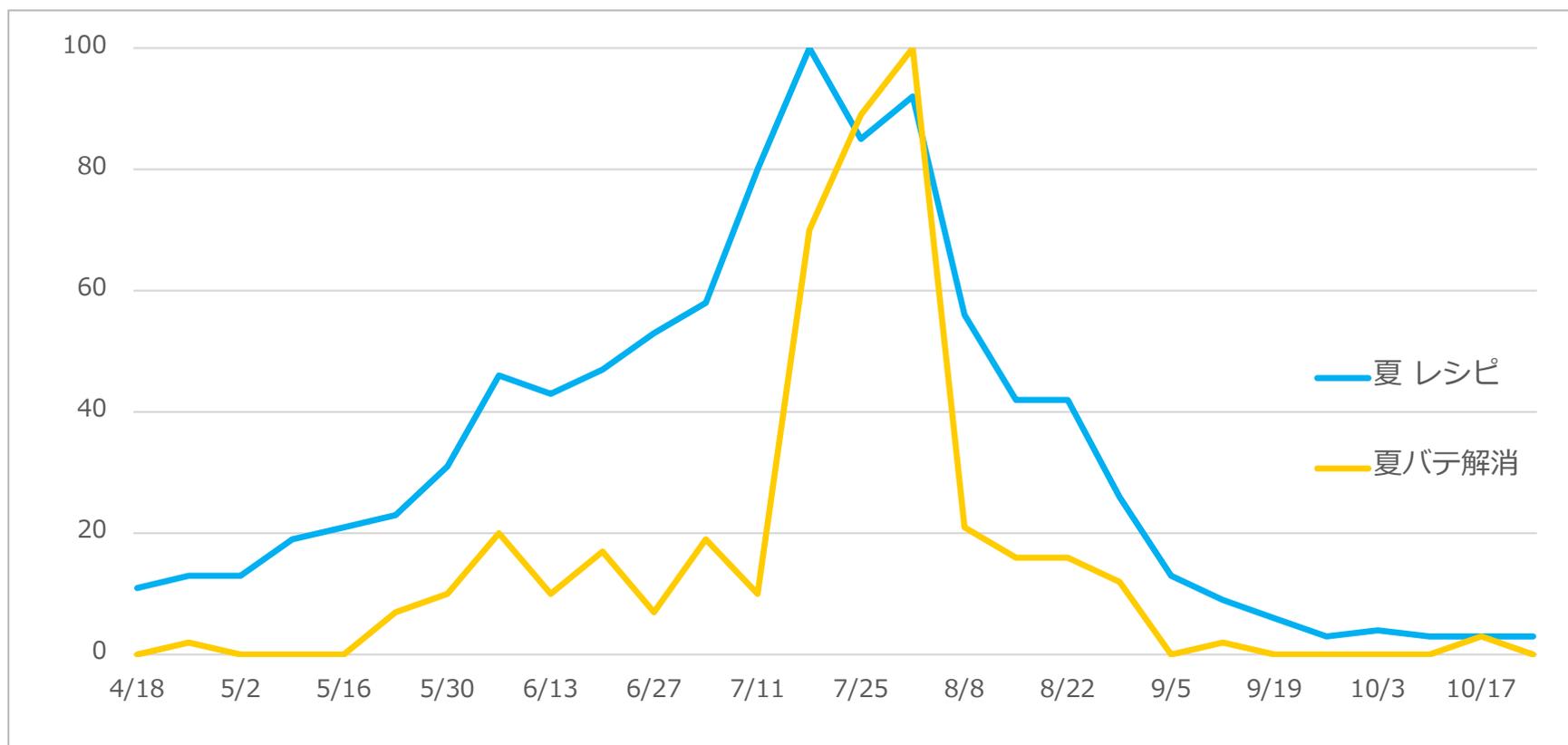
近年東京では、夏を意識した商品が4月に発売されていて、最高気温20度が夏商品投入のボーダーになっていると考えられる

