

## 古淵イオン、イトーヨーカ堂

### “同居”店舗から見る地域対応・個店対応の現状とGMSの今後

城取フードサービス研究所  
城取 博幸

#### GMS内の食品売場はどう変わるか

1993年、大手小売業「ジャスコ相模原店（イオン相模原店）」と「イトーヨーカ堂古淵店」が国道16号線を挟んでほぼ同時オープンして話題になった。GMSが好調であった時期であったため、隣同士に出店することで、両社が「力試し」と位置づけたかもしれない。両店舗は連絡橋で結ばれた。共に三階建てで、食料品、日常雑貨、衣料品、専門店、レストラン、遊戯施設を備えたGMS業態であった。共に20年以上を経過し老朽化が進んだため、イオンは2014年秋にリニューアル、イトーヨーカ堂も2015年春にリニューアルしている。7月8日と16日に店を視察した。

先に改装したイオンの食品売場は1000坪ほどの大きさで細長い売場。野菜、果物に続き、対面売場を含めた魚、精肉売場が壁面に続く。第2マグネットからは惣菜売場になっている。惣菜売場には「オリジン」の他に魚専門店の「魚魚膳」が入居している。品揃えの特徴は。魚の対面コーナーには、神奈川県産の「金目鯛」「ごま鯖」など地場の魚や「小田原干物」も揃えている。精肉コーナーでは、タレ漬け肉（生姜、塩麴、味噌）10アイテム1枚98円均一で販売。地元の「やまゆりポークコーナー」では、豚バラ肉100g324円、小間切れ肉300g460円で販売。その他、神奈川銘菓や神奈川の酒のコーナーもあり、地元商品もよく集めている。

そのほかの特徴は、「冷凍食品売場」「アイスクリーム」売場の広さ。これは日本最大級の売場である。イオンが開発を進めてきたPB冷凍食品が冷凍多段ケースと平ケースで販売されている。冷凍平ケースには、冷凍肉や冷凍魚のコーナーもある。これはイオンの強みである。

販促面では、売場の各カ所に「え！ この商品がこの値段 安い値」のPOPが目立つ。「火曜市」に加えて、平日の価格訴求も行われている。

一方、イトーヨーカ堂は、イオンの改装を見てから改装を行ったメリットがある。改装後は、直営売場を縮小し（800坪程）、テナント数を増やしたことや「地元商品」をよく集めていることが特徴。ドライ食品売場は中通路を2本取り、短めの Gondola を配置するなど、デパートをイメージさせる食品売場である。青果売場の入り口には「近郊野菜売場」があり、その近くでは「顔が見える食品」のビデオを放映している。青果売場に続き、鮮魚、塩干し売場を「逆L字型」に配置。鮮魚も精肉も対面コーナーを設けている。

第3コーナーマグネットは揚げ物コーナー。「オリーブオイル入りの油」を使った天ぷらが売りもの。冷凍食品では「毎日が安い（PB商品、一部商品を除く）」POPを付けて、イオンの冷凍食品に対してEDLPで対抗している。「少量菓子コーナー」では「お好みのものを必要なだけ」と少量の菓子を販売。「ハッピーデー開催中（7月8日）」でよく客が入っていた。

#### GMS内のスーパーマーケットの今後の生き方

さらに特徴を出さなければ、GMS業態の食品売場は似たような売場、品揃えになってしまう。両店とも競合店調査をよくやっているとと思われるが、お互いいいところをマネすることで、だんだんと同じような売場、品揃え、売り方、販促になってしまい特徴が失われてゆく。「地元商品」や「火曜市」「ハッピーデー」などの似たような品揃え販促が行われ「独自性」が失われているような気がする。

隣の国韓国でも同じような傾向が見られた。韓国のビッグ3（E-マート、ホームプラス、ロッテマート）の業態は「ハイパーマーケット」。それらが隣同士に出店して、鎬を削っている地域が多くある。しばらくしてから視察すると、PB商品やチルドのロングライフ商品はよく開発されているが、価格競争を避けているのか安さをあまり感じない。コストカットでスタッフが少ないなど、どこも同じ売場、品揃え、オペレーションで、看板を外せばどこの企業か分からないように見える。釜山では、同業態が競合している間に、新業態のアメリカ型の大型スーパーセンターの「メガマート」や昔ながらの「生鮮市場」に客を奪われているように思えた。

