

夏におすすめ！フードくるむオリジナルラベル

フードくるむ

特集

「美味しい」で
地域交流

ダイサンクレタ店

— PICKUP —

『本来のものを』『本来の価格』で

NATURAL MARKET IKO

Tokyo New Zone

CASCADE HARA JUKU



2016
Vol.

31

●プロフィール

成田惣基は食品スーパーに販路を拡大し、利益確保の手段として惣菜も販路に入る。1994年、成田惣基惣菜研究所を設立。惣菜、弁当、惣菜パックなどに販路拡大をコンセプトとして、100店舗以上の惣菜販売が得意。



新 中食の達人に聞く

Side dish
study
column

売り足りない主食系にカツ！

全国的に一世帯人数が益々減少する中、1トレーで1食が完結する主食系は比較的経済的で無駄がなく、今後も益々需要が高まる。店舗の業績を拝見しても、惣菜部門売上50%前後を占める主食系、コンビニエンスストアを含めた小型店になればなるほどその構成比率を上げて行かなければ業績は安定しない。

惣菜としての主食系と言えば、お弁当やお寿司、おにぎりや調理パン、種類などの軽食、スナック系と幅広く捉えられている。おいしいもの、少しずつ、そしてバランス良くは、誰もが期待する惣菜のニーズであり、デザートとしてのパンケーキなどを見ても、そのバラエティは拡大している。

お寿司のくくりでは、平日はいなりや巻き寿司、ちらし寿司、そして助六寿司などの寿司セットをリーズナブルに優先し、週末・ハレの日は握り寿司の人気は高い。握り寿司、平日は1貫50円前後、週末・ハレの日は1貫100円前後と思いついた心理作用で業績の安定、需要を拡大したい。

スーパーではご予約弁当を含め、歳時日には1,000円を超えるお弁当も品揃えされており、それぞれの食事に合わせた品揃えに応えようとする。売れ筋の唐揚げ弁当でも、3ヶ入り・5ヶ入りやご飯量150gのミニサイズ、300gのメガサイズなどのバリエーションで客層を広げる努力も販路のきっかけとなる。相変わらず手数が少ないからと言いつばかりで、夕方からのお弁当づくりを後回

ししているお店が多いが、値引き販売で真っ先になくなるのが主食系であることをどれだけ理解しているのだろうか。

都心部では、相変わらずおにぎりの専門店が店舗拡大しており、カフェ同様イートインでの飲食も多い。お箸を使わない手掴みの主食系はご年配のお客様には食べやすく好評だ。コンビニエンスストアでの販売数も半端ではないが、これだけ惣菜を取り扱う店舗が増えても、おにぎりの販売量は益々拡大している。

スープ系と言えば高齢者向けの流動食として捉えがちだが、おいしいパンとのコラボで若いお客様に支持されている。販売方法を構築しなければならないが、汁物と言えば、みそ汁・豚汁からの気持の切り替えが必要だ。

サラダは付け合せ、サイドデッシュの位置づけが強いが、フレッシュサラダに揚げ物やロースト系の肉類をトッピング、パスタやうどん・そばとコラボしたアイテムに人気が集まり、サラダを主食系にすれば比較的高単価で販売されている。単に安価に販売しようとしてキャベツの千切りでボリューム感をつけるケースが多いが、レタスを含めたカラフルな野菜をベースにしなければ、付け合せからの脱皮は出来ない。

休校日には、お好み焼きや焼きそば、たこ焼などの鉄板メニューで1食を済ませることも少なくない。ハンバーガー・フライドポテト、いわゆるスナックアイテムも軽食なのだから主食

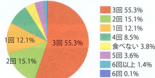


系の位置づけとして品揃えを充実させなければならない。

洋風化傾向と言われながら、オムライスも定番化されておらず、ファミリーレストランに大きく差を広げられている。飲食店の価格が上昇傾向にある中、今がチャンス。電子レンジでの再加熱でも比較的好い味食べられる洋風メニュー、まずはレンジ対応可能な付け合せ一品の品揃えを充実させなければ先に進まない。キッシュ、ラトウイユ、それは何ぞやと言っている場合ではないのだ。

◎1日何食ですか

(平成27年5月アンケート集計)



◎白飯は1食にどれくらい食べますか

(コンビニエンスストアのおにぎり1ヶ100gを目安として)
(平成26年8月アンケート集計)

