

つくば地区 ベニマル、カスミ、ヤオコー

城取フードサービス研究所

城取 博幸

ベニマル、カスミの惣菜部門

デパ地下化するスーパーマーケットの惣菜

ベニマル、カスミの両店の惣菜の特徴は、専門店のテナントを導入したり、自店の惣菜、寿司に名前を付けて「ショップ化」し専門店化を図っている。デパ地下の惣菜売場のような売場である。ベニマル、カスミ、ヤオコーは「ミール・ソリューション型」の店。その中の違いを視察してみた。

ベニマルは4温度帯惣菜が完成

ベニマルの惣菜売場は、第3コーナーのマグネット売場に「セブンプレミアム」を配置し、壁面に沿って中華料理のテナント「李厨房」、揚物、おこわ、寿司、インスタアベーカリーをレイアウト。ベニマルがテナントを導入することは珍しく、カスミ対策であることが考えられる。

コンコース中央には、即食系の「冷蔵惣菜」、レンジ・アップの「だんらんデリ」、最近導入された「冷凍デリカ」を配置。冷凍惣菜を導入したことで、「ホット」「常温」「冷蔵」「冷凍」の4温度帯の惣菜売場が完成した。冷凍惣菜は、高知のサニーマートが古くから扱っているが、ベニマルが開発したことで、今後、この傾向は高まりそうである。

自社で惣菜工場を持つ企業は、インスタアの食材を含め、コンシューマー用の冷凍惣菜の開発も盛んになると考えられます。

専門店の力を借りるカスミ

カスミ学園店の歴史は35年。親子3代この店で買物をして育った世代をしっかりと確保している強みがある。改装を行うことで、新しく3店のテナントを導入した。最近の錦糸町の店と同じパターンである。イオングループの「オリジン」、魚専門店の「しばたけ」、中華料理の「上海飯店」、前からあるベーカリーの「リトルマーメイド」の4店が惣菜売場の壁面にズラッと並ぶ。各店とも、自店ではなかなかできない専門店の強みを生かした商品を販売している。

直営の惣菜は、第3コーナーの「ワイン、チーズ、おつまみ売場」から、揚物、米飯などの自店製造の売場が続き、コンコースには、自社工場の冷蔵惣菜の売場。特に目立つのは、売場側に寿司作業室を独立して設けたことだ。

まず土地柄を理解する

つくば地区の特徴は、①副都心として人口が増えている地域。②留学生、外国人が多く住む地域。③高学歴、中間層が多く住む地域。④労働力が確保しやすい地域。などの特徴がある。店の売上規模も25億～30億を想定しています。人口減、所得減、労働力減の地方都市とは違っていることを理解せねばなりません。商品づくりはマネしても、地方スーパーはこれらの「都市型、デパ地下型惣菜」のマネは慎重に行う必要がある。

売場を拡大することのリスク

丁寧な商品づくりや新商品は参考になるためどんどんマネすべきである。ハード面ではマネがすぐできるが、売場、品揃えの拡大は、人件費増、ロスが増えて利益を圧迫していることも警戒せねばならない。その点、ベニマルの「だんらんデリ」「冷凍惣菜」はアウトパック商品であるため、店に負担をかけていない。カスミのテナント導入も同様である。インスタ比率を高めていないことを見抜くことも必要である。

ベニマル惣菜

売場写真の解説



壁面の揚げ物、弁当、おはぎ、おこわ、寿司は、デパ地下の専門店を思わせるよう「ショップ名」を付けて専門化を進めている。壁面の売場はあまり拡大されていない。



「天ぷらセット」が復活。かつて、揚げ春雨を下に敷きトレーに天ぷらを盛合された「天ぷらセット」がベニマルの名物であったが、いつの間にか姿を消した。今回はビニール袋で簡易包装された天ぷらセットが復活。小450円、大950円。



「皮はもちもち、具はジューシー」という自社工場製造の「焼餃子」。タレまで自家製。しっかりコーナーを作り、190円、380円、568円の3SKUの品揃えで売り込みを図る。専門メーカーに勝てるかが課題。



