

2009/03/23 (mon)

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「大手スーパーの閉店繰り上げ」
- 2) 「外食産業の新たな武器」
- 3) 「わけあり食品、人気じわり」
- 4) 「パンチャン」

1) 「大手スーパーの閉店繰り上げ」

セブン&アイ・ホールディングス傘下のイトーヨーカ堂は4月1日から全店の半分弱に当たる約80店の閉店時間を、一時間繰り上げる。対象は閉店の遅い郊外店が中心で、消費が低迷するなか人件費などを削減する。

昨年秋からの景気悪化で、大手スーパーが大規模な営業時間短縮に踏み切るのはこれが初めてで、客が増える夏休みなどは再び営業時間を拡大することも検討する。営業時間短縮は、売り上げが大幅に落ち込んでいる百貨店で相次いでいて、この春3月から4月にかけて一部店舗で閉店の繰り上げを開始。今後はスーパーでもこのような動きが広がる可能性もある。

こうした処置は、当面は被雇用側からの不満や利用者の不便さは否めないが、このシビアな景気の現状で、生き残っていくためには必須である。立地条件の大きく違う店舗同士を、同じ営業の仕方では採算を合わせるの難しい。これからも様々な店舗で広がっていく処置だろう。

2) 「外食産業の新たな武器」

洋食が中心のロイヤルホストから10日、和食の新メニューを出す。

たんぱく質の豊富な鰯や、血流を良くする赤たまねぎなど、栄養バランスを考えた食材を使う。1日1店舗あたりの注文数は当初予想の1.5倍と快調な出だしとなった。

実は、このメニューは東京農業大学の栄養学や食品加工などの研究者の助言を受けて開発した。2006年から同大学と共同で健康メニューの開発を進めていて、売り上げは好調。共同開発の最初の頃は、“健康”に気を取られ過ぎ、同大学の指導そのままに従っていたが、盛りつけられた料理には彩りが掛かっていた。そこで、同大学から提案された料理に積極的に意見を出し、見栄えのするメニューに替えていった。その結果、5回目の改正のメニューが期間限定から通年販売に昇格するという事になった。そして、今では東農大の生徒が考案したメニューをさらに練り上げたメニューも取り扱っており、そちらも人気の商品となっている。

不況のあおりを受け低迷する外食産業で、このようなバックグラウンドのある“健康”関連商品は、現状打開の光となり得るだろう。

3) 「わけあり食品、人気じわり」

形がいびつだったり、キズがあったりする分、価格が割安な「わけあり食品」に注目が集まっている。大半の商品は味や品質にそれほど問題なく、主婦らの間でひそかな人気だという。

飲食店情報検索サイトの「ぐるなび」は、わけあり食品をネット販売するコーナー「わけありグルメ特集」を昨秋から設けている。

出品されるのは、脚が1本取れたカニなど品質には大きな問題がない「キズモノ」や、大口注文が急きょ取りやめになった高級食材など様々だ。小売店や生産者からの出品希望も相次いでいるという。

ただし、消費者心理は微妙で、「ただ安いだけでは駄目で、どうして安いのかをしっかりと説明しなければならない」（ぐるなび）という。

一方、有機野菜などをネット販売する「オイシックス」の「ふぞろいな野菜たち」は、キズや色落ちがある野菜類を扱うコーナーだ。昨年以降、取扱品目を拡大したところ、今年1-2月の各週の売上高は、昨年12月時点の2-3倍程度になった。加工場で捨てられるなどしていたキノコの軸を売り出した「もったいない」シリーズも人気だという。

このほか、関西地区で総菜や食材の宅配を行う「トドック」は、“規格外”の野菜や果物のほか、賞味期限が間近に迫った冷凍食品なども扱う。また、「北の達人コーポレーション」は、北海道の食材を中心に、「わけあり」品のみを取り扱うサイトを展開している。

最近では野菜等に関してはむしろ規格外の物の方が安心感がある部分も感じられる。こうした商品を好んで買う消費者も増えているが、安さの裏には何かあるという消費者の“疑い”を晴らすためには、やはり「説明」が肝になると思う。「難あり」や「傷物」ではなく、「わけあり」や「もったいない」「ふぞろい」といった言葉を選ぶことで、随分とイメージが変わるため、言葉の選び方で売り方にも工夫が生まれることがよく分かる。

4) 「パンチャン」

韓国語で「おかず」という意味だが、韓国では一般的に飲食店でサービスとして出されるおかずをさすことが多い。キムチや魚の煮付けなど店によってその種類は様々で、食事を注文すると何種類かがサービスで提供される。パンチャンがたくさん提供されるために、客が注文した料理を食べきれずに残してしまうこともあるという。

ところがその残った料理を使い回して、他の客に出すことが日常的になってしまい近年問題化されており、韓国政府は残飯の使い回しを禁止するために、店舗閉鎖を含む厳しい措置をとる方針を決めた。

しかし、パンチャンを出す量が少ないと「ケチな店」と思われる風潮があるために、飲食店ではパンチャンの大量提供が定着しており、客が手をつけなかった料理をパンチャンとして出すことも多い。すぐに残飯の使い回しを止めることを躊躇する店も少なくないようだ。

日本の韓国料理店でもこのパンチャンが導入されている店舗もあるが、広まってははいないようだ。衛生面や店の信頼もあるので、食文化を大きく変える時期にきているのかもしれない。