

次世代販促支援 AI ツール「Shufoo!AI」で紐解く、小売・流通の夏季販促戦略 原材料不足・価格値上げによるスーパーへの影響は？夏の長期化を販促視点で解説

TOPPAN グループの株式会社 ONE COMPATH（ワン・コンパス）は次世代販促支援 AI ツール「Shufoo!AI(シュフーエーアイ)」(※1)を活用し、小売・流通業界の夏の販促戦略を分析しました。分析の結果、気温上昇の影響から9月のチラシテーマが「秋本番」から「秋の準備」へとシフトするなど販促カレンダーのズレが読み取れ、今夏も夏物商品の販売期間は長期化する見通しとなりました。さらに、「土用の丑の日」や「焼肉の日」といった夏イベントのチラシ分析では、商品の卸売価格低下やカレンダーの曜日配列が販促規模の拡大に大きく影響していることが明らかになりました。

(※1) Shufoo!AI に関する情報は[こちら](#)



Shufoo! AI

シュフー エーアイ

次世代販促支援 AI ツール「Shufoo!AI」で紐解く、 小売・流通の夏季販促戦略

原材料不足・値上げの影響

夏の長期化を販促視点で解説

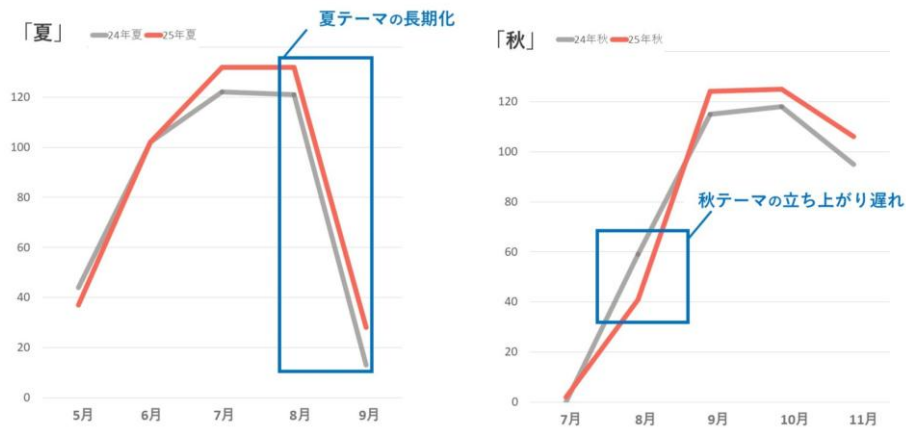


《 Shufoo!AI を活用した販促戦略分析 》

- 進む二季化と夏季の長期化による小売・流通業界への影響
- うなぎの価格推移から読み解く「土用の丑の日」の販促変化
- 「焼肉の日（8/29）」は2年連続の週末合致。曜日配列が影響する販促規模を分析
- コラム：もりや先生の AI データ解説
- ・体感的な夏の長期化で「秋商戦」が後ろ倒しに。今夏も夏物商品の販売期間は伸びる見込み

■進む二季化と夏季の長期化による小売・流通業界への影響

「夏」テーマ・「秋」テーマのチラシ掲載数/掲載企業数推移



近年、地球温暖化に伴う平均気温の上昇により、体感的な夏の長期化とそれに伴う秋の訪れの遅れが顕著となっています。「テーマ分析」では、前年比で「夏」をテーマにした企画の掲載期間が延長傾向にある一方、「秋」テーマの立ち上がりは後ろ倒しとなっていることがわかりました。

今夏も猛暑や残暑の長期化が予想されていることから、チラシの掲載傾向も昨年同様の推移をたどる見込みであり、夏物商品の需要や販売期間の長期化が予測されます。

・気候変動による「二季化」が8月～9月のチラシタイトルに影響

続いて「チラシ分析」で過去3年間（2023年～2025年）の夏季（8月1日～31日）および秋季（9月1日～31日）に配信されたチラシクリエイティブを分析したところ、チラシタイトルに変化が見られました。8月のチラシテーマにおいて、2023年は「新学期」「夏祭」「夏の終わり」、2024年は「夏休みラストスパート」「お盆明け」「納涼祭」といった季節の節目や夏の終盤を感じさせるタイトルが多くを占めていたのに対し、直近の2025年は「夏バテ解消」「残暑」「暑気払い」など、8月後半になっても厳しい暑さが続く日常に対応したキーワードへと変化しています。気候の変動に合わせ、チラシの訴求内容も「季節の先取り」から「目の前の暑さ対策」へと最適化されていることがわかります。

