

新型コロナ感染防止で巣ごもり消費拡大 在宅勤務・休校など増加

新型コロナウイルス感染拡大を防ぐために大手企業を中心に在宅勤務が増加し、27日には、安倍晋三首相が全国すべての小中学校について、3月2日から春休みに入るまでの臨時休校を要請したことで、「家庭の食」に対する備えに関心が高まっている。厚生労働省が公表した新型コロナウイルス感染症対策の基本方針の中で、感染拡大防止策の一つとして、広く外出自粛を求めることが明記されたことから、買い物の回数の減少、ネット購買や外食から出前などへの移行が加速し、いわゆる巣ごもり消費が拡大することが予想される。

すでに消費者が食の分野で、不特定多数との接触を敬遠する動きが顕在化している。日本最大級の宅配デリバリーの出前館が、2月7日に公表した20年1月のオーダー数は、前年同月比7%増の271万件、アクティブユーザー数(直近1年間で1回以上注文したユーザー数)は、同13%増の317万人と増加しており、2月の数値ももうう年を考慮しても前年同月を超えることが予想される。「巣ごもり消費(自宅観戦)」への対応として、平年よりも生産計画を上乗せしている。新型コロナ感染のピークとの差をどのように埋めるかが課題となる。さらに、あるメーカー担当者は新型コロナ感染拡大は深刻な問題とした上で、「感染拡大という非常事態と現状で健康上に問題がなく自宅にいる状況」の意識の乖離(かいり)を指摘し「今回の巣ごもり消費は、非常食という視点だけではニーズをとらえきれない。誤解を恐れず言えば食を楽しむ視点が重要」と分析し、簡便性、保存性に優れたカテゴリの食品の中でも、プレミアム系の商品の需要が高まると予測する。

「備え」の部分で参考になるデータは、19年10月12日夜から13日未明にかけて東日本を通過し、関東、甲信越、東北地方に記録的な大雨や河川の氾濫による浸水被害をもたらした台風19号の時に消費者がどのような加工食品を購入したかだ。KSP-POSデータを基に、記録的な災害に備え、消費者がどのような加工食品を購入したかを調査した結果、首都圏の前年同期販売数量増加率が最も高かったのは、「育児用ミルク」で(390.9%)、次いで「畜産缶詰」(269.3%)、「水産加工品」「水産缶詰」「水」「調理済みカレー」「カップ麺」「米飯加工品」の順となった。ただし、台風など自然災害への備えが数日間と日単位であるのに対し、今回の新型コロナで週単位の備えとなること、台風では物理的に買い物が困難になるのに比べ今回は、買い物という行動に対する物理的な制約はないこと、さらには、自然災害では物流に大きな影響が出るが、現状では物流に問題はない。

(日本食糧新聞社 <http://news.nissyoku.co.jp/> より)

「サヴァ缶」シリーズ2品を追加 5色でさらなる復興を



「アクアパツァ風」(上段左)と「ブラックペッパー味」(上段右)が加わり、5色揃った「サヴァ缶」シリーズ

東日本大震災からの三陸の水産業復興を目指して2013年9月に発売され、累計で750万缶(19年12月時点)の出荷を超える大ヒット商品となった国産サバの洋風缶詰「Ca va?缶(以下、サヴァ缶)」シリーズに、第4弾「アクアパツァ風」(青色缶)と第5弾「ブラックペッパー味」(黒色缶)が加わった。いずれも14日から出荷が開始されている。フランス語で「元気ですか?」と呼び掛ける同シリーズは、復興への歩みを象徴する缶詰として、また新たな展開を見せた。

アクアパツァ風は地中海料理をイメージして開発。アサリエキスパウダーや洋風魚のだしなどを用いて優しい味わいに仕上がっている。パンオムレツや焼き春巻のほか、漬け汁をそのまま生かしてパエリアにも使える。

ブラックペッパー味はオニオンソテーに黒コショウを利かせたスパイスな味に仕上がっており、ガーリックライスやマーボー豆腐を応用させたレシピによく合う。

ともに1個170g入りで税別380円。新商品の開発は、大きな災害が相次ぐ近年の日本国内に明るい話題を届けたいという関係者の声で実現。昨年3月8日、東京都中央区にある岩手県のアンテナショップ「いわて銀河プラザ」で開かれた「サヴァ缶の日」記念イベントで出されたアイデアを元にして商品化につなげたという。

