

## ヤオコー検見川店

城取フードサービス研究所

城取 博幸

### 惣菜

#### 500坪のミール・ソリューション強化型店舗

ヤオコー検見川浜の店舗面積は519坪、歩いて10分の稲毛海岸店は599坪、ミノリア稲毛海岸店は589坪。検見川浜店は519坪にもかかわらず、600坪クラスのチルド加工食品、惣菜の落とし込みを行っている。惣菜はコンビニのように小商圈をターゲットにした部門であるため、強化することで近隣の客を取り込める特徴がある。検見川浜店の生鮮3部門は、第一コーナーから第2コーナーに「生鮮ゾーン」を形成しコンパクトにまとめた。レイアウトの特徴は、「コの字型の壁面ケース」に沿って「コの字型に平ケース、セミ多段ケース」を配置するという二重構造になっている。500坪強の売場面積としては珍しいゾーンニングとレイアウトである。その分、ドライグロスアリー、菓子、雑貨が縮小された結果となった。検見川浜店の料理素材の生鮮3品とドライグロスアリー、雑貨とチルド加工食品、日配、惣菜、パンとの売場比率は約1対1という調理食品を強化した売場だ。

稲毛海岸店599坪は、第3コーナー手前まで精肉の売場が続き、従来型のSMのスタイルで、生鮮食品、ドライ食品強化型の売場である。ミール・ソリューション強化型の「検見川浜店」と素材強化型の「稲毛海岸店」を合わせれば、800坪ほどの品揃えが実現するが客はどちらの店を評価するかが課題である。新店であるせいか、検見川浜店の方が客入りが良い印象であった。

惣菜売場は、壁面に沿って冷し麺、揚げ物、お弁当、鉄板焼き、寿司、サンドイッチ、インスタアベカリーを配置。既存店との違いは冷し麺のコーナーを壁面に配置し強化している。さらに、サラダや煮物、和え物などの冷惣菜と、温惣菜の平ケースを配置。肉や魚を使ったサラダ、マリネ類は第3コーナーのチーズ売場の近くに配置。精肉部門の「ミートデリカ」も惣菜側に移動している。600坪スタイルの店舗に比べてスペース的には遜色ない。最近の富士見店や南流山店の縮小版の売場だ。

#### 夏物メニューも豊富に品揃え

冷し麺の売場は、冷し中華、ザルそばなどに加えてカッペリーニを使った「冷しパスタ」も品揃えしている。弁当売場は、和風弁当のほかに洋風、エスニック系、健康系の弁当、プレート強化。のり弁、鮭弁当、幕の内弁当、牛飯、丼などの和風弁当の隣には、キーマカレーやローストチキンプレート、パエリアなどの洋風やエスニック系のプレートの品揃えも充実している。

揚げ物売場で印象に残る商品は、「二層仕立てのメンチかつ ハニーマスタード」と「小あじの南蛮漬け」「焼き餃子」。メンチかつはトッピングのソースを変えるだけで、いろいろな味が楽しめる。甘辛のハニーマスタードは暑い夏の食欲増進にぴったり。「小あじの南蛮漬け」「さんまの南蛮漬け」は九州や関西地方で通年食べられているメニューだが、関東で

も夏のメニューとして定着しつつある。酢を使ったさっぱりとした味も夏向き商品。「焼餃子」は、日配売場でも売られているヤオコーオリジナル商品だが、モチリとした皮が特徴。ニンニク、ショウガ、ニラは使っているがあまり香味を引き立てず万人向けの味に仕上げている。「厚切り」がブームになっているが、「厚切りハムかつ」ならぬ「厚切りベーコンかつ」も印象に残る商品。

猛暑が続いていたせいか、「にぎり寿司」のアイテム、陳列量は控えめであった。中でも「塩レモンで食べる握り」は、レモンと塩で清涼感のある寿司。さらに巻寿司はサバ寿司のほかにピリ辛メニューの開発も必要であるように感じた。

全体的に「ピリ辛のエスニック」「酢を使ったメニュー」「さっぱりメニュー」など夏物商品をよく品揃えしている。インスタベーカリーは、「カレーパン」を訴求。SKUは「うまからカレーパン」と「てづくりカレーパン」どちらも夏メニューとしての的を射ている。冷蔵惣菜は、相変わらず和惣菜の品揃えは少ないが、サラダの品揃えは相変わらず多い。1パック 189 円のカップサラダはお買い得だ。ビッグシェフのドレッシング（65g）はこのサラダに対してちょうどいい容量だった。

後日、9時45分の閉店に向けての値引き状況を見させていただいた。7時前より徐々に値引きをスタート。8時には「揚物バラ全品半額」のPOPスタンドが売場に立つ。9時ごろより弁当、インスタベーカリー半額。しきりに店内放送はしているものの、閉店時には廃棄商品がどうしても残ってしまう。ゴミの問題から、廃棄ロスがSM業界全体で取組みが必要。