▶「ビジネスの夏」は、4月にスタート

データ出典：  
国土交通省気象庁HP  
「過去の気象データ」をもとに作成

一方で、夏気分は7月に本格スタート

◆Googleトレンド検索数「夏レシピ」「夏バテ解消」



夏を意識した検索が急上昇するのは、7月に入ってから  
▶「気持ちの夏」は6月中旬から始まり、7月に本格スタート

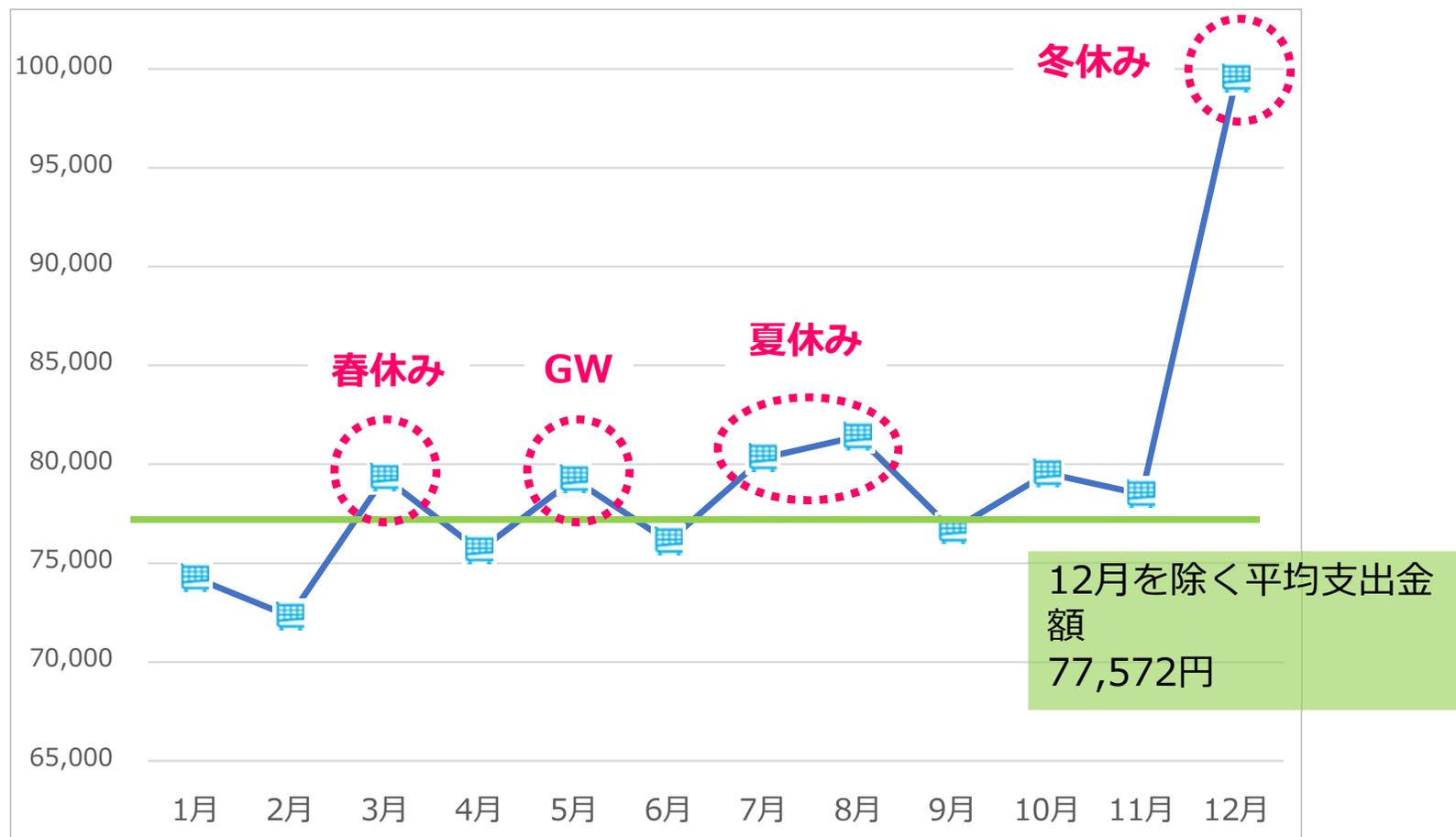
梅雨が明けた頃から、夏バテに関する検索が一気に増える  
▶「体の夏」は、7月最終週からスタート

データ出典：Googleトレンド

## 7月は食品への支出が好調

### ◆食料への支出金額推移

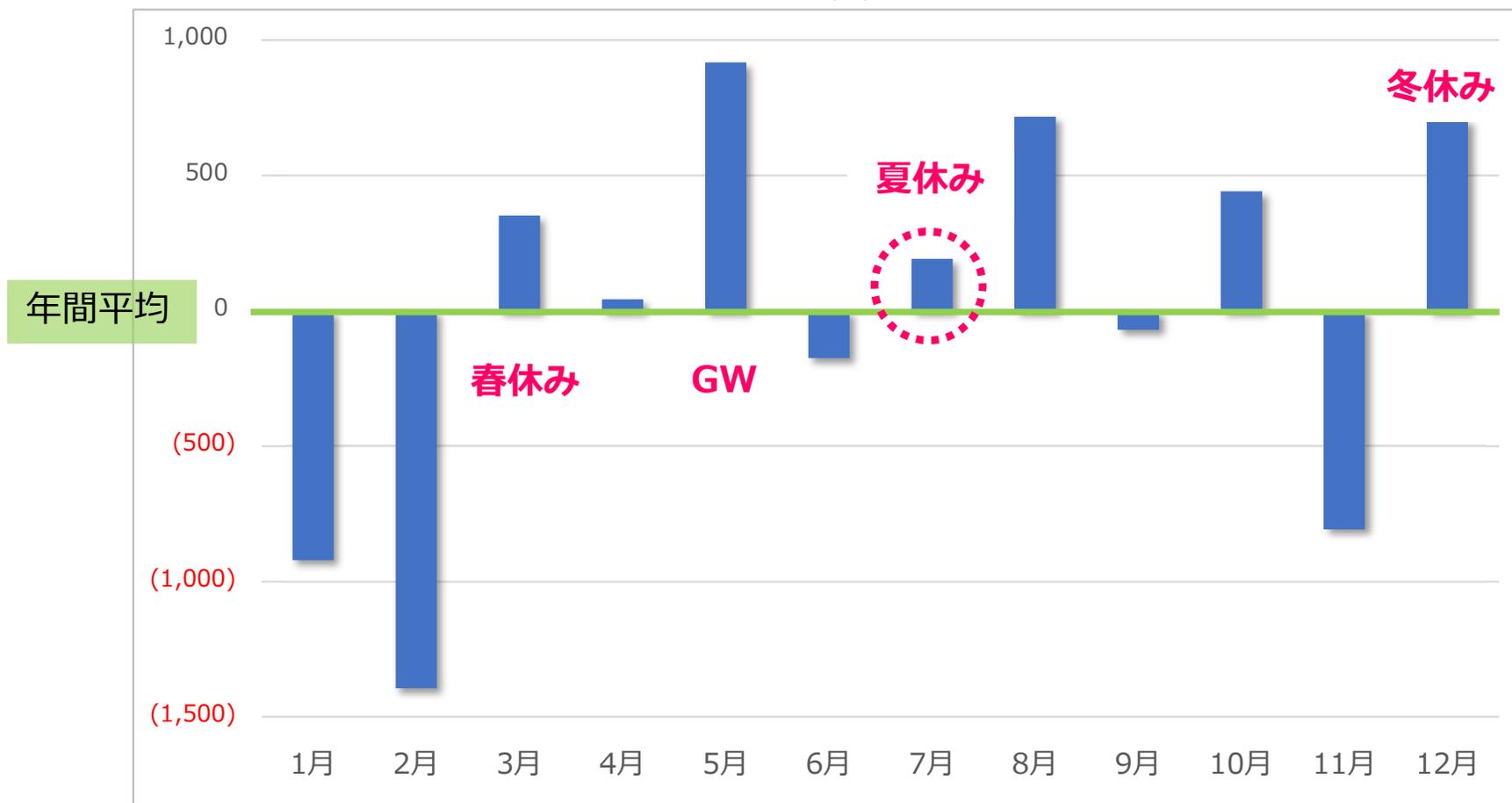
2021年1月～2021年12月 単位：円



夏に向けた気持ちの高まりと比例するように、食料品への支出も伸長し7月8月は年末について高い支出金額になっている  
夏バテ対策で食への関心が高まっていると考えられる

