

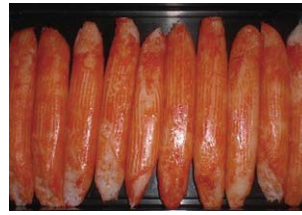
ヨーロッパカニカマ&寿司最前線



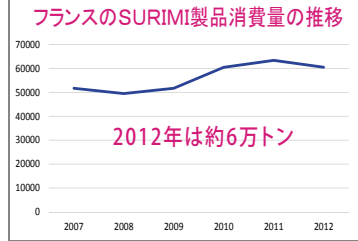
パリ事務所 所長 島村豊吉



大繁盛!パリの寿司レストラン



Cuisimer (Coraya) の新製品



【ヨーロッパのスリミ事情】

ここ数年来のヨーロッパ経済の低迷が、食品業界にも購買力の低下という形で、重くのしかかっています。更に、今年はじめに大手スーパーで発覚した東欧の馬肉を食材とした冷凍ハンバーグを牛肉のハンバーグとして偽装して売っていたことが暴露され、消費者の不信感をさらに深める結果となりました。

スリミ製品に関しましても、2012年はヨーロッパ全体で、平均10%消費量が減少し2013年の見通しでも引き続き5%前後の減少になるだろうとのことです。フランスの主なところでは、FleuryMichon -15%、Cuisimer (Coraya) -7%、Intermarche (Capitaine Cook) -5%と軒並み減少する見込みです。特にフランスでの減少には、2つの大きな原因が考えられます。1つは、勿論ヨーロッパ経済の低迷による購買力の減少ですが、もう1つの大きな原因はフランスの権威のある科学雑誌が数年に渡り、「スリミ製品はヘルシーで、ダイエットに効果があり、食べ続ければ長寿を全うできる」と報じられることによる消費の増大がありましたが、ここにきて、「スリミ製品は果してダイエットに寄与したヘルシーな食品であるのか疑問がある」との記事が掲載されるに及んで、一気に消費量が減少していったようです。

また、昨年より Cuisimer (Coraya) がスノークラブもどきを自社生産し、「新しい食感の、本物のカニの味をお楽しみください」とのキャッチフレーズで、大々的キャンペーンをして売り出され、FleuryMichon もオレンジパッケージで追随しましたが、売り上げは思ったより伸びておりません。この新製品の出るタイミングが景気の低迷時期と重なったこともあり（通常のカニスティックより20~30%割高）が、一番問題なのは、カニスティックをカニもどきと考えている消費者が少ないことで、彼らは、単にヘルシーなスナック菓子といった程度にしか考えていないのが致命的ではないかと思われます。まず消費者の意識改革こそ必要で、この製品が浸透するにはまだまだ時間がかかります。このような低迷した状況を打破するためには、まったく新しい製品を開発する以外ないのではないかと思います。



例えば、2013Anuga の見本市で一番人気を博していたのはイタリアの「ピザアイス棒 (*写真)」(アイスクリームの棒にピザの具材を巻き込んで、電子レンジで1分ほど温めるだけのファーストフードタイプのピザ) ではなかったかと思えます。このようなユニークな発想の商品がカニカマ商品でも待たれるところです。同時に、ヨーロッパの食品市場は「ヘルシーで、ダイエットな食品」の需要が益々増大していくものと思われま。

ちなみに、Sushi 製品及びレストランは、まだまだ増え続けています。



▲ 2013Anuga で出展された新製品「HASTA LA PIZZA (ピザアイス棒)」(展示会場での試食は、いつ行っても長蛇の列で結局できませんでした)

フランスのSURIMI製品消費量の推移(2007-2012)

年	2007	2008	2009	2010	2011	2012
消費量 (t)	51,700	49,500	51,700	60,483	63,373	60,492

西ヨーロッパのSURIMI製品消費量

	フランス	スペイン	イギリス	イタリア	ドイツ	その他	TOTAL
2011年	63,000	43,000	12,000	9,000	7,000	8,000	134,000
2012年	61,000	40,000	10,000	7,000	5,000	6,000	123,000
2013年(予想)	57,000	41,000	9,500	6,800	4,800	5,800	119,100

【ヨーロッパの寿司事情】

ヨーロッパ(特にパリ)の寿司事情をすこし説明しますと、この爆発的な寿司レストランはヨーロッパの中国人の影響が大です。中華料理店が飽和状態になった時、単価の高い寿司に目をつけました。経営者は中国人で、寿司をにぎっているのは、中国、スリランカ、バングラディッシュなどの外人です。(ちなみに、写真の人はバングラディッシュ人です)

寿司ネタは、90%が養殖サーモンです。脂がのって、歯ごたえがあるからだそうです。まぐろはそれほど人気がありません。去年パリとその郊外(人口800万から1000万人)で寿司レストランが2000店といわれていましたが、今年は3000店にはなっただろうとのことです。この寿司ブームはお寿司の国日本の知名度をあげましたが、「これが寿司か」というような「おにぎりのような寿司」が出てきても、お客さんは「これが寿司」だと思って食べて平気です。まあ、しょうがないですかね。



▲寿司ネタはサーモンが主流



▲増える「寿司レストラン」

▼カルフル内「寿司コーナー」

