

◆プロフィール

惣菜の鮮魚店を食品スーパーに展開させた、料理業界の大手として惣菜を販売する。1964年、成田惣菜研究所を設立。食生活改善、健康、環境の向上を柱に高級惣菜コンテナブランドとして1,000元以上の価格帯の商品がある。



新 中食の達人に聞く

Side dish
Study
column

コンセッショナルリー・チェーン 作る力から売り込む力へ

コンセッショナルリー・チェーン、業界では「コンセ」として簡略化した言葉で呼ばれている。ご存じの通り、専門店がデパートやスーパーなどに営業的に独立した店を出し、それをチェーン化する方式である。

全国規模対応の百貨店向けと、地域スーパーのコンセにはブランド力などでも少々レベルの違いはあるが、惣菜を通してのビジネスとしては引けを取らない力量のあるチェーンが、各地域で元気印なのである。

惣菜のニーズは相変わらず顕著に上昇傾向にあり、ケースバイケースではあるが、多様化・高品質化に直営の惣菜部門だけでは限界を感じるお店も少なくない。この所、スーパーではコンセを入れることにより、直営の惣菜部門との相乗効果で互いに試行錯誤し良い方向に進んでいるお店が目につくようになった。

業界では老舗、熊本発「ヒライ」さん、お弁当・惣菜路面店の展開から量販店への出店も多く、オリジナルのポテトサラダ入りちくわ天ぶらは全国でも良く見かけるようになった。

九州ではホームセンターやドラッグなどが惣菜を含めた生鮮食品を取り扱うお店が多く、「むすんでひらいて」さんはディスカウント系だが日販100万以上売上げるお店も多く、所狭しと積み上げる弁当・惣菜は圧巻。

愛媛に本部のある惣菜専門店「クックチャム」さん、西日本各地でハイレベルの惣菜提供で大手量販店にも顔を

出し、特に女性に人気のコンセである。

金沢で1・2を競う店舗のコンセは、北九州発「東洋食品」さん。相変わらずお弁当の商品づくりは見事で、丁寧な商品づくり本部のご苦労が伺える。

富山発のコンセ「町子母さんのお店」さん、地域ならではのお惣菜が並び、地域の味で地域のご年配のお客様に多くの支持を得ている。

コンセをお手伝いする中で、惣菜としてはデパート地下にも劣らない専門店だが、直営惣菜部門のレベルも上がって、更なるレベルアップが要求される。

スーパー直営店の惣菜部門、手数のこともあるが寿司類を含めランチメニューで集客しようと言う意欲が相変わらず足りない。量目・価格を含め出来る限りの客層に対応すべく幅広い品揃えを充実させたい。

一部の店舗を除き、大半のスーパーの惣菜はアウトソーシングが多い。洋惣菜・中華に比べると惣菜は少々見栄えが劣るが、地域・専門店ならではの惣菜カテゴリーとして、季節素材を最優先に、キッチンと手づくり品揃えを充実して欲しい。

惣菜のメインは焼き魚に煮魚、全国的にさけ・さば・さんまだけでは寂しいので、地産を優先した品揃えが欲しい。揚



富山発のコンセ「町子母さんのお店」の手作り惣菜

げ物なら天ぶら、かきあげを冷凍に頼っているコンセはないと思うが、ごま油で揚げたらおいしい。煮物は地域の味、煮豆も手づくりならではの味が出せる。和え物はサラダに押されて低迷しているが、野菜をたっぷり食べられる料理方法なので充実させたい。ご家庭惣菜の原点である玉子焼、手づくりでおいしいものは何よりのご馳走なのである。

惣菜部門は今後益々商品の幅が広がるが、直営店と同じように広く浅くではなく、とんかつ、天ぶら、唐揚げ、餃子、チャーハン、お好み焼、ハンバーグ、ステーキ、オムライスなど、デパート地下にも劣らぬ個性あるおいしい商品力で、単品でのコンセのあり方も構築したい。特に肉系惣菜は国産素材を最優先にしなければ差別化は難しい。

スーパーはポイントサービスやディスカウントで日々の集客には力を入れているが、コンセは食歳時や細やかな食シーンを想定した楽しい売場・商品づくりが優先される。店全体の均一祭でも、惣菜としてピカールの企画が打てなければ専門店らしくない。作る力から売り込む力が益々要求される時期に入った。