

イエナカ需要の高まりの影響を受けて “高・多機能”調理用品、“映える”食器が好調です

◆新宿店 6階 食器・調理用品売場

京王百貨店（本社：東京都新宿区、社長：駒田一郎）新宿店 6階食器・調理用品売場は、調理用品を中心に堅調に推移しています。コロナ禍において家で料理をする機会が増えたことで、これまで使っていた調理器具を買い替えたり料理にこだわるようになり、高品質のものを新たに買い揃えたいと、質・機能性を求めて来店される動きが見られます。あわせて、テーブルウェアへの注目も高まっており、シンプルながら明るい色使いの“映える”食器類も人気です。

■さまざまな調理法に使える“多機能”土鍋が好調！

寒い季節になると売上に動きがでる「土鍋」。今年は昨年と比べて気温が低い影響もあり、約40%増と好調に推移しています（集計期間=10月1日～11月8日）。中でも、「蒸す・煮込む・炒める・焼く・ローストする」といったさまざまな調理ができる多機能の土鍋が人気です。 ●長谷園「ビストロ蒸し鍋」(大) 15,400円



また“大人数で集まらない”コロナ禍では、小さめの「個食土鍋」の需要が高まると予想され、例年よりも展開を強化しています。

●「粉引線紋 6号土鍋」各 3,300円



■機能性の高さで耐久性で好評！老舗高級ブランド「ビタクラフト」

アメリカのステンレス調理器具メーカー「ビタクラフト」。無水・無油調理などが可能な、耐久性に優れた調理器具で、自粛期間に“もっと良い物を”“もっと便利に”と買い替え需要が高まり、売上は約30%増と好調です（集計期間=10月1日～11月8日）。一般的な鍋やフライパンと比べ汎用性が高いものや、手入れがしやすい調理用品にも注目が集まっています。



●自炊が増え、白飯へのこだわりの高まりからか動きを見せる「ごはん鍋(16,500円)」は、熱伝導が良く炊飯器より短い時間で炊けるほか、通常の鍋料理にも使えるなど汎用性の高さも人気。

●「備え付きの魚焼きグリルは洗うのが面倒」という理由での購入が目立つ「グリルパン(14,300円)」。コンロやIHで手軽に焼き魚が作れるほか、蒸し料理にも使えます。



■鮮やかなカラーでテーブルを彩る「ル・クルーゼ」、「波佐見焼」

90年以上の歴史をもつフランス発のキッチンウェアブランド「ル・クルーゼ」。焦げつきにくく熱が逃げにくいホーロー加工の鍋は、機能もさることながらカラーバリエーションやデザインが幅広い世代で人気のブランドです。普段百貨店を利用する機会が少ない若年層のお客様の増加を受け展開を強化し、前年の約5倍の売上に（集計期間=10月1日～11月8日）。鍋と合わせて皿などトータルで購入する方も見られます。



そのほか、テーブルウェアブランド「Common (コモン)」の波佐見焼は、和食器ながら洋食器のような和モダンなデザインと手に取りやすい価格で、若い世代の方を中心に購買が見られます。

