

<特集>ヤオコー、ロピア、オーケー三つ巴

# 神奈川「橋本エリア」バトル勃発

## 惣菜部門編 & 日配部門編

城取フードサービス研究所

城取 博幸

ロピア ミウヰ橋本店

### 日配部門

ロピアの立地は、JR橋本駅前の「ミウヰ橋本」の地下1階にある。売場面積は約500坪。立地は抜群だが、半径3km以内に20店舗以上のGMS、SMがある競争の激しい地域。そうした状況の中で、ロピアがどう戦っているかを視察した。

### 日配部門をコンコースに配置した、日配重視型の店

店のレイアウトは、生鮮食品は入口から青果、精肉、鮮魚、惣菜の順であるが、日配部門は、青果側のコンコースにヨーグルト～牛乳に繋がる「洋日配」を優先した大胆なゾーニングとレイアウト。青果物、くだものと「洋日配」を組み合わせた売場づくりだ。

「精肉売場」を過ぎれば、コンコース壁面に「乳製品売場」～「和日配売場（納豆→豆腐→漬物→麺→練製品）」へと売場が続く。冷凍食品、アイスクリームは多段ケースと平ケースで広めの売場を確保している。

### 「袋詰め販売」など大型パックをダイナミックに売り込む。

洋日配の陳列ケースの頭には、プレーンヨーグルトの2個袋詰めの大陳。パーソナルタイプのヨーグルト、プリンなども5個袋入りなどダイナミックな売り方をしている。「駅前立地は少量パック」といった今までの常識を打ち破った売り方だ。週末であることと、価格の安さで商品がどんどん売れている。

### 「商談時使用売価2割～4割引」きなどの表示

プライスカードは、税引き価格であるが、「商談時使用売価の〇〇引き」の表示が目立つ。バイヤーは商談時に参考にした売価であると理解するが、1品1品売価を見ると、一般的なスーパーマーケットに比べ確かに2割～3割程安いイメージを持つ。

### 売り方は大胆だが、関連販売など細かい配慮も忘れていない。

的を得た関連販売がされている。「豆腐売場に塩わかめ」、「かまぼこ売場にワサビ漬け」、「おでん用練製品に結び白滝」、「乳製品売場にアルコール類」などきめ細かい品揃え、売り方も忘れていない。

## パン売場のオペレーション

偶然パン売場の補充作業を見ることができた。補充を終えた空箱を置くカートをちゃんともう 1 台別に準備して、空箱を直置きをしていない。さらに、空になったカートは次に使えるよう、パンの陳列ケースの下の隙間に収納している。ちょっとしたことだが、ローコスト・オペレーションについての教育が徹底しているなと感じた。

夕方 5 時頃に再び売場をチェックすると、若干の品切れが目立つ。

補充が間に合わないでそうした状況になっているのかは分からないが、夕方には売場に穴が空いているのが気になる。夕方のパンパワーを強化すれば、さらに売上が上がるような気がします。

## 気になった商品

大阪鶴橋 海鮮チゲらーめん 2 食入り 298 円（税抜き価格 以下略）



韓国チゲらーめんではなく、「大阪鶴橋のコリアンタウン」をブランド化したラーメン。冷麺に似た半乾麺で、煮込んでもコシがしっかりとしている。ピリ辛の魚介スープの味もよくチゲ鍋のスープにも使えそう。チゲ鍋のメの最適な商品。

台湾ラーメン 2 食入り 199 円



台湾レストランの人気商品。ミンチ肉がトッピングされたピリ辛の台湾ラーメンそのものの味。醤油、塩、味噌、豚骨だけでなく、韓国や台湾のラーメンの品揃えがあれば、麺好きにはうれしい商品。

ミーフィー おべんとう 178 円



ミーフィーを型取ったお弁当用かまぼこ。最近は「キャラ弁」の他に「キャラ鍋」や「キ

「チャラおでん」が流行っているため、鍋のトッピングやおでんのトッピングに使用すれば、子供に喜ばれる。キャルター板かまぼこも同じように使用すれば、いつもと違った鍋やおでんの提案ができる。

#### 豆乳仕立てのクラムスープ 500ml 269円



具は入っていないが、あさりの味がよく出ている。乳製品を使わず、豆乳だけのやさしい味とよく合っている。野菜やショートパスタ、餃子などを入れれば、具たくさん食べるスープができる。

