

都内高級食料品店の「名物商品」の研究

城取フードサービス研究所

城取 博幸

「名物商品」の商品開発は高級食料品店の学べ

スーパーマーケットの惣菜の売上が好調ながら、差別化のために各社「名物商品」の開発に力を入れているがなかなか商品が育たないのが現状である。食品メーカーの商品提案や他店の惣菜のモノマネではなかなか名物商品が育たないことも事実である。

そこで、「独自性」持つ、いわゆる高質・高級 SM（高級食料品店）という位置づけである都内の「成城石井」、「紀ノ国屋」、「明治屋」、「シェルガーデン」がどのような商品開発・販売を行っているかを調査してみた。SM 各社がどのような点を注意、意識して商品づくりを行っているかという点でそのヒントがあると思う。

各社の独自性商品とその売り方

以上の 4 社の店を回り、スタッフの「おすすめ商品」や「名物商品」を直接聞いて何品か購入してみた。そこで、スーパーマーケットとの違いを発見できた。

・「成城石井錦糸町 テルミナ 2 店」 人気がある商品は「エスニック料理」であると言う。確かに、成城石井の「中華料理」「エスニック料理」「デザート」は定評があり独走している。惣菜センター製造の「フォーガー」「シンガポールラクサ」「ガパオライス」などは陳列ケース最下段で、商品説明のPOPを付けて販売している。また、「プレミアムチーズケーキ」や「栗と黒豆のモーモーチャーチャータピオカ」も人気を集めている商品。

・「紀伊国屋 アントレルミネ 品川店」店に入りいきなりスタッフに「おすすめ商品」「名物商品」は何ですか？と尋ねれば、一直線にパン売場につれて行かれ「クリームパン」をすすめられる。クリームパンは唐かごに山積みされていて「商品説明のあるプライスカード」と「BEST 1」「不動の人気！！」のスポッターが付けられている。次はチルド売場に案内され「プチシュー」をすすめる。「今売っています！」のスポッターがちゃんと付けられている。商品の良さと、スタッフの思い、販促物が連動している。

・「明治屋 広尾ストア」 明治屋の対面販売の揚げ物売場には、フライコーナー「人気 NO1 カニクリームコロッケ 390 円（本体価格）」「人気 NO2 ミートポテトコロッケ 250 円」「人気 NO3 メンチカツ 320 円」のスポッターが付けられている。一番高額のカニクリームコロッケが一番の売れ筋である。パン売場では「あんバター」パンがおすすめ、米飯類は「オムライス」「ハヤシライス」であった。どれも、プロの洋食のクックが一から作った本格的なもの。素材、調味料、製造には妥協していない。

・「シェルガーデン 錦糸町テルミナ店」 米飯コーナーでは、全国から集めた名物「駅弁」

「空弁」「亀戸升本の弁当」などが定番で常時販売されている。日に2便納品されるらしい。特に珍しかったのは、マスコミによく登場する、フレンチの「酒井宏行氏」、中華の「陳建一氏」、和食の「笠原将弘氏」が監修した弁当が本人の写真付き、説明付きで売られている。プロの力と知名度を借りた商品開発だ。仕入れ商品でも差別化ができる。

スーパーマーケットの「名物商品」「独自商品」の開発と販売のためのヒント

1. 「よい素材を使う」 SMの惣菜は売価、利益を優先して商品開発を行うが、明治屋の「カニコロッケ」のようにカニをたっぷり使ったり、特性のソースを付けるなどよい素材やよい調味料を使って商品開発をすると、高額でも売れ筋ナンバーワンになったりする。

2. 「たっぷり使う」 紀伊国屋の「クリームパン」「プチシュー」、明治屋の「あんバターパン」、成城石井の「プレミアムチーズケーキ」の共通点は、中の具材がたっぷり入っていて隙間がないこと、どれも持つとズッシリと重い。マイセンのミニバーガーはバンズを小さくすることで肉の食感が際立っている。

3. 「プロの力を借りる」 SMのバイヤーや商品開発者の能力以上の商品開発は難しい。そうであれば、シェルガーデンの「弁当」のようにプロの知名度と力を借りることも考えたい。それが名物となる。