2015年8月24日（月）午後9時45分

売場在庫 揚げ物約60P 弁当、米飯20P 寿司10P 冷惣菜（ミートデリカ含む）10P インスタパン60個 刺身、生食60P



惣菜売場の壁面陳列ケース。動線の頭に「チルド調理めんコーナー」が新設されている。



「ローストチキンプレート」「パエリア」「キーマカレー」など、和風弁当のほかに洋風、エスニックプレートの強化も図っている



インストベーカリーのカレーパンの売場。「うまからカレーパン」と「てづくりカレーパン」の2SKUを各2皿で大陳して販売



「二層仕立てのメンチかつ ハニーマスタード」 1パック 118 円（本体価格 以下略）  
バラ販売とパック販売されていた二層メンチかつ。大き目にカットされたキャベツの食感もいい。ハニーマスタードとの相性もいい



「厚切りベーコンかつ」 1パック 218 円  
厚切りのベーコンのフライ。ボリューム感はあるが価格は少し高め。



「国産豆アジ南蛮漬け」 1パック 298 円  
小アジの南蛮漬け。アジはしっかりと漬かっていて骨まで柔らかい。スライス玉ねぎも酢に漬けた方がさらにおいしくなる。



**「自家製 肉餃子」 1パック 199円**

皮はパリパリとはいかないが、モチリとした食感。万人に受ける味付けだ。



**「夏野菜と十六穀米のキーマカレー」 1パック 380円（広告の品）**

十六穀米の上に揚げ野菜、揚げ物、漬物をトッピング。キーマカレーは辛すぎず子供でも食べやすい。



**「塩レモンで食べる握り」 6貫 398円**

にぎり寿司を塩とレモンで食べる、夏のにぎり寿司の提案。ネタは「ホタテ」「生海老」「イカ」「タコ」「蒸し海老」「イカゲソ」。清涼感があり夏の新しい寿司の提案



**「手づくりカレーパン」「うまからカレーパン」 各1個 150円**

時間が経っても衣はサクサク、中はしっとり。皮の部分にまでカレーが練り込まれている。  
カレーの味もよい



### 「カットサラダ」1パック189円

千切りキャベツをベースのレタス、大根、人参、キュウリ、レッドオニオン、プチトマトをトッピングした生野菜。ボリュームがありお買い得感がある商品

## 日配

### 500坪でありながらチルド加工食品、惣菜を強化した店

今年7月にオープンした検見川浜店は、平成24年オープンの稲毛海岸店から距離にして1.2km、歩いて10分以内にある。さらに、ミノリア稲毛海岸店までは直線距離で2km以内とこの地区においてはドミナントを形成している。検見川浜店の売場面積は519坪。599坪の稲毛海岸店のレイアウトに比べれば、80坪少ないのにもかかわらず、「コの字型」の壁面の陳列ケースの内側に、平ケース、セミ多段ケースをさらに「コの字型」に配置するという「二重構造」になっている。

稲毛海岸店は、入口の野菜、くだものゾーンの次に「和日配ゾーン」を形成、青果側の壁面に豆腐、揚げ、納豆の多段ケースを配置、ドライ食品側に卵、麺類、中華、佃煮の多段ケース、通路に漬物、練製品、こんにゃくの冷蔵アイランドを配置し、鮮魚ゾーンへと続く。平ケースを挟んでいるため日配の関連食材を買うためには少し距離がある。「洋日配ゾーン」は、コンコースの壁面ケースがなく、第3コーナーから第4コーナーにかけて短めの冷蔵ケースを分散して配置。レイアウト上、アイスクリーム売場を優先したためか、牛乳、果汁、飲料とヨーグルト、チルドデザート売場が離れてしまった結果となった。

検見川浜店の日配のレイアウトは、和日配を精肉売場の後にゾーンニング。豆腐、納豆、練製品は壁面の多段ケース、麺類、漬物、佃煮はコンコースのアイランドケースを配置。洋日配は、短めのアイランドケースを使い、第3コーナーから第4コーナーにかけてゾーンニングし、ヤオコーの特徴である第3コーナー「ワインとチーズ」のマグネット売場は、チーズとオリーブオイルなどの輸入品に変わっていた。第3コーナーからの壁面には牛乳、果汁、飲料の多段ケースが続くが若干売場不足の感がある。ヨーグルト、チルドデザート、パンはアイランドケースを設置。冷凍食品は多段リーチインケースと平ケース、近くにア

