



中食の達人に聞く

成田惣菜研究所代表
成田廣文氏による
オリジナルコラム



プロフィール

実家の鮮魚店を食品スーパーに業態変更し、利益確保の手段として惣菜を強化する。1994年成田惣菜研究所を設立。現場指導、研修、情報誌発行を柱に、実務型コンサルタントとして1000社以上の指導実績がある。

どングりの背比べから一步前へ

全国を飛び回っていると、季節の変わり目は身支度に結構気をを使う。出来るだけ身軽な方が動きやすいので、前日には必ず現地の気温などをチェックし、晩秋の時期はベストやコートを着るが着ないかなど頭を悩ます。

11月上旬などは、寒いと思い福岡へベストを着用して行ったが、思ったほど気温は下がらず、小さなカバンに押し込んでしまった。数日後帰京した日の東京はかなり冷え込み、モノレールで再びベストを取り出し着用。

翌日東北盛岡へ。山の頂はうっすらと白くなっていたが、昼間はコートすら必要としない温かさ、ベストだけではさすがに朝晩の冷え込みは堪えた。翌日信州長野へ、寒さ覚悟で完全防寒で新幹線に乗る。なんと翌日早朝初冠雪を拝見することが出来たのだ。こんな体験が1週間足らずで起こる。

東京から僅か1~2時間の距離、交通網は便利になったが、年齢を嵩むごとに身体が順応しづらくなって困る晩秋である。

3.11東北大地震から3年が過ぎ、ボランティアの数が初年度から3分の1に減ってしまい、復興が足踏み状態の中、地域によっては相変わらず重い空気が漂う東北岩手県へ足を運んだ。

時間の関係で市内のお店しか拝見出

来なかったが、全体的にあまりのレベルアップにいささか驚きを感じた。10年近く前のイメージとは天と地の差、その中でも県内15店ほどを展開するいわて生協さんは一步前に出ていると見た。

売場づくり、商品づくりは少々アラ削りの部分はあったが、県内伝統的な郷土料理や手づくり焼味噌おにぎりの品揃え、晩秋の時期和惣菜をエンド陳列、ニーズの高いおいなりさんなどはデパ地下にも劣らぬ売場づくり、商品づくりで感心した。

常々申し上げているが、定番のおいなり寿司が1~2アイテムなら品揃えの枠、コーナー毎にオープンキッチンを設置し、より専門的な売場づくりにチャレンジしている思いが伺え、じっくりと拝見させて頂き滞在時間が延びた。

全国的に見ても人口密度の比較的低い地域にもかかわらず、店舗は大型化がすすんでいて、特に平日の売場づくりに苦慮している姿が伺える。このような地域ほどコンビニエンスストアの店舗数は異常に多いのが特徴で、若いお客様を呼び込む華やかな店づくりだけでは商いにはならない。

東京で高齢者の多い地域でパンと惣菜のお店を営んでいる私の話に、炉端焼きの会食に集まった若いスタッフは

耳を傾ける。ベーカリーではあんこを生地に混ぜ込んだ食パンが売れ、イチゴジャムパンは惣菜の鶏唐揚げに匹敵する話、万能トングは使いづらく手掴みで袋に入れることもしばしば、シチュー類を置けば食事パンの売れ行きが良くなる。2000人前後のお客様が来店されているのだから、1日に100ヶ以上単品量販しなければベーカリーは儲からない。

地域によっては歩いて行けそうな距離に8店舗がひしめく。自店にないものは他のお店で買ってもらえばの気持ち、但しこれは当店で、今日はコレ!食の外部位はどうしても自分の好きなものの購入が優先されるので、あえてそこにメスを入れ、店側が献立の主導権を握っても良いのではないかと思う商いが支持されている昨今なのである。

あれやこれやの惣菜雑学で楽しい盛岡の夜を過ごさせて頂いたことに感謝!

