

## イオン幕張新都心店 惣菜

### ウェグマンズのようなミール・ソリューション型の惣菜売場

#### 惣菜は最大規模の売場面積と品揃え

寿司、惣菜は第3コーナーから第4コーナーまでの広い範囲にゾーニングされている。レイアウトは、牛乳、飲料に続く壁面に寿司売場を配置、壁面に沿って焼魚の CONSE、炭火焼き鳥、肉のグリル、鉄板焼き、揚物、中華万頭、オリジン弁当へと続く。

コンコースの島ケースには弁当、丼、チルド惣菜、スーパバー、サラダバー、惣菜バーと平ケース3台のバイキング売場を198円均一で展開している。オリジン弁当は178円均一。さらに、レジを通過すればベーカリー、スイーツ、カフェ、イートインコーナーへと続き「即食系、デリカ系」の売場、品揃えは最大規模を誇っている。

#### 売場、品揃えの特徴

##### ①「個包装寿司」の復活

寿司売場の動線の頭には「個包装寿司」の売場が復活している。価格は均一ではなく50円～200円と幅広い品揃えをしている。シールで価格を認知し自動で金額ラベルを発行してくれるシステム。現在、個包装寿司はアジアのSMに多く見られ、中国では個包装寿司専門店なども登場している。逆輸入された形となる。国内では西友が売場を継続している。TPOSに合わせ、いつでも、どこでも食べられる新しい寿司（箸を使わないフィンガー・フード）。スプレー醤油なども関連で販売されていれば「新しいスタイルの寿司」の提案もできる。

##### ②「抗火石グリル」「ロテサリー・チキン」の登場

抗火石（溶岩石）グリルは、熱を抗火石に蓄熱させて遠赤外線効果によって肉や魚を焼く。素材の持ち味を引き出し、香りがよく、ふっくらと美味しく焼き上がる特徴がある。スーパーマーケットでは初めての登場ではないかと思う。今回の新店の目玉コーナーではないかと思われる。「焼物の新しい価値」の提案である。グリルチキンやグリルハンバーグは弁当にも入っている。ぜひ新しい味を確かめてみて欲しい。

さらに、国産鶏を使った「ロテサリー・チキン」も復活している。すぐ隣のコストコがアメリカンスタイルのロテサリー・チキンを売り込んでいるだけに、丸鶏のローストが売れる地域であるだけに売らない手はない。これも購入して味の比較をしてみて欲しい。

##### ③「スーパバー」の登場

スープ・ウォーマーを3台設置し「クラムチャウダー」、「エビのビスク」、「8種の豚汁」などを提供している。セルフでカップに詰めてフタをしてラベルを発行してレジに持って行くスタイル。価格は小カップで180円。メニューは変わると思うが、5アイテムくらいあったらさらに選ぶ楽しみが生まれるような気がした。

#### ④「サラダバー」「和洋中のおかずバー」の再登場

アメリカのウェグマンズやホールフーズを思わせるようなバイキング売場。平ケースを3台配置したサラダバー、和洋中のおかずバーが復活。198円均一と分かりやすい価格設定。「グリルチキンイタリアンサラダ」「トマトサラダ」は、網目のついたチキンを使っている。同じ材料をメニューを変えて商品化しているのはウェグマンズと同じだ。

#### ⑤「中華万頭専門店」

中華万頭といえば、具のまったく入っていない蒸しパンを想像するが、ここの商品は中に具が入ったもの。信州の「おやき」のような中華万頭。イオンはアジアの地域に店舗展開しているため、現地の優れた料理や商品を今後どんどん導入して起こることが起こるように思う。

**小商圏の地方のスーパーマーケットが学ぶべきこと。**

大型ショッピングセンター内の大型スーパーマーケットであるからできることである。

商圏も広いためなかなか地方のスーパーマーケットは同じことはできないが、個々の商品を真似ることは可能であるため、商品を購入して研究し商品化を図る。また、新しいカテゴリーにも挑戦しているため、今後の成長分野の参考にもなる。

#### 気になった商品



#### 「グリルセット(トマトソースハンバーグ)」 398円

抗火石グリルで焼いたハンバーグと野菜のセット。ハンバーグはフワッと焼かれて香りも良い。レストランで出されてもおかしくない商品。スーパーマーケットでは「新しい味の発見」である。是非買って試食してみる価値あり。