#### メロンパンの皮 59円



今よく売れている商品。メロンパンの皮の部分を意識してつくられたアイデア商品。クッキーのようなパリパリとした食感。コーヒーや紅茶などのホットドリンクとよく合う。それにしても、59円は安い。

### 惣菜部門

#### 肉惣菜をブランド化

肉惣菜を扱う「肉十八番」、中華料理の「中華一品閣」といったロピアオリジナルのブランドを打ち出している。中華料理では、中華弁当 298円～498円までの品揃え。焼餃子 7個 158円、大きな肉団子 3個 240円など魅力的な商品が並ぶ。

冷蔵惣菜も充実している。壁面にそって「L字型」に冷蔵惣菜売場を配置。ローストビーフサラダ、チキンサラダなどのオリジナル商品を品揃えされている。

#### とことん「肉を中心にした惣菜にこだわる」

ロピアの惣菜は、インスタ比率が非常に高いのが特徴。しかも、それが極端に安い。ロピアのモットーにあるように、「同じ商品なら安く」「同じ価格ならより良いものを」「楽しく感動できる愛に満ち、愛されるお店」が売場に表れている。

### 「プラス1品の付加価値」

「お好み焼きのトッピングにウィンナーソーセージ」や「ロピア焼きのトッピングに焼きベーコン」。通常商品は200円だが、ベーコンをトッピングすることで、価格を298円に上げた商品も販売している。

### 「インスタ製造」の限界

米飯、ホット商品に限らず、冷蔵商品も自店パックの商品が目立つが、夕方には品薄感がある。限られた人員で売場を埋めるには、やはり冷蔵商品はアウトパック商品に頼ることも必要であるように思われる。寿司売場の「いなり寿司8個 200円」などは、インスタで製造したら大変な作業である割には、いくら売っても売上はあまり上がらない。

### ロピア お好み焼きウィンナー 298円（税抜き価格 以下略）



自店製造のお好み焼きの上に、スライスされたウィンナーをトッピングした珍しい商品だが、ウィンナーとお好み焼きがよく合う。トッピングをすることで、新しい味と付加価値を付けている。肉惣菜を訴求するロピアらしい商品。

### ロピア焼き ベーコン 298円



従来のロピア焼き（200円）の上に、焼きベーコンをトッピングした商品。従来品も販売されているが、焼きベーコンをトッピングすることで、付加価値を高めたオリジナル商品。ここにも、ロピアらしさが出ている。

### 厚切りハムステーキサンド 250円



カツサンドも併売されているが、厚みのあるハムカツをサンドイッチにしたもの。ローズハムサンドがあるように、ハムカツも食パンとよく合う。赤色の強さが若干気になる。

**ロピア キャベツメンチ 100 円**



ロピア名物のキャベツメンチ。キャベツをたっぷり使ったヘルシーメンチカツ。すっきり定着した感がある。中の具もしっかりしていてソースとよく合う。

**いなり寿司 8 個入り 200 円**



1 個 25 円という破格値の商品。圧倒的な安さである。中のシャリはシャリ玉程の大きさ。フワッとうまく詰めてある。

**国産蒸し鶏シーザーサラダ 398 円**



インスタ製造の蒸し鶏シーザーサラダ。600 円台の大型パックも品揃えされている。スライスレモンやシーザードレッシングとパルメザンチーズが添付されている。蒸し鶏に粗挽きコショウを振るなど手間がかかっている。

## OKストア 橋本店

### 日配部門

#### 日配部門を一か所のまとめたレイアウト

OKストアは、コンコース壁面をくだもの、野菜、鮮魚、精肉、寿司、惣菜、ベーカリーで「コの字型」に囲んだベーシックなレイアウト。日配部門は、ドライ食品の Gondola と同じ長さで配置。冷凍食品やアイスクリームの売場を広めに確保している。この店も売場スペースを十分確保した「日配部門強化型」の店舗だ。

### NB商品を中心にEDLPで販売

「メーカー希望小売価格」チラシの下に、『「メーカー小売価格」とは、「商談時使用売価」の略でオープン価格の商品ですが、当社が取引先との商談の際に使用している基準価格で、当社の買付値は、この基準価格に約定した掛率を乗じて決定しています。』と書かれている。

「EDLP」であるため、冷凍食品は「メーカー小売価格」の 5 割引き、アイスクリームは 3.5～4 割引きと表示されている。チルド商品は、NB商品を中心に品揃えが増えている印象を持つ。