「だんらんデリコーナー」

冷凍惣菜を導入後も、従来から扱っている「だんらんデリ」のアイテム数は減っていない。どちらもアウトパック商品であるため店の負担は少ない。新店であるため最大規模の売場を作り、お客の反応を見ている感じた。



新しく「フローズンデリ」が売場に登場したことで、ベニマルの惣菜は、「ホット」「常温」「チルド」「冷凍」の4温度帯の品揃えが完成し、お客のTPOSすべてのニーズに答えられるようになった。

商品解説

* レシートの表記が税込価格であるため、価格はそれを表示



「カレイの唐揚げ」 1枚 102円（税込価格）

バラ販売用バット2枚で販売。価格も安いいためよく売れている。少し身は薄い、衣はパリッと、カレイはジューシーと日本人が好む魚の唐揚げ。



「エビかき揚げ」 1枚 181円（税込価格）

バラ販売の天ぷら類の種類は少ないが、どの天ぷらもサクッと丁寧に揚げられている。大きなエビがトッピングされた野菜かき揚げ。



「11品目の2段弁当」1パック 429円（税込価格）

以前麺セットなどの使われていたトレーが復活。下がご飯、上がおかずのトレーを使った2段弁当。おかずがこぼれやすいのが難。メインは鶏の照り焼き、和洋のおかずがバランスよく盛りつけられている。



「生寿司 椿」1パック 645円（税込価格）

にぎり寿司9貫に、かんぴょう細巻3本、かっぱ巻き3本を盛り合わせたもの。巻物との組み合わせは手間がかかるが、飽きさせないにぎり盛合せ。シャリの味がいい。



「デミグラスバーガー」1個 259円（税込価格）

インスタベーカリーの平台のトップで販売。中のパティも自社工場製。調理パンの売上が伸びている。特にホールセールパンを含め「ハンバーガー」の売上が好調。肉感は少し欠けるがヘルシーなハンバーガー。

カスミ惣菜



専門店を集めたデパ地のような売場。惣菜、サラダバイキング、弁当の「オリジン」、魚惣菜、弁当の「しばたけ」、中華料理の「上海飯店」、ベーカリーの「リトルマーメイド」寿司売場は中央に作業室をかまえ、低価格の寿司から高級品まで幅広い品揃え。



「オリジン」お惣菜、サラダ100g 170円（183円）のバイキング販売。他店ではあまりうまくいかないが、プロの力を借りた売場づくりで強みを生かしている。



オリジンの続きは、「しばたけ」。魚の専門店の強みを生かした売場。フワッと焼いた焼き魚、高級魚を使った弁当も魅力がある。



「しばたけ」の隣は、「上海飯店」。直営ではなかなかできない中華料理を提供している。中華の品揃えが豊富だ。



「リトルマーメイド」「石釜焼き」が特徴。ここも専門店の強みを生かしている。穀物パンなどヨーロッパパンの品揃えが特徴。

カスミ惣菜商品

* レシートの表記が本体価格であるため、そのまま表示



「カレイ唐揚げ」1枚 93円（本体価格）

バラ販売で売られていたカレイの唐揚げ。肉厚のため時間が経てば、パリッと感は少し失われているが、カレイの淡白な味が楽しめる。1枚100円は安い。



「釜焚煮物と梅ごはん弁当」 1パック 398円（本体価格）

梅ごはんの上に煮物と漬物を載せた煮物弁当。熱量372kcal、Na1280mgという「健康弁当」。薄味の煮物と梅ごはんの組みあわせもよい。個人的には梅ごはんの具はもう少し少なくてもよい。