**「ローストチキンオリジナル ハーフ」498円**

国産鶏のロテサリーチキンのハーフサイズ。1羽は980円。コストコのロテサリーチキン(ブラジル産)698円の対抗商品。肉の中まで下味がしみ込んでいて身もしっかりしている。コストコのチキンと味の比較をしたが、十分対抗できる商品。



**「スープバー」1カップ小 180円**

スープバーの商品。自分で詰めてフタをしてレベルを貼ってレジに持って行く方式。手作り感のあるスープ。パンと一緒に「スープランチ」「サラダランチ」の「新しいライフスタイル」を提案する。



## 中華万頭（豚ネギ）1個 120円

蒸しパンに具を挟み焼いたもの。具なしの中華万頭（蒸しパン）は日本人にはなじみが薄いですが、具を詰めて焼くことで、信州の「おやき」のような商品になる。十分差別化できる商品だ。

## コストコ

コストコの惣菜は壁面側のケースに陳列。アイテムはそれほど変わっていないが、握り寿司やローストチキンなどはよく売れている。アイテム数、SKU数が少ないため、生産効率がすこぶるよい印象を受ける。陳列量を見れば「大型パック」も支持されている。

### 大型パック、大容量の販売に徹するコストコ

コストコのすぐ隣にイオンの大型ショッピングセンターが出店したことになる。そのことにより、さらに広い商圈からお客が集められるため、コストコにとってもメリットはある。

「ホールセールクラブ」と業態が異なるため、イオンのスーパーマーケットとは品揃えが違えることが逆に差別化に繋がっている。

コストコの取扱アイテムは、握り寿司 48 カン 2480 円（内税、以下略）、ズワイガニちらし寿司 1680 円、ロテサリーチキン（ブラジル産）1羽 698 円、ローストレッグ（6本）998 円、ホットチキン 1575 円、パエリア 1427 円、チョッピースープ 1498 円、ハイローラー 998 円、ラップサラダ 798 円、チョレギサラダ 658 円、シュリンプカクテル 1498 円、ビーフストロペンネ 1575 円、ピザ（43cm）1400 円など。

アイテムは少ないが、握り寿司 1 カン換算 51.7 円、ローストレッグ 1 本換算 166.3 円などかなりの安さだが、大型パックだけで少量パックは品揃えされていない。日本の SM のようなフライの品揃えはない。ファミリー用、パーティ用のサイズに特化した品揃えでスーパーマーケットと差別化を図っている。

### 大型パックの売り方はここで学べ

コストコは、スーパーマーケットの惣菜の苦手とする大型パック商品をいとも簡単に販売している。SMの惣菜も週末や「ハレの日」には、洋風メニュー中心のファミリー向け大型パックを品揃えしたい。SMの惣菜でも洋風メニューが売れてきているので、コストコの商品を真似して商品開発を行う。



#### ハイローラー（BLT） 998 円

ベーコン、レタス、トマトのトルティーヤ。一口大に切って 12 カン盛りつけてある。彩、盛り付けともキレイである。巻寿司とサンドイッチの中間的な商品として売り込みたい商品。



#### パエリア 1427 円

サフランライスにムール貝、有頭エビ、アサリなどをトッピングした商品で彩も良い。トレーにうまく盛り付けてボリューム感をよく出している。キット商品を作ればSMでも即導入が可能。

#### ロピア

##### 市場をイメージさせる「コモデティ型」の売場

入口の青果、くだもの売場は、膝の高さの低めの陳列什器を使っているため、奥行きがあり青果市場のような印象を受ける。魚は錦糸町「魚寅」の「魚惣菜」を平台で販売している。298 円～3989 円の魚弁当も品揃え。専門店ならではの「鯖テール煮」はマグロの尾の部分の輪切りにして煮たもの。

第 2 コーナーの突き当りは国産の牛肉コーナーでよくにぎわっている。その隣には、対面の「ミートデリカ」。肉たっぷりの「黒豚メンチカツ」や塩味が付いた「塩とんかつ」「有田鶏唐揚げ」などを低価格で販売している。直営の惣菜売場は、第 4 コーナーの壁面と平