#### 「商品の絞り込み」から「品揃えの拡大」の傾向

「商品を絞り込んで低価格で販売」というイメージはない。むしろ拡大している感がある。一流メーカーのNBが安く、品揃えの豊富さもある。売場がキッチンとしていて買いやすい。平ケースの冷凍食品売場の上には雑貨の品揃え。単なる関連販売的な売場ではなく、2 段ケースを使い調理に必要な雑貨が品揃えされている。

業務用カルピスバターの冷凍、有塩バターと無塩バターの 2 種類品揃え。そのうち無塩バターは売れて品切れしていた。パン売場では「玄米パン」や「おからパン」などの健康パンが品揃えされている。このようにNB商品だけが安いというわけではなく、オリジナル商品の開発にも力を入れている。

#### 品揃えは良いが、ダイナミックさに少し欠ける。

品揃えは良いが、商品のフェイスが狭いため、売場のダイナミックさが少し欠けているように感じる。EDLP価格戦略であってもインプロはあるため、ケース下段のフェイスを広げて単品量販も必要であるように思われる。大量陳列すれば、安さがさらに目立つような気がします。また、値引きシールが若干目立つ。OKの値引きは「3%」からスタートして「10%」、「20%」の段階値引きだが、値引きシールが3枚貼られた商品もあった。

## 気になった商品

おつまみ発芽枝豆 138 円（税抜き価格 以下略）



発芽しかけた大豆を茹でたもの。確かに胚芽部分がポッコリと膨らんでいる。煮豆とは違い、パリパリとした食感でおつまみとしては最高。試食会の中で一番人気の商品であった。

糖質0麺 180g 100 円



糖質0のおから、こんにゃく麺。冷でも温でも食べられる。冷麦のような触感でクセもなく食べやすい。麺コーナーで麺と一緒に販売すれば、カロリーを気にする人には有難い商品だ。

韃靼そば茶 1ℓ 149 円



なかなかスーパーマーケットでは品揃えが少ない健康茶。長期保存が可能な商品。そばの香りが十分する。1ℓで149円は安い。

アサイーデザート 180g 75 円



アサイーゼリーとカシスゼリーの2層で、ブルーベリーの粒も入っている贅沢ゼリー。プルンとしたカシスゼリーとドロツとしたアサイーゼリーの違った食感が楽しめる。75円は安い。

## 惣菜部門

レイアウトは、生鮮食品と惣菜をコンコース壁面に配置。惣菜売場は、加工肉の続きに寿司売場。第3コーナーのマグネットに米飯を配置し、揚物、チルドのサラダ、煮物、ベーカリー、サンドイッチ売場へと続く。惣菜の平台がないためコンパクトな売場。

## 惣菜もEDLPで安く販売

第3コーナーのマグネットでは、「カツ重 279円（チラシ掲載）」「イベリコ豚重 348円」「酢豚弁当 358円」を重点販売。その他、「コロッケ 2個 138円」「ビーフメンチ 5個 200円」「にぎり寿司 10貫 499円」「焼き立てピザ四分の一カット 122円」。どれもボリュームがあり圧倒的な安さである。

### 「バラ販売」「平台」がないコンパクトな売場。

多くのスーパーマーケットに比べ、バラ販売の売場はなく、コロッケ、天ぷらもパック販売している。また、惣菜の平台もない。物足りないように見えるかもしれないが、売場管理とオペレーションはやりやすい。売場がコンパクトであるため、値引きロスや廃棄ロスを少ないと見た。安く売りたいためにはロスの削減が課題。その辺の対策がなされている。

寿司売場は、棚板に寿司の写真を張り付けるなど、在庫が少なくても豊富感が出る工夫もしている。

### 「低価格インスタ製造商品」をどこまで追えるか。

売場がコンパクトであるため、インスタ製造も売れ筋に絞って単品量販ができる売場。「かつ重」や「メンチカツ」「にぎり寿司」「ピザ」など高速回転商品を夕方から夜にかけてどれだけ追えるかが課題。

