

「節分商戦2026」

2026年の節分商戦が終わり、約1か月が経ちました。皆様からいただきましたアンケートが揃い、まとめさせていただきました。

エリアによる天候の影響などはあったものの、昨年と比較し全国的に好調の結果となりました。

それでは、トレンドから見ていきましょう。

■トレンド

1. 「ハーフサイズ」と「中巻」へのシフト

近年の形状のトレンドは、従来の「太巻1本」から、食べやすく、切ってシェアする必要のないハーフサイズへの移行です。ある事例では、1本とハーフの点数比率が前年の「65：35」から「53：47」へと急増しており、都内ではその比率はさらに顕著に表れています。ハーフ単品の販売数量構成比が前年3.3%から11.7%へ拡大したケースも見られました。

また、「中巻」の拡大も目を見張ります。食べやすさや、お子様向けの商品として需要が拡大しています。買いやすい価格帯であることも追い風となり、中巻の構成比が大きく伸びています。

2. 「セット商品」と「少量多品種」の需要増

「一度に色々な味を楽しみたい」というニーズから、アソート商品が好調でした。ハーフセットや1/4カットセットなど、少量多品種の組み合わせから完売していく傾向にあったようです。中巻やセット商品の売上構成比が初めて50%を超えた例や、前年比105%と好調に推移した例が報告されています。また、セットのバリエーションを増やして展開する動きも見られました。

3. インフレ・物価高への対応と「値頃感」

原料高騰が続く中、消費者の価格に対する意識は非常にシビアになっています。高単価な巻き寿司は振るわない傾向にあり、単純な値上げが厳しい中、低価格を維持した企業や、「中巻」などの買いやすい価格帯を強化した企業が好調でした。また、高単価な海鮮巻きなどには見劣りするものの、“バラエティー”や“洋風”など、利用客が納得して購入できる価格設定や規格商品が重要視されたようです。

4. カテゴリー別の売れ筋動向

「肉系・バラエティ巻の好調」：ヒレカツ、ローストビーフ、牛肉キンパなどの肉系メニューが支持されました。

「常温商品の多様化」：アジアン、和牛、カツなど、要冷商品よりも多様なラインナップで常温商品のニーズが高まりました。

「華やかな見た目」：海鮮具材を贅沢にトッピングしたカット済みの太巻や、女性向けの「キラキラ巻」など、視覚的な訴求力のある商品も提案。

「定番の根強い人気」：新しい試みが進む一方で、ベーシックな「和風太巻」が早期に品切れるなど、定番品への需要も依然として高いといえます。

■成功点・課題点、今後の展開

【成功点】戦略的なサイズ展開と生産性の向上
多くの店舗で、顧客ニーズに合わせた商品設計と効率的なオペレーションが成果に繋がっています。

①「ハーフ・セット・中巻」へのシフト成功
ハーフセットや中巻へのシフトが進んでおり、構成比も高まっています。また、1/4カットなどの少量多品種セット提案が奏功した企業もありました。その他、「青森サーモン」のようにメイン具材を明確にした分かりやすい商品にも支持があったようです。

②予約販売とオンライン化の進展
予約販売を実施する企業では、結果がまちまちでした。近年、当日の店売りに注力し、予約販売はするが、強化はしない企業もあります。また、ネットスーパー売上がプラスオンとなっている企業もあり、今後、拡大が予測されます。

③オペレーションの効率化とロス削減
オペレーション面では、本部・店舗間協力や自社センター・アウトパックの活用により、以前のような慢性的な人手不足には陥っておらず、店舗の生産性は改善傾向にあります。
天候や販売ペースに合わせた「製造コントロール」の徹底により、廃棄ロスを最小限に抑えつつ完売させた

※続きは正規版にお申し込みください。

「サミットストア王子店 節分商戦 2026」



2026年の節分は2月3日の火曜日でした。昨年の節分は日曜日となり、関東エリアでは小雨が降る中気温は低く、計画を大きく下回る企業が多くありました。今年は一転、多くのエリアで天候にも恵まれ、大きく伸ばした企業が多くありました。その様な中、サミットの旗艦店舗「サミット王子店」での節分取材を実施しました。同店星野圭司店長に節分当日の状況を伺いました。取材日時：2月3日 15:00～16:00。
——午前中の状況はいかがでしたか。

星野 今年とは昨年と比べ、午前中からお客様の来店数も多く、恵方巻売上が通常売上にプラスオンして推移しました。

——今年の売れ筋はどのような商品ですか。

星野 圧倒的にハーフや中巻、セット商品への支持が高かったです。近年は同様のトレンドで推移してきましたが、今年は圧倒的にハーフ・中巻・セット商品でした。太巻き1本物は価格的にも高価で、手に取るお客様は少なかったです。

ハーフ・中巻・セット商品の中でも、「5色開運中巻セット」(1,280円)や「3色開運恵方巻セット」(1,080円)を選ばれるお客様が多かったです。家庭の食卓シーンをイメージした時に、量的にも価格的にもご納得いただける内容だったことで支持をいただけたと考えています。

「5色開運中巻セット (1パック 1,280円)」

「3色開運恵方巻セット」(1,080円)

「活き穴子とふっくら玉子の上和風巻」(ハーフ 598円)

「旨み味わう柔らかヒレかつ巻」(ハーフ 498円)

セット商品以外でも、今年は「旨み味わう柔らかヒレかつ巻」(ハーフ 498円)をはじめとした常温商品への支持が高く、海鮮商品ともう一品という形で選ばれるお客様が多かったです。

