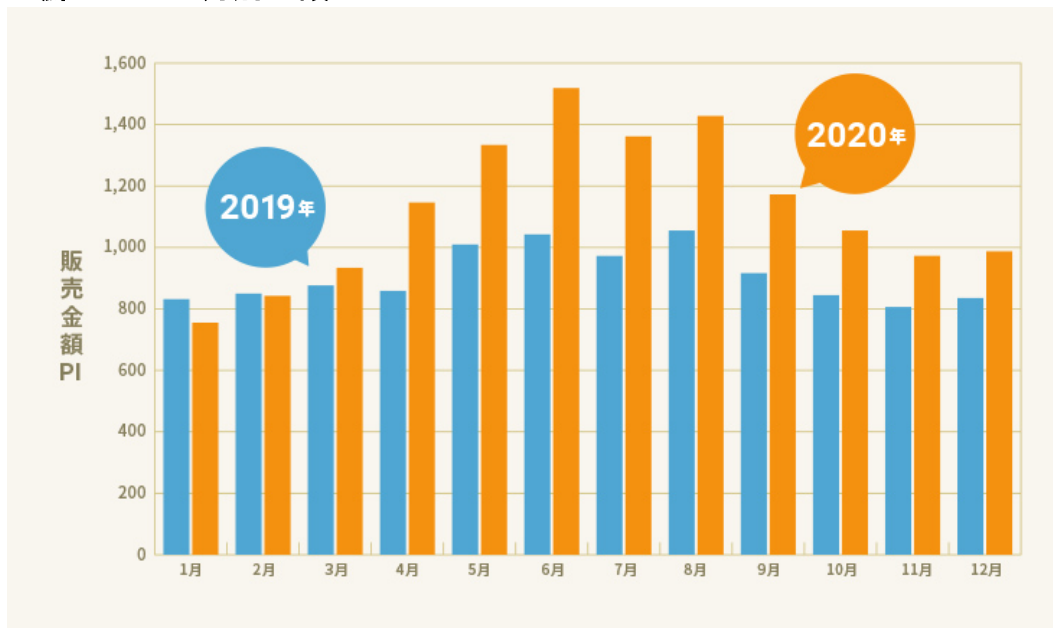


## レモン商品の販売動向

レモンを用いた商品への需要が高まっています。既存商品が好調なだけでなく、新商品も多く発売されており、市場は活況を呈しています。そこで、rsSMデータを用いてレモン商品の販売動向を明らかにしました。尚、今回は関東エリアに限定して分析を行いました。

最初に、生鮮のレモンカテゴリーの2020年における月別金額PIを集計し、2019年同月と比較しました。2月までは前年を下回っていましたが、3月以降前年を上回り、例年需要の高い6月や7月には対前年比140%を超えました。レモン自体のニーズが高まっていることに加えて、コロナ禍で在宅率が高まったことも要因と見られます。

