

7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
小暑 七夕(7/7日曜) 大暑(7/23火曜) 山開き・海開き(7/1月曜) 半夏生(7/2火曜) 海の日(7/15月曜)	たこの日(7/2火曜) 波の日(7/3水曜) あなごの日(7/5金曜) 土用丑の日(7/27土曜)	あじ/いわし/かつお/あゆ 黒皮かじき/あなご/銀鮭 かます/きびなご/しいら 太刀魚/すずき/どじょう とびうお/するめいか たかべ 刺身商材/鰻蒲焼 涼味/おつまみ	山開き/海開き 七夕 梅雨明け/夏物処分 お中元/ボーナス商戦 土用丑の日 夏休み

2019年7月。

7月に入ると、梅雨明けが待ち遠しくなります。

昨年の関東甲信の梅雨明けは6月29日頃。令和元年の今年は、7月21日頃が梅雨明けと予想されています。

気象庁3ヶ月予報(令和元年5月24日発表)によりますと6月～8月の向こう3ヶ月間降水量は、北・東・西日本では7月と8月は、平年に比べ曇りや雨の日が多く。6月の、東・西日本では平年に比べ曇りや雨の日が少なく、降水量は平年並みか少ないとのこと。このため、3ヶ月間降水量は平年並みか多い見込みであり。また温暖化の影響などにより、エルニーニョ現象が続く見通しとのことです。

6月～7月の梅雨入りから梅雨時の天候は、日々の生活に影響をもたらし、社会的にも関心の高い季節であり、想定外の天候変化も増えています。



今年5月26日は全国各地で猛暑日となり、北海道佐呂間町では39.5度を観測し、5月の全国の最高気温を更新。

東京都心も32.6度を記録。5月として初めて4日連続の真夏日と、早くも、想定外の気温上昇が始まっており、降雨以上に気温による購買の変化が予測されます。

買い物時間の変化はもとより、単に涼味品への対応と言うより、買い物、外出控えに

よる保存性の効く食材などに向けた、提案が必要になってきます。

梅雨明け前『月の初めの打ち出しとして、7月2日(火曜)の半夏生、タコの日。半夏生にタコを食べる理由として、稲の根がタコの足のようにしっかり張って豊作になりますようにとの願いが込められているといわれています。



たこの販売にあたり、昨年より輸入のマダコ、国内の北海蛸とも、原料相場が高騰、今年も余波が続いています。したがって例年以上に、しっかりと蛸の特徴、由来の説明を行い。メニューも野菜と一緒に食べるサラダ、カルパッチョ等での提案。そしてメニュー用途に応じての量目設定する細かな対応が必要です。

今年、7月27日(土)土用丑の日。昨年丑の日は、7月20日(金)のなか、今年は7日間遅く、梅雨明け後の丑の日になると予想されます。

<2018年土用丑の日動向>

2018年丑の日動向	2018.7.21記載 小谷フードビジネス
<p>今年、7/20(金)土用丑の日。昨年は7/25(火)のなか、今年の関東甲信越の梅雨明けは6/29と昨年より7日早く、6月の梅雨明けは統計史上初と言われるほど短い梅雨となりました。7月に入り、猛暑が続く、西日本では豪雨による大きな災害が発生。7/18には、多治見では5年ぶりの日中40℃越え、関東においても、連日、猛暑から酷暑となり日中の歩みを控えるよう、気象庁、メディアが連日呼びかける毎日。熱中症患者が過去の3倍のペースとの報道が続きました。</p>	
<p>鰻に関しては、今年は蒲焼高騰。とメディアに取り上げられ続け、消費者に高値であることが浸透。丑の日に向け、小売りも6月以降、値上売価をつけ、ロス回避として、日持ちする真空パック物、中国産でのスペースを拡げました。但し、真空物を過度に拡げた売場は鮮度感に欠けていました。この様な与件のなか外出控えも想定以上に多いなか丑の日をむかえました。</p>	
<p>当日、天気も良く、気温上昇のなか、丑の日としては好条件でしたが、日中の外出控えの浸透も重なり、店舗への客足減、銀行も同様模様となり、酷暑影響は様々に波及。価格は昨年より、店頭売価1~2割高の報道もながれ(昨年は、1~2割安報道)。鰻蒲焼を扱っている百貨店内の鰻専門店、鮮魚専門店、GMS、食品スーパーでは酷暑による外出控えの影響が重なり、丑の日当日、前日の前売りとも苦戦した所も多かったようです。</p>	
<p>売価的には、国産長蒲焼 中/70尾1780~1980円(本体)、大/60尾1980~2180円が多く。中国産は、50尾1280~1500円での販売。昨年と比べ、国産、中国産とも、1尾当り+200円程度、設定売価が高かった丑の日となりました。</p>	

今年の国産鰻蒲焼の店頭販売売価は、昨年と同サイズ比較からするとほぼ変わらないようですが、高値であることは変わりません。輸入鰻蒲焼も同様のなか、6月現在、多くの食品スーパーの鰻蒲焼コーナーでは、輸入鰻蒲焼のスペースがとられ、さらに割安価格に見える輸入鰻蒲焼の串物が多く散見されています。また昨年以上に賞味期限の長いロングライフ化された国産鰻蒲焼が多くしめられています。

丑の日の計画としては、丑の日前の前需要、当日需要とともに、今年は丑の日が土曜のため週末需要に向けた提案もできます。例年、丑の日翌日も、ある程度需要が続くなか今年は、思いきって週末需要に向けた提案も可能となります。

但し、今年は二の丑がありませんので(昨年8月1日が二の丑)、7月～8月を通じて、小売にとって鰻で売上げを前年並みにつくることは難しいと予想されます。

さらに鰻稚魚(シラス)の資源悪化が続くとともに、フードロスに向けた社会環境の変化も捉えての鰻蒲焼販売となります。

過去、どこの食品スーパー、鮮魚専門店とも、7月～8月は鰻蒲焼での売上げ構成が高いなか、この丑の日に向けた販売計画を見直さなければならない時期が来ています。

このマイナスを何でカバーするかが、重要となってきます。

その為にどうするか、例えば、バーベキュー提案。働き改革が進み、これらの需要が伸長しています。

今年のGWでの10連休、JR東日本の新幹線などの利用者は16%増え、反動が懸念された旅行業界では夏の予約が好調とのこと。

令和の時代に入り、さらに変化による新たな需要が生れ、伸びしろある商材を捉えての提案がこれから重要になると考えられます。

