

## 西友 「アンガス牛使用のメンチカツを発売」

西友は10月28日（月）、アンガス牛を使用した「肉汁じゅわ〜！アンガス牛入りメンチカツ」（本体128円）を全国の店舗で発売した。

メンチカツは、“がっつり”食べたい方から子供やシニア層まで幅広い層に人気の商品。今回発売した「肉汁じゅわ〜！アンガス牛入りメンチカツ」は、商品名のとおり肉汁にこだわって開発した商品。原材料は肉のうま味に定評のあるアンガス牛を使用。肉汁を中に閉じ込められるように、タネは2層仕立てにし、肉粒感を感じられるように粗挽きの挽肉のタネを細挽きの挽肉で包餡した。また、内側のタネには豚の煮ごりを入れ、よりジューシーに仕立てた。

さらに味付けでは、味の決め手となるコショウを調整し、ジューシー感だけでなく肉の旨みを感じら



れるようにした。

女性の社会進出やライフスタイルの多様化などにより料理にも時短が求められており、同時に惣菜に対する利用客ニーズも年々高まっている。同社では“惣菜大改革”を掲げ、1年を通じ、メンチカツをはじめ惣菜の主力商品となる餃子や唐揚げ、さんま、とんかつなどを大幅リニューアルし、惣菜の売上は好調に推移している。

## 【魚介類・魚料理に関するアンケート調査】 ～魚介類の料理が好きな人は全体の8割弱～

マイボイスコム(株)は、3回目となる『魚介類・魚料理』に関するインターネット調査を2019年10月1日～5日に実施し、調査結果を発表した。なお、回答結果は10,322件。

### ■魚介類の料理の嗜好度

魚介類の料理が「好き」は47.1%、「どちらかといえば好き」は30.0%で、これらを合わせた魚介類が好きな人は77.1%。また、魚介類が好きな人の比率は、男性30代で低く、60・70代でやや高くなっている。

### ■魚介類の料理を食べる頻度

魚介類の料理を食べる頻度は「週2～3回」が

4割強でボリュームゾーン。「週1回程度」は2割強、週2～3回以上食べる人は全体の6割となった。60・70代では7割強、10・20代では4割強となっており、高齢層で食べる頻度が高い。

### ■よく食べる魚介類の加工品（複数回答）

魚介類を食べる人に、よく食べる魚介類の加工品をたずねたところ、「缶詰（シーチキン、ほたて缶、さば缶など）」「練り製品／かまぼこ類」「干物（アジの開き、みりん干し、するめなど）」「かつお節、削り節」が各5～6割。過去調査と比べ「干物（同）」などが減少傾向にある。「缶詰（同）」は女性、「煮干品・・・」続きは正規版にお申し込み下さい。

# Food Navigation 年間利用会員様 募集のご案内

惣菜



米飯

“鮮度感”のある情報を...

ヨークベニマル矢野目店オープン当日、ヨークベニマルの大高善興社長（代表取締役社長 兼 COO、セブン&アイ HLD. 取締役）は震災後1年の東北エリア、自社について次のようにコメントした。

■3.11以降の変化  
東北エリアを見ると、3.11大震災以降の購買行動が変わってきたように見える。一つは高齢化、年金、社会保障に関する不安から、1円でも安くという節約志向にある。もう一方では、同じ買い物をするのであれば、商品を吟味して安全・安心など、価値のあるものを買うというニーズが一段と高まっており、大きく二極化してきたといえる。どっちつかずの商品やサービスは消え行く傾向にあるようだ。自分達のターゲットとコンセプトを明確にし、お客様を創造してい

も好調なセブンイレブンのマネジメント力などをもっと学ばなくてはならない。

■セブンプレミアム商品について  
セブンプレミアム商品の開発には、明確な目標や志、コンセプトが必要。これからはカテゴリー毎に“コア”商品を作らなくては生き残れない。セブンプレミアムシリーズに関してはリピーターが増えており、特にゴールドシリーズに関しては、月を追うごとに増えている。価格は安くはないが支持は高い。大事なのはベーシックな商品でリピーターをしっかり作っていくこと。珍しいものを作るより、基本の商品で多くの支持を集めていくことが大切。

■SMにとってのPB  
我々の販売の最大のプライベートブランドは野菜であり、鮮魚であり、精肉であり、デリカテッセンである。そこにデイズや加工、セブンプレミアムセブンプレミアム商品の開発には、明確な目標や志、コンセプトが必要。これからはカテゴリー毎に“コア”商品を作らなくては生き残れない。セブンプレミアムシリーズに関してはリピーターが増えており、特にゴールドシリーズに関しては、月を追うごとに増えている。価格は安くはないが支持は高い。大事なのはベーシックな商品でリピーターをしっかり作っていくこと。珍しいものを作るより、基本の商品で多くの支持を集めていくことが大切。  
東北エリアを見ると、3.11大震災以降の購買行動が変わってきたように見える。一つは高齢化、年金、社会保障に関する不安から、1円でも安くという節約志向にある。もう一方では、同じ買い物をするのであれば、商品を吟味して安全



◀▲上記記事は過去掲載記事例です。

■『Food Navigation』とは・・・

スーパーマーケットの新店をはじめ、コンビニや一部外食など、惣菜を中心に生鮮部門などもレポートする Web 閲覧媒体です。特に惣菜においては、各バイヤーのコメントなど鮮度感のある情報を提供しております。

■年間サービス利用料金

年間サービス利用料：90,900円+税（税込 98,172円） ※こちらは小売業様価格となります。

■ご利用にあたって

- ※当サービス利用申込企業様は当サービス「利用規約」を承諾したものとします。
- ※当サービスでは、会員様が安全にご利用頂けるよう暗号化ファイル（FinalCode システム）での提供をしております。FinalCode の動作環境としては、OS は Windows7 以降、Web ブラウザーは Internet Explorer 10、11、Microsoft Edge となっております。※ JavaScript 使用 ※ Cookie 使用。
- ※また、当サービスは契約企業内のみでの利用となっており、営業手段としての利用は禁止しております。

《 入 会 申 込 書 》

株式会社フードナビゲーションジャパン 担当：小池 宛

FAX. 048-424-5547 TEL. 048-424-5546

携帯：090-2545-4724

E-mail: info@foodnavigation.com

申込日： 年 月 日（ 年 月より利用開始）

『Food Navigation』利用規約を承諾し、年間利用に申し込みます。 ※左空欄にチェックを入れて下さい。

配信先担当者	企業名	〒	連絡先	TEL:
	住所 部署 役職 氏名		情報配信先	FAX: E-mail:
請求先	請求書送付先 担当者 部署・ 役職・氏名		連絡先	TEL: FAX: