

### 惣菜部門

惣菜部門は他部門に比べてオリジナル商品、すなわちストアブランド(SB)の開発がしやすい。ロピアは「肉十八番」のブランドで「肉惣菜」に力を入れて他店との差別化を図っている。肉を多く使った弁当や丼、とんかつやメンチカツなどの揚物、焼き餃子ややきとりなどの焼物、ローストビーフやチキンを使ったサラダなどの品揃えに特徴がある。

### 惣菜は成長カテゴリーであるが売場拡大しない

惣菜は成長カテゴリーであり、どこも売場、アイテム拡大の傾向があるが、ロピア海老名店の惣菜売場は、それほど売場は拡大されていない。品揃えもそれほど多くない。しかし、第2コーナーから第3コーナーにかけてのコンコース中央の一等地に冷蔵ケースと常温平台を確保し、こじんまりとまとめている。人通りが多いため、客動線の最後の第4コーナーのゾーンゾーンニングよりかなり有利な場所に展開している。

### 弁当はできたてを提供

最近の大型ショッピングセンターは、有名レストランなどの強力テナントがフードコートに入っている。惣菜もそのレベルに合わせた専門的な品揃え、売り方をしなければ支持を得られづらくなっている。その点、この店は、炊きたての4種類のご飯がチョイスできる弁当の販売に力を入れている。おこわ専門店の「米八」を思わせる売り方だ。価格一辺倒ではなく、人的サービスを行い弁当のレベルアップを図っている。

### 肉屋の惣菜をアピールし、一品単価アップを狙う

「ロピアメチ」や「キャベツ焼き」などの従来品の価格はあまり変わらないが、弁当(350円~600円)や丼(550円)は内容、見た目を変えてプライスを上げ一品単価アップを図っている。また、揚物ややきとりなども「バンドル販売」に力を入れている。どれもチープな印象はない。その他の商品も品揃えを絞り自信のあるオリジナル商品の売り込みを図っている。「何でもあるが、買う物がない」といった売場ではない。

ただ少し気になるのは、サラダ類は充実しているが、チルドの和惣菜と巻寿司、いなり、助六寿司などの寿司の売場と品揃えが少ないことだ。肉たっぷりの「肉じゃが」「牛肉きんぴら」「すき焼き」などの「肉屋の和惣菜」があってもいいと思う。ここにまだ伸びしろがあるように思えた。



コンコース中央の最初の常温平台は、弁当、丼、赤飯や、お好み焼きなどのスナックを販売。丼コーナーでは「やわらか牛すじ重」「三元豚肉厚十勝風豚重」「牛タン重」「カツ重」などの肉屋の特徴を生かした米飯を 550 円で販売



弁当コーナーの「選べるごはん」 350 円、450 円、600 円の価格レンジでご飯抜きの弁当を売場に陳列し、お好みで温かいご飯をその場で詰めてくれる。



弁当のご飯は、「つや姫白ごはん」「十六穀米」「梅じゃこごはん」「ひじき五色豆ごはん」の 4 種類をお好みで合計約 200 g 詰めてくれる。強力なフードコートに対抗するための SM 弁当の販売方法かもしれない。



「自家製おにぎり 150 円」「自家製ヒレカツサンド 298 円」「自家製ロピアバーガー198 円」「自家製ロースカツサンド 大 398 円、小 200」など、片手で食べられる肉中心の「フィンガーフード」も充実している。



ロピア名物の店内製造の国産キャベツを使った「キャベツ焼き」も健在。ボリュームたっぷりで200円の価格設定は安い。



米飯に続くもう一つの常温平台は、揚げ物と焼物コーナー。バラ販売は、「国産鶏やきとり8種類各1本100円、5本398円」、「野菜かき揚げ4種類各100円」、「厚切りロースかつ1枚350円」などを販売



こちらもロピア名物の「キャベツメンチ」。肉、野菜は国産100%であることをPOPで強調。POPにはアレルギー表示もあるのが親切。1枚100円、3枚280円のバンドル販売。



壁面には「肉十八番」のボードが貼られて肉惣菜を強調している。冷蔵ケースでは「屋惣菜が見せる鶏チャーシュー」「ジューシーでしっとり柔らか国産蒸し鶏」などの肉を使ったサラダのPOPが目立つ。