台で展開。肉中心の手作り惣菜が売場に並ぶ。

価格表示は、「税抜き価格」と「税込み価格」を個々の商品に併記されているが、レジのレシートは、個々の商品は税抜き価格、消費税は「外税」で一括表示されている。

### 肉惣菜の品揃えは見事。肉惣菜はここで学べ

寿司売場の特徴は、「サーロイン巻き」「牛肉みそ巻き」などの肉を使った太巻寿司が特徴。揚物コーナーの目玉は「ロピアメンチ」。山積みで販売されている。キャベツと鶏肉の大型サイズが1枚100円（税抜き）。バラ販売と2枚、3枚入りパック、メンチバーガーなどかなりのボリュームで販売されていた。焼き餃子も目の前で焼きおいしそうな焼き上げである。

その他の主な肉惣菜は、ミートローフ、鶏唐揚げ、チキン南蛮、とんかつ、肉団子、ジャンボ串、鶏照焼き、焼き餃子、カツ丼（小）、（大）、手羽鶏天丼、ポークカレー、カツサンド、メンチバーガーなど、派手さはないが手作り商品が多くそのレベルも高い。

スナックの品揃えも見逃せない。ロピア焼き、キャベツ焼き、グラタン、蒸しパンなどの手作り商品もある。ただ、少し気になるのは「冷惣菜」の品揃えが少ないことだ。



### 魚寅「鮭テール煮」

鮭の尻尾部分の輪切りを煮漬けたもの。周りはプリプリしているが、中は柔らかい。専門店ならではのメニュー。



### 「ロピア メンチカツ」1枚 100円（本体価格）

キャベツと鶏肉中心のメンチカツ。かなりのボリュームであるがキャベツが多いため、あっさり食べられる。メンチカツというより和風スナックの感覚だ。



### 「若鶏もも照焼き 1枚」 1パック 188円（本体価格）

醤油味のシンプルな味付けで飽きない味。肉も柔らかく臭いも少ない。イオンのローストチキン、コストコのローストチキンを試食してみたが、コストコの商品は若干臭いがしたが、それを除けば、どの商品も甲乙つけがたい。

## 3 店舗の惣菜で学ぶこと

イオン幕張新都心店の惣菜は、「カテゴリーと品揃えの幅」を学ぶ。新しいカテゴリーが導入されているため、惣菜の今後の成長カテゴリーを予測することができる。コストコで学ぶことは「洋風惣菜と大型パックの売り方」。「食べ切りサイズ」でなくても大型パックは売れることを実証している。ららぽーとのロピアで学ぶことは「肉惣菜」。売場を広げなくとも、肉惣菜に特化すれば競合店に十分対抗できることを学ぶ。

カルフル跡のイオンも覗いてみた。フランスのハイパーマーケットのレイアウトをそのまま温存しているが、10年以上経っているが古さを感じない。

## イオン幕張新都心店 日記

### 「素材系」と「即食系」を分けてゾーニング

輸入品中心の冷凍食品、イギリスのスーパーマーケット「ウェイトローズ」などのPBDライ食品を集めた「ROUGE ET BLANC」が新登場。店の印象は、フランスの冷凍食品「PICARD（ピカール）」とイギリスのフリーザー・センター「アイスランド」を合わせたような店である。ターゲットとする客層は中間層でピカールに近い。

SMゾーンは、従来通り青果売場の近くに和日配をゾーニング。普通「チルドピザ」は洋日配側にレイアウトされているが、ここでは、中華料理の中華まんの隣にレイアウトし、さらに加工肉コーナーへと続く。そのまま食べられないものは洋日配であっても、和日配の素材系コーナーに陳列されている。

牛乳、飲料の1ℓタイプは、魚売場続く壁面の多段ケースにレイアウトされているが、200mlやカップ飲料などの「ハンディパーソナル飲料」は、レジ近くの惣菜、ベーカリー、スイーツコーナーにまとめてレイアウトされている。飲料もTPOSに合わせ陳列場所を変えているのが特徴である。

### 洋風化を意識した和日配の品揃え

和日配の商品でも「新しい価値」「新しいライフスタイル」を提案しなければ売上は伸びない。豆腐売場では豆腐デザートや洋風メニューの提案。「豆腐プリン」や「ソイ・ヌーヴォー」を販売。「麴ドリンク」なども品揃え。漬物売場ではカップ入りの「ピクル酢」、「カップ入りオリーブ」などを品揃えし、新しい食べ方を提案している。「梅干」の売り方も、個食パックに高級梅干を1個ずつ詰めて198円均一で販売しているのも面白い。チルド麺コーナーでは、1食の生パスタ98円と198円のパスタソースを提案。

