

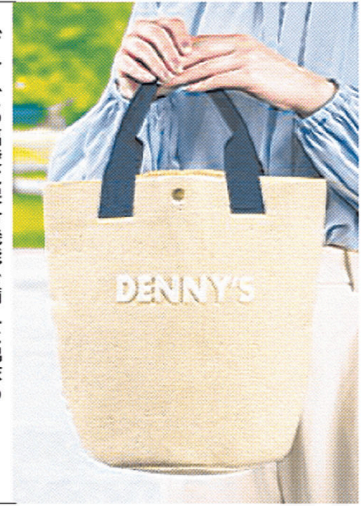
福袋といえばかつては年明け初売りの目玉商品だった。ところが最近では飲食業界を中心に季節を問わず販売する動きが広がっている。値上げラッシュが生活費を圧迫する中、消費者にとっても「お得感」といふより「お得感」が魅力的に映るようだ。

ファミリーストラン「デニーズ」を運営するセブン&アイ・フードシステムズ(東京・千代田)は4月、期間・数量限定で「ハッピーバッグ」を販売した。2日に予約を始めたところ19日の発売前にはほぼ完売したという人気ぶりだ。

店での食事券など5480

## デニーズやモス、春も夏も福袋

### 「袋」自体に値打ち、客呼ぶ



デニーズの福袋は保冷機能を備えた綿麻のオリジナルトートバッグに詰めて販売した



モスフードサービスは人気キャラクターとコラボした福袋を販売

円分のクーポンに加え、同社の食品ブランド「デニーズテーブル」のピーフッシュューなど1930円分がセットになって4200円。3210円分がお得になる計算だ。母の日のプレゼントなどに利用されたという。

新型コロナウイルス禍で営業自粛を求められた同社は2022年にデニーズテーブルを立ち上げ、冷凍ハンバーグなどの販売を始めた。認知度を上げるために23年、初めて

食品を詰め合わせたハッピーバッグを発売したところ好評だった。

生活が日常に戻った今年は来店のきっかけ作りとしてクーポンを入れたところ、販売数は約3割増えたという。お得感に加え、担当する商品部外販マーチャンダイジングの兼田敏宏総括マネージャーは「オリジナルのバッグも注目をされた」と話す。

福袋の綿麻バッグと保冷バッグを製作するのはオンワード

ドコーポレートデザイン(東京・千代田)だ。同社は23年度の福袋関連事業の売り上げが前年度比2倍以上になった。福袋オリジナルという限定感もあってメルカリでは早速1000円前後で販売されている。都内に住む40代の女性には「限定のオリジナルこそ福袋の価値」という。

同社が福袋のバッグなどを手掛けるようになったのは10年ほど前、タリーズコーヒージャパンとのコラボが始まり

だった。福袋は徐々に紙袋から店名が入ったオリジナルバッグへと変化し、そのデザイン性が新たな価値を生み出すようになったという。

外食業界では他にもモスフードサービスが4月、アニメ「スポンジ・ボブ」とコラボしたトートバッグにハンドタオルやバスケースなどのグッズと5000円分の食事補助券をつけて、5000円で発売した。10年から年末年始に福袋を扱ってきたが、21年から夏にも販売。22年から春も加えて年3回となった。

飲食業界はコロナ禍で営業自粛を求められ、物販を強化してきた経緯がある。生活が日常に戻った現在も業態によっては売り上げが回復していない。この間に消費者の生活スタイルは大きく変化した。既存客が再来訪するきっかけや新しい顧客の獲得、ファン作りなど、福袋はポストコロナ時代の新たな販促ツールとして、福を呼び込むことが期待されている。(編集委員)