

セブンパーク アリオ柏 惣菜、日配

城取フードサービス研究所

城取 博幸

惣菜部門

「セグメンテーション」と「スペース・ア・ロケーション」の妙

セブンパークアリオ柏の惣菜売場で注視する点は、ガラス張りの作業室を配置した「寿司、弁当」「ありかしキッチン」「ピザ、軽食」と壁面ケースの「サラダコーナー」である。ヨーカ堂は食品館中野店から、部門の垣根を越えた「ミール・ソリューションコーナー」を展開してきた。食のシーンに合わせた「即食系商品」を各部門から集めて一カ所に集めたコーナーだ。アリオ柏店は、さらにそれが進化した売場になった。保存温度は違うが、寿司、弁当、おにぎりなどの「米飯、寿司コーナー」、洋風メニューやグリル料理を集めた「ありかしキッチン」、ピザやサンドイッチなどの軽食を集めた「ピザ、軽食コーナー」、さらに、壁面の多段ケースには、青果のカット野菜、生野菜サラダ、練サラダ、カルパッチョ、ローストビーフサラダ、生ハムサラダ、サラダ関連商品などを集めた「サラダコーナー」は圧巻だ。

「セグメンテーション」と「スペース・ア・ロケーション」ができている売場だ。「セグメンテーション」とは、「バラバラに分解してテーマにそって新しく組み立てること」、
「スペース・ア・ロケーション」は、テーマに沿って商品をスペース（売場）に配分することだ。お客にとって店の管理部門は関係ない。客は自分のライフスタイルに合わせて必要な商品が一カ所で買えれば便利である。その点、アリオ柏は「部門、売場のボーダレス化」に挑戦し新しい売場を構築していると言える。

天ぷら、天井で「名物商品」づくり

惣菜の特徴は、「天ぷら」と「天井」に注力を入れていることだ。特に「天井」に力を入れていることが伺われる。直営の米飯コーナーの天井の他に、直営で「天ぷら、天井専門店 満天井」を開店し、かなりの盛況ぶりである。目玉商品は「天ぷら 5点盛合せ 490円（税込以下略）」、「10点盛 970円」、「サンキュー天井（海老、鶏の2種選択） 390円」。天ぷら盛合せは上限 2,038円、天井は上限 590円まで品揃えしている。

天ぷらと天井に「ライン・ロビング」し名物化を図っている。「ライン・ロビング」とは、「特定のテーマに絞り、そのテーマから外れたものをカットし品揃えの奥行きのある商品構成を行うこと」である。米飯の売れ筋商品である「カツ丼」はインストアの売場では見つからず、セブンプレミアムの子供商品だけであった。惣菜売場の「名物商品」が育ちつつある。

新しいショップが新規事業としてなり立つか

アリオ柏は、自前のインスタペーカーリーを持たず、「リトルマーメイド」に任せている。しかし、新たなショップを展開し始めた。「寿司と弁当」のショップは今までの実績があるため事業として成り立つが、新規に作り上げた「洋惣菜」と「ピザ、軽食」に関しては、新しい事業として成り立つかが今後の課題だ。少し駒不足のような気がするが、成長カテゴリーだけに今後に期待したい。

客の注文にいかに対応できるかが課題

今後の課題は、天井に限らず直営の各ショップが「客の注文」にどう対応できるかだ。最近ではフードコート、カフェ、専門店で強化を図っている。外食は「注文」によりできたてを提供しているが、惣菜は「作り置き」の提供である。スーパーマーケットはセルフサービスを基本としているため、「作り置き」は当たり前かもしれないが、そうであれば、ガラス張りにして作業所やスタッフを見せる必要はない。オペレーションが乱れることも考えられるが「注文に応じる」ことも、今後直営惣菜にも必要になるのではないかと思う。「洋食、軽食コーナー」では、少し待ったが、注文して「焼きたてピザ」を提供してくれた。弁当、丼、寿司は対応できるだろうか。できるとすれば、「注文できるアイテム」、「注文できる時間帯」などを明確に表示しておいた方が、客もスタッフも混乱しないと思う。

食品館箕輪店

食品館箕輪店は、都市型の小型店でコンパクトで買いやすい店だ。惣菜売場は、第3コーナーから第4コーナーにかけてゾーンニングされている、通路の中央には小型店でありながら、惣菜バイキングの平台が設置されているのが特徴。箕輪店の惣菜で注視するのは、「バイキング惣菜の量り売り」と「天ぷら、天丼」だ。