イスクリームの平ケースと「冷凍ゾーン」をうまくまとめている。500坪の広さの割には、成長カテゴリーの売場はしっかりとスペースを確保している。川越的場店、南流山店、富士見店と同じように、最近の店はこのスタイルで出店している。壁面ケースの半分以上が日配と惣菜で占めているのも特徴だ。

### 連続した陳列（I型）とアイランド陳列（ロ型）のレイアウト

アイランド陳列はカテゴリー、テーマで区切ることができるが、グルッと回らないと全体が分からない、一目で全体が見えないことなど「死角」が出てしまう欠点がある。その点、連続した売場は一目で売場が見渡せる。坪効率から考えれば、通路部分が少ないため連続した「I型」売場の方が売場効率はいい。それでも、500坪の店でそれを多用する意図を考えれば、生鮮食品を含め「I型」陳列の売場に比べて、「ロ型」は買い物動線が長いことである。買い物をしながら店を歩いてみると、500坪でありながら600坪以上の店を歩いた気分になる。それだけ滞店時間が長くなる。滞店時間が長くなれば買上げ点数が上がると言われているため、それが狙いであるかもしれない。

### 和の涼味食品でもソース、ドレッシングの品揃えで洋風メニューの提案が可能

印象に残った売場、商品は、和日配では、「佐賀県産ふくゆたかを使った豆腐コーナー」、袋入り豆腐、ザル豆腐、湯葉などがコーナー化されている。フレーバー、タレを変えた丸カップ入りの寄せ豆腐は6SKU品揃えしている。その隣には、最近はやりのゆばを油で揚げた「ゆばチップス」も登場している。今年は猛暑であったため豆腐、ところてん、涼味麺が良く動いた。和風タレや中華タレのほかに、サラダコーナーに置かれているような、ドレッシングやバーニャカルダソース、サルサソースなどの洋風、エスニックソースも関連陳列して和の涼味食品も「新しい味」を提案してもおもしろい。

洋日配では第3コーナーの「TASTE THE DIFFERENCE」コーナー。ワイン&チーズの印象が強い売場であったが、ワインは酒売場に移動し、オリーブオイルやピクルスなどの輸入品売場に変更した。さらに、近くのカルパッチョ売場にもドライ食品の輸入品が島陳列されている点も特徴。洋風メニューの提案が進化している。チルドゼリーは、既存品にプラスして一口サイズの「果肉入りゼリー」、袋入りの「果肉入りゼリー」など、フレッシュ果肉を使ったゼリーが目立った。

店内オペレーションは、「台車を引く」「2段台車に下に荷物を積まない」「膝をついての陳列」などの基本動作ができている。



主通路に設置された「漬物コーナー」のアイランドケース。500坪の店には珍しいレイ

## アウト



佐賀JAのフクユタカを使った豆腐コーナー。フレーバーの違うカップ入り豆腐を6SKU品揃え。袋入りの硬めの豆腐も珍しい



平のアイスクリーム、平の冷凍食品、リーチンの冷凍食品と500坪の割には「冷凍ゾーン」をうまくまとめている



「胡麻たれで食べるごま寄せ豆腐」1パック 138円（本体価格 以下略）

ごま豆腐にさらにゴマダレをかけて食べるというごま尽くしの豆腐。ごまの風味な口いっぱい広がる



「日光ゆばチップス」1パック 198円

国産大豆で作ったゆばを油で揚げ塩こしょうで味付けしたもの。ディップソースに付けて

もよく合う。



**テルドPB「餃子」6個入 1パック 94円**

PBの中粒サイズの蒸し餃子。皮はモチモチしていて、味付けも万人向け。94円は値ごろ感がある



**「小田原みかん まるごとゼリー」 1袋 99円**

小田原みかんをたっぷり使ったゼリー。カップを使わないことでボリュームの割には低価格を実現。



**「生フルーツゼリー詰め合わせ」 5種1パック 178円**

一口サイズのカップに、カットされた生の「キウイ」「グレープフルーツ」「パイン」「オレンジ」を入れたフルーツゼリー。フルーツの食感、味、香りが絶妙



**冷凍PB「和風ソースハンバーグ」 1袋 198円**

冷凍食品のPBの和風ソースハンバーグ。豚牛の合いびき肉を使いフワッと仕上げている。  
売場では99円のハンバーグなどアイテムも豊富



**「ANDE 食パン ショコラーデ」 1袋 478円**

京都ANDEのチョコレートファッドスプレッドを練り込んだデニッシュブレッド。味は濃厚。高額品でも賞味期限が長ければ品揃えできる



**「パーニャカウダ風ソース」「5種の野菜マヨ」 各1袋 33円**

豆腐、ところてんコーナーにも関連販売してほしいソース



「和風醤油味ドレッシング」「グリーンナチュラルドレッシング」 各1パック 100円  
豆腐、ところてんコーナーでも関連販売してほしいドレッシング