### 生鮮レモンの月別金額PI



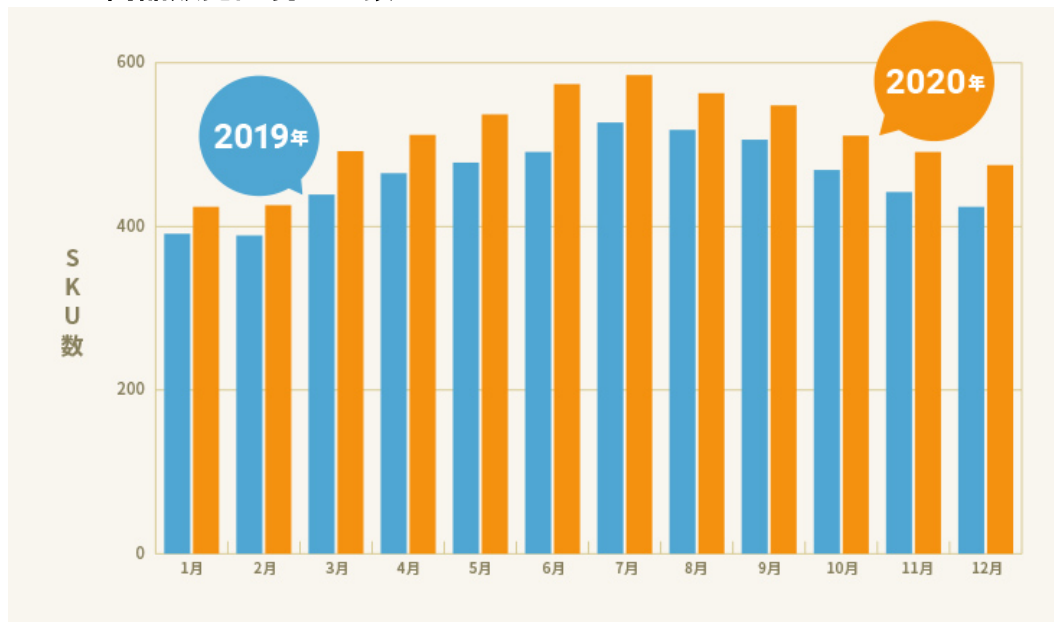
それでは、レモンを用いた食品の動向はどのようになっているのでしょうか。今回は、商品名に「レモン」「檸檬」「れもん」「レモネード」などと表記されている商品を対象にしました。主な商品は下記のとおりです。

## 主なレモン商品

対象商品合計	カテゴリー
味の素レモンバジルチキン6個126g	冷凍惣菜
キューピーレモンドレッシング180ml	ドレッシング
サヴァ缶とレモンバジルのパスタソース65.5g	パスタソース
エバラ黄金の味さわやか檸檬355g	焼肉のたれ
スパイスクッキング塩レモンチキン9.2	洋風加工調味料
フタバサクレレモン200ml	ノベルティアイス
カンロはちみつレモンCのど飴90g	キャンディ
カンロピュレグミレモン56g	グミ
サントリーこだわり酒場のレモンサワー缶500ml	チューハイ・カクテル
サントリーC. C. レモンペット500ml	炭酸飲料
麒麟午後の紅茶レモンティーPET500ml	茶系飲料

最初に、rsSMの対象店舗におけるレモン商品の出現SKU数を集計し、前年同月と比較しました。2020年は前年と比べてどの月もSKU数が増加しており、レモン商品の販売数が増加傾向にあることがわかります。

