

ライフ練馬中村北店 vs ヨーカドー食品館練馬高野台店、MVエクスプレス木場公園店 都市攻略小型フォーマット対決 日配編&惣菜編

城取フードサービス研究所

城取 博幸

惣菜部門

ヨーカドー食品館練馬高野台店の売場面積は、約 880 m² (267 坪) 西武池袋線「練馬高野台駅」の駅中商業施設「エミオ」の中に立地。ライフ練馬中村北店は、売場面積 863 m² (262 坪) 練馬区中村北の東急ストア跡地に出店。

マックスバリュー・エクスプレス木場公園店は、上記の 2 店舗から離れて江東区深川地区売場面積は 834 m² (253 坪)。価格は、マックスバリューEXが一番安く、次にライフ、ヨーカ堂の順で「松竹梅」の店舗の特徴がよく表れている。

3 店舗ともフルラインのインスタ惣菜を販売しているが、250 坪強の小型SMにはたして「インスタ惣菜」は必要であるのか疑問を持つ。

米飯、寿司、冷蔵惣菜に特化する ヨーカドー食品館練馬高野台店

駅中立地だけあって、昼は弁当や寿司、おかずを買い求める客が多い。逆に、揚げも、天ぷらは品揃え程度。天ぷらは「芋」「かぼちゃ」「なす」「ちくわ」の 4 種類のみ品揃え。パックの揚物類は、11 時近くになっても売場が埋まっていない。小型店では、限られた人時で売場をまんべんなく埋めることは難しい。昼の売場は、「揚物を捨てて、米飯、寿司に全力投球するのは正解である」。

売場レイアウトは、「生鮮ゾーン」と「コンビニゾーン」とに分かれ、惣菜側の入口からは、寿司 9 尺、弁当 9 尺、揚物のバラ、パックへと続く。さらに、冷蔵惣菜が約 24 尺 (サラダ 6 尺、洋惣菜 3 尺、麺類 3 尺、和惣菜 6 尺、セブンプレミアム 6 尺、) と小型店にしてはかなり広い売場を確保している。最近では冷蔵惣菜の売上が伸びているため、将来的にはこのくらいの売場は欲しい。

商品の特徴は、「中華スープ」を含めた「中華惣菜」は、冷蔵ケースで販売していること。寿司のプライスラインは、11 カンのにぎり寿司に絞り、ネタのグレードにより、550 円 (特売)、780 円、980 円クラスの品揃えをしている。

駅中立地という好立地ではあるが、デパート程の迫力はなく、従来のSMそのままの延長で小型化した印象を受けた。

揚物売場は広いが、冷蔵惣菜の売場は貧弱な、練馬中村北店

売場レイアウトは、壁面に寿司、おにぎり、おはぎ、揚物コーナー、通路中央の平台に弁当、丼、その脇に天ぷらセットを陳列。サラダ、煮物、麺類などの冷蔵惣菜は食品売場側の多段ケースに陳列されている。揚物売場は、約 18 尺程と小型店としてはかなり広い売場だが、夏の揚げものは一般的に苦戦している。それでも、「とんかつ 1 枚 298 円、2 枚 580 円

のバンドル販売」や、「天ぷらセット」は中央の平ケース脇で販売するなど売れ筋商品はしっかりと押さえている。

「おにぎり」はインストアで製造しているものの、「弁当」はインストアとアウトパックの棲み分けし、398 円の低価格弁当はアウトパック、480 円弁当、丼類はインストア製造を行っている。果して客は、「おにぎり (168 円)」と「弁当」のどちらが手作りであればうれしいかを問い直す必要があると思う。おにぎりは、手作りの割には売場が狭く、陳列量も少なく印象は薄かった。さらに残念なのは、今売上が伸びている、冷蔵惣菜の売場がコンコース壁面から外れていて、有利な場所に展開されていないことだ。

価格は安く、フルラインの惣菜売場だが特徴がない、MVエクスプレス木場公園店

売場レイアウトは、コンコース壁面の多段冷蔵ケースに「涼味麺」と「トップバリューレディミール」、揚物バラ、パック、寿司、入口窓側壁面に冷蔵惣菜、米飯類は中央の平台で展開している。催事場で「お盆のおはぎ」98 円を平台で展開していた。

