

食品値上げ&コロナ禍3年目で迎える年末商戦対策_商品化&販売手法を解説

『SM惣菜部門の22年 年末商戦直前対策企画』

城取フードサービス研究所

城取 博幸

22年12月は特別な年

コロナ貯蓄50兆円を狙え！！

秋から約20,000品目の値上げがなされた。家計を圧迫することは確かだ。しかし、日本の全産業（金融業、保険業を除く）の経常利益（4月～6月）は17.6%増と過去最高水準を更新した。「景気は気から」と言われるように今のところ日本の景気は悪くない。問題は所得があまり伸びていないことだ。

新型コロナの影響で家計の貯蓄が50兆円も積みあがっている。将来の不安から財布の紐が固くなっている。逆に言えば「買いたいものがない」からは財布の紐は緩まない。22年は3年続いた新型コロナウイルスが終息し、23年には新しい年を迎える特別な年。

12月のMDは「ケの日」と「ハレの日」と分け、「ケの日は健康粗食、ハレの日はグルメ」を訴求したい。平日は貧しい「粗食」ではなく「健康粗食」、肉や魚を減らしても野菜、穀物たっぷりのメニューの訴求。ハレの日グルメは「オマール海老」ではなく「伊勢海老」。「サーロインステーキ」ではなく「Tボーンステーキ」のように、今年は「プチグルメ」ではなく「本格グルメ」を訴求したい。

21年12月の売上、消費状況

2021年12月家計調査では、食品計100.27%、食費（外食、給食除く）は前年97.55比%（-2.45%）、外食、給食は122.09%と好調であった。オールスーパーマーケット協会、日本スーパーマーケット協会、全国スーパーマーケット協会の調査では、既存店食品売上高は2.0%減であった。生鮮三部門は2.6%減（青果1.4%減、水産2.6%減、畜産4.0%減）、日配品は2.0%減、一般食品は2.7%減。惣菜部門だけが2.4%増であった。

惣菜で支出が伸びたカテゴリーは、調理食品100.81%、主食的調理食品（スナック類）102.69%、弁当105.52%、すし（弁当）100.39%、おにぎり・その他110.63%、調理パン107.97%、コロッケ101.92%、やきとり102.62%、そうざい材料セット107.26%であった。

一方、支出が減ったカテゴリーは、他の主食的調理食品99.34%、うなぎのかば焼き90.63%、サラダ97.72%、カツレツ99.37%、天ぷら・フライ99.67%、ハンバーグ97.74%、しゅうまい96.77%、餃子89.50%であった。

米飯、調理パンが好調で揚げ物類が不調であった。おにぎりやコロッケが売れる時は景気があまりよくない証拠だ。しかし、今年は小麦粉、食用油などの値上げから、家庭で天ぷら

やフライを揚げる機会は減るであろう。残った油の処分も大変だ。12月は「揚げ物」の売上アップは期待できそう。弁当や寿司、麺類は外食のデリバリー、テイクアウトと競合するため注意したい。12月に需要が伸び、前年を上回ったゴールデンカテゴリーは積極的に販売し売り逃しがないようにしたい。

今年のクリスマス、年末年始対策はマンネリ化の打開

「新しいライフスタイル、新しい価値、新メニューを提案しなければ需要は伸びない」昨年と同じ商品を販売していたのでは大幅な売上アップは期待できない。食品、電気代、ガス代、保険料の値上げで消費者の財布の紐が固まっているのは確か。しかし、スーパーマーケットは「お客に夢を与える」業態でもある。お客のTPOに合わせた商品の提供をしたい。「自然食品」「粗食」がブームであるため、ケの日は品質の良い材料を使った、野菜、穀物+味噌汁の一汁一菜、一汁三菜の「健康粗食」の訴求。ハレの日は今まで扱ってこなかった「グルメ」と、メリハリのある売場づくり、商品づくりをしたい。長く続いたコロナ禍も終わり近づいているため、来年に期待して今年の12月は少し冒険をしたい。