サヴァ缶シリーズは、プロデューサーを手掛ける東の食の会と販売の岩手県産、製造の岩手缶詰による共同プロジェクトで開発された国産サバの洋風缶詰。初弾の「オリーブオイル漬け」(黄色缶)に始まり、以後は「レモンバジル味」(緑色缶)、「パプリカチリソース味」(赤色缶)と順次バリエーションを増やしながらか、特に20~40代の女性を中心にファンを獲得していった。

鮮やかで目立つパッケージデザインと洋風のサバ缶という新しいコンセプトだけでなく、東日本大震災後に被災地で誕生したオリジナルブランドのヒット加工食品としても業界の注目を集めてきた。

今年、五色のサヴァ缶が復興へのさらなる歩みを推し進める。

(日本食糧新聞社 <http://news.nissyoku.co.jp/> より)



書籍『早わかり防災マニュアル』

日本出版制作センターから好評発売中!

- B6変形判・236頁
- 定価：本体1,650円(税込)

https://www.center-net.jp/sale_detail/101で発売中!

非常食検索サイトはこちら

<https://center-net.jp/hijyoushoku>

・各社の通販サイトへリンク・注文できます



書籍、e-bookの販売サイトが出来ました!どうぞご利用ください。

<https://www.center-net.jp/sales>

みんなのtwitter広場

おむつとかお尻ふきがデマのせいで買えなくて困ってる、みたいな聞くと(勿論大変だろうと、買い占め困るなどは思うけど)子どもの物はストックしとこうよ、そんなギリギリに買い足す様にしようなん、とも思ってしまうわ。災害の備えにもなるんだし。

@Axxa1017 さんより
14:14 - 2020年3月2日

今日もスーパーの棚は、あちこちすっからかん。何事もない平穏な時に準備しておく買い置きや備蓄は、自分のためだけじゃないんです。普段買い置きしない主義という方にも、おうちが散らからない程度には備蓄をおすすめしたい、いえ、お願いしたいです。本当に困っている時に、必要な人に届いて欲しい。

@bousaizukan さんより
22:19 - 2020年3月1日

我が家は子どもが多いので生活用品、日用品はすぐなくなる。でもね、いくら自宅に物を備蓄しても災害の時は全て持ち出せないし自宅にいられるのかもわからない。だから本当に必要なのは知識、知恵、普段からの防災意識と危機管理。もう食材や日用品ではなく避難を想定して必要な物を買います。

@Fairy0083 さんより
20:57 - 2020年3月1日

POSデータ★ランキング

2020年 2月10日～2月16日のベスト20

野菜ジュース

No	メーカー	商品名
1	カゴメ	カゴメ 野菜一日これ一杯ホームパック 1000ml
2	カゴメ	カゴメ 野菜生活100オリジナルHP 1L
3	カゴメ	カゴメ 野菜一日これ一本 200ml
4	カゴメ	カゴメ 野菜生活100オリジナル 200ml
5	伊藤園	伊藤園 1日分の野菜 200ml
6	カゴメ	カゴメ 野菜生活100信州白桃MIX 195ml
7	カゴメ	カゴメ 野菜生活100オリジナル 720ml
8	カゴメ	カゴメ 野菜一日これ1本 200ml X 12
9	カゴメ	カゴメ 野菜生活100ベリーサラダ 200ml
10	カゴメ	野菜生活SmoothieグリーンMix 330ml
11	カゴメ	カゴメ 野菜生活マンゴーサラダHP 1000ml
12	カゴメ	カゴメ 野菜生活100デコボンMIX 195ml
13	キリン	無添加野菜 48種の濃い野菜100% 1L
14	カゴメ	カゴメ 野菜生活100ベリーサラダHP 1000ml
15	カゴメ	カゴメ 野菜生活100オリジナル 200ml X 12
16	伊藤園	伊藤園 1日分の野菜 化粧箱入 200ml x 12
17	カゴメ	カゴメ 野菜生活100 アップルサラダ 200ml
18	カゴメ	野菜生活スムージー グリーンスムージー 1000g
19	伊藤園	伊藤園 充実野菜 緑黄色野菜ミックス 930g
20	伊藤園	伊藤園 1日分の野菜 900g

