

特集 鮮魚部門不振の打開策

魚介のRTH、RTC商品化の前に、客の問題を解決せよ！

城取フードサービス研究所

城取 博幸

客の買物、料理の不便さを根本的に考える

「ミールソリューション」は店の勝手事

鮮魚部門では、家庭の料理の手間を省く商品として「ホイル焼き」「海鮮炒め」などの商品化を行ったが、客は料理の仕方が分からず余り売れなかった。一方、火にかけるだけのシンプルな「鍋セット」はすっかり定着した。これは誰もが料理方法を知っているからだ。店が客の料理の手助けによкаろうと考えて作るRTC商品（レディ・トゥ・クック 料理するだけ）、RTH（レディ・トゥ・ヒート 温めるだけ）商品は、誰でもが簡単にできるシンプルなものでなくてはいけない。いくら商品開発しても、そのを作る調理器具がなかったり、料理方法が分からなければ商品は売れない。RTC商品、RTH商品の商品化の前に客の料理の問題を解決するのが先決である。

「ミールソリューション」から、「カスタマーソリューション」へ

スーパーマーケットで働く単身者の夜の食事について、セミナーでアンケートを取ったところ。仕事が終わった後の買物は、『まず、惣菜売場へ直行、そこで米飯類や寿司、スナックなどの主食を物色。それから、冷凍食品売場で米飯、麺類、スナックを購入、日配品売場では、ヨーグルト、キムチ、焼きそば、精肉売場では、加工肉と少量パックの豚肉（野菜炒め、焼きそば用として）、鮮魚売場では、刺身の値引き金額を見て値引き幅が大きければ購入、他の魚は一切買わない。

それから、青果のカット野菜、バナナ、値引き次第でカットフルーツを購入。たまに、パンやお菓子、カップ麺を買う。』という答えが多かった。

それが、最近の単身者の購買状況である。日本中どここのSMの従業員に聞いても不思議と同じことを言う。コンビニ世代は、SMでもそのまま食べられる「コンビニ商品」しか買わない傾向が見られた。

青果売場の根菜類、葉物野菜は素通り、カットフルーツは値引きされていれば購入、カット野菜（サラダ、炒め、鍋用）はよく使う。鮮魚売場は、塩干、丸物、切り身、冷凍魚売場は素通り、興味のあるのは値引きされた刺身や生食だけ。精肉売場では、牛肉、鶏肉には興味なし、よく使うのは豚バラ肉と切り落としの少量パックとベーコンやソーセージ。

これでは、生鮮食品や調味料が売れるはずがない。特に扱いや料理が難しい丸魚や切身魚、骨が付いていたり、ゴミの出る塩干しは買う機会が減る。

「ミール・ソリューション」からさらに踏み込んだ、「カスタマー・ソリューシ

ヨン」 客の買物問題を考えて商品の開発、販売をする必要がある。
商品の規格、切り方、提供方法、容量や調理器具や調理技術、洗いもの、ゴミの処理方法などの問題など、お客自身の立場に立ってとことん理解してそれに対応した商品開発の商品の提供が必要である。

客の立場から見た商品づくりと販売方法の問題点

①商品の容量の問題

あるスーパーマーケットで、マグロ、サーモン、タコのぶつ切りと、蒸しホタテ、ボイルエビを購入しようと思ったが、パックが大きいため、係に「全て半分のパックにして下さい。多少高くなっても構いませんから」とお願いする。快く全て半分の容量にしてくれた。価格は1000円程で収まった。しかし、お願いしなければ、必要以上の容量を倍の値段で買うことになる。

②商品の提供方法の問題

魚は一般的に、丸、開き、二枚おろし、三枚おろし、切り身、ぶつ切り、サク切り、切り落とし、すき身で販売されているが、自分が欲しい商品がなかなか品揃えされていない場合が多い。丸物の内臓を取ってもらうのも遠慮しながらお願いするしかない。

③商品化の問題 調味料が分からない問題

現在の若者は、例えば、煮魚を作る場合でも、「料理名」とレシピの付いた「合わせ調味料」が一緒に売られていなければ料理をすることができない。ドライ食品売場にあってもそれを買うことは少ない。

④調理器具、食器の問題

住宅事情から、1ルームや1Kの住宅には、レンジ1台と小さなシンクしか設置されていない。包丁はあっても万能包丁1本、まな板は小さめなものしか持っていない。「焼き魚」を作りたいとも、調理器具の問題や煙の問題で作ることができない。調理器具は殆ど「電子レンジ」に頼ることになる。