### チルド飲料の品揃え拡大

チルド飲料の品揃えの特徴は、紙パック果汁飲料中心の従来型の品揃えに、健康飲料のアサイーコーナーを3尺、輸入飲料、ビン入り飲料などの品揃えを拡大した。

### 冷凍食品専門店、冷凍食品売場の進化

店の一番の特徴は、「惣菜、デリカ」の強化と、「冷凍食品」「冷凍デザート」の強化である。類似品を増やしているのではなく、新しいカテゴリー、商品にチャレンジしている点が目立つ。冷食専門店の売場はフランスピカールによく似ているが、もう少し調理済商品の品揃えが欲しい。





「ROUGE ET BLANC」冷凍オマール（箱入り） 1尾 1280円

クリスマス、年末によく売れた商品。ポイル済みであるため扱いが簡単。塩味でもよいが溶かしバターで食べてもおいしい。



「ROUGE ET BLANC」冷凍フォアグラ 2個入り 980円

切っているため、解凍してフライパンにバターを溶かして焼くだけの簡単な料理。塩だけのシンプルな味付けでもおいしい。冷凍食品であるためロスが少ない。



「ROUGE ET BLANC」冷凍ニミパニエ 4個入り 680円

中に具材が入ったミニパイ。オーブンレンジが必要。電子レンジではできないが、これからの成長アイテム。



## 冷凍マカロン（直営冷凍食品売場）12個入り 1箱 880円

自然解凍で食べられる冷凍マカロン。イオンはアイスクリーム、冷凍デザートにかなり力を入れている。



### 「ソイ・ヌーヴォー」 1袋 198円

豆腐を塩とオリーブオイルで食べる提案。チーズよりヘルシーで日本人に好まれる味。確かにトマトとの相性はよさそうだ。



### 「ピクル酢」1パック 248円

野菜のピクルス。フルーツゼリーのような容器を使用した新しい漬物を提案。

#### コストコ幕張店

イオンとの相乗効果で広範囲から集客している。しかし、ピザなどのイートインコーナーは、以前より静かであるように感じた。チルド商品と冷凍食品の殆どはリーチインケースで販売。和日配の商品は、多段ケース1本で品揃えは少ない。「和日配品はスーパーマーケットで買って下さい」という割り切り方。3人単位の来客が多いため、3個バンドルの商品が目立つ。

#### 「余ったら冷凍してください」という売り方

コストコには常時10人程のマネキンが試食販売を行っている。彼女らが口を揃えて言うことは、「余ったら冷凍してください」である。チルド商品、ドライ食品の保存性を高めるための提案である。スーパーマーケットは「食べ切りサイズ」を訴求してきたが、大型パッ

クでもこうした提案もあるなと感心する。

### **マネキン販売と関連販売を学べ**

関連販売も、売れ筋の「ディナーロール 36 個入り 488 円」+「バジルソース 1298 円（瓶入り）」の提案。ディナーロールにバジルソースを付けて「新しい食べ方」の提案を行っている。「主」となる商品よりも、「従」の方が高い商品を関連販売するというしたたかさ。しかも、商品は定価販売である。マネキン販売はコストコの重要な販促で、「新しい味」「新しい食べ方」を常に提供している。SMのように価格訴求だけの儲からないマネキン販売は行わない。これは学ぶべきである。

### **コストコでは「パン」と「ケーキ」、冷凍食品の「世界の食品」を学べ**

無調整牛乳 1ℓ 3本 518 円、プレーンヨーグルト 4 個 277 円、ディナーロール 36 個 488 円、マルチグレイン 36 個 599 円、バタークロワッサン（大）12 個 898 円、バラエティマフィン 12 個 838 円、-halfショートケーキ 2480 円、ティラミス 1280 円、生チョコトリフ 1298 円、冷凍マカロン 28 個 1098 円。それに冷凍食品は「世界の食品」を品揃えしている。これはしっかりと確認しておく必要がある。