「にぎり寿司 (かすみ)」 1パック 598円（本体価格）

にぎり寿司10貫+卵焼き1貫を盛り合わせた商品。トレーに縦3列に盛り合わせているため、ボリューム感がある。丁寧に握ってキレイに盛合せてある。



「シャキシャキ野菜ポテトサラダ (中)」 1パック 198円

確かにレタス、キュウリ、人参の食感はシャキシャキ。味付けもシンプルで、じゃが芋の味も際立っている。トレーに合わせた盛り付けも丁寧。



リトルマーメイド「レーズンクリームチーズパン」1個 250円

ヨーロッパのドーナツ型のパンを思わせるような商品。石釜焼で、外はパリッと中はしっとり。クリームチーズの風味もよい。専門店らしい商品。

ヤオコー流山店 惣菜 400字

素材と即食を分けたゾーニング

東大和店とは違い、川越的場店パターンのゾーニングとレイアウト。入口付近に青果、鮮魚、精肉の生鮮食品の「素材」を集め、第3コーナーの「チーズ&おつまみコーナー」から、洋日配、惣菜、パン、デザートなどの「即食」を集めたゾーニング。ウェグマンスタイルの東大和よりゆっくりと買い物ができ、買いやすい売場になったように思う。

惣菜の壁面は、弁当、スナック、寿司、サンドイッチ、インスタアベーカーリーと主食となるカテゴリーを配置。平台は、揚物バラ、揚物パック、おかずバイキング、練サラダ、生野菜サラダなどの副菜を配置している。新しいカテゴリーは見当たらない。

惣菜売場は、ベニマルの「アウトパック化」、カスミの「テナント化」に比べて、「店内加工重視」の惣菜のイメージも持つ。各コーナー無難にまとめているが、「おかずバイキング」の品数の少なさなど「専門性」「名物商品」の追求が今後の課題になるような気がします。

ベニマル、カスミの日配部門

ベニマル

洋風化が進む品揃え

ベニマル、カスミの日配売場の特徴は、「肉」「乳製品」「パン」「ワイン」「デザート」を中心とした「洋食素材」の品揃えの強化である。「肉」の消費が「魚」の消費を上回ったり、「パン」の消費が「米」の消費を上回るなど、洋風化の風が吹いてきている。両店ともそれを意識したゾーニング、レイアウト、品揃えが見られる。

テーマ別縦割りのベニマル

和日配は、入口の青果売場側にゾーニングし、細かい縦割りでメーカー別、用途別に商品を縦割り陳列しているのが特徴。日本各地の名産品もよく集めている。しかし、大きな取り組みの変化は見られない。洋日配は、第3コーナーから第4コーナーにかけて低めのアイランドケースを配置。一番の特徴は、第3コーナーのマグネットに「セブンプレミアム」を配置したこと。売場スペースも十分確保し迫力のある売場だ。また、その手前には、立ち寄り率の高い、卵、牛乳を配置し客を誘導している。アイランドケースは、「ハム、ソーセージ売場」の隣に「乳製品」「パスタ、ピザ」を配置。欧米では加工肉と乳製品を一緒に売るのは常識だ。冷凍食品の売場も十分確保している。

手づくり商品を強化するカスミ

カスミも和日配を青果側に配置し、洋日配を惣菜側に配置しているのはベニマルと一緒だ。和日配の特徴は、平ケースを1台使った「手作り韓国キムチ」のコーナーだ。日配売場でも専門性を高めることは可能であることを示している。今後、「中国料理」「エスニック料理」「イタリア料理」などのショップ的な日配品コーナーができれば、楽しい売場ができる。洋日配の一番の特徴は、第3コーナーのマグネットに、ヤオコーの売場を思わせるような「ワイン&チーズ、ハム」のコーナーを新設したことだ。しかし、ヤオコーもそうだが、マグネットとして客を引き付けるには少し弱いような気がする。

日配の方向性 「和日配の洋風化」

「洋高和低」の傾向はこれからも続く。洋日配はパン、ヨーグルト、乳製品、冷凍食品、アイスクリームが好調なことから売上アップは望める。「和日配」の対策は、ベニマルのように日本各地から名物商品を集めたり、佃煮メーカーの商品を集めコーナーをつくることもその対策である。また、カスミの「韓国キムチ」など日配の専門店化の方向もその対策であろう。しかし、それだけでは売上アップの対策には十分とは言えない。