⑤料理のスキル 調理方法の問題

調理器具は、あっても「フライパン」と「電子レンジ」で、工程の多い複雑な料理は作れない。焼きそば（ソース付き）と豚バラ肉（50g～60g）あるいは「冷凍シーフードミックス」、青果の「カット炒め野菜」で「焼きそば」「野菜炒め」は作ることがある。

⑥下処理の問題

丸魚は殆ど買わない。内臓を取ったり、ウロコを取る方法を知らない。マグロやサーモン、のサクも切り方を知らない。さらに、何が生で食べられて、何が生で食べられないかも知らない。

⑦調理時間の問題

家に帰って料理をする時間がない。フライパンメニューも休日だけ。「電子レンジ」で温めるのが精いっぱい。刺身や寿司、サラダや惣菜などそのまま食べられる物に頼る。

⑧洗いもの、ゴミの問題

生の魚は頭や骨が残りゴミの処理が大変。頭や骨を捨てると臭いの問題も発生する。魚の生ゴミの処理の仕方が分からない。

⑨衛生管理、知識の問題

まな板 1 枚、包丁 1 本で魚と野菜を処理するには、衛生に関する知識と衛生管理が必要だが、それが分からない。魚を買っても冷蔵庫で日が経ち、臭いが出て廃棄してしまうこともある。

⑩経済性の問題

魚は高級品だと思っている。確かに 1 パック当り 300 円～400 円もする商品がある。惣菜の弁当 1 個の価格と重なる。魚を買っても、ごはんやみそ汁、その他のおかずを足せば、かなり高額になってしまう。

店側の解決策の提案と商品づくり

①商品の容量の問題は、「1、2の原則」

切身魚は、以前は「2、3の原則」が普通であったが、現在の家族構成から「1、2の原則」に変える。生食用の商品も 1 人前の品揃えをする。よく、「少量パックを作ると平均単価が下がり、売上が上がらない」という担当者がいるが、家族構成の変化から「大型パックはお買い得」という時代は終わった。少量、適量パックがなければ、買わないか、他の店に行くだけである。

②商品の提供方法の問題は、「ブツ切りで料理用途を広げる」

丸魚を買う人は、自分で処理ができて料理のバラエティも広い人。今後、鮮魚の売上を上げるには、こうしたお客を 1 人ずつ増やさなければならない。鮮魚の対面のある店は、そうした「食育」が絶対に必要。

「ブツ切りの販売と料理提案の強化」

今人気のサーモン、マグロ、カツオ、ホタテ、タコなどはブツ切りにすれば、「生食」だけでなく、「煮物」「鍋物」「焼物、炒め物」「蒸し物」など幅広い料理に使用することができる。ただし、今のような端材の盛合わせではダメ。

サクもブツ切りならばだれでも切ることができるため、切る技術がいらず購入機会が増える。

③商品化の問題は、「魚＋野菜＋タレ」を訴求する

料理の「五法」は、「生食」「煮る」「揚げる」「蒸す」「焼く、炒める」です。刺身はそのまま食べられるので問題ないが、「生食」だけに頼っている訳にはい

かない。「煮る」「揚げる」「蒸す」「焼く、炒める」と料理の幅を広げるために、それに使う調味料や素材を魚の近くで販売する必要がある。「ドレッシング」「煮魚のタレ」「パン粉」「香味揚げの粉」「から揚げ粉」「ポン酢」「炒めタレ」「中華のソース」などは、必ず関連販売していただきたい。

最近「エビ」の近くに「エビチリソース」や「エビマヨ」のソースが販売されているが、販売されているエビの容量とソースの量のバランスが合っているか疑問。

R T C商品の開発は、「魚＋タレ」のフライパンメニューの提案。

青果売場ではいろいろなカット野菜が販売されているので、野菜はセットする必要はない。扱いが難しいし、価格も高くなるためだ。炒め物によく使われる「イカ」「エビ」「サーモン」「ホタテ」に「タレ」を絡めた商品を販売する。