クリスマス対策

今までのクリスマスホームパーティは、ローストチキン（丸、レッグ）、フライドチキン、オードブル、ピザ、サラダ、クリスマスケーキ、炭酸飲料などが中心メニューだがマンネリ化している。今年は「ローストターキー」「チキンパルマ」「魚介フリット」「トルティーヤ」「ベジピザ」を新たに提案したい。11月から販売して味を確かめていただくことも重要。「ローストターキー」 アメリカのクリスマスのご馳走は「ローストターキー」だ。日本でもターキーを提供する店も増えてきた。味付け加熱済みの冷凍食品もあるので今年は販売したい。骨付きでボリュームがあるが、食べづらいため家庭で切り分けることを推奨する。



ローストチキン、ローストターキーは焦げ目がついていた方がおいしく見える。やきとり機や魚焼き機に網を置き焦げ目をつけたり、高温のオーブンで表面に焦げ目をつけるなどの工夫がほしい。

「魚介フリット」と「ベジ（野菜）ピザ」

クリスマスのおつまみとして「魚介フリット」の盛合せを提案したい。内容は有頭海老、イカリング、わかさぎなどをフリット粉（唐揚げ粉）をまぶして揚げる。カットレモンを添えて提供する。

「ベジ（野菜）ピザ」 クリスマスはフライドチキンやローストチキンなどの肉料理が多いため、ピザはサッパリとした野菜ピザを提供したい。ピザクラストにズッキーニ、玉ねぎ、マッシュルーム、茄子、プチトマトをトッピングし、シーソルト、オリーブオイルをかけてオーブンで焼く。



フリットは高温でカリッと揚げるのがポイント。高蓋のトレーに乱盛りする。ピザを家庭で再加熱する場合はクラストの裏部分が湿りがちなので、アルミホイルを敷いたフライパンで焦がさないよう弱火で加熱すればカリッとすることも訴求する。

「トルティーヤフライ（とうもろこし粉フライ）」

チキンの付け合わせはフライドポテトが人気だが、さらに今年はキューブ、ステックタイプの「トルティーヤフライ」を提案したい。とうもろこし粉に水、塩、オリーブオイルを加えて鍋やフライパンで餅状になるまで加熱し、型に入れて成型しキューブ、スティック状にカットして油で揚げたもの。ヨーロッパでは料理の付け合わせで提供されている。冷凍品を探して揚げるとよい。



ローストチキンはフライドポテト、トルティーヤを添える。トルティーヤはキューブタイプの冷凍がなければ、菓子売場の薄切りのトルティーヤフライを盛り付けるとよい。できれば「アボカドディップソース」も添えたい。

「チキンパルマ（パルメジャーノ）」

チキンも新しいメニューを提案したい。新メニューとして「チキンパルマ」を提案する。チキンパルマはオーストラリアベルボルの名物料理。鶏ムネ肉にパン粉をつけトマトソース、パルメザンチーズ、ピザ用チーズを載せてオーブンで焼いたもの。惣菜は事前にチキンフライまたはパン粉焼きにしておいたものを後からトッピングして再加熱する方法もある。



アメリカウェグマンズのチルドチキンパルマ 4 枚入り 26 ドル（約 3740 円、1 枚 936 円）。写真は加熱済みチルド商品。ウェグマンズは今年の 9 月から「チキンパルマ」の販売に力を入れている。価格は 1 枚 900 円以上する高額品だがチルドであるため賞味期限は 4 日～5 日ある。日本では 500 円ほどで販売できないか検討したい。

年末対策

年末の「年越しそば」と「寿司」

「年越しそば+天ぷら盛合せ」の提案。年越しそばのトッピングは「えび天」「野菜かき揚げ」で毎年提案してきたがマンネリしている。年越しそばを「かけ」で食べるとは限らない。今年は「天ぷらセット」をつくり「年越しそば+天丼」「年越しそば+天ぷら盛合せ」を訴求する。そばは天ぷらと相性が高い。



「冷凍天ぷら」はレベルが向上しているためうまく活用したい。衣が白く揚がってしまう場合は霧吹きで水をかけて揚げれば防げる。夏に販売した「ざるそば+天丼」「ざるそば+天ぷら」などの調理麺も販売したい。

「にぎり寿司」と「押しずし」

「にぎり寿司」は年末年始によく売れるが、今年はウニや蟹、イクラの不足や価格の高騰が予測されるためムリして入れる必要はないと考える。にぎり寿司の評価はやはり「マグロ」で決まるため貫数を増やせば解決する。スーパーマーケットの寿司は作り置きが基本。マグロの大トロ、中トロ、赤身は見た目が重要であるため変色の少ないものを選ぶ。