## 7月は買い物頻度も高め

❖食料の購入頻度（100世帯当たりの回数） 年間平均との比較  
2021年1月～2021年12月 単位：回数

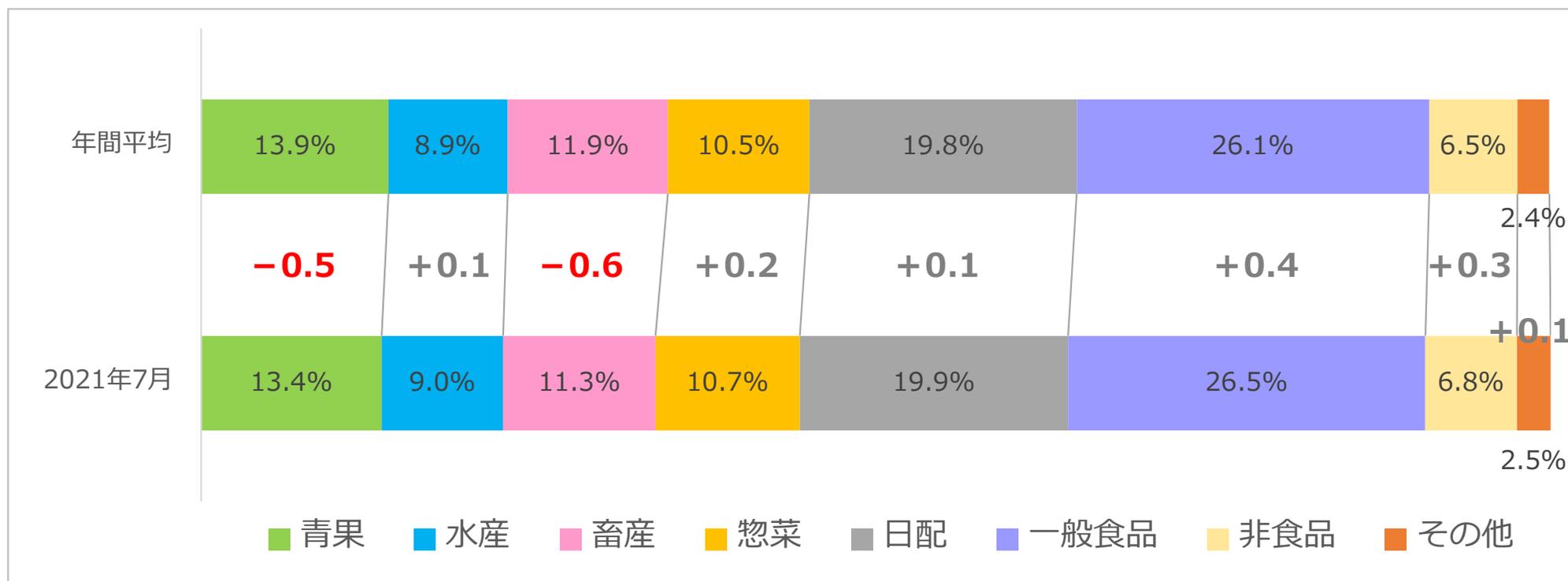


暑いにもかかわらず、7月の食品購入頻度は年間平均より高い  
夏休みのため家でお昼ご飯を作ること、食品が腐りやすく買いだめできないことが要因  
7月は集客のチャンス！

## 7月に売れるものは？

❖スーパーマーケット販売統計調査  
カテゴリーごとの販売構成比  
直近1年間平均と2021年7月の比較  
2021年3月～2022年2月 集計企業270社

データ出典：  
統計・データでみる  
スーパーマーケット  
(<http://www.j-sosm.jp/news/202107.html>)  
他を加工して作成)



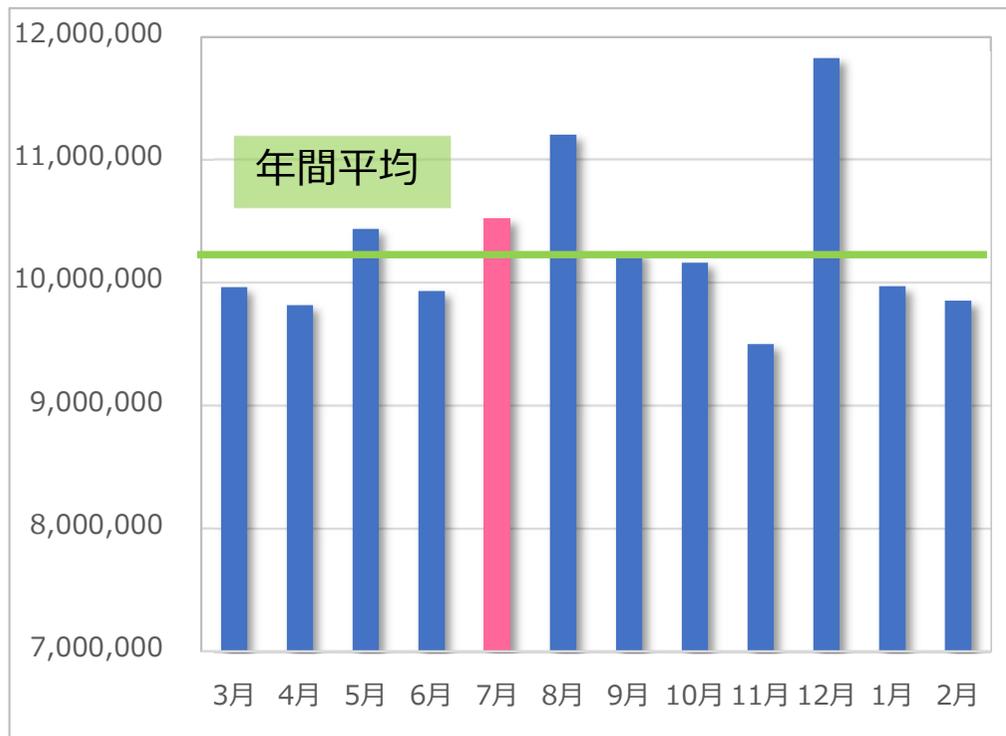
惣菜：惣菜、折詰料理、揚物、弁当、おにぎり、寿司、インスタアベーカーリー、ファーストフード  
日配：豆腐、こんにゃく、納豆、練製品、佃煮、漬物、パン、卵、乳製品、生菓子、冷凍食品、アイスクリーム  
一般食品：調味料、瓶缶詰、乾物、米、小麦粉、乾麺、嗜好品、菓子、酒類