## ローズかつ重 279円（チラシ掲載）



チラシには「オーケーがおすすめするローズかつ重をこのたび、たくさんのお客様に食べてもらいたいとの思いで、1週間値下げして販売します」と279円で期間限定販売。

279円は地域最安値。圧倒的な安さで豚肉は柔らかくボリュームもある。

### イベリコ豚重 348 円



イベリコ豚を味付けしご飯の上に載せたもの。イベリコ豚のブランドイメージをうまく使っている。

### 酢豚弁当 358 円



298 円弁当の品揃えもあるが、肉がいっぱい入った酢豚とエビのチリソース、シューマイの入った価値ある中華弁当。ボリュームもしっかりあるが、好みもあるがご飯が若干固い。冬に向かい気温が下がったり、空気が乾燥するため、ご飯の水分量を少し増やした方がいい。

### 二層仕立てのビーフメンチカツ 5 個 200 円



1 個 40 円のビーフメンチカツ。鶏肉の入ったメンチに比べ、牛肉を使っているため、肉の食感と牛肉の味がしっかりしている。試食会では評判が良かった商品。

### カットピザ マルゲリータ カット 122 円



店内焼き上げの「マルゲリータピザ」の四分の一カット。具材、チーズもボリュームがあり、価格は 122 円と安い。価値ある商品。低価格であるため回転率が高く、常に焼き立てが売場に出ている。

**おにぎり しゃけ 75 円**



一般的なアウトパック商品。低価格の割には、フレークではなくちゃんとした焼鮭が具に入っている。レシートには「ベニサケ」と記載されている。ご飯もしっとりとしている。

**タニタ食堂 みそ汁 6 杯分 189 円**



有名なタニタ食堂のインスタントみそ汁。惣菜売場の関連販売商品。フリーズドライの「きんぴら」と「めかぶ」の2種類。「みそ汁1杯につき、塩分1gに抑えることに成功しました」と書かれているだけあって、確かにうす塩である。

**ヤオコー 相模原下九沢店**

**日配部門**

「和日配」と「洋日配」を分けてゾーンニング。

この店も日配部門強化型の店舗。和日配を入口の青果売場近くにゾーンニング。洋日配、パンは惣菜近くにゾーンニングしている。それほど広い店ではないが、コンパクトにうまくまとめている買いやすい。

**低価格商品も売場に導入し、高い店というイメージを払拭している。**

写真にあるような「味付けスパゲティ 260g 94 円」、「メープルパンケーキ 6 枚入り 94 円」など、2ヶタ商品を所々で販売して安いイメージを出している。

**「自社工場の餃子」を日配と惣菜で販売。**

日配の商品は「蒸し餃子」、惣菜の商品は「生餃子」を焼いたもの。まだ冷凍食品の餃子には導入されていないが、そのうち、3温度帯において自社工場の餃子が販売されるかも知れない。PB商品がふえているが評価は客が決めること。

「新カテゴリー」の育成。新しいカテゴリー、コーナーが誕生していないのが残念。

「ミール・ソリューション型」のスーパーマーケットであれば、もう少しチルドのレトルトパウチ商品や加熱済みの「レンジ・アップ商品」や「レディ・ミール」の品揃えが欲しいような気がします。それらをまとめたコーナーの新設に期待したい。

**味付けスパゲティ 260g 94円（税抜き価格 以下略）**



260g入りで価格は94円というお買い得。昔から「赤スパ」と呼ばれるノスタルジーがある商品。粉末ソースで味付けされているが、ハンバーグや揚物などの付け合せやお弁当に使える商品。

**一口餃子 28個入り 248円**



小粒の餃子が28個も入っている、店ではなかなか見かけない商品。焼餃子だけでなく、鍋やスープにも便利に使える。

**チルド 肉シューマイ 6粒 278円**



大粒の肉焼売が6粒入って278円は価値がある。薄い味付けであるため、量が食べられる。惣菜売場でも似た味の大型の焼売が販売されている。

**メープルパンケーキ 6枚入り 94円**



小型の薄いパンケーキが6枚入っている。価格は94円だが、メープルの風味がよくしてい

る価値ある商品。シロップ類は添付されていない。

## 惣菜部門

常設の平台が設置されていない。

ヤオコーも惣菜を第3コーナーからレイアウト。マグネットには自慢の自社工場製造の「焼餃子」が並ぶ。日曜日であったせいか、特設の島陳列で煮豚や鶏の竜田揚げを販売している。売上によって売場の拡大、縮小を行っている。壁面の惣菜の反対側には、セミ多段の冷蔵ケースを配置し、サラダや煮物が陳列されている。その裏側は乳製品となっている。コンパクトで買いやすい売場。