各種原料の高騰や米不足をはじめとした要因から、恵方巻価格の上昇によるお客様の迷いも多くあると思います。その様な中で、セット商品や常温商品への支持は一つの解でもあると言えます。来年の状況はまだ見えませんが、大きなトレンドの変化が無いのであれば、セット商品へのニーズはさらに高まりそうです。

——作業人員は足りていますか。

星野 今年とは平日であることや各部門の協力もあり、労働力不足ということはありませんでした。一部の従業員にだけ過度の負担が掛からないように配慮し、効率よく製造できました。

——関連商品は提案しましたか。

星野 恵方巻製造に人員を集中させていることもあり、全体的には関連商品提供は減少傾向にあり、課題でもあります。鮮魚売場では「真いわしめざし焼」や手巻き寿司セット、刺身セットを用意し、年々伸ばしています。家庭で作る楽しさとお得感から支持が高まっていると考えられます。

Food Navigation 年間利用会員様 募集のご案内

惣菜



惣菜売場でポイントが弁当。弁当額は平
台で展開され、弁当の盛り付けに特に力
を入れているという。百貨店の商品の盛り付け
を目指し、ボリュームを出しつつ、豪華に見得
るように、品
目や色合いな
ども工夫され
ている。

米飯



「赤魚の格闘弁当」
「季節の彩りはつき弁当」
「季節の味覚御膳」

アツフライ



「厚切り具弁当」
「温惣菜」

「鮮度感」のある情報を...

ヨークベニマル矢野店オープン当日、開
ヨークベニマルの大高善興社長（代表取
締役社長 兼 COO、セブン&アイ HLD. 取締役）
は震災後1年の東北エリア、自社について次
のようにコメントした。

■3.11以降の変化
東北エリアを見ていると、3.11大震災以降の購買
行動が変わってきたように見える。一つは高齢化、年
金、社会保障に関する不安から、1円でも安くという
節約志向にある。もう一方では、同じ買い物をするの
であれば、商品を吟味して安全・安心など、価値のある
ものを買うというニーズが一段と高まっており、大
きく二極化してきたといえる。どっちつかずの商品や
サービスは消え行く傾向にあるようだ。自分達のター
ゲットとコンセプトを明確にし、お客様を創造してい

も豊富なセブンイレブンのマネジメント力などを
もっと学ぶべきであると思っている。

■セブンプレミアム商品について
セブンプレミアム商品の開発には、明確な目標や
志、コンセプトが必要。これからはカテゴリー毎に
「コア」商品を作らなくては生き残れない。セブン
プレミアムシリーズに関してはリピーターが増えて
おり、特にゴールドシリーズに関しては、月を追う
ごとに増えている。価格は安くはないが支持は高い。
大事なのはベーシックな商品でリピーターをしま
り作っていくこと。珍しいものを作るより、基本
の商品で多くの支持を集めていくことが大切。

■SMにとつてのPB
我々の販売の最大のプライベートブランドは野菜
であり、鮮魚であり、精肉であり、デリカテッセン
である。そこにデパートや加食、セブンプレミアム
セブンプレミアム商品の開発には、明確な目標や志、
コンセプトが必要。これからはカテゴリー毎に「コ
ア」商品を作らなくては生き残れない。セブンプレ
ミアムシリーズに関してはリピーターが増えてお
り、特にゴールドシリーズに関しては、月を追う
ごとに増えている。価格は安くはないが支持は高い。
大事なのはベーシックな商品でリピーターをしま
り作っていくこと。珍しいものを作るより、基本
の商品で多くの支持を集めていくことが大切。
東北エリアを見ていると、3.11大震災以降の購買
行動が変わってきたように見える。一つは高齢化、年
金、社会保障に関する不安から、1円でも安くという
節約志向にある。もう一方では、同じ買い物をするの
であれば、商品を吟味して安全



「ヤオコー川越的場店」オー
ヤオコー進化を象徴 新フラッグシップ店

◀▲上記記事は過去
掲載記事例です。

■『Food Navigation』とは・・・

スーパーマーケットの新店をはじめ、一部コンビニや外食など、惣菜を中心に生鮮部門などもレポートする Web 閲覧媒体
です。特に惣菜においては、各バイヤーのコメントなど、他では取れない鮮度感のある情報を提供しております。

■年間サービス利用料金

年間サービス利用料：90,900円+税（税込 99,990 円）

■ご利用にあたって

- ※当サービス利用申込企業様は当サービス「利用規約」を承諾したものとします。
- ※当サービスでは、会員様が安全にご利用頂けるよう暗号化ファイルおよびユーザー認証提供をしております。
- ※暗号化システムおよび認証システムの確認動作環境としては、OS は Windows10 以降、Web ブラウザーは Microsoft Edge（JavaScript 使用 / Cookie 使用）となっております。
- ※また、当サービスは契約法人内のみでの利用となっており、営業手段としての配布等の利用は固くお断りしております。

《 入 会 申 込 書 》

株式会社フードナビゲーションジャパン 担当：小池 宛

FAX. 048-424-5547 TEL. 048-424-5546
携帯：090-2545-4724
E-mail：info@foodnavigation.com

申込日： 年 月 日（ 年 月より利用開始、 □）

『Food Navigation』 利用規約を承諾し、年間利用に申し込みます。 ← 左空欄に必ずチェックを入れて下さい。

配信 先 情 報	企業名	TEL.	
	住所	FAX.	
	部署名	Email	
	役職		
	姓名	携帯	

※上記と同じであれば 同上で結構です。

請求 先 情 報	住所	TEL.	
	部署名	FAX.	
	役職	Email	
	姓名		