年間平均と比較して、7月は生鮮（青果と畜産）の構成比が低く、「惣菜」や「一般食品」が高い  
日用雑貨や衣料品を含む「非食品」も構成比を伸ばしている

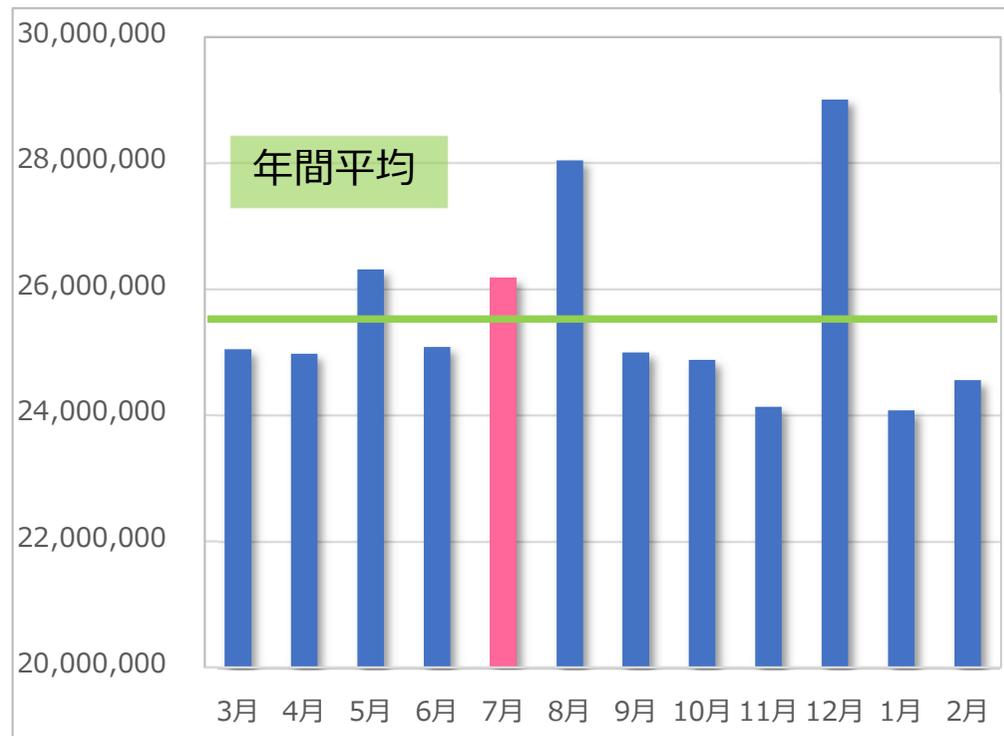
7月は「惣菜」「一般食品」の支出が高い

❖ スーパーマーケット販売統計調査  
カテゴリーごとの売上高（全店ベース）  
2021年3月～2022年2月 集計企業270社 単位：円

惣菜



一般食品

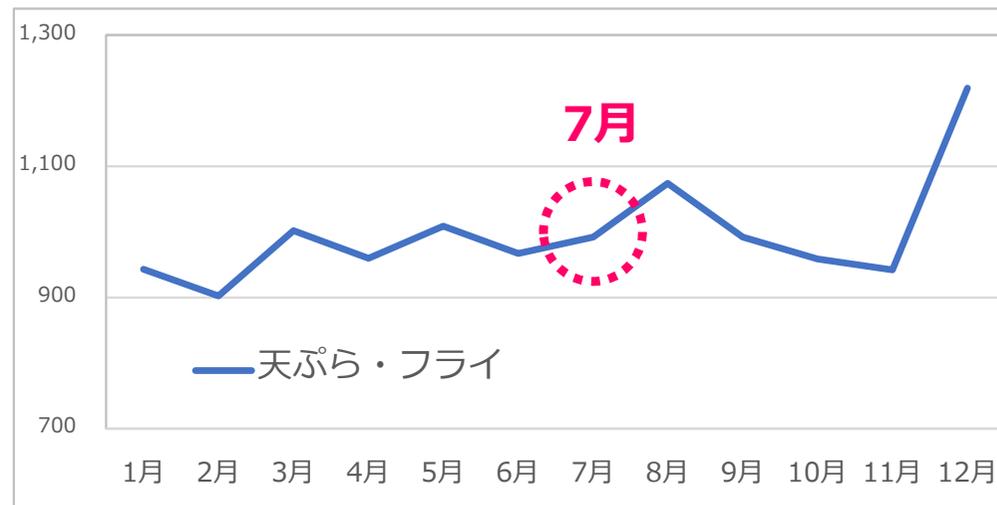
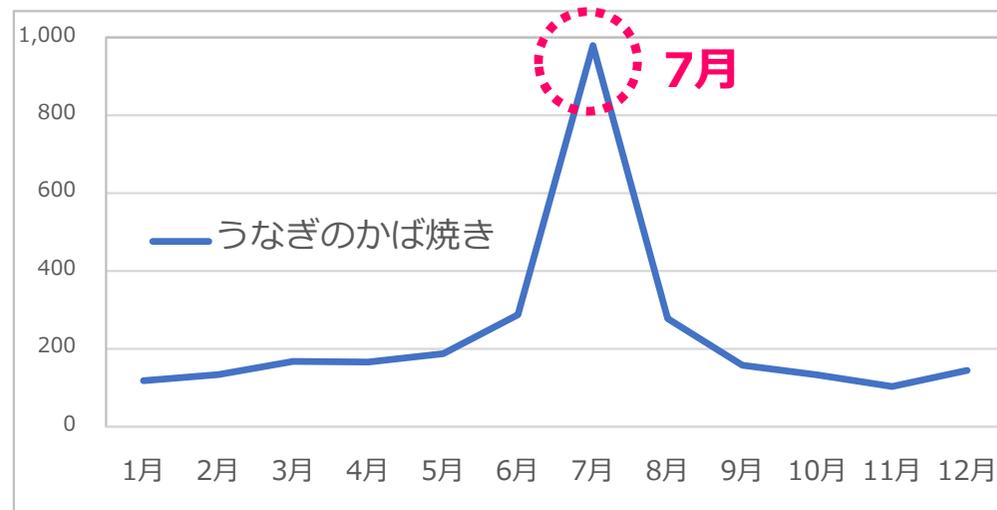