惣菜バイキングは、鶏の唐揚げ、肉団子、海老のチリソース、魚のあんかけ、ポテトチーズグラタンなどを15品を158円均一価格で販売。夕方であったためよく売れている。特に、客動線の頭に大皿で揚げたての「鶏の唐揚げ」を置くなどよく工夫している。名物の天ぷら、天丼は、素材をオリーブオイル入りの揚げ油で揚げているというのが売り。天丼の品揃えは「箕輪店天丼 630円」「桜海老天丼 510円」「小天丼 398円」「天丼、うどんセット 398円」などのアイテムが売場に大陳されていた。売場に「揚げたてのご注文もお気軽に」と書かれているが、何時から何時までどの商品を注文に応じてくれるかを明確にした方がいい。



壁面の惣菜コーナー 鮮魚売場の「ちらし寿司コーナー」に続き、惣菜の「焼き魚コーナー」、「天ぷら」「フライ」「やきとり」のバラ販売コーナーへと続く。さらに壁面に沿って進めば、煮物、各部門のサラダコーナー、チーズ量り売りコーナーへと続くストーリーができています。



寿司、弁当、おにぎりなどの米飯は、作業室を構えた島売場で販売している。アリオが注力する天ぷらと天丼。特に天丼は売場を広く確保してSKUを広げボリューム陳列を行って「名物化」を図っている。



レジアウトの直営の「満天丼」。天ぷら、天丼のテイクアウト店。売りは「390円天丼（税込）」と「天ぷら盛合せ（お好み5品）490円（税込）」だ。値頃価格で揚げたてを提供してくれる。



「ありかし（アリオかしわ）キッチン」は、グリル料理などの洋風メニューを集めたコーナー。特に今回初めて導入したという「過熱水蒸気オーブン」。スチームオーブンで食材を加熱することでフワッと柔らかいグリル料理が出来上るようだ。



ガラス張りの作業室を構えた「洋食、軽食コーナー」 店内で焼かれたピザがけでなく、チルド（日配部門）のピザやサンドイッチも同じ場所に陳列されている。焼き立てをオーダーすれば焼いてくれる。



「おなじみサラダコーナー」 サラダ売場は各部門からサラダ、サラダ関連商品を集めて30尺以上で展開。惣菜が扱うマヨネーズを使ったサラダ（練サラダ）の上段にセブンプレミアムの袋サラダが陳列されていることだ。部門のコラボが棚割りにも表れている。

アリオ柏 購入、試食商品



惣菜コーナー 天井 1パック 540円(税込価格以下略)

直営の惣菜部門の「駿河湾産 桜海老としらす」を使った季節を感じさせる天丼。
時間が経って冷えて、サクサク感は減っているが、うまく揚げてあり油っこくない。
丼たれは色の割には薄味で食べやすかった。



レジアウト 満天丼 「サンキュー天丼 (海老)」 1パック 390円 (税込価格)

直営のテイクアウトの「天ぷら、天丼専門店」。サンキュー天丼は、海老と鶏を選択できる。海老、いか、かぼちゃ、れんこん、なすの5点盛で税込390円は安い。衣が薄くサクサク感もある。丼たれの味もよい。価格と価値のバランスは非常によい。



洋風コーナー VEGE DELI 「チキンのバジル焼き」1パック 386円

初導入の「過熱水蒸気オープン」を使って焼いたチキンと野菜のバジル焼き。野菜やチキンはフワッと柔らかく焼かれている。特にじゃが芋はホクホク感がある。薄味で食べやすいグリルメニュー。



「さっぱり仕立て！ あじの南蛮漬け」1パック 300円

「新発売」のシールが貼られている。小あじを使った季節を感じさせる南蛮漬け。しっかり漬かっていてあじは骨まで軟らかい。南蛮酢もツンとこないマイルドな酢を使用。賞味期限も少し長いので「常備菜」にもなる。



「真さばとおぼろ昆布のバッテラ寿司」4貫 1パック 429円

寿司コーナーで売られているさばのバッテラ寿司。これも季節を感じさせる商品。酢と塩の塩梅もよく食べやすい。もう少し肉厚のさばを使った「さば棒寿司」も品揃えに欲しい



軽食コーナー 「中型ピザ コーン&ベーコン」1枚 794円

少し厚めピザクラストにコーンとスライスベーコンをトッピングしたピザ。オーダーして焼いてもらった。20分ほどできあがり。こぼれるほどコーンがたっぷり入っている。モッツアレラチーズを使用しているが若干少なめ。

食品館箕輪店購入商品



食品館箕輪店 惣菜 海老の天ぷら（バラ売り）1本 151円（税込価格）

オリーブオイルが入っている揚げ油を使っているのが特徴。軽い油で衣はサクサク感があり、時間が経ってもベトっとしていない。海老の尾を開くなど丁寧に揚げている。海老も甘味がある。