サラダコーナーは、惣菜のサラダだけでなく「肉十八番」のシールが貼られた「ビーフサラダ 680 円」や「チキンサラダ」など肉関連のサラダとポテトサラダなど惣菜のサラダをまとめて陳列している。



生ネタを使った握り寿司は、鮮魚コーナーの隣りで販売。8 貫 599 円、10 貫 699 円と分かりやすい価格設定。マグロが多いことが特徴。赤色が多い寿司は、お客の目を引きおいしそうに見えるのが特徴



サラダコーナーの隣は、寿司コーナー。少し手狭ではあるが、「細巻寿司」「いなり寿司」「助六寿司」を販売。「中巻寿司バイキング」は、1 本 88 円、3 本 250 円、5 本 398 円と「一物三価」の価格設定ができることも強みだ



焼ホッケ弁当 1 パック 450 円 (税込 以下略)

十六穀米、青菜、ひじき、白飯の4種類から組み合わせ自由でご飯が選べる。目の前で温かいご飯を約200gトレーに詰めてくれる。ご飯のラベルも裏に個々に貼ってある



**照焼チキンバーガー 1個 298円**

自家製の鶏モモ肉の照り焼きをサンドしたバーガー。照焼きは肉厚でボリュームがある。ここにも「肉十八番」のシールが貼られている。



**自家製ロピア肉団子 2個入り 1パック 160円**

肉屋の惣菜の必須アイテムの肉団子。国産野菜100%使用 豚肉、豚脂を使った大型サイズの肉団子。手づくり感のある肉団子で味もいい



**ポテトサラダ 1パック 264円 (100g88円)**

インスタでパックしたポテトサラダ 大中サイズ品揃えされている。大きくカットされたじゃが芋のほくほくとした食感が残る。

## 2015年11月 ロピア海老名 日配部門

日配部門の売上、生産性、利益は、店のゾーニング、レイアウト、売り方で決まると言っても過言ではない。日配部門の品揃えはPB商品以外それほど他店との差別化はできない。店舗視察は生鮮食品や惣菜に目が引かれるが、ロピアは「日配部門強化型の店」。海老名店のゾーニング、レイアウトは、惣菜売場の続きの壁面ケースから始まり、第4コーナーまでの壁面ケースまで続き、第3コーナーから第4コーナーにかけては、和日配、アイスクリーム、卵、パン、冷凍食品の日配ゾーンを広くとっているのが特徴。

### 日配の成長カテゴリーの売場拡大

乳製品、ヨーグルト、パン、アイスクリーム、冷凍食品などの日配部門の成長カテゴリーを思い切って売場拡大したのが特徴。約550坪と船橋店の約半分の売場であるが、1000坪クラスの売場の広さである。それだけ成長性があり、利益の取れる日配部門に力を入れていることが分かる。特に、今後さらに売上アップが望めるアイスクリーム、冷凍食品の売場スペースの確保は圧巻である。

### 買上点数、一品単価アップのためのバンドル販売

売り方にも特徴がある。プレーンヨーグルト、ドリンクヨーグルト、チルドデザートなどの「袋詰め販売」も他店では見かけない販売方法だ。少量化、個食化の逆を突く販促で、買上点数、一品単価アップを図っている。さらにパン売場では「ドーナツ詰め合わせ」や「ロングクリームパン」などの大型商品の品揃えも行っている。

### 冷凍食品の補充作業

冷凍食品の補充作業を見ていると、6輪台車（ロングカート）3台に段ボールの冷凍商品を積み、その脇に、段ボールをたたみ片づける2段台車（カット台車）1台を準備。これ量を見ても冷凍食品がよく売れていることが分かる。ただ段ボールは2段台車の下の段に積み重ねている。ちょっとしたことだが、効率よい作業の基本が徹底されている。6輪台車に開き段ボールを重ねて積めば移動中か必ず崩れて床に落ち、積み替えが起こるからだ。こうしたちょっとしたことが効率改善に繋がる。個店経営のように見えるが、オペレーションの教育はしっかりできている。少し気になる点は、何カ所か棚板を外した大量陳列コーナーがあるが、商品が売れて減ってくると空間が開き、奥のケース壁面が見え、逆に豊かさを感じられなくなってしまう点だ。棚板を入れて単品2段、3段陳列した方が商品の顔が見えて見易いのではないかと思う。