また、9月のチラシテーマにおいても構造的な変化が起きています。

2023年は「秋の〇〇」、2024年は「秋到来」「秋の新発見」「秋の味覚市」など、9月時点で「秋真っ只中」であることを前提とした表現が多数を占めていましたが、2025年は「秋を先取り」「初秋」「秋の準備」など、秋の訪れを待つチラシテーマが増加している傾向にあることがわかりました。

これらのチラシテーマのずれ込みは、体感的な季節と暦に約1ヵ月のズレが生じていることが背景にあると考えられ、実質的な夏と冬の二季化が進む中で小売・流通の販促企画に変化が起きていることがわかりました。

■うなぎの価格推移から読み解く「土用の丑の日」の販促変化

東京都中央卸売市場の日報および市場統計情報（※2）によると、うなぎの月別卸売平均価格は低下傾向にあります。近年の豊漁も影響し、2025年夏季（7月～9月）の価格は例年比で約300円～700円ほど値下がりしたことに加え、2026年4月時点における卸売平均価格も、例年と比較して大幅に低下しています。

うなぎの低価格化は、小売・流通業界の販促にも影響をもたらしており、7月度に「土用の丑の日」をチラシテーマに掲げた企業は2023年86社、2024年90社、2025年103社と年々右肩上がりに増加していることがわかりました。

このまもうなぎの低価格傾向が続くと、2026年の「土用の丑の日」商戦も盛り上がりを見せることが予想されます。

続いて、Shufoo!AI の併載分析より、「うなぎのかば焼き」と同時にチラシに掲載されている商品 5 品目（しじみ、活しじみ、みつば、さんしょうの粉、茶碗蒸し）について、うなぎの価格差が大きく開いた 2023 年と 2025 年で掲載件数を比較しました。

分析の結果、「みつば」を除く 4 品目の掲載数が大幅に増加しており、「土用の丑の日」の盛り上がりに伴い、関連商品の販促も活性化していることがわかりました。

特に高い伸び率を記録したのは「活しじみ」で、2023 年比で約 1.7 倍。古くから「土用うなぎ」「土用しじみ」と云われるように、夏バテ予防の食習慣として日本に深く根付いています。

これらのことから、うなぎの低価格化は販促テーマだけでなく関連商品のチラシ掲載件数にも影響が出ていることがうかがえます。

(※2) 参考：[東京中央卸売市場統計情報](#)・[市場取引情報](#)

「うなぎのかば焼き」と併載されている商品の件数推移

商品名	2023年	2025年	増減率	推移
しじみ	516件	887件	+71.9%	↑
活しじみ	502件	1358件	+170.5%	↑
みつば	444件	401件	-9.7%	↓
さんしょうの粉 (エスビー食品)	211件	256件	+21.3%	↑
茶碗蒸し	150件	250件	+66.7%	↑

■「焼肉の日（8/29）」は 2 年連続の週末合致。曜日配列が影響する販促規模を分析

「焼肉の日」をテーマ分析すると、販促規模が曜日配列に大きく左右されていることがわかりました。

2025 年の「焼肉の日」は、週末の金曜日に当たったことが大きな要因となり、例年比約 2 倍の企業が同テーマのチラシを展開し、販促規模が大きく拡大しています。

今年の 8 月 29 日は土曜日となり、昨年に引き続き週末に当たります。夏バテ対策としてスタミナを補給できる食材需要の増大とも相まって、盛り上がるのが予測されます。