シンガポールの「VIVO ショッピングセンター」では、ハイパーマーケットとスーパーマーケット、ドラッグストアが同じセンター内で共存している。また、マレーシアの「ミッドバレーメガモール」では、カルフルが撤退した跡地に、そこを買収したイオンが「BIG」（ハイパーマーケット業態）で出店し、同モール内のイオンのスーパーマーケットの既存店と共存しているように思われた（2013年4月視察）。

中国成都のイトーヨーカ堂では、テスコやカルフルなどのハイパーマーケット業態との競合を避けるためか、デパートのような食品売場、品揃えをしてよく繁盛していた。業態が変われば共存できることを証明している。

イオンの強みは、「ザ・ビック」というディスカウント業態のノウハウがあること。イトーヨーカ堂の強みは「西武、そごう」というデパート業態のノウハウがあること。それぞれのノウハウを生かした新しい店づくりができないかと思われる。

「イオンスタイル ユーカリが丘店」や「アリオ柏店」など新しい売場づくりの取り組みが見られるが、どちらも高コストで予算も高そうだ。既存のGMSの食品売場もイノベーションをさらに進める必要があるように思われる。

## イオン相模原店の「地元商品」

### クレージーパントリーイオン相模原「わくわく広場」

井出農園 トマト 6個入り 388円（税込み価格 以下略）

丹沢山系の良質な水で育てたトマト。サイズ、完熟度は不揃いだが、それがトマト本来の姿



冷凍 小田原加工 寒風干しひもの ホッケ 約400g 1枚 645円

ロシア産の「縞（しま）ホッケ」を小田原で干物にしたもの。3℃～5℃の寒風で5時間～8時間かけて干したものだという。1人では食べきれない量。



**崎陽軒 あんずゼリー 1個 260円**

崎陽軒テナントの商品 あんずゼリーに半割のあんずの果肉が入っている贅沢なゼリー。  
裏には崎陽軒の白い「ひょうたん型」のゼリーが入っている。



**(有) 山上かまぼこ店 小田原揚げ 5枚入り 300円**

創業明治11年の老舗かまぼこ店の揚げ物。真空パックであるが、フワッとした触感。昔ながらの味。



**ザクうま牛肉コロッケ 2個入り 108円**

タスマニアビーフ、国産じゃがいも、玉ねぎ、全粒入りパン粉を使うこだわりよう。  
小さめだが1個54円はリーズナブル



**チャーハン&ヤキソバ 1パック 429円**

ヤキソバのモヤシのシャキシャキ感がいいが、少し脂っぽい。チャーハンはパラパラで薄味。ボリュームのある中華弁当



**熊澤酒造 鎌倉葉（しおり）純米吟醸酒 1本 720ml 1254円**

「湘南に残された最後の蔵元」明治5年創業 少量生産で良質な酒を造っている

峰岸氏の感想をお願いします



**「鶏皮の塩焼き」1パック 199円**

地元商品ではないが、精肉売場で大陳されていた鶏肉の加工品。脱酸素剤を入れることでチルドで賞味期限1か月以上を実現させた。



### イトーヨーカ堂古淵店の「地元商品」

山口とまと農園 丹沢とまと 4個入り 1袋 321円（税込み価格 以下略）

神奈川県産の完熟トマト。低段栽培で栄養が集まりやすいというのが特徴。甘さだけでなく酸味とのバランスもいい



丹沢大山 五右衛門もめん豆腐 250g 1丁 154円

「伊豆大島にがり100%使用」の豆腐。もめん豆腐の割にはしっとりとした触感。



**小田原鈴廣「炙り焼きかま」 1袋 300円**

外側が焼いてあるため香ばしく、そのまま食べても焼いてもおいしい。中はしっとりしなやかな触感



**チルド あじ干物 1枚529円**

韓国産のアジを小田原で干物にしたもの。27cmほどの大きさで身も厚く味もよい。



**サガミハム ミートローフ 170g 498円**

職人「松川彰」氏監修 豚肉、豚脂にバジルとチーズ、水あめなどを加えた本格的なミートローフ。バジルとチーズが豚肉とよく合う。



**駿河屋本舗 鎌倉コロッケ4個入り 1袋 307円**

惣菜売場の揚げたコロッケ 湘南、鎌倉のご当地グルメ じゃがいも、たまねぎなど国産野菜を使用 素材を味を生かしたシンプルな味付けが特徴



**冠生園 冠ちゃん弁当 451円**

子会社冠生園の中華弁当 チャーハンと焼きそばがメインの弁当。神奈川県だけに「横浜シューマイ弁当」も欲しかった。



**美濃屋あられ 横浜のおかき 1袋 213円**

横浜生まれのあられ、おかき専門店 国内産もち米使用 醤油の香りとサクサク感が特徴。