一応フルラインの惣菜だが特徴がない。レイアウトの問題は、惣菜売場が、レジのラインから外にはみ出していて、ともすれば、惣菜売場を通らずレジに向かってしまう。

「弁当」は、ライフと同じで、インストアとアウトパックの棲み分けし、低価格弁当はアウトパック、丼、高額弁当はインストアで製造している。寿司もインストアで製造しているが、陳列量から見て果たして、小型店で寿司のインストア製造は必要であるのか疑問に思う。寿司を止めて、弁当、丼に特化した方が客に喜ばれるのではないだろうか。

ロコモコ丼 (498 円、398 円)、ハンバーグ 2 枚入り (野菜付き) (298 円) 対決

ロコモコ丼を食べる世代は、質よりボリュームを好む。ハンバーグの肉の量、グレードは、ヨーカ堂、ライフ、マックスバリューEXに順だが、大きさ、ボリュームは、マックスバリューEX、ライフ、ヨーカ堂の順であった。試食してみたが、質を求めればヨーカ堂 (498 円)、価格、ボリュームを求めるのであれば、ライフロコモコ丼 (398 円)、マックスバリューEXハンバーグ温野菜添え 2 枚入り (298 円) であった。

「蒸し野菜対決」

ヨーカ堂とライフには、「蒸し野菜」が品揃えされていた。パックの大きさは違うものの、内容は、じゃがいも、さつまいも、かぼちゃ、人参、玉葱とほぼ同じ内容であった。ヨーカ堂がドレッシングであるのに対し、ライフはマヨネーズであった。野菜の味は甲乙つけがたい。

「うなぎ、うなぎご飯」

ヨーカ堂 (国産) 980 円、マックスバリューEX (中国産) 598 円、イズミヤはスライスうなぎを使った「うなぎご飯」480 円であった。三者三様で「松竹梅」の品揃えに特徴がある。

各店1品に絞り込んで販売している。問題は客がどの商品を選択するかである。

250坪強の小型スーパーマーケットに、惣菜、生鮮のインストア化に疑問を呈す。

かつて、日本から撤退したテスコ（つるかめ）の、生鮮強化型の店舗（250坪）を視察したことがあるが、テスコは日本人の「生食文化」と「高鮮度文化」を考慮して、「現地化」を優先し、生鮮3品、惣菜、インストアベーカリーのインストア化を図ったが、それはうまくいかなかった。インストを持たない韓国のテスコ・エクスプレスはうまくいっている。アメリカのフレッシュ&イージー、トレーダー・ジョーズ、フランスのカジノ・スーパー、オーシャン、香港のウェルカム、パークンショップなど、どこを見ても小型SMには作業室はない。今までの縦割部門で、人時を減らしたり、パート化すれば解決するという問題ではないような気がする。大型店をそのまま小型化したフォーマット自体に問題があるように思う。その理由は、日配部門の記事で説明してある。

「小型SMは、生鮮食品、惣菜はアウトパック化すべきである」というのが私の考えである。駅中の成城石井やローソン100、ビック・エーは、バックヤードを持たずにチルド商品、冷凍食品、ドライ食品、雑貨だけで勝負している。

アメリカでは、作業室を持たない、ダラストア、ボックスストア、コンビニが台頭ししっかりと利益を出している。日本でも利益の取れる小型店の新業態の開発に期待したい。

惣菜の主な商品の価格比較

	ヨーカドー 練馬高野台店	ライフ 練馬中村北店	MVエクスプレス 木場公園店
肉コロッケ	1個 100円	1個 100円	1個 98円
豚ロースとんかつ	1枚 380円	1枚 298円 2枚 580円	1枚 298円
やきとり	1本 90円	1本 100円	1本 88円
鶏唐揚げ (最低価格) (最高価格)	1パック 167円 381円	1パック 180円 366円	1パック 151円 275円
おにぎり (最低価格) (最高価格)	1個 110円 140円	1個 100円 168円	1個 68円 98円
弁当 (最低価格) (最高価格)	1パック 398円 1050円(今半)	1パック 398円 480円	1パック 298円 498円
うな重	1パック 980円	うなぎご飯 480円	598円
いなり寿司 3個入り 5個入り	1パック 178円 290円	1パック 168円 268円	1パック 150円
にぎり寿司 (最低価格) (最高価格)	1パック 11カン 550円(特売) 980円	1パック 10カン 550円 698円	1パック 盛合わせ 398円
冷し中華 (最低価格) (最高価格)	1パック 315円 450円	1パック 298円 398円	1パック 198円 398円
ポテトサ 小パック 中パック 大パック	1パック 148円 198円 298円	1パック 98円 198円 258円	1パック 115円 167円 (100g 148円)
ひじき煮 小パック 中パック 大パック	1パック 178円 278円	1パック 198円	1パック 121円 182円 (100g 148円)