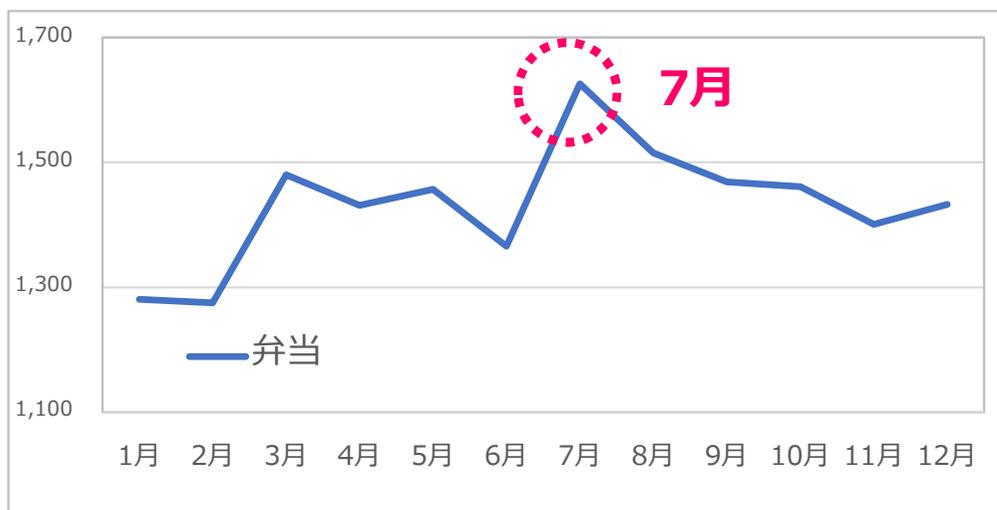


【類似点】

- ・12月が最も販売金額が高く、ついで8月。その次に5月と7月が続く。
- ・寒い時期（12月を除く）には販売が落ち込む。食べるまでに手が掛からない商品群という点も共通。

「惣菜」を牽引するモノは？

❖食料への支出金額推移 惣菜編  
2021年1月～2021年12月 単位：円



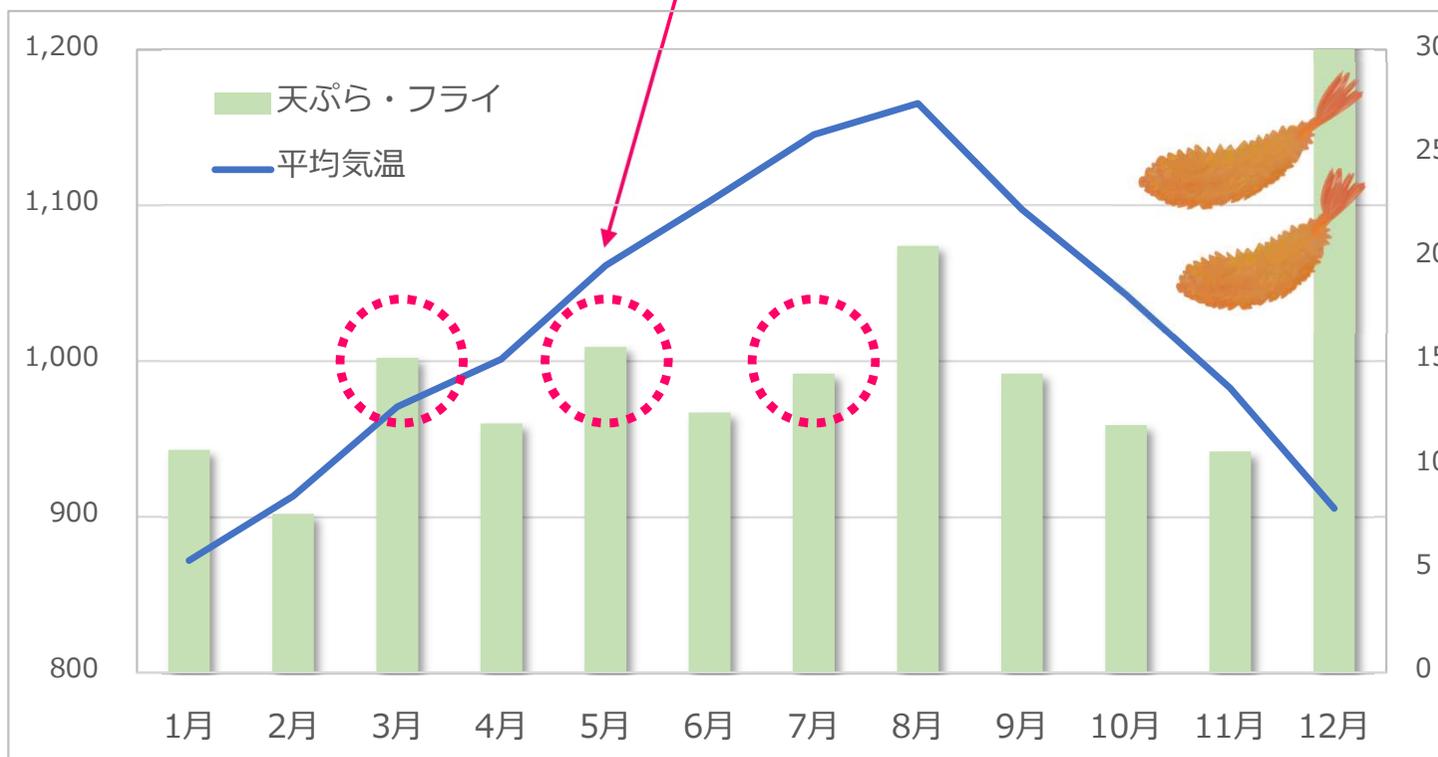
主食系「惣菜」は、米もパンも総じて夏場に好調  
おかず系「惣菜」は、うなぎと天ぷら・フライが2トップ  
ぎょうざ・やきとり・ハンバーグといったおかずは、  
天ぷら・フライほどは伸長せず

