

視点(1670)

(食品編)

I Saw All America (その238) !!

— 業態の進化と客の選択肢について(その2) —
(流通とSC・私の視点 1669 より続く)

(2) 第2の潮流：食品業態の内食・中食・外食の融合化

“食”は「家庭で食べる」(内食)と「レストランで食べる」(外食)の2つの“食の場”から「店で食べる」(中食)が付加されています。中食は惣菜(できあがり状態の販売品=デリカテッセン)であり、家庭に持ち帰れば「食卓御膳」となり、その場で食べれば「便宜御膳」となります。

今、惣菜の中食の調理技術が進歩し、食品業態が店舗の中にインスタレストランとして外食機能を持つようになりました。その現象がさらに進化して、逆に外食のレストランが中食(惣菜)や内食(食材)の分野に進出しています。その食品業態の内食・中食・外食の内容は次の通りです。

	内 食	中 食	外 食
売 る モ ノ	食 材	惣 菜	料 理
食 べ る 場	家 庭		レストラン
御膳(ごぜん) <small>(テーブルセッティング)</small>	食卓御膳	便宜御膳	おもてなし御膳
客 の 行 動	○料理(自分でつくる) ○テーブルセッティング ○食べる	×料理する ○テーブルセッティング ○食べる	×料理する ×テーブルセッティング ○食べる
対 象 者	○生活者 ×ワーカー(就業者) ×観光・レジャー客	○生活者 ○ワーカー(就業者) ×観光・レジャー客	○生活者 ○ワーカー(就業者) ○観光・レジャー客
対 象 ニーズ	○パーソナルニーズ ○ファミリーニーズ △接待ニーズ △グループニーズ △アニバーサリーニーズ △セレモニーニーズ	○パーソナルニーズ ○ファミリーニーズ ×接待ニーズ △グループニーズ ×アニバーサリーニーズ ×セレモニーニーズ	○パーソナルニーズ ○ファミリーニーズ ○接待ニーズ ○グループニーズ ○アニバーサリーニーズ ○セレモニーニーズ

(3) 第3の潮流：食品業態の“食”文化化

“食”は胃で食べる(生命維持のための食事)から舌で食べる(おいしいものを食べる)、さらに脳で他寝る(居心地感で食べる)へと進化しています。“食”はこのように、単に食べるという概念から、「コンセプトで食べる」という文化まで進み、この現象を「食文化」と呼んでいます。

“食”の文化化の内容を示すと次の通りです。

第1ステップ	第2ステップ	第3ステップ
基本型	スタイル	コンセプト
ハイライフイメージ	臨場感のあるイメージ	異質性のあるイメージ
鮮度・品質 +	グルメ(美味) +	安心・安全(自然食) +
品揃え・総合性 +	HMR(ホームミールリプレースメント) +	エキゾチック(珍味) +
廉価性(安さ)	食通・食育	こだわり(うんちく)

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代 表 六 軍 秀 之