日配部門

ヨーカドー食品館練馬高野台店の売場面積は、約 880 m² (267 坪)。ライフ練馬中村北店は、売場面積 863 m² (262 坪)。マックスバリュ・エクスプレス木場公園店は、江東区深川地区で売場面積は 834 m² (253 坪) と都市型の 250 坪強の小型 SM である。

3 店舗を見た感想は、大型店をそのまま縮小した小型店。昔懐かしい SM 初期の店舗の印象を受けた。「新しい取り組み」や「時代に合わせた商品開発」、「少量、適量」「価格の設定」などの「ラインロビング」ができていない特徴のない店である印象を持つ。

価格は、マックスバリュ EX が一番安く、次にライフ、ヨーカ堂の順で「松竹梅」の店舗の特徴はよく表れているが、店が小さいだけで新フォーマットではないように思う。

ヨーカ堂食品館練馬高野台店は、最低価格を押さえつつこだわり品を品揃えする「ハイブリッド型」

ヨーカ堂の都市型小型 SM は、阿佐ヶ谷店、高井戸店に次ぐ 3 店舗目。以前、高井戸店を視察したが、それに比べて今回の練馬高野台店は立地が良い。商品は前に比べて高額、高級品をかなり絞り込まれた感がある。店のコンセプトは、「上質」「手軽さ」「少量・適量」「安全・安心」であるが、「少量・適量」に関しては、漬物売場の少量パックくらいしか確認できなかった。豆腐も納豆、麺類、練製品も従来の SM の商品で、陳列方法も中大型パックがケース最下段とあまり変わり映えがしない。これからだと思うが、小型店用に新たに開発された商品は殆ど無かった。

「干し納豆」「そぼろ納豆」 新商品ではなくいつの間にか納豆売場から姿を消した商品の復活。干し納豆はお粥やお茶漬けに便利な商品。切干大根入りのそぼろ納豆は、少し塩味は強いが、ご飯によく合いそうだ。

「漬物少量パック」 138 円シリーズで漬物売場の中段に陳列されている食べ切りサイズの漬物。浅漬け盛合わせを試食したが、薄味であるため 1 人でも食べ切れる。

店内では入口付近に「お盆のおはぎ」の平台展開、惣菜側の入口では、「韓国フェア」を開催したがスペース、アイテムが少なく中途半端であった。

平ケースを多用した生鮮強化型のライフ練馬中村北店

東急ストアの居抜き物件と聞いているが、262 坪の割には天井が高く店は広く感じる。小型店の割には生鮮、惣菜の平ケースが多くドライ食品、菓子、雑貨がかなり縮小された感がある。入口付近に和日配、惣菜売場近くに洋日配を配置している。和洋とも冷蔵平ケース 2 台を確保。「ハイブリッド型」と聞いていたが、日配商品に関してはそれほどの価格差は感じられなかった。

「キャベツの食べるラー油」 ライフの漬物売場の商品は特徴があるものが多い。以前紹介した「枝豆」や「そら豆」の他に、今回は「ラー油をかけたおつまみキャベツ」(218 円) に注目。浅漬けのキャベツにローストニンニクなどの入ったラー油が上からかけてある商

品。サラダ感覚で食べられておいしかった。

「ドルチェガーデンのロールケーキ」 ライフオリジナルブランドのロールケーキ。スポンジケーキが柔らかく、中のクリームも程良い甘さでこれも試食者には評判が良かった。

低価格ではあるが、大型店をそのまま縮小した マックスバリュー・エクスプレス木場公園店

マックスバリュー・エクスプレスとしては、昨年の江戸川松島店に次ぐ 2 店舗目。駅からは徒歩で 10 分程の距離であるが、近年人口が増加している地域。営業時間は 9 時～22 時、駐車場台数は 17 台と非常にコンパクトな店舗である。

最低価格と最高価格を調査したが、最低価格は 3 店舗中殆どの商品が最低の価格であった。プライスラインの幅も狭く、ヨーカ堂の「ハイブリッド型」に比べて、低価格の商品を集めているが、なかなか店、品揃えに特徴が出せていないのが残念。

