

# コロナ禍のニーズ対応

## 「ドライブスルー八百屋」など

外食産業記者会は、その年に外食産業界で活躍した人、話題になった人を選出し、表彰する「外食アワード2020」を決定した。外食事業者では、ケンタッキーフライドチキン（KFC）を運営する日本KFCホールディングス（横浜市西区）の近藤正樹社長など、中間流通・外食支援事業者では、「ドライブスルー八百屋」を立上げたフードサプライ（東京都大田区）の竹川敦史社長などが受賞。受賞者の多くが、コロナ禍において新たなビジネスモデルの創出や強みを発揮した。

外食アワードは、外食 店売上高の前年超えを連発。もともと売上げに占めるテイクアウト比率が8割近い業態である強みも活かし、飲食店チェーンとしてコロナ禍でも戦える姿勢を示した。とくに緊急事態宣言下にあつた4月、5月の既存店売上高は30%超の伸びとなった。

このうち、KFCでは、もともと売上げに占めるテイクアウト比率が8割近い業態である強みも活かし、飲食店チェーンとしてコロナ禍でも戦える姿勢を示した。とくに緊急事態宣言下にあつた4月、5月の既存店売上高は30%超の伸びとなった。



さらに、接触や「3密」を避けた利用者ニーズに対応するドライブスルーの売上げを大きく伸ばし、デリバリー対応店舗

の拡大も進めるなど、コロナ禍で変化する消費者心理や行動を捉えた取組みが奏功した。

また、外食事業者では、ゴーストレストラン研究所（東京都港区）の吉見悠紀社長も受賞。実店舗を持たない「ゴーストレストラン」がコロナ禍で数多く登場しているが、同社はその先駆け。2019年に東京・目黒に約17平方メートルの間借りキッチンで事業をスタートした。今年6月には西麻布に移転し、キッチンの規模を3倍以上に拡大した。

一方、業務用青果卸のフードサプライでは、4月7日の7都府県を対象とする緊急事態宣言の発令を受け、9日に非接触の販売方式「ドライブスルー八百屋」を立上げた。外食産業向けの野菜をセツトし、一般消費者に販売するもの。その展開は全国に波及し、最大で30か所、6万人以上が来場するなど、BtoBとBtoCの流通の壁に風穴を開けた。その取組みは生産者支援のみならず業務用食品卸の新たな販売チャネルのモデルケースにもなっている。なお、青果卸売を主体とする企業が外食アワードを受賞するのは、2004年の開始以降初となる。

外食キーワードも「コロナ」関連多く

外食アワードと同時に

5つの「2020年外食キーワード」も発表。「コロナ禍」「テイクアウト」「デリバリー」「GoToイート」「唐揚げパブル」「エイクミート」に決定した。

このうち「テイクアウト・デリバリー」は、コロナ禍で3密を防ぎながら、ビジネスを広げる手法として注目された。多くの外食店が商品を開発し、店頭で弁当などを販売したものの、労力を使わなければならない。また「エイクミート」は大豆を中心とした植物由来のタンパク質を使った食品で、「代替肉」「植物肉」とも呼ばれる。外食業界でも導入が進んでおり、将来的には4000億円市場になるともいわれている。

今年5月、フードサプライ京浜島物流センター（東京都）で行われた「ドライブスルー八百屋」