#### **「ディナーロール 36 個入り」488 円**

コストコで売り筋商品の「ディナーロール 36 個入り」。ビニール袋に入ったシンプルな包装だがよく売れている。たまに出口で主婦のグループが分けている光景を見かける。ちゃんと 3 で割れる数量になっている。コストコのパンは評判がいい。

## **ロピア**

### **日配部門を一等地に配置**

ロピアの生鮮のレイアウトは、店舗入口を入り「青果売場」「鮮魚売場」「精肉売場」奥に向かい 3 連になっている。生鮮ゾーンを過ぎると、コンコース壁面に沿って乳製品→ヨーグルト→チルドデザート→牛乳→飲料の順に売場を配置した日配品重視のレイアウトである。「和日配」は第 3 コーナーのマグネットに練製品、その左側の乳飲料の隣に納豆を配置。練製品に続き水物（豆腐、揚げ、こんにやく）が続く。

漬物、佃煮、生めんは、アイランドケースに陳列されている。冷凍食品はリーチン・ケースと平ケースを 2 台を活用し、これも十分なスペースを確保している。利益の取れる日配部門は一等地にレイアウトされているのが特徴。

### **冷凍食品の売り方を学べ**

冷凍リーチンケースと冷凍平ケースの使い分け。冷凍リーチンケースは「品揃え型」、冷凍平ケースは「価格訴求型」。冷凍リーチンケースには、冷凍デザート、冷凍パン、冷凍飲料（シチリア産オレンジジュース コストコと同じ商品）なども品揃えされている。冷凍パンは、常温では品揃えが難しい、ガーリックパン、パンオショコラ、ベーグルなどのほかに、バケットやクロワッサンなどのテーブルパンを品揃えしている。冷凍のアサイ

—も 3 アイテム品揃え。

冷凍平ケースの 1 本は、200 円以下の冷凍食品を主に集めて価格訴求を行っている。売場の 70%はそれで占められているため、非常に割安感を感じる。均一ではないが 200 円以下の価格帯で「ラインロビング」を行って安さを演出している点は参考になる。

#### アイスクリーム売場で冷凍ケーキを売る。

ロピアのアイスクリーム売場の平ケースのエンドには、ロールケーキ（コンコース側）とカットケーキ（中通路）が販売されている。チルドの洋生菓子の扱いはないわけではないが、扱いアイテムはそれほど多くない。チルド商品でロスの多く出るカテゴリーは極力冷凍の温度帯で品揃えを図っている。チルドで扱いが難しいもの、ロスの多いものは冷凍食品で取り扱う傾向が見られる。

#### 的を得たサイド陳列とバンドル販売

陳列ケースのサイドに煮豆、佃煮、豆乳、甘酒、コーヒー・フレッシュなどが大陳されている。特に、レギュラーコーヒーやインスタントコーヒーの売上が好調な時期に「コーヒーフレッシュ」の大陳はよく的を得ている。

チルドデザートなどはビニール袋に 2 個～5 個入れた「バンドル販売」を行っている。プレーンヨーグルトも 2 個バンドルで棚板 3 枚を使っていた。コストコがそうであるように、この売り方も有効かもしれない。



#### 森永「甘酒 1ℓ」1パック 278 円（本体価格）

今年の甘酒の包装形態は紙パックが主流。フタが付いているため扱いやすい。常温保管もできるので大陳して販売されていた。



**「特大バームクーヘン」 1kg 1袋 398円（本体価格）**

ロールケーキの両端のアウトレットの商品。形はバラバラだが味は変わらない。重量を合わせるために真ん中に切れ端が入っている。かなりのお買い得商品。商品開発の目の付けどころがよい。



**「カトルカール チョコレート」 1パック 348円（本体価格）**

アイスクリーム売場で販売されているカットケーキの2個入りパック。凍ったまま食べてもおいしい。自然解凍で食べられるため、お客が家に着くころには解凍されている。

**「冷凍食品の時代」が訪れている。**

3店舗の日配部門を視察したが、和日配、洋日配の品揃えには大きな変化は見られなかったが、冷凍食品の進化が早い。今後は輸入品の品揃えも増えることが予想されます。「世界の料理」「新しい味」「新しいライフスタイル」が続々と登場しています。特に地方SMは乗り遅れないようにしましょう。