「つきじ 丸武 卵焼き」880 円 練製品コーナーの最下段に 3 フェイスで展開。見ている間に 1 個売れている。高額商品ではあるが話題の商品である。少し甘いのが特徴だが、昔ながらの下町のたまご焼きである。

さらなる「ラインロビング」を期待

「ラインロビング」とは、特定のカテゴリーに絞り商品構成を特化すること。特定の価格帯（価格ライン）の品種売場を作ること。あるカテゴリーの商品に特化することで専門性を高め、そのカテゴリーでは競合店に負けないという戦略。

各社とも新業態の模索中であるが、無難にまとめてあるが特徴に欠け中途半端である。

「カットする物 増やす物」が明確でないからだ。

利益の取れるチルド、ドライ食品の売場スペースをしっかりと確保せよ。

SMの 250 坪強の店舗は、コンビニとスーパーマーケット（450 坪～600 坪）のちょうど中間に位置する。コンビニ 30 坪の年商が 2 億円、600 坪のスーパーマーケット 20 億円、450 坪で 15 億円とすれば、250 坪～300 坪の小型スーパーマーケットは、10 億円の計算になる。小型店は、その中で採算を合わさなければならない。ヨーカ堂もライフも売上目標年間 15 億円、社員数 15 名と唱っているが、小型店では採算が合わないから大型店にシフトしてきた SM の歴史がある。それを今さら昔と同じ小型 SM のフォーマットで出店することに疑問を持つ。

フロア一部門（日配、ドライ、菓子、雑貨）は、店の利益の稼ぎ頭であることは誰でも知っているはずだ。売場スペースが縮小されればそれだけ利益高は減る。

600 坪の長方形の店舗を半分にして、正方形の 300 坪の店を作れば、「コの字型」に壁面にレイアウトされている生鮮、惣菜部門の売場面積は、単純に 4 分の 3 に減るだけだが、さ

らに狭い店舗に生鮮や惣菜の平ケースを導入して売場を確保している。名刺を半分から折りたためば分かるように、フロア部門の売场面積は2分の1以下になってしまう。2分の1の売場では、生鮮、惣菜部門の赤字を十分穴埋めできないのだ。

小型店の生鮮、惣菜の売场面積は最小限にし、日配（チルド、冷凍食品、アイスクリーム）、ドライ、菓子、雑貨、酒の売場をしっかりと確保することが必要であると思います。

小型店の新フォーマットは、今後利益を十分出せるフォーマットにせねばなりません。

日配品の主な商品の価格比較

	ヨーカドー 練馬高野台店	ライフ 練馬中村北店	MVエクスプレス 木場公園店
豆腐	1パック 400g 98円 400g 260円	1パック 300g 39円 350g 118円	1パック 300g 38円 400g 98円
納豆	1パック 3P 88円 干し納豆 333円	1パック 3P 68円 2P 148円	1パック 3P 68円 2P 128円
ゆでうどん	1パック 1食 88円 3食 128円	1パック 1食 48円 3食 98円	1パック 1食 28円 3食 98円
焼きそば 3食	1パック PB 128円 NB 178円	1パック PB 98円 NB 158円	1パック PB 98円 NB 158円
生ちくわ	1袋 5本入 98円 5本入 198円	1袋 5本入 98円 5本入 198円	1袋 5本入 68円 5本入 198円
白菜漬け カップ	1パック 138円(個食) 278円	1パック 188円 228円	1パック 258円
牛乳 無調整 1ℓ	1本 178円 386円(ジャージ ー)	1本 159円 218円(特濃)	1本 168円 258円(低温殺菌牛 乳)
プレーンヨーグル ト	1パック 128円 346円(ケフィア)	1パック 118円 258円(カスピ海)	1パック 98円 258円(カスピ海)
食パン 6枚入り	1袋 118円 367円(専門店)	1袋 98円 158円	1袋 88円 178円
卵 6個入り	1パック 188円 348円(ヨード卵)	1パック 138円 398円(名古屋コー チン)	1パック 128円 328円(ヨード卵)

冷凍枝豆 400 g	1袋 198円 248円(茶豆)	1袋 198円 288円(450g)	1袋 148円 198円
---------------	------------------------	--------------------------	--------------------