

成城石井調布店

「グローサランツの成果と課題（惣菜編）」

城取フードサービス研究所

城取 博幸

成城石井 DELI & CAFEの完成度

「グローサランツ」という言葉が広く聞かれるようになったが、ヨーロッパにおける「グローサランツ」の定義は「リテラー+ガストロノミー」（ケルンアヌーガ トレイドフェア マネジジャー Dietmar Eiden 氏の弁）という。リテラーは「物販」、ガストロノミーとは、日本では美食学、食道楽などと訳されているが、本来の意味は「文化と料理の考察」である。成城石井は店全体でヨーロッパの食文化、食材、産地を研究がよくできていてその提供の仕方が上手だ。ただ店にカフェを導入しても店トータルの品揃えバランスも良くなければ「グローサランツ」は完成しない。

アメリカでは「レストランに負けないクオリティの食事の提供するレストラン」と言われているが、日本の場合はそのレベルまでまだ至っていないのが現状である。グローサランツが完成しているのはイタリー。トリノやミラノのイタリーには三ツ星レストランも併設して店で扱うイタリアの食材を使った「郷土料理」を提供している。

成城石井の「グローサランツ型店舗」の挑戦

グローサランツ型を先行する成城石井は、恵比寿、麻布十番、神谷町、横浜などの一等地にワインバー「ルバー ラヴァンサカンドウ」を展開し、成城石井プロデュースのワインとそれに関連した食材と料理を提供し成城石井流の「リテラー+ガストロノミー」を完成させた。今回開店したトリエ京王調布店は、今までの「ワインバー」とは異なり、「デリカ