## レモン商品販売出現SKU数

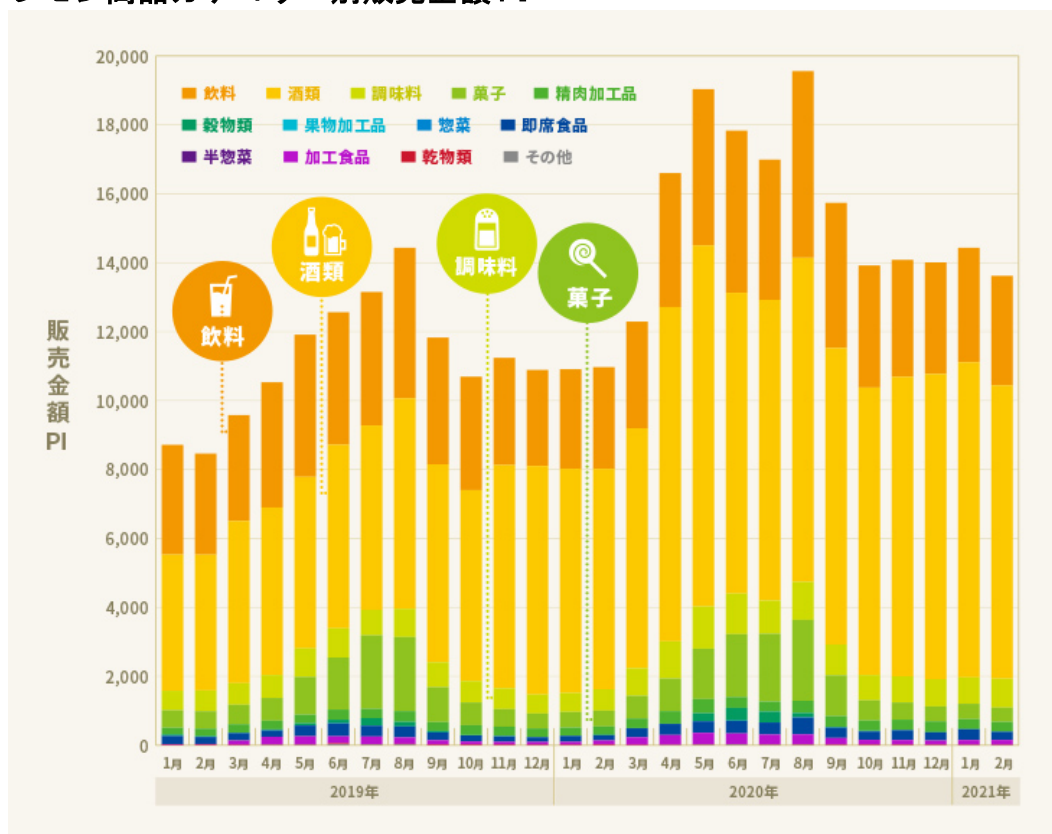


※rsSM 関東エリア内で発売が見られたレモン商品のSKU数を集計

次に、カテゴリー別(i-code 分類 2)の月別販売金額 PI を集計しました。例年夏場に需要が高まりますが、2020 年は 2019 年同月を大きく上回っているのが確認できます。

カテゴリー別では、酒類、飲料の構成比が非常に高いですが、調味料や菓子の構成比も高まりつつあります。

### レモン商品カテゴリー別販売金額 PI



i-code 分類 4 のカテゴリー別金額 PI を集計したのが下記図表です。多くのカテゴリーで前年を大きく上回りました。特に、酒類・飲料ではチューハイ・カクテルが、酒類・飲料以外ではドレッシングの増加幅が大きいです。そこで、この2カテゴリーに関して、もう少し細かく見ていきます。

## カテゴリー別販売金額 PI（1月～12月）

カテゴリー名	2019年	2020年	対前年比
チューハイ・カクテル	5,925.6	8,680.6	146.5%
炭酸飲料	1,187.8	1,195.6	100.7%
茶系飲料	928.7	1,115.0	120.1%
ミネラルウォーター	797.8	971.1	121.7%
リキュール	281.1	606.4	215.7%
ボン酢	400.9	525.9	131.2%
果実飲料	335.4	343.0	102.3%
ノベルティアイス	217.8	293.4	134.7%
ウイナー	216.8	252.5	116.5%
割材	214.9	240.1	111.7%
ドレッシング	153.8	202.9	132.0%
カクテルテイスト飲料	151.0	186.9	123.8%
キャンディ	165.2	164.7	99.7%
冷凍惣菜	102.0	151.9	148.9%
ヨーグルト	78.6	131.0	166.7%