## 自社工場製造の「ヤオコーオリジナル商品」

特に目立ったのが、チルドと惣菜で販売されている「餃子」であった。店によって若干品揃えが異なるようだが、ベーカリーで販売されていた「ロングサンド」は、価格は少し張るが見た目もよく出来が良かった。このように、ヤオコーは店を見るたびに新商品が導入されている。

### 「商品のSKUの多さ」 焼餃子、カキフライ、赤飯などは3SKUの品揃え。

自社工場製造の焼餃子は、第3コーナーのマグネットに単品で3尺以上の展開。5個190円、10個379円、15個568円の3SKU（11月16日調査）。旬のカキフライは揚物コーナーの最後にこれも、4個178円、7個298円、10個420の3SKUの品揃え。3SKUの品揃えで売り込みを図っていることは参考になる。

しかし、売れ筋商品の「鶏の唐揚げ」（竜田揚げ、あんかけはあるが）、「かつ重」の品揃えがない（11月16日（日）午後3時～4時）のが少し残念。

## 自社工場製品は、専門メーカーを超えられるか

自社工場が完成し、製造直売体制が整い自社製造の商品が売場にどんどん導入されてゆくと思われま。自社工場で製造した商品を販売すれば確かに利益は取れる。しかし、商品の評価は客がするもの。専門メーカーの味を超えられるかが今後の課題のように思います。

## 自社工場製造餃子

造者 株式会社三味デリカ・生鮮センター「蒸し餃子6個入り94円（11月20日購入）。  
「豚肉、キャベツ、ニラ、ネギ、しょうがに 国内原料を使用しています」と書かれている。

「自家製肉餃子 5個 180円（11月20日購入）製造者 （株）三味 相模原下九沢店  
「もちもち食感がくせになる」というのがキャッチフレーズ。

「YES 生肉餃子 12個入 188円（11月20日購入）」 製造者 株式会社信栄食品  
「国産豚肉をたっぷり使用し、旨味とジューシー貫が味わえます」  
自社工場で製造されている餃子は、日配品売場のチルド商品と惣菜売場で販売されている。  
今後、チルド、ホット、冷凍売場の3温度帯での製造直売の商品開発がさらに進みそうだ。

#### 粗挽き肉焼売 6個入り 398円



秋から冬にかけては「中華点心」が売れる時。暖かい焼売も売る時期としては的を得ている。これも薄い味付けで食べやすい。

#### 鶏ごぼういなり 5個 315円



寿司売場で売られている鶏ごぼうごはんが入ったいなり寿司。以前はご飯の量がもう少しボリュームがあったように記憶しているが、これはごはんをフワッと詰めてある。いなり寿司でも付加価値を高めれば高単価でも売れる例。

#### チキンとパストラミビーフのロングサンド 474円（20%引き -95円）



インスタアベーカリーの商品。値引きシールの写真を見てもわかる通り、値引き処分ではなく、販促による値引きだ。海外のデリカ売場で売られているようなロングサンド。半分にカットして2種類の味が楽しめる。

メンチカツ 1枚 138円



ヤオコーのメンチカツ 138円、OKのメンチカツ 5個 200円、ロピアメンチ 100円の比較



3店のメンチカツの味の比較を行った。各社商品開発のコンセプトが違い、それぞれ特徴があり比較が難しいが、メンチカツという名前のイメージだとOKのものの評判が良かった。

#### 惣菜の主力商品の最低価格

	ロピア ミウイ 橋本店	オーケーストア 橋本店	ヤオコー 相模原下九沢店
肉コロッケ	1個 80円	2個 138円	1個 88円
豚ロースとんかつ	小 1枚 168円 2枚 298円	1枚 249円	1枚 350円
野菜かき揚げ	1枚 100円	1枚 100円	1枚 99円
鶏唐揚げ	100g 128円	100g 148円	竜田揚げ 100g 122円
おにぎり	1個（手作り） 150円	1個（アウト） 50円	1個（手作り） 94円
弁当	1パック 298円	1パック 299円	1パック 398円
かつ重	1パック 小 350円 大 550円	1パック（チラシ） 279円	なし
にぎり寿司	10貫 780円	10貫 499円	10貫 680円
いなり寿司	8個 200円	6個 199円	6個 284円

ポテトサラダ 小	1 パック 111 円	1 パック 133 円	1 パック 99 円
ひじき煮 小	1 パック 218 円	1 パック 179 円	1 パック 99 円