

# 売れてる商品

## サラダクラブ「カット野菜」

06年にRDS・POSの集計対象に加えられて以来、昨年までの7年で6割以上も伸びたカテゴリーがある。生鮮食品に含まれる「農産」だ。といっても、これはスーパーの青果部門全体の傾向



を示しているわけではない。集計対象はJANコード付きのプリパッケージ商品のみ。店舗バックヤードで処理・包装された商品は含まれない。

JANコード付き農産品が伸びている。理由は

## 多彩な品揃えで上位独占

二つ考えられる。第一に食品スーパーのバックヤードが人手不足の壁にぶつかりJAなどで事前に処理・包装する商品比重が高まっていること。第二に高齢化や世帯人数減少を背景にカット野菜市場が広がっていること。

とのわけカット野菜の躍進は目覚ましいものがある。市場規模は昨年までに840億円に拡大した。既に青果仲卸など多数のプレーヤーがこのカテゴリーに進出しているが、実際にはどんな商品が売れ筋になっているのだろうか。そこで1〜4月の農産ランキングからカット野菜のみ抽出したのが別掲の表で、上位10品

全国/14年1月~4月 金額ベース

### カット野菜

RDSスーパー  
単品ランキング

順位	前年同期	商品名	メーカー	前年比
1	1	千切りキャベツ 150g	サラダクラブ	101.1
2	2	ミックスサラダ 100g	サラダクラブ	96.8
3	3	コンビネーションサラダ 140g	富士食品工業	122.0
4	4	10品目のサラダレタス 160g	サラダクラブ	124.6
5	9	ミックスサラダビッグパック 220g	サラダクラブ	141.2
6	6	10品目のサラダ 水菜や大根 160g	サラダクラブ	101.7
7	5	お家でごちそうイタリアン 100g	サラダクラブ	97.1
8	7	カットレタス	サラダクラブ	106.8
9	8	お家でごちそうサラダ和風 100g	サラダクラブ	107.4
10	10	千切りキャベツビッグパック 280g	サラダクラブ	143.7

記事・表中の市場データは流通システム開発センターの業界POS「RDS」を用い、マーチャндаイジング・オンの分析ツール「Piano-POS」で集計・加工した

中9品までがキューピー子会社・サラダクラブの商品で占められている。その多くは複数の野菜をミックスして付加価値と簡便性を高めた商品だ。盛りつけるだけでサラダになるコンセプトはキ

キューピーグループが得意とするレトルトなどの調理済み食品に近い。同社の現行シェアは25〜30%。ドライ食品のノウハウを青果に活用、カテゴリー唯一のNBとして圧倒的な地位を築きつつある。