## 「惣菜」：夏バテには揚げ物、でも調理は無理

### ❖東京の平均気温と「天ぷら・フライ」購買金額推移

2021年1月～2021年12月 単位：円

前月からの気温差が大きい月にも販売のヤマあり  
実際の気温に加えて、体感気温も購買に影響すると考えられる



揚げ物は夏に最も購買されており（12月を除く）、暑い夏は家で揚げ物をしたくない気持ちの表れと考えられる

大手コンビニ各社も、7月は揚げ物商品をリニューアルしたり、1個増量セールを行ったりと揚げ物販売に力を入れている

## 「惣菜」：弁当と気温にも相関関係

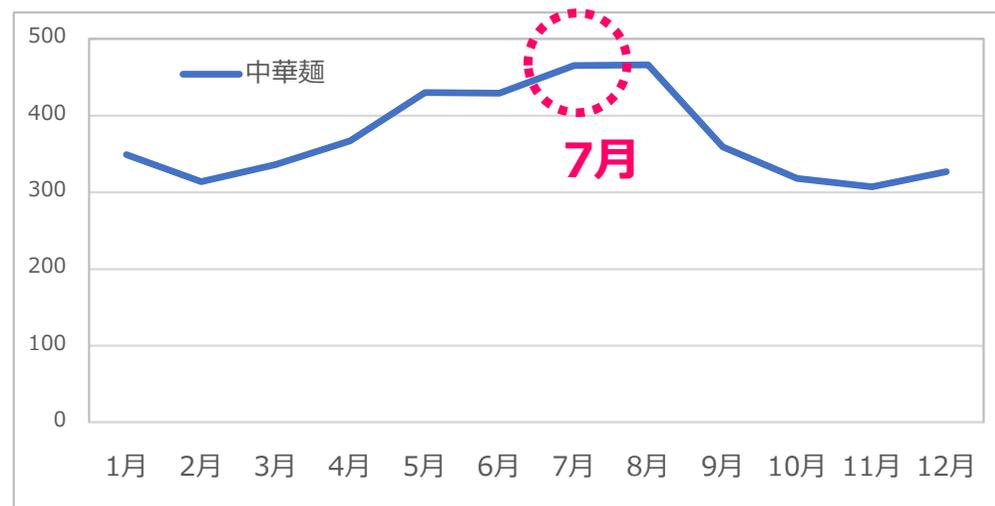
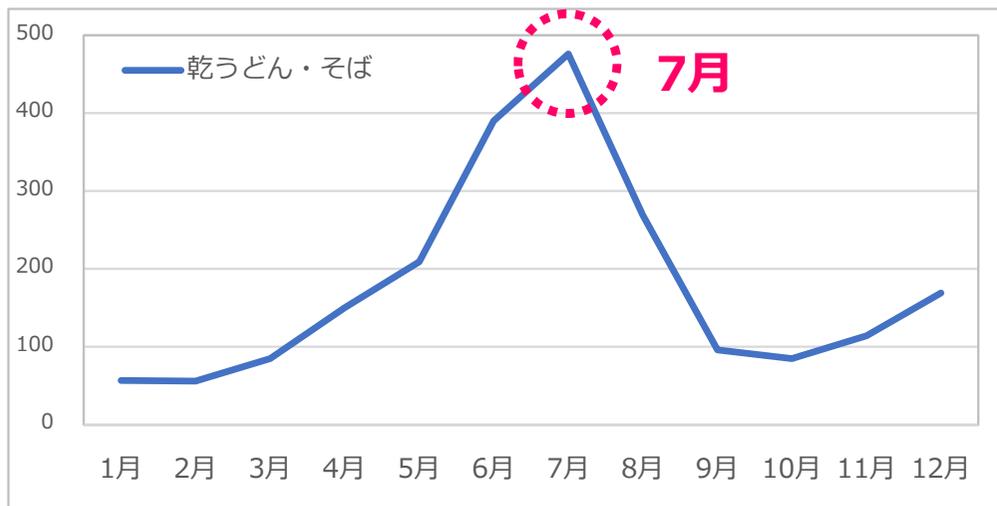
❖ 「惣菜」：弁当と気温にも相関関係



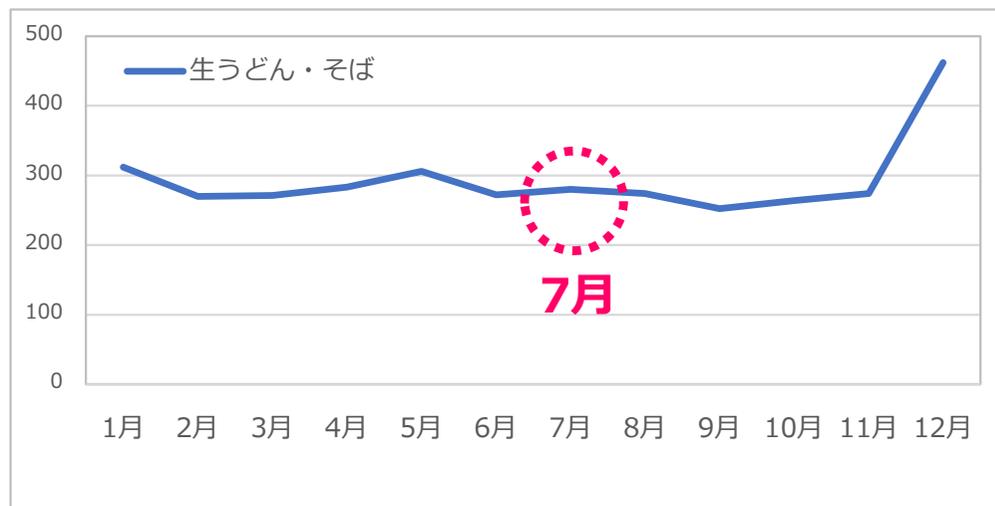
お弁当も揚げ物と同様に3月・5月、そして7月に販売が大きく伸びている  
暑くて調理したくない時、お弁当は強い味方