※主なカテゴリーを抜粋

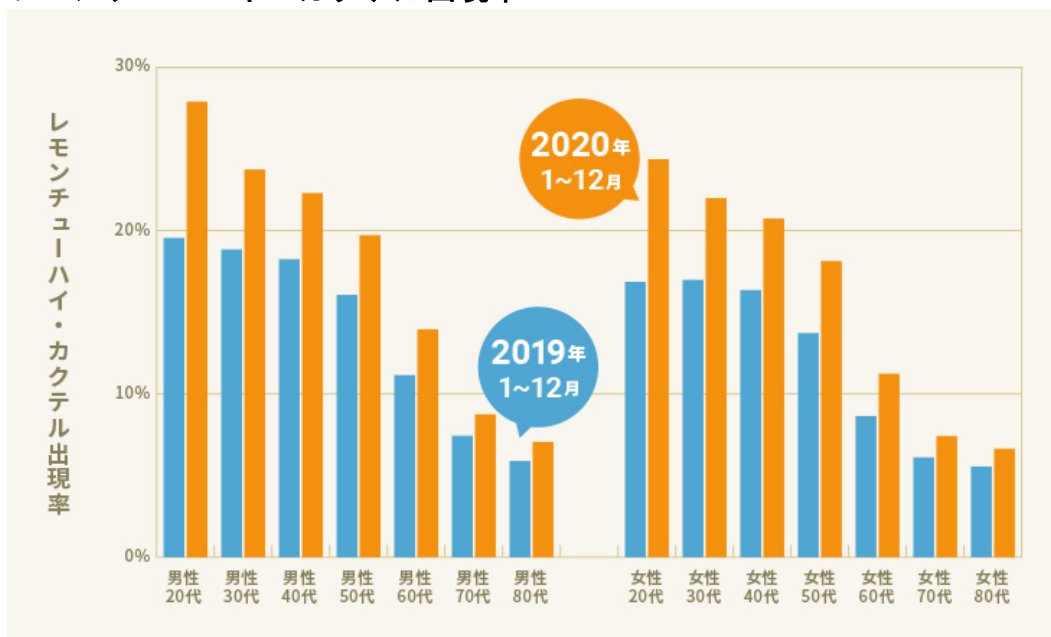
※レモン果汁は「ボン酢」に該当

### ■ レモンチューハイ・カクテルの動向

レモンチューハイ・カクテルの金額 PI は前年比 146.5%でしたが、どの世代からの支持が高かったのでしょうか。性年齢別の出現率（＝期間中来店者のうち、当該カテゴリーを購買した人の割合）を集計し、2019年と比較しました。

すると、元々男女ともに若年層の出現率が高く、さら前年と比較した増加幅でも男女 30 代以下が大きくなりました。若年層の購買がさらに進んだことが、レモンチューハイ・カクテル好調要因と言えそうです。

## レモンチューハイ・カクテル出現率



レモンチューハイ・カクテルの中でも、若年層の点数構成比が相対的に高い商品は下記のとおりです。2019年から2020年にかけての新商品、リニューアル品、季節限定商品などが挙げられ、新規性から若年層の購買が進んだものと見られます。

### 若年層（男女20代・30代）の点数構成比が相対的に高い主な商品

檸檬堂定番レモン350ml
檸檬堂はちみつレモン350ml
サントリーこだわり酒場のレモンサワー缶500ml
サントリーこだわり酒場のレモンサワー缶350ml
麒麟氷結シチリア産レモン缶500ml

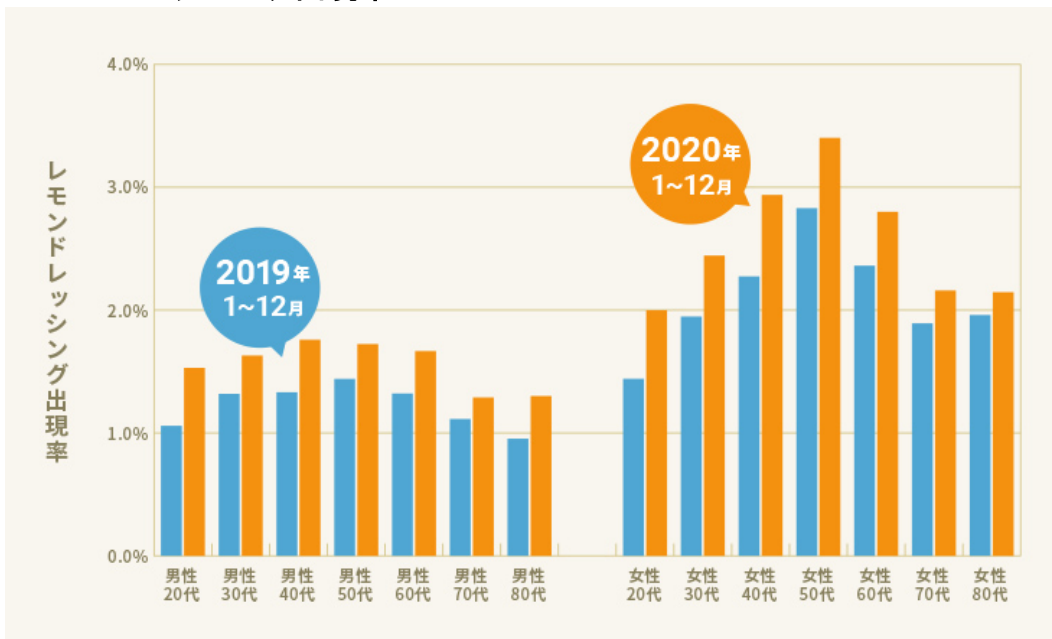
※レモンチューハイ・カクテル内における商品別点数構成比を全会員と30代以下で集計し、30代以下の点数構成比が相対的に高い商品を抜粋

