

# 「お一人様」商品ヒット

## 少子高齢化で単身世帯増え

少子高齢化による単身世帯の増加に伴い、

県内で「お一人様」をターゲットにした商品がヒットしている。火を使わないで済む食品や高齢者向けの電化製品などで、今後の全国展開を視野に入れる企業も現れた。

5年ごとの国勢調査によると、県内の単身世帯は前回調査比で2000年と05年が約12%増、10年が約18%増と2桁の増加率が続く。10年の129万4000世帯は東京、大阪に次いで全国で3番

目だ。

百貨店やスーパーなど全国51店舗で鮮魚を販売する「魚喜」(藤沢市湘南台)は、今年2月から同市のスーパーで、その日に取れた魚と季節の野菜を食材にした一皿料理「おさかなdish」の販売を始めた。トレーに魚と野菜を盛って味付けし、そのままレンジで温めて食べることができ、1日15〜20パックが売れ、約3割が高齢者などの常連客という。夫と2人暮らしの伊藤和江さん(73)は

### 一皿料理、小型掃除機、鍋用タレ...



「おさかなdish」を手取る高齢者＝藤沢市湘南台のスーパー「BIGPOWER」で

「いろいろな野菜が少しずつ入っていて便利。火を使わないのも安全でいい」と話す。魚喜は、今秋にも関東全店での販売を目指す。

県内に34店舗を展開する家電量販店「ノジ」は「腰を曲げずに掃除できたり、持ち運び

マ(横浜市西区)は、小型白物家電が好調だ。4〜6月の掃除機販売台数は前年同期比で1割減だが、軽量の「スティック型」は約2割増、片手で持てる「ハンディ型」は6割増となった。河原崎利彦・家電商品グループ長は「腰を曲げずに掃除できたり、持ち運び

が無駄を省きたいという消費者の意向もうかがえる。エバラ食品工業(横浜市西区)が売り出した鍋用タレ「プチッと鍋」は、昨夏から今年3月までの売り上げが8億円と販売目標の2.5倍を記録した。1人前に1個、家族には人数分を使うことを想定した商品で、鶴田暁行・マーケティング部長は「消費増税と食材の高騰で、多少割高でも無駄を省きたいという消費者のニーズがあるのでは」と分析している。

【鈴木加代子】