8月のチラシテーマ掲載数ランキング

2023年			2025年		
順位	取扱テーマ	掲載企業数	順位	取扱テーマ	掲載企業数
1	夏	128社	1	夏	131社
2	お盆	116社	2	お盆	117社
3	秋	61社	3	夏休み	50社
12	焼肉の日	15社	9	焼肉の日	25社
2024年	順位	取扱テーマ	掲載企業数		
1	夏	120社			
2	お盆	111社			
3	秋	58社			
15	焼肉の日	12社			

増加率は約2倍

■まとめ：夏の長期化のほか、国際情勢やエネルギー価格変動が販促テーマに影響？

「もりや先生の AI 販促データ解説」 執行役員 CSO/マーケティング本部 本部長 森谷 尚平

近年の気候変動に伴う「夏の長期化」が、消費者心理や小売り販促の 52 週 MD（販促カレンダー）に大きな影響を及ぼしています。四季の季節感を大切にしている日本の文化に対し、長引く夏はチラシ販促にマンネリや変化に乏しい印象を与えかねず、販促担当者の悩みの種になっているのではないのでしょうか。この「夏の長期化」を販促視点からとらえると、いかに消費者を飽きさせず、興味を引く「販促テーマ」を打ち出せるかが重要になってきます。まだ残暑が厳しい中での「秋を先取り」「秋の準備」といったテーマや、焼き肉の日・スタミナ・夏バテ対策・防災の日等のテーマが増加していることもその要因だと考えられます。また、直近の市場動向としては中東情勢の影響による「原材料不足」・「価格値上げ」も無視できません。特に大手チェーンストアにとっては、安定供給が困難な商品はチラシへの掲載が見送られるケースが予想されますし、特定カテゴリの商品の値上げに対してはいかに代替となる「目玉商品」を選定することが急務です。

夏が長く、商品供給に不安定さが予想される今夏。「プライベートブランド（PB）」や「お惣菜」等といった



流通主導商品をうまく絡めつつ、消費者を飽きさせない切り口（テーマ）の設定が販促活動の成果を最大化する鍵となるのではないのでしょうか。

■Shufoo!AI について

国内最大級の電子チラシサービス「Shufoo!」の日本全国 365 日のチラシデータと全国のユーザーデータを活用し、チラシ画像を AI と OCR で分解・構造化し、多角的な要素を分析することで、効果予測や販促生成 AI モデルの構築を実現しています。

URL <https://www.shufoo.net/biz/solution/shufoo-ai/>

■Shufoo!について

月間 1,600 万人（2025 年 9 月現在、提供 ASP 上のアクセス含む）が利用し、全国 12 万店以上が参加する国内最大級の電子チラシサービスです。日本全国のスーパーやホームセンター、家電店、ドラッグストア等のチラシを無料でチェックできるほか、お店のおすすめ商品、タイムセール、バーゲン情報、クーポンや割引デーの情報、レシピ検索など、毎日のお買物を便利でお得にする情報が満載です。スマートフォンアプリのほか、PC やタブレットなど様々な端末で利用できます。2001 年 8 月より TOPPAN 株式会社が運営を開始し、2019 年 4 月 1 日より TOPPAN グループの株式会社 ONE COMPATH が運営しています。

URL <https://www.shufoo.net>

■株式会社 ONE COMPATH について

所在地：東京都港区芝浦 3-19-26 TOPPAN 芝浦ビル

設立：1997 年 1 月 20 日

資本金：100 百万円

代表者：代表取締役社長 CEO 早川 礼

従業員：130 名（2026 年 4 月時点）

URL：<https://onecompath.com>

サービス展開：ワンマイル・イノベーション・カンパニーとして、Mapion、Shufoo!、aruku&を中心とした暮らしに寄り添うサービスの展開および、AI や独自データを活用したマーケティング支援を行っています。

* 本ニュースリリースに記載された商品・サービス名は各社の商標または登録商標です。

* ニュースリリースに記載された内容は発表日現在のものです。その後予告なしに変更されることがあります。

■お問い合わせ先■

株式会社 ONE COMPATH 東京都港区芝浦 3-19-26

広報（瀬島、小西） press@onecompath.com