「新しい食べ方」「新しい味」を訴求しなければ売上は伸びない。その対策として、「新しいタレ、ソース」を商品に添付し、「新しい味」の訴求と共に「単価アップ」を図ることを提案する。例えば、豆腐、揚げ、こんにゃく、ところてん、カニかま、ちくわなどのタレ、ソースが付いていない商品に洋風のソース、タレを添付するなどの工夫が欲しい。「豆腐+サルサ」「豆腐+バジルソース」「ところてん+サルサ」「ちくわ+タルタルソース」「カニかま+ドレッシング」など洋風のソースを添付して「新しい味」の提案を行ってほしい。

商品のロスを防ぐため「ロングチルド商品」を開発することが必要。

ベニマル日配売場

売場写真の解説



和日配はメーカー、使用用途別に縦割りのコーナー化。NB商品を減らして商品の差別化を行っている。日本各地から名物商品もよく集めている。



特売にゆでうどんの売り方。ケース4段を単品で訴求して迫力を出している。低いケースを使っているため、ケース上のスペースがもったいないような気がする。



第3マグネットの一等地には「セブンプレミアムコーナー」。左側が卵、牛乳売場。「セブンプレミアムのある暮らし」と新しいライフスタイルの提案を行っている。コーナー化はこれくらいのスペースが必要。



加工肉近くの「チーズ売場」。「ワインとチーズ」を組み合わせた売場もあるが、ここは、「加工肉と乳製品」を近くにゾーニングしている。個人的にはこれが正解だと思う。



チルド「レディ・ミール」 強力な惣菜売場に対抗できる、日配部門のレディ・ミールだが、品揃え、スペース不足を感じる。チルドのメリットを訴求するためには9尺くらいの

売場が欲しい。



冷凍食品売場に「冷凍パン」を縦割りで陳列。その隣には「軽食コーナー」。「世界のパン」など、もう少し品揃えを拡大できればなお魅力的な売場になるような気がする。

ベニマル日配商品

レシートの表記が税込価格であるため、そのまま記載



「いぶりがっこ」 1袋 150g 386円 (税込価格)

秋田名物のスモーク沢庵。スライスしてあることで食べやすい。少し価格は張るがスモークの香りがしっかりし、歯ごたえもシャキシャキ。しその実との相性も良い。



「ナチュラルとうふ (チョコレート味)」 1袋 120g 170円 (税込価格)

豆乳にカカオパウダーを加えて凝固剤で固めたもの。カカオの香りが先に立つが、後から豆乳の香りが追いかけてくる「新しい味」の発見ができる商品。乳製品を使わない新しい豆乳デザート。過剰包装の感あり。



「あげかんぼこ (いわし)」 1袋 60g×4枚 375円 (税込価格)

長崎名物の、いわし、タラ、アジを原料にした揚げかまぼこ。固めの食感だが、イワシの味がしっかりする。真空パックであるため、保存料を使わなくても日持ちがよい。



「フォルエピペッパー」 1パック 100g 429円（税込価格）

フランス産のナチュラルチーズの極薄スライス。コシヨーの味がピリツとし、食べやすいスライスチーズ。スライス火腿やサラミ、パンによく合う。剥がれにくいのが少し難。



業務用 冷凍「チーズパン」1袋 10個入 321円（税込価格）

冷凍の小型チーズパン。自然解凍（3時間）でそのまま食べられる。チーズの味がしっかりしてフワッと食べやすいパン。保存用のパンとして冷凍パンは今後需要が望める。

カスミ 日配売場



「手づくり元祖韓国キムチ」韓国の家庭で漬けたキムチを集めたコーナー。日本ではあまり見かけない珍しいキムチも品揃え。思ったほど高単価ではなく買いやすい。



「ワイン&おつまみコーナー」第3コーナーのマグネットに新設された売場。ヤオコーの売場を思わせるが、マグネット効果については疑問。



チーズやハム、ソーセージだけでなく、おつまみになる缶詰も関連販売している。



「冷凍食品売場」リーチインのケースを通路の両側に配置し冷凍食品通りを作っている。PB商品の比率を高めている。

カスミの日配商品

* レシートの表記が本体価格であるため、そのまま記載



「元祖はくさいキムチ」1パック 300g 284円（本体価格）

本場韓国の白菜キムチ。家内工業的な作り方で、ビニール袋に入れさらにカップに詰めたもの。思ったほど辛くなく少し甘めな白菜キムチ。300gで284円は値頃。買いやすい価格設定。