4. 「独自性を消さない」 成城石井は「中華料理」と「エスニック料理」に注力している。パクチーなどの香草がたっぷり入っている「フォーガー」などは、パクチーを無くして誰にでも食べやすくしてしまえば独自性が失われ「フォーガー」でなくなってしまう。

5. 「思いを伝える」 紀伊国屋のスタッフの対応が印象的。いきなり「おすすめ商品は？」と聞かれて即座に商品紹介ができる。売場に行けば、POP、スポッターが必ず付けられている。商品開発者の思い、販売スタッフの思いが、商品説明、POP、スポッターとも連動している。SMのスタッフにそれができる者が何人いるだろうか？

以上、「都心の高級食料品店だから～」と諦めず、「よい素材」「たっぷり」「プロの力」「独自性」「思いを伝える」をキーワードに、「名物料理」「独自商品」の開発、販売を行ってみてはいかがでしょうか。

成城石井



フォーガー

本体価格 466 円 製造場所／アウト



ベトナム料理の定番である米粉を使った麺のフォーとチキンスープを合わせた商品。レモンの酸味が効いた鶏がらスープにコクがある。パクチー嫌いに媚びずにしっかりと入れることで現地の味に近いものとなっている。ラベルには保存料・合成着色料・合成甘味料不使用の表示がある。

シンガポール風ラクサ

本体価格 599 円 製造場所／アウト



マレーシアやシンガポールなど東南アジアの代表的な麺料理であるラクサを商品化。鶏肉、ゆで卵、厚揚げ、トマトなど具たくさんで素材感が特徴。価格は少しアッパーだが、ボリュームもあり、一食で完結できる。こちらも化学調味料不使用の表示あり。

鶏ひき肉のピリ辛ガパオライス

本体価格 599 円 製造場所／アウト



ご飯と鶏肉をナンプラーとオイスターソースで炒めたタイの代表的料理。玉ねぎ、ジャガ芋、インゲン、カボチャなど野菜も多く使用している。ピリ辛のネーミングではあるが甘味も感じられる味付け。保存料・合成着色料・合成甘味料不使用の表示あり。

プレミアムチーズケーキ

本体価格 760 円 製造場所／アウト



クリームチーズがたっぷりで濃厚かつボリュームあって重厚感のあるチーズケーキ。レー

ズンとアーモンドの風味も効いている。支持される理由はこの濃厚さにある。店舗入口付近に単品大量陳列で訴求している。セントラルキッチンで製造されており、工程にはパティシエも携わっている。

栗と黒豆のモーモーチャージャータピオカ入り

本体価格 399 円 製造場所／アウト



タピオカ、ココナツクリーム、プリン^①の三層構造になっており、その上に黒豆、栗、白玉などが載っているマレーシアのスイーツ。ごちゃ混ぜにして食べることで食感の違いと味の変化が現れる。女性目線の足し算の商品開発が妙で面白い発想だ。

紀ノ国屋



炭火焼き鳥ご飯（十穀米）

税込み価格 699 円 製造場所／アウト



ご飯と具材を取り外し式の仕切りで分けたランチボックスになった商品。焼き鳥とつくねには専用の卵ソースを付けて食べる。つくねの味は良いが、焼き鳥は味が濃すぎて評価は難しい。十穀米を売りにしている。ご飯は電子レンジで加熱しないと少しポロポロする。

クリームパン

税込み価格 226 円 製造場所／アウト



シンプルながらもパン生地のきめの細かさとカスタードの風味が絶妙。店内で「不動の人気」という触れ込みも納得の商品。クリームパンの最高峰とも言える商品であり、売れ筋

ベーシックアイテムとして同社の名物商品と言えるだろう。

プチシュー

税込み価格 329 円 製造場所／アウト



小さなシュークリームが5つ入った商品で、中のクリームはリキュールの香があって大人の味に仕上がっている。しかし、あえてしっとり感を出しているのかもしれないが、生地のパリパリ感がもう少しほしいところだ。

カスタードプリン

税込み価格 258 円 製造場所／アウト



こちらもチルドケース内の売れ筋商品。ゆるめのカスタードソースが特徴の玉子が濃厚のプリン。バニラ香料が入っているが、香りはあまり感じられない。カラメル量は少し多いかもしれない。