「一般食品」を牽引するモノは？

❖食料への支出金額推移 一般食品編  
2021年1月～2021年12月 単位：円



「乾うどん・そば」は、冷麦・そうめんを含む  
 「生うどん・そば」は冷凍・半生を含む  
 「中華麺」は、生中華そば・揚げ中華そば・冷凍中華そば・  
 冷麺・沖縄そばを含む

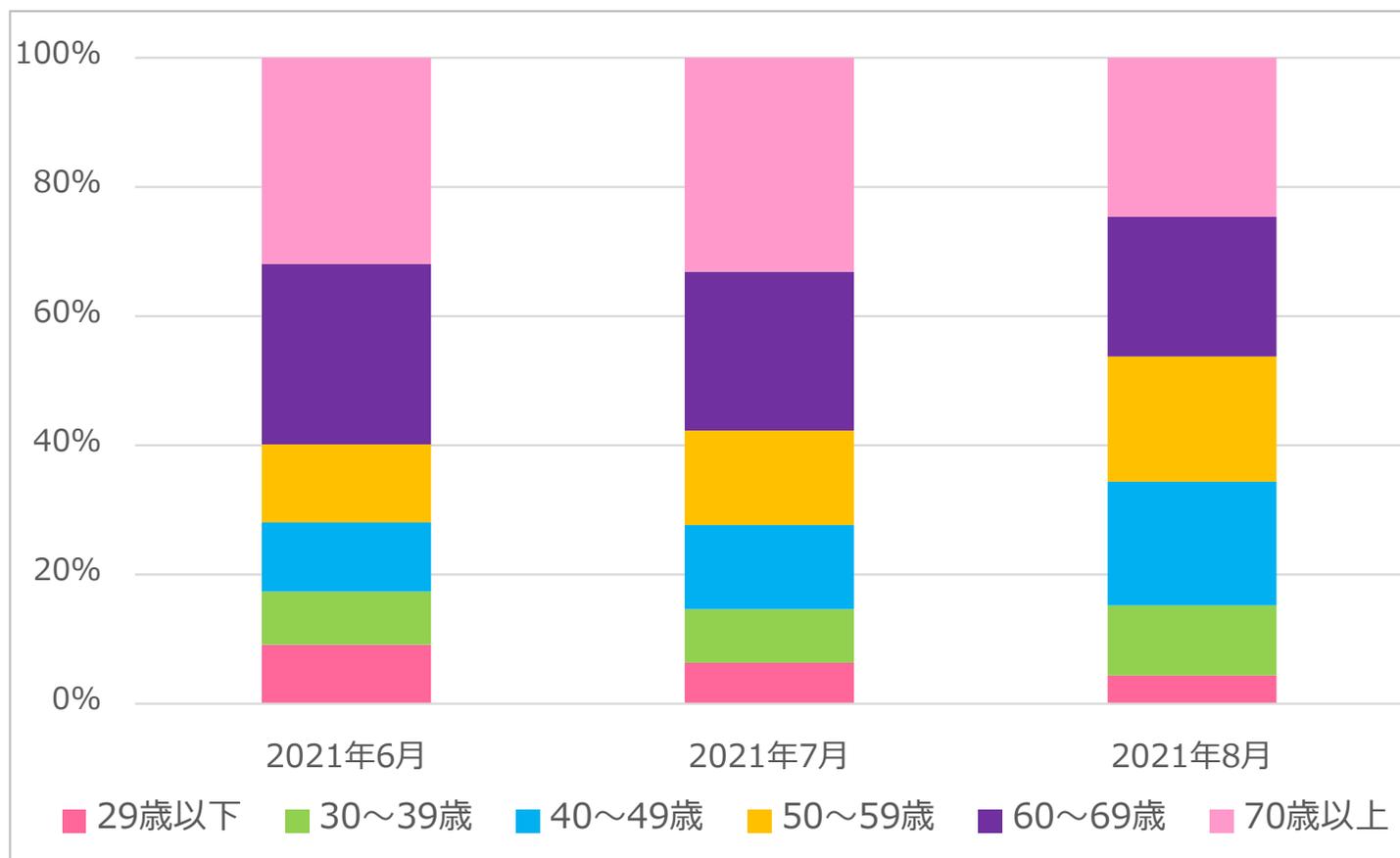


「乾うどん・そば」が大きく販売を伸ばしている「中華麺」は「乾うどん・そば」ほどではないが、夏がトップシーズンになっている

「生うどん・そば」は夏に販売があがっておらず、夏場は扱いやすい乾麺が主流になっていると考えられる

## 「乾うどん・そば」を買っているのは誰？

❖ 「乾うどん・そば」への年齢別支出金額推移  
2021年6月～2021年8月 単位：%

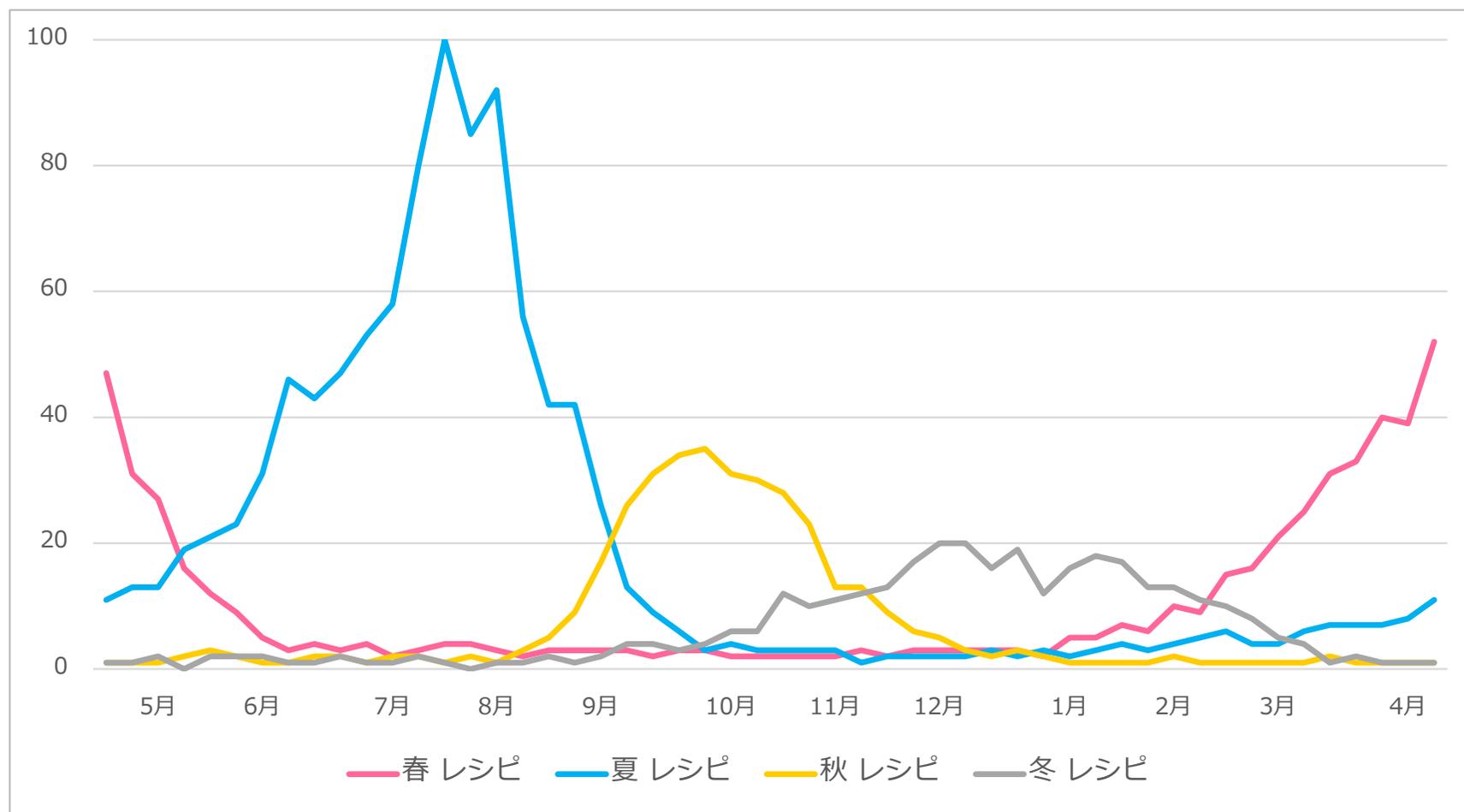


暑くなればなるほど、29歳以下の若い世代の支出が減っていることが特徴的  
夏が進むにつれて、若い世代は麺に飽きてくる可能性大  
メニューのマンネリを解決できれば、さらに需要を伸ばせるのでは  
8月に40代・50代の支出が増えるのは、夏休みのお昼ご飯需要と考えられる

## 「夏のレシピ」には特別な関心

❖Googleトレンド検索数  
「春レシピ」「夏レシピ」「秋レシピ」「冬レシピ」  
2021年5月～2022年4月

データ出典：Googleトレンド



季節ごとにレシピが検索されているが、1年間を通じて見てみると圧倒的に「夏レシピ」の検索数が多い

## 「夏レシピ」は他シーズンとは違う

### ❖Googleトレンド

「春レシピ」「夏レシピ」「秋レシピ」「冬レシピ」を  
検索する人があわせて検索しているワード

2021年5月～2022年4月

	同じユーザーが検索しているその他ワード（検索数が多い順）
春レシピ	春キャベツ・春野菜・豚肉・新玉ねぎ