## ■レモンドレッシングの動向

レモンドレッシングの金額PIは前年比132.0%でしたが、どの世代からの支持が高かったのでしょうか。性年齢別の出現率（＝期間中来店者のうち、当該カテゴリーを購買した人の割合）を集計し、2019年と比較しました。

すると、元々女性40～50代の出現率が高く、さらに2020年の増加幅も同世代が大きいことがわかりました。主要購買者層の購買がさらに進んだことが、レモンドレッシング好調要因と言えそうです。

### レモンドレッシング出現率



レモンドレッシング主要顧客の女性40～50代が同時に購買する生鮮食品はどのようなものでしょうか。併買状況を分析しました（生鮮のみ）。

下記期間では、リーフレタス、レタス、トマト、ミニトマトの他、アボカド、エリンギなどとの併買率が高いです。

また、同時期の和風ドレッシング購買者の同時併買率と比較したところ、アボカドや、エリンギ、舞茸のキノコ類などとの併買率は、相対的にレモンドレッシングの方が高いことがわかりました。また、柑橘やりんごとの併買率も高いです。一方、ベーコン、ロースハムなどの精肉類の併買率は、和風ドレッシングほど高くはないことがわかりました。

## レモンドレッシングバスケット併買分析（21年1月：関東女性40～50代）

	全体	レモンドレッシング		和風ドレッシング
	単独購買率	信頼度(同時併買)	リフト値	信頼度(同時併買)
リーフレタス	2.3%	6.7%	2.95	5.5%
レタス	3.0%	8.6%	2.87	10.1%
かいわれ	2.8%	7.5%	2.63	7.2%
ミニトマト	4.7%	10.9%	2.33	10.6%
トマト	3.6%	8.0%	2.22	7.9%
レンコン	1.4%	3.0%	2.18	2.8%
アボカド	2.2%	4.7%	2.17	4.0%
明太子	1.5%	3.0%	2.07	2.6%
柑橘	1.7%	3.5%	2.03	3.1%
エリンギ	2.9%	5.8%	2.01	4.1%
なす	2.8%	5.5%	1.95	4.5%
キュウリ	6.1%	11.8%	1.92	13.6%
りんご	2.9%	5.4%	1.90	5.7%
じゃが芋	5.9%	11.2%	1.88	10.6%
しらす・ちりめん	2.5%	4.7%	1.86	4.9%
舞茸	4.3%	8.1%	1.86	7.1%
⋮				
ベーコン	3.9%	6.9%	1.79	8.6%
ロースハム	3.4%	6.0%	1.79	7.3%

※同時併買率 3.0%以上かつリフト値の高い生鮮カテゴリーを抜粋

2021年以降も、レモン商品はSKU数や販売金額PIは前年を上回っています。また、飲料や調味料だけではなく、ヨーグルト、冷凍惣菜といったカテゴリーでも販売が増えていることから、しばらく好調が続くものと見られます。今後はレモン商品間での訴求強化などが期待されます。

- ①今回お伝えした情報は、その完全性、正確性、皆様の目的に対する適合性、第三者の知的財産権を侵害していないことを現在及び将来にわたって保証するものではありません。
- ②今回お伝えした情報の使用に起因して生じる結果について一切の責任を負いません。