日配部門

セブンパークアリオ柏の生鮮食品のレイアウトは、くだもの、野菜に続き、精肉売場、鮮魚売場、惣菜売場の順だ。最近では成長が望める精肉売場を鮮魚売場の前にゾーニングすることが多くなった。精肉売場は島に対面売場を設けている。惣菜売場も壁面だけでなく、「寿司、弁当」「洋惣菜」「ピザ、軽食」を作業所を備えた口の字型の島で販売しているのが特徴だ。日配の商品も一部陳列されている。日配品は、青果売場側に、漬物、豆腐、こんにゃく、納豆などの水物とチルド麺をレイアウト。鮮魚売場の前にアイランドケースで練製品、佃煮を配置。惣菜を過ぎた第3マグネットにチーズ、続いてワイン、酒、インスタアベーカーへと続く。ヨーグルト、乳製品、パン、飲料は第3コーナーから第4コーナーにかけてまとめてゾーニング。チルド飲料とペットボトルを同じ売場に集められているのも特徴だ。

学ぶべき点は、「カラーコントロール」である。和日配の優等生の「納豆」、洋日配の優等生「ヨーグルト」の各売場では「赤色マーチャンダイジング」がなされていた。赤いパッケージの商品を陳列ケースの角に縦割りで陳列。赤色は「目を引き」「購買意欲を高め」「食欲を増進させる」効果があると言われている。偶然にも両コーナーとも業界ナンバーワン商品が陳列されていた。

セブンプレミアムを惣菜コーナーに取り込む

PB商品のセブンプレミアムの殆どが売場に組み込まれている。この店の特徴は、部門に関係なく同類の商品はまとめて一カ所に陳列されている。例えば、サラダ売場には、青果の「カット野菜」「惣菜のサラダ」「日配の袋包装サラダ」「鮮魚のカルパッチョ」「精肉の生ハム、ローストビーフ」がまとめられている。各部門がそれぞれにサラダコーナーを設けることはない。また、惣菜の「口の字型の島売場」のピザ売場や洋惣菜売場にも同じようにテーマに合わせた、生鮮の加工品やセブンプレミアムなどの日配商品が陳列されている。客は一か所でTPOSに合わせた商品の選択ができるのが特徴だ。建物内にはセブンイレブンも単独で出店しているが、カニバリを起こしている感はないように見える。

「冠生園の餃子」に「横糸」が通った！

冠生園餃子の4温度帯の品揃えが完成した。ヨーカ堂が長年育成して名物になった「冠生園の餃子」が、商品内容は少し異なるが「冠生園ブランド」で「ホット」「常温」「チルド」「冷凍」の4温度帯で品揃えされている。しかも、保存温度の適正に合わせた商品づくりも行っている。チルドの蒸し餃子は「羽根（バリ）」を出すために、液体の「羽根の素」を添付。冷凍餃子は皮のパリパリ感を出している。チルド生餃子は、粗挽き豚ミンチ肉を加熱することなく生素材の味を生かしている。青森県産のにんにくを使っていることも特徴だ。添付のタレもオリジナル商品。タレが添付されている商品とそうでないものもあるが、私の考えは惣菜の焼餃子以外は添付の必要がないと思っている。餃子の隣に、サラダのドレッシングのようにバラ売りしたらどうかと思う。

アリオ柏には、リンガーハットの新業態「GYOZA LABO」もオープンしてる。作業所の中には餃子製造器や製造ロボットが餃子を作っていて、飲食スペースもある。期間限定で餃子定食（餃子 15 個、スープ、ライス、お新香付）590 円で販売している。フードコートには「王将」も入っている。餃子 1 品とっても専門化が進んでいる。今後の課題は「横糸」の通った商品をどれだけ開発できるかである。例えば洋風料理の代表は「ピザ」と「スパゲティ」が同じブランドで 4 温度帯の品揃えができれば「横糸が通り」、それを織り込むことで企業、店独自のデザインが完成する。

食品館箕輪店

食品館箕輪店の日配は都市型小型店（983 m²）でコンパクトな売場で買い易い。和日配を入口青果付近にゾーンニングし、洋日配、パンは惣菜付近にゾーンニングした平均的な店だ。店が小型化すれば、商品が絞りがまれPB商品、NB商品中心になってしまい特徴が失われるが、ここは地域商品を取り込み、特長ある品揃えがされている。単品だけでなく、シリーズで何品か品揃えされている。例えば、漬物コーナーでは、タマ食品の「亀戸大根漬け」や「金町小かぶ漬け」など江戸東京野菜を使った浅漬けの品揃え。練製品コーナーでは、東京築地にある老舗佃権の「ちぎり揚げ」などの練製品。和菓子では、東京台東区竹隆庵岡埜の「とらが焼」「こごめ大福」などの高級和菓子と東京ならではの商品が品揃えされている。小型店でも品揃えは変えられることを証明した店だ。