惣菜売場の続きがバター、マーガリン、チーズなどの乳製品売場。乳製品は成長カテゴリーであるだけに、店の一等地に乳製品をレイアウトしている。箱ものは立ててしっかり顔の見える陳列を行っている。



乳製品の続きは、ヨーグルト売場。ヨーグルトも負け知らずで成長しているカテゴリーだ。ここも一等地にレイアウト。プレーンヨーグルトから始まりドリンクヨーグルト、プリンへと続く。「チアゼリー」などヨーグルトの関連の商品も充実している。



ロピアの売り方は袋詰め販売が特徴。プレーンヨーグルト3個、4個を袋に詰めて399円で販売。手間はかかるが袋に詰めることにより、販売点数、一品単価アップを狙っている。



ドリンクヨーグルトも袋詰め販売。LG21ドリンクヨーグルト10本入り999円、R-1ドリンクヨーグルト10本入り1180円など、まとめ買いを促している。



牛乳売場。店が配布しているレイアウト図は、牛乳売場は第3コーナーの突き当りにレイアウトされているが、実際は第2コーナーから第3コーナーのヨーグルトの続きに変わっていた。



第3コーナーのマグネットは「豆乳売場」。棚板3枚分活用して迫力のある売場を作っている。牛乳に比べて賞味期限が長く補充回数が少ないため、常に大陳できる売場である。牛乳との入れ替えは正解であったかも知れない。



飲料売場から壁面ケースの続き、和日配の練製品、納豆、油揚げ、豆腐売場。成長している洋日配を大胆に拡大した割には、和日配はこじんまりとした売場。壁面上の顔のイラストがアイキャッチャーになっている。



たまご売場は、パン売場とアイスクリーム売場のエンド部分に配置。高速回転しているせいか冷蔵販売ではない。広告で「紅白たまご10個 89円」は破格値で販売



アイスクリームの裏側にパン売場を配置。手前の菓子売場のエンドが奥まっているため、コンコースから売場がよく目立つ。食パンは専用ロールインケースを使い単品量販。陳列回数が少ないため効率もよい。



冷凍食品とアイスクリームも成長カテゴリー。アイスクリームは、壁面のリーチインケースの他に、両面の冷凍平ケース1台。冷凍食品は同じくリーチインケースの他に、両面冷凍平ケース2台と最大級の売場を確保している。



冷凍平ケースのエンドでは、「冷凍枝豆 400 g 158 円」「冷凍茶豆 400 g 188 円」の比較販売。試食を出して味を比較してもらうという販促。30 円高いが茶豆もよく動いていた。



**新札幌乳業 札幌あつべつ飲むヨーグルト 500 g 1 本 198 円**

ドリンクヨーグルトは北海道から取り寄せている。安定剤、香料不使用のはっ酵乳 適度な酸味で自然な味



**フルッタフルッタ 「チア ピタヤ」「チア アサイー」100g 各1パック 189円**

ヨーグルトに混ぜる種子ゼリー。ゲル化剤、砂糖、香料不使用 果汁分100% ドットとした中にツブツブとした食感



**フルッタフルッタ アマゾンビタミン 5袋入り 1袋 578円**

食品添加物不使用 4種類のアマゾンフルーツをフリーズドライパウダーにしたもの。パッションフルーツの香りと自然の酸味がある。ヨーグルトに加えれば味はマイルドになる。



**だるま食品 わら納豆極小粒 3本束 1個 399円**

昔ながらのわらつと納豆の3本束。辛子付き わらの中にそのまま納豆が詰められている昔ながらの粘りの強い納豆。わらの香りもよい。包装に非常に手間のかかった商品。



**マルケー食品 冷凍 海の幸のパエリア 3人前 1パック 699円**

冷凍食品ではあるが、生の魚介類を使っているため、電子レンジで加熱しても鮮度感がある。米や海鮮類の食感、味もよい。



**ヤマザキ ロングクリームパン 1個 169円**

幅40cmもある大型パン。クリームと溶かした砂糖をかけたもの。小さくちぎれるようになっている。SMではなかなか見かけない商品