

| 祝日/二十四節気/他                       | 行事/記念日   | 季節商材/打ち出し   | 主な催事/商戦                    |
|----------------------------------|--|---|----------------------------|
| 立秋(8/7)<br>処暑(8/23)<br>山の日(8/11) | ハモの日(8/3)<br>タコの日(8/8)<br>広島原爆の日(8/6)<br>長崎原爆の日(8/9)<br>終戦の日(8/15) | いわし/イサキ/スズキ<br>かんぱち/あゆ/とびうお<br>スルメイカ/あなご/太刀魚<br>二の丑(鰻蒲焼)<br>御馳走/涼味/おつまみ | 二の丑(8/1)<br>夏祭り/花火大会<br>お盆 |

## 8月 水産売り場の提案はこれ!

2018年8月。

6月29日関東甲信越梅雨明け。

昨年 of 関東地方の梅雨明けは7月6日でした。今年は過去最も早く梅雨が明け、厳しい夏の暑さがやってきました。

但し高温から懸念も多く、米への品質の影響、野菜の収穫期への変化。さらには、梅雨の間の降雨が少なかった為、取水制限の可能性も高まります。

水産売場にとって、高気温、水不足の影響は多くあります。

刺身の鮮度劣化に対する懸念、生ゴミは出たくない、火は使いたくない等の心理的要素も増えてしまいます。

水産売場で唯一とも言える暑さに強い食材。

鰻蒲焼も6月以降、相場高の影響が価格に出始め、昨年と同サイズで1尾あたり200円前後の値上げ、輸入鰻蒲焼も相場高のなか、鰻の販売がしづらい状況が続いての7月20日(金)丑の日をむかえます。



さらには、相場高以外に今期丑の日は、毎年、差別化の国産鰻蒲焼として伸長してきた、新仔鰻蒲焼は、前半の鰻の稚魚であるシラスの池入れがほとんどされず、丑の日の間に合う新仔鰻は限られます。

鰻専門店の『鰻重』もすでに500円~1000円の値上げ。一部の飲食店においては、鰻蒲焼の調達ができないことから今年は置かない、又は限定にするなど、過去にない影響もでています。

今年の丑の日は、7/20(金)であり、高気温も続くと想定。曜日まわりから丑の日当日はもちろん、週末にかけても蒲焼が売れます。

さらに8月1日(水)二の丑。昨年は二の丑がありませんでしたから、8月1日初日、水産売場にとって、さい先の良いスタートが切れると考えられます。

但し、鰻稚魚であるシラスの不漁は資源保護、環境問題に至っており多くの配慮が必要になってきました。

いままでの価格を出して売上をつくったり、ロスを出しての販売は避けなければなりません。

丑の日、及び普段の鰻の販売方法についても販売手法を見直さなければならない社会環境になってきました。

大型化させての鰻が増えるなか、従来の1尾単位での販売方法でなく、頭に近い部位の『背腹』と『尾』の部位の1/2カットとしての販売方法もこれからは定着させることが必要です。したがって『背腹』と『尾』の価値感の違いに対してどれだけの価格差が必要かとの検証も必要です。

このような検証をするのも今期の丑の日、二の丑は好機なタイミングです。

また、過剰品出しによる鰻蒲焼のロス削減をはかる為、『冷凍』状態での販売も必要になってきます。このように、鰻の資源環境を考えながら、日本の食文化を守り続けることがますます求められるようになります。

8月の売場づくりの中心となるお盆と行楽。

お盆の御馳走提案の売場づくりのタイミングについては、働き方改革が進み、休日の取り方も変化。

帰省帰京の分散化が進み、地域、個店による考慮、対応がますます必要となってきました。

一律的なチラシ対応日程では合わない店舗もでてきています。

そして、打ち出しにより伸長しているのが、バーベキュー企画。



夏での海鮮 BBQ 提案は、肉とともに、タイミング的にもチャンスが広がっています。

お盆は地域により、新盆、旧盆がありますが親類縁者、行楽、帰省、帰京等、人の動きが活発化します。

販促としては、お盆準備からお盆好適品となり、お造り、寿司、まぐろ、刺身類が中心に伸長。

そのなかで今年の、売上に大きく懸念されるのがモーリタニア産等の輸入の刺身用蒸しだこ。8月8日は『たこの日』。昨年のたこの日の販売価格は各社 g258 円前後が多かったですが、今年の7月2日の半夏生では、相場高騰から g358 円前後と昨年より3割も高い売価設定が多く見られました。

足1本で300円台のパック。ここまでの単価になるとスライス、ブツ切りによる量目調整をしても割高感が残ります。

このように今年は、盛夏商材好適品である、鰻蒲焼、刺身用蒸しだこは、原料相場高騰からの、売上減のリスクが懸念されます。

したがって従来の素材価格訴求から、より食品売場との連携が必要であり、メニュー提案、関連販売、価値ある商品づくりなど、普段やりきれていない商品づくり、企画でのカバーが必要です。

今期新サンマへの期待。7月8日解禁。全サンマの所属船は昨年と同様、8月10日から20日にかけて順次出港。新サンマの水揚げ好漁を期待したいです。

昨年不漁であった生秋鮭。今期の来遊予測は平年並みとされています。

このように8月はお盆対応とともに、シーズン商品の水揚げリスクに、どう対処するかが問われる月となります。