「元祖ねぎキムチ」1パック 250g 475円

これも、同じコーナーで販売されている、日本では珍しい「ねぎキムチ」。材料は調味料を除けばスライスされたネギが100%と、たっぷり入っている。手間がかかっている。「焼肉」や「ラーメン」などによく合いそうだ。



**雪印メグミルク「ロイス チョコレートチーズデザート」 1パック 6個入(108g)
278円**

北海道のチョコレートメーカー「ROYCE」のチョコレートを使ったチーズデザート。個々包装されている。これもチョコレートとチーズを合わせた「新しい味」。



「国産大豆濃い豆腐ツイン」 1パック 200g×2 128円

国産大豆100%、豆乳濃度13%の充填豆腐。賞味期限が比較的長く食べきり、使い切りサイズ。卵売場で関連陳列されていた「サルサソース」をかけて試食してみる。よく合う。「豆腐」+「サルサ」=「新しい味」の提案ができる。

ヤオコー流山店 日配 400字

日配のミール・ソリューションの追求が課題

料理素材と即食食品を分けたゾーンニングの中間に和日配売場を配置、惣菜側に即食系のパンやデザート、飲料、RTH商品のピザ、スープ、レディ・ミールなどを配置した売場。冷凍食品は「冷凍フルーツ」を強化し、リーチンの定番売場の他に冷凍平ケースを使って「スムージー」を提案している。「新しい提案」を行っている。冷凍のPB商品もコンコーズ側の冷凍平ケースで展開し、特長ある売場になっている。

チルドの「レディ・ミールコーナー」は、ふじっこ、日本ハム、マルハニチロの3社の商品をまとめて陳列されているものの、陳列スペースが狭いためあまり目立たない。レトルトパウチなどのスタンドパックの商品も少ない。ヤオコーは「ミール・ソリューション」で先行している企業だけに、無難にまとめるのではなく、NB商品の他にPB商品も開発して、ベニマルの「セブンプレミアム」ほどの売場、商品を確保して、圧倒的な差を見せつけるような売場を作ってほしい。

惣菜の主力商品の最低価格（本体価格）

	ベニマル 竹園店	カスミ 学園店
肉コロッケ	1個 45円	1個 45円
豚ロースとんかつ	1枚 398円	1枚 351円
野菜かき揚げ	1枚 120円	1枚 93円
鶏唐揚げ（最低価格）	100g 158円	1パック 198円
おにぎり	1個 120円	1個 100円
弁当	1パック 398円	1パック 380円
いなり寿司	3個 198円	3個 180円
にぎり寿司	にぎり9貫+細巻 598円	にぎり10貫+卵焼 き 598円
カツ丼	1パック 498円	1パック 498円
ポテトサラダ 小	100g 178円	1パック 120円
ひじき煮 小	100g 198円	1パック 148円

日配の主力商品の最低価格（本体価格）

	ベニマル 竹園店	カスミ 学園店
豆腐	1丁 300g 58円	1丁 350g 65円
納豆 三段重ね	1パック 55円	1パック 67円
ゆでうどん 3食	1袋 78円	1袋 94円
こんにゃく 1枚	1袋 57円	1袋 48円
生ちくわ 4本入	1袋 78円	1袋 93円
白菜漬け 袋入り	1袋 300g 158円	1袋 350g 158円
牛乳 無調整 1ℓ	1本 165円	1本 155円
プレーンヨーグルト	1パック 147円	1パック 148円
食パン 6枚入り	1袋 78円	1袋 73円
卵 10個入り	1パック 178円	1パック 178円
冷凍うどん 5食	1袋 237円	1袋 248円