出典：(株)KSP-POS「KSP-POSワイド」
KSP-POSデータは全国約150社の食品スーパー・約990店舗のPOS販売実績データです。

長期保存のきく食品の
売上げランキングです。
普段から多めに備えて
おくと安心！！

実名報道はすべき？

災害で亡くなった方を
実名で報道するべきかが
今、問題になっています

自治体が遺族の了解
を得て公表してケースが
多い気がする

実名報道を行うメディア側には
国民の知る権利や
記事に説得力を持たせること
正確な情報(歴史)の記録
などの理由があります

まあ犯罪被害者
と違って公益性が
あるのはわかる

行方不明者の場合は
実名報道によって安否が
確認できるメリットもあります

しかし個人情報保護や
遺族の希望で公表を控える
ケースも多くなりました

メディアスクラムも
すごいらしいし
ネットでどこの誰だか
すぐにわかってしまう時代だしね
こういうことも家族で
話し合った方がいいのかな

もっと知りたい! 【新製品】

毎日食べよう速筋タンパク <かまぼこスティック>



◆会社名=日本水産(株)
◆価格=(OP, 税表記なし)
◆発売日=2020年03月01日

「速筋タンパク」シリーズ新アイテム。
1本(1食)を食べると速筋タンパクを4.5g以上摂取できる。
あっさりとした味付けで脂質が控えて朝食に好適。
そのままでも料理の素材としても幅広く使用できる。
カルシウム入り、低脂質表示。
卵不使用。

食@新製品 (<http://foodsnews.com/>)

たまねぎみそクリーム スープ



◆会社名=マルコ(株)
◆価格=(OP, 税表記なし)
◆発売日=2020年03月上旬

クリームスープに味噌を加えたクセになる味。
味噌とクリームの濃厚なスープにフライドオニオンを加えた、パンにもご飯に合う新感覚スープは、味噌の香りとクリームを生かしたマイルドでコクのある味わい。

食@新製品 (<http://foodsnews.com/>)

豆乳飲料 <かき氷れん乳いちご風味>



◆会社名=マルサンアイ(株)
◆価格=90円(参考小売価格, 税別)
◆発売日=2020年03月01日

「豆乳飲料」シリーズ新アイテム。
豊かな香りと濃厚ながらもやさしい甘みが包み込んでくれるれん乳いちご風味の豆乳飲料。乳成分を含み、乳アレルギーでも安心して飲める。
製氷カップに移して冷凍庫で凍らせかき氷機で削るだけで、蜜なしでも濃厚なかき氷が楽しめる。パックごと凍らせることも可能だが、その際は解凍せず食べ切ること。

食@新製品 (<http://foodsnews.com/>)

非常食検索サイト掲載! 【商品紹介】

マジックライス 炊き出し用 「ドライカレー」



◆会社名=(株)サタケ
◆価格=15,120円

マジックライス 炊き出し用は、お湯や水を加えることで、一度に50人分のマジックライスを作ることのできるシリーズです。調理時間はお湯を注いで15分、水で60分です。
弁当容器や箸、しゃもじなど、災害時の配布に必要なものが全てセットになっており、自治体や企業、病院施設などでの備蓄用に最適です。内容量は5kg。出来上がり量は13kg。

v 非常食サイト (<https://www.center-net.jp/hijyoushoku>)

鯛のお吸いもの【5食入】



◆会社名=アサヒグループ食品(株)
◆価格=967円

かつおと昆布からていねいにとっただしに、鯛の旨みが味に深みを与えています。三つ葉の香りもさわやかな逸品です。見た目の品の良さは、お客様のおもてなしにも十分お使いいただけます。特に急な来客に、お湯を注ぐだけで品のいいお吸いものが簡単に用意できるのも奥様には強い味方。あとは出前のお寿司の到着を待つだけです。

非常食サイト (<https://www.center-net.jp/hijyoushoku>)

ふかひれ雑炊【6食入】



◆会社名=アサヒグループ食品(株)
◆価格=1,089円

雑炊は日本のものですが、中華食材を使ったこの雑炊は、いつもとちょっと違った味わいです。濃厚な魚介や鶏のスープをご飯がたっぷり吸い込んで、旨みは抜群。中華風ではチンゲン菜や黒きくらげは名コンビ! どちらも歯ごたえのいい名脇役です。

非常食サイト (<https://www.center-net.jp/hijyoushoku>)