



ニュースレター第87号



猛暑の夏に予想外に売れた商品から何を求められているのかを考える

今年の夏は連日の猛暑で飲食店全般が苦しんでいるとニュースにもありました。例年8月は飲食店が閑散期になる月ではありますが今年は異常だという話を私の知人からも聞いています。そんな中で売れたのが先月ご紹介したかき氷。これだけ暑い日が続くとアイスクリームよりも氷菓が売れたようです。氷菓は製造が間に合わず販売を見合わせた会社もありました。また飲料水の売上も大幅に伸びた夏となったようです。総じてこの夏は飲料水と氷しか売れてない気がしていました。そんな中、大手コンビニ3社の夏の売れ筋商品で、面白いデータがラジオのニュースで取り上げていたので今回はご紹介したいと思います。

<ファミリーマート> 梅干し入りおにぎり

ファミリーマートさんは元々カフェフラッペや清涼飲料水のペットボトルを冷凍して販売するのが得意としていました。そんな中でこの梅干し入りおにぎりが前年同月比で30%増の売上でした。梅関連の商品もよく売れたそうです。要因としては「テレビ番組で熱中症対策や塩分補給の重要性を喚起する機会が多かったことが販売増に繋がったと考えている」と広報担当者の人は話しています。



<ローソン> いなり寿司



ローソンさんで販売好調なのが「いなり寿司」でした。特に7月16日の週は前年同期比で約70%増となったそうです。要因としては「さっぱりとした酢飯の風味が支持されたうえ、3個入りだと量が多いというお客様の意見を受け、2個入りの商品を加えたことが効果があった」と見えています。

<セブンイレブン> 蒙古タンメン中本のカップ麺

他社のとは対極的な商品で売れたのがセブンイレブンさんです。前年同月比20%増の売上を伸ばしました。有名店のラーメンをカップ麺で再現した商品は。もともと夏場は「汁あり商品」よりも焼きそばのような「汁なし商品」が伸びる傾向があります。ただ、記録的な猛暑にもかかわらず「汁ある商品」が売れた要因は「不明」だそうです(笑) 広報担当者の人の話では「夏の暑いときに辛いものを食べたいニーズはあるのかもしれない。といいながらもニーズの有無は確認できていない」との事。業



どのコンビニも、外的な力が働くケースや商品の入り数の見直しによるやり方で意外な商品の売上を作ることができたようです。 ※この記事は「THE PAGE」の8月22日のサイトから引用しています。

今年も「くりくりあん」発売します！

1年前にご紹介した「くりくりあん」を今年も9月から発売します。昨年ご紹介したところ5件のお客様にご採用いただき、2か月間で500kg程のご注文を頂けたヒット商品です。栗そのものをあんこに使用しているのでかなり贅沢な仕上がりです。また採用したお店では「今年も栗餡はやりますか？」とお店に問い合わせがあるほどの反響がります。栗の収穫量によって製造する量も限られますので気になる方は是非お問い合わせください。



「くりくりあん」5kg/2 2ケース単位でメーカーから発送 価格は別途ご相談ください

作成者 株式会社豊吉 豊吉正徳
平成30年8月28日作成