夏レシピ	夏野菜・夏カレー・ <b>簡単</b> ・ <b>夏弁当</b> ・トマト・茄子
秋レシピ	秋野菜・秋ご飯・秋鮭・さつまいも・秋茄子・きのこ
冬レシピ	冬野菜・大根・冬スープ・白菜・豆腐・豚肉・あったか

#### 類似点

- ・どの季節も旬の野菜を使ったレシピが検索されている
- ・「レシピ+素材名」もしくは「レシピ+料理名」といった検索が多い  
例：「春レシピ+春キャベツ」「夏レシピ+夏カレー」

#### 相違点

- ・夏だけ「簡単」「弁当」といったワードも検索されており、夏の食事やお弁当作りは、他の季節にはない苦勞があると思われる

## 火を使わないレシピは夏の常識

### ❖ ゆでないそうめん

2021年7月 お蕎麦屋さんを営むおばあちゃんが投稿した  
「ゆでないそうめん」動画が

10日で190万回を超える再生を記録し、話題に

how to

沸騰した湯に素麺をいれて、再沸騰したら蓋をして火をとめる  
そのまま5分間放置すればできあがり

火を使うのは最初だけなので、部屋が暑くならない

### ❖ 火をつかわないカレー

電子レンジでチンするだけのキーマカレーが、  
レシピHP「クラシル」人気No.1レシピに

how to

みじん切りした材料と調味料をレンジでチンするだけ

### ❖ 他にも

炊飯器で作る肉じゃが

電子ケトルで作るゆで卵

トースターで作るオムレツ など



## 詳細版もご案内できます

### 発行元について

Marketer's Barは、様々な生活者の動向を調査・分析し、業界内外へ提供するマーケティング・リサーチ機関です。調査依頼などのご相談、お問い合わせはお気軽にご連絡ください。

Marketer's Barは、課題にあわせて、マーケティング支援のための設計を行い、それぞれの得意分野を持ったマーケターと協力しながら、リサーチからプロモーションまで一気通貫型のマーケティング支援を行います。

お問い合わせ先：info@marbar.jp  
担当：秋山