

2月 水産売り場の提案はこれ!

二十四節気/祝日/他	魚の日/記念日	季節商材/打ち出し	主な催事/商戦
節分 2/3日曜) 立春 2/4日曜) 建国記念日 2/11日曜) 雨水 2/19日曜)	のり巻きの日 2/3日曜) 海苔の日 2/6水曜) 鮎の日 2/7木曜) ふぐの日 2/9土曜) 煮干しの日 2/14木曜) バレンタイン 2/14木曜)	ぶり/さば/いわし 牡蠣/たら/にしん はたはた/鱈/あんこう ふぐ/金目鯛/めばる ひらめ/ほうぼう/まがれい かわはぎ/蜆/蛤 わかさぎ 鍋商材(下降)/春型商材 節分鯛関連/雑祭(月末)	節分(前半) バレンタイン(前半~中盤) ホワイトディ(中盤~) 卒業入園入学入社準備(月間) 冬物一掃(前半) 春物(月間) 雑祭り(後半)

2019年2月。月初の節分から始まり、春が待ち遠しい月となります。

2月の提案の前に、12月~1月の振り返りをしたいと思います。

平成最後の12月、前半暖かな気温となり、中盤~後半にかけ、気温も下がり鍋商材の動きもやっと本格化。

白菜等の鍋野菜相場が前年の3~5割安となり鍋商材への後押しとなりました。

また12月で訪日もついに3000万人を超え多くの方の海外の方が観光地、百貨店などの商業施設で目につくようになりました。



クリスマス~年末~年始は各地気温も下がり、北日本、日本海側は荒れ模様の天候、降雪。物流、帰省帰京の交通機関への影響もあり。暖冬とは言え、地域により天候に大きな差がありました。また、働き方改革の浸透から、食品スーパーの元旦及び1月2日まで休む店舗も増え、営業をしているショッピングセンターや大型施設では活況感がありました。

2019年2月。3日は節分、4日は立春と続き、春の訪れ、消費者心理も春に向かいます。2/3(土)節分。2019年の恵方は『東北東』。

1月に入り百貨店、食品スーパー、コンビニ各社、恵方巻に向け、例年以上にふんだんに魚介類を使用した予約ならではの高単価な恵方巻も登場。

水産売場での、節分=めざしは、年々薄れがち。節分=恵方巻の定着から、水産売場でも、恵方巻セットなど家庭でつくる恵方巻に向けたキット、パーツ商品が中心となっており、海鮮手巻き寿司セットなど、節分に向け定着。

今後も、新たな核商品づくりが必要となっています。



2/9(土)ふぐの日。

各社展開はしていますが、前日/当日販売に絞られています。理由は、食品スーパー各社、アウトパック中心で販売のなか、ロスも高く、ふぐではほとんど利益がでていません。

ふぐは、いかにロスをなくす、減らすことが求められます。

冷凍流通で、温度帯変更による販売も考えられます。

2/14(木)バレンタインデー。

水産ではなかなか提案しづらいイベントですが、ホームパーティーに向けた魚介の洋風提案となります。

家族が好きな、サーモンによるカルパッチョ、まぐろサラダ等に今年は、原料価格がこなれている、生食用帆立貝柱をふんだんに組み合わせたらいかがでしょう。



まだまだ、気温が低い2月。首都圏でも、毎年降雪があるなか、ホットメニューは欠かせません。

但し、単に寄せ鍋的な定番鍋から、ブイヤベース、海鮮鍋など、より魚介をたっぷり入れての具だくさんの提案はいかがでしょう。

牡蠣/真鱈/しらこ/海老/ずわい/帆立貝/ぶり/鮭など、具材グレードをあげた提案が次年度につながります。

2019年は、大きな変化、筋目となる年でもあります。

5月1日改元、10連休。10月予定とされる消費税10%への引き上げ。

これらから起因する様々な変化がおこり、この対応が必要となってきます。

商売的には、2月は厳しい月と言われていますが、水産にとって3月以降に向けた、新しい規格、新しいメニュー提案、新しい商品提案に向けた助走月とも言えます。