「甘酒、麴、酒粕コーナー」 入口付近の冷蔵多段ケースのエンドに麴菌コーナー配置。

納豆（納豆菌）、ヨーグルト（乳酸菌）に次ぐ商品として甘酒（麹菌）を育成したいという意図が見える売場。



「納豆」は和日配の優等生。ナンバーワンブランドの赤いパッケージの商品を縦割りに陳列することで「赤色効果（目立つ、欲求が高まる、売れる）」を狙った売場。両サイドの商品が白いパッケージであるため赤（オレンジ）が特に際立つ。カラコンがよくできている。



「ヨーグルト」は洋日配の優等生。ここもナンバーワンブランドを縦割り陳列することで「赤色効果」を狙っている。右から「白色」「ブルー」「赤色」の商品が縦割り陳列されているため、売場が締まって見える。ここもカラコンがよくできている。



柏店購入商品

「チーズ量り売りコーナー」 第3コーナーのマグネットにはチーズ売場を配置。欧米のチーズ売場を思わせるような売場。動線手前は「サラダコーナー」、さらに動線の先は「ワイン、酒コーナー」とうまくゾーニングされている。



冠生園 チルド「円盤餃子」10粒入り（タレなし） 321円（税込価格以下略）

国産豚肉、国産野菜100%を使用したチルド蒸し餃子。油、水は必要なく、添付の「羽の素（液体）」を使えば「羽根つき餃子」ができるというもの。「チルド蒸し餃子」にパリッとした羽根（バリ）を付けたのは画期的。



冠生園 冷凍「ひとくち餃子」15粒入り（タレなし） 246円

国産豚肉、国産野菜100%を使用した冷凍蒸し餃子。皮がパリパリに仕上がるのは冷凍ならではの特徴。サイズが小さいことと、万人に好まれるあっさりとした味付けで食が進む餃子だ。



冠生園 チルド「生肉餃子」10粒入り（タレ付）490円

惣菜コーナーの冷蔵ケースで販売されている生餃子。生の豚肉をお使っている割には賞味期限は、D+2（4時）までと長め。青森県産のにんにくを使用。生餃子であるため移動中に少し変形してしまったが、味は中華料理店に負けないほどの本格的な味。おいしいだけに「焼き方」の情報がないのが残念。



冠生園 焼き「肉餃子」6粒入り（タレ付）294円

惣菜売場で販売されている大きめの焼き餃子。青森県産のにんにく使用。にんにくの香りが少し強いのが特徴。たっぷりの粗挽きミンチと野菜の食感がいい。焼き立てをいかに提供できるかが課題だ。



「冷やし甘酒」195g 1本 105円

入口付近の冷蔵ケースエンドで大陳されていた商品。板粕から製造した商品であるため、サラッと飲みやすく価格もリーズナブル。「甘酒の季語は夏」であるため、「米麹から作った商品」を含め拡販したい意図が売場に見える。



「こんにゃく 冷やしそば」(めんつゆ付) 120g 1袋 105円

これも季節の商品。こんにゃく麺は11kcal。こんにゃくは低カロリーでダイエット食品としても注目を集めている。水でサッと洗うだけで食べられる便利な食品。ツルツルとしてのだ越しもよい。



セブンプレミアム チルド「麻婆豆腐」(香味スパイス付) 1人前×2 278円

挽肉やネギを加えることなく、豆腐と麻婆豆腐の素、サラダ油があれば簡単にできる麻婆豆腐。甘口だが、添付の香味スパイスを後から振りかければ山椒の辛さが立つ。子供にも大人にも対応できる商品。ツブツブの豆鼓も味を引き立てている。

箕輪店購入商品



食品館箕輪店 チルド「金町小かぶ」漬け 75g 1パック 278円（税込価格）

かつて葛飾周辺で栽培されていたと言われる金町小かぶの液入り浅漬け。かぶは茎が硬いのが普通であるが、小かぶであるため、かぶの部分だけでなく、茎や葉も柔らかく食べやすい。低塩であっさりとした漬物。



食品館箕輪店 「よもぎ大福（よもぎ）」 1個 260円

台東区浅草「竹隆庵岡埜」の国産のもち米、小豆、よもぎを使った大福。価格は少し張るが、よもぎの量が多く香りも高い。中のあんの味もよい。手づくり感のある商品



食品館箕輪店 「とらが焼き（あんず餡）」1個 220円

同じく「竹隆庵岡埜」のとらが焼き。皮の表面が虎のような模様になっている「どら焼き」。皮は甘さ控えめでしっとりとしている。中の餡は白あんにあんずが入ったもので、あんずの味が印象的。