④調理器具、食器の問題は、「まず調理器具を販売する」

「魚を売りたいければ、まず、電子レンジ用調理器具を売れ！」

家庭には、鍋やフライパンなどの調理器具はあるが、使われているのは、「フライパン」と「電子レンジ」だけだと思った方がいい。

レンジ用調理器具 消耗品



レンジ用スチーマー 1980 円 レンジ調理器 焼き 1480 円 レンジ用焼きシート 380 円



レンジ用煮物、保存容器 1280 円 レンジ用パック、天ぷらシート、レンジで唐揚げ粉 138 円

料理の五法

そこから、「魚料理の五法」を提案するには、電子レンジで使える調理器具を、魚売場で魚と一緒に販売するしかない。実際に実験してみた。

「生食」 刺身用のブツ切りと海藻を使った「シーフードサラダ」



マグロ、サーモン、タコ、ホタテ、エビの「シーフードサラダ」

「焼く」「炒める」電子レンジ専用の「焼き皿やシート」に魚を載せて、3分半～5分温めるだけ。焼き魚が簡単にできる。焦げずにふっくらと仕上がる。



レンジ調理器 焼き

サバの塩焼き



レンジ用焼きシート

サーモンの塩焼き

エビとイカの塩ダレ+カット野菜＝「海鮮炒め」



塩炒め（エビ、イカ）298 円 炒め野菜 105 円

エビとイカの塩野菜炒め

「蒸す」専用の容器に野菜（生姜、ネギ）と魚を入れれば、簡単に蒸し料理ができる。魚を蒸してポン酢で食べる新しいメニューの提案ができる。



レンジ用スチーマー 蒸しワカシ ポン酢

「揚げる」「レンジで唐揚げ」の唐揚げ粉を、ブツ切りやサンマ、アジ、イワシにまぶして電子レンジに入れるだけという優れ物。面倒な唐揚げが簡単にできてしまう。脂が少なくヘルシーでもある。



「レンジで唐揚げ」 刺身用ブツ切り 魚のブツ切りの唐揚げ風



アジの唐揚げ風 サンマの唐揚げ風

「煮る」専用容器に、魚と濃いめの合わせタレ、生姜を入れて電子レンジで温めるだけ。1人前でも簡単にできてしまう。時間を置けば中まで味がしみ込みさらにおいしくなる。



サバの味噌煮 海鮮ホワイトシチュー

「レンジ用クッキングシート」

さらに、電子レンジ専用容器の優れた点は、食器を使わずそのままテーブルに出せることだ。「調理器具＝食器」で洗いものが大幅に減る。さらに、レンジ用クッキングペーパーを下に敷いて置けば焦げ付きもなく、さらに洗いものが楽になる。大きめに切っておけば、頭や骨はそのまま包んでビニール袋に入れてゴミ箱に捨てるだけ。

鮮魚の商品化でもトレーの下にクッキングペーパーが敷かれていれば、魚に触れることなく調理器具にそのまま移せる。ドリップ取りのシートは家庭では始末に困る。ドリップは店のバックヤードで取っておいて欲しい。

⑤料理のスキル 調理方法の問題は、「電子レンジメニュー」で解決

電子レンジ用の「RTC商品」「RTH商品」の開発。

冬の「鍋セット」「煮る」問題の解決方法はクリアした。それと同じように残りの「四法」も同じように解決する方法を考えて商品化する。

例えば、真空パックの干物は、すでに焼いておいて「焼き魚」で販売する。客はそれを電子レンジで温めるだけにしておくなど。

⑥下処理の問題は、「頭、骨や殻は取り除く」

エビは、「殻むき」「背ワタ取り」「ボイル」された商品を販売すれば、下処理やゴミがでない。「冷凍の伸ばしエビ」も積極的に販売する。惣菜部門では殆どがそれを利用しているが、冷凍エビの売場ではまだ扱いが少ない。

そのほか冷凍の「天ぷらセット」や「寿司ネタ」「刺身セット」などを業務用問屋から探して販売して欲しい。

⑦調理時間の問題は、「電子レンジ」使用でクリア

⑧洗いもの、ゴミの問題は、「調理器具」「レンジ用クッキングシート」をそのまま食卓でクリア

⑨衛生管理、知識の問題は、生魚の保存は「冷凍」または「加熱」

生魚の保存は、チルドで保存すると鮮度劣化や臭いが発生するため、その日に使わなければ、「冷凍」または「加熱」するように客に提案する。

⑩経済性の問題

鍋や炒め物などの「RTC商品」は、「魚＋タレ、ソース」で、色どり以外は、中途半端な野菜を使って売価を上げないようにする。野菜は青果売場のカット野菜に任せる。焼き魚、煮魚は1人前の「RTH商品」を販売する。

家庭でも、店でもロスが出ないように冷凍食品かフローズンチルドの商品を開発する。

以上、「RTC商品」「RTH商品」の商品化の前に、客がそれを便利に使える環境を作ってあげる「カスタマーソリューション」の必要性がある。