「押しずし」は、ポイルやスモーク、酢じめなどを使用して日持ちできるようにした寿司。シャリもにぎり寿司とは製法が違う。年始にも食べられるバッテラ寿司、穴子寿司、大坂寿司などの品揃えもしておきたい。「助六寿司」「いなり寿司」も大陳を行う。



寿司盛合せ 3人～4人前は予約を中心に拡販。店売りは様子を見ながら品出ししムリはしない。一人前のにぎり寿司は9貫～10貫が主力になるだろう。

押し寿司は4種各2貫、4種各3貫盛りを製造する。「日持ちのしない寿司」と「日持ちする寿司」の両方を品揃えすることが要だ

おせち重

年々「予約おせち」が増えている。材料を買いそろえておせち料理をつくってもムダがでたり、価格があまり変わらないからだ。また、余ったおせちの処分に困る場合もある。年末はおせちの「デリバリー」に多少不安を感じる。そのため「ピックアップ」の比重を高めて販売したい。



昨年はコロナ対策で「個食盛り」が流行った。写真は三が日分の量であるが、独身者のために少量の食べ切りサイズ一人前も準備したい。

今年の注目は「乱盛り」

「乱盛り」という言葉はあまり耳にしないが惣菜商品でもよく見かける。マグロ、サーモン、たまご焼、きゅうりなどのネタをキューブカットしてシャリの上にトッピングしたちらし寿司も「乱盛り」である。写真の寿司も煮しめも「乱盛り」だ。素材ごとに盛り合わせるのが主流であるが、少し目先を変えて「乱盛り」にも挑戦したい。



ちらし寿司は一度に食べきれない場合もあるため、生ネタよりポイル済の海老、蟹、いくら醤油漬、スモークサーモンなどを使用するとよい。煮しめはアウトパックで小、中、大パックを品揃えする



予約おせちにも見られる「乱盛り」

写真は東京ソラマチ内の和食「国見」の予約おせちのパフレット。おせちの半分が「乱盛り」だ。右の写真は関連店の上野「韻松亭」のお花見弁当。野菜、肉、魚、卵焼などを一つの器に二段に盛り付けてある。二段に盛り付けてあるため下に何があるかという楽しみもある。注意点は十分水分を取り除いて盛り付けること。

年始対策

正月明けから「英国フェア」実施

「イングリッシュブレックファースト」と「アフタヌーンティーセット」の提案

銀座三越で行われた「英国フェア」は大にぎわいであった。特に「スコーン売場」は行列ができていた。三が日明けから3連休にかけて「英国フェア」を企画してはどうか。

「イングリッシュブレックファースト」は、ソーセージ、ベーコン、キッシュ、マッシュルームソティ、グリルトマト、白いんげんのトマト煮、目玉焼き、グリルポテト、イギリスパントーストが定番。イギリス人は朝からボリュームのある朝食をとる。

「アフタヌーンティー」は、サンドイッチ、アップルパイ、キッシュ、スコーン、プチケーキ（冷凍）を準備すれば意外と簡単に揃えられるためベーカリー部門で提案したい。スコーンは種類を増やしてバラ販売したい。

「ディナー」は「厚切りローストビーフ」や「フィッシュ&チップス」の訴求。添え物として「ヨークシャーピング（小麦粉、卵、牛乳の焼きもの）」「ジャンケットポテト（丸ごとベイクドポテト）」を提案する。売場づくりは冷して売るものは冷蔵ケースで、その近くにテーブルを用意して該当商品を陳列する。



「イングリッシュブレックファースト」は、盛り付ける品数を減らしてソーセージ、ベーコン、キッシュ、目玉焼き、グリルトマト、ベイクドポテトなどで盛り付けてもよい
「アフタヌーンティー」は写真のような三段什器を用意して売場にサンプルを展示する。



皿が三段の場合、最下段はサンドイッチとパイなど、二段目はキッシュ、クラッカーなど温かい料理、三段目はケーキなどのデザート。二人前が基本。丸型、高蓋トレーを用意して単品でも買えるようにしたい。ポーションタイプのクロテッドクリーム、ジャムも関連販売する。

以上、今年のクリスマス、年末年始はいつもの年と違った商品を提案したい。コロナに苦しめられた3年間。商品を通じてみんなの笑顔、希望溢れる新しい年を迎えたいものです。