明治屋



きのことチキンのオムライス

本体価格 750 円 製造場所／インストア



洋食メニューの定番であるオムライスが卵の巻き方も丁寧でデミグラスソースでご飯を炒め、上からベシャメルソースをかけた上品な味に仕上げている。マデラ酒での香り付けも洋食のプロの仕事を感じる商品。

メンチカツ（写真左）

本体価格 320 円 製造場所／インストア



揚げ物の代表格のメンチカツは売れ筋3位の商品。和牛100%を使用している。少し高単価の印象だが、食感もよくパサつきもない仕上がりで、対面販売で注文すると小分けされた中濃ソース、ウスターソース、トマトソースを付けてくれる（無料）。揚げ物は明治屋の商品を見てほしいと言えるぐらいの高評価を付けた。

ミートポテトコロッケ（写真右）

本体価格 250 円

製造場所／インストア

固さもほくほく感もちょうど良く、具材感もある一品。コンソメの味もしっかりしている。ベーシックアイテムほど難しいが見事にバランスを保っている。明治屋の揚げ物の中では2位の売れ筋商品だ。

カニクリームコロッケ（写真中央）

本体価格 390 円

製造場所／インストア

明治屋の揚げ物でナンバーワンの人気を誇る商品。カニ風味かまぼこを使用しているSMも見られる中、しっかりとカニを使い、カニの味も濃い。クリームはふわっと、衣はサクッとしており、こちらも質が高い。乳製品をたっぷり使用しているため非常にコクがある。

あんバター

本体価格 199 円 製造場所／インストア



ちぎってみるとバターとあんこの入りにバランスの悪いところもあるが、バターの塩加減とあんこの甘さが抜群で生地ももちもちしており、満足の一品である。昔ながらの商品でリピーターも多い商品だろう。

ザ・ガーデン



升本すみだ川あさり飯

税込み価格 1383 円 製造場所／アウト



東京・江東区亀戸の和食の名店「升本」の弁当。丁寧に汁から取った和食の基礎を感じられる弁当。品目も多く、亀戸大根のたまり漬けやだし巻き卵は手作りでご飯の炊き方も上手。保存料、合成着色料も不使用でこの価格もうなづける。ベーシックではないが、SMでもこういう弁当を仕入れて販売する方法もありではないか。

坂井宏行監修 黒毛和牛と茸のすき焼き重

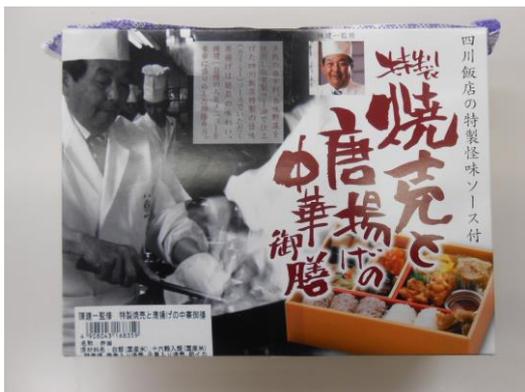
税込み価格 1150 円 製造場所／アウト



黒毛和牛の牛すき煮に特性のバルサミコしょう油ソースをかけて食べる、フレンチシェフならではの提案。ショウガ入りの味付けご飯の炊きもよく、キノコのうまみと合いまって高評価。パッケージには坂井シェフの顔付きでインパクトもある。

陳建一監修 特製焼売と唐揚げの中華御膳

税込み価格 1380 円 製造場所／アウト



焼売は具材も大きく食感があっていい。中華弁当はソースが決め手でSMでは難しい位置づけであるが、四川飯店特製の怪味ソースは香味野菜やラー油の絶妙なバランスで仕上がっている。

笠原流 料理屋の鮭弁当

税込み価格 950 円 製造場所／アウト



日本料理「賛否両論」の店主である笠原氏監修の弁当。ほうじ茶で炊いたご飯が特徴で風味がよく出ている。サケの幽庵焼はボリュームがあり冷めてもおいしく、小判つくねも味は濃い目だがこちらも美味。ナスのオランダ煮もいいアクセントになっている。

プレミアムチーズケーキ

税込み価格 624 円 製造場所／アウト



成城石井の商品とパッケージ、ビジュアルは非常に似ている。フルーツとナッツがたっぷりで見たいもいい。成城石井はチーズの濃厚さが際立っていたが、こちらは濃厚さがありつつもフルーツの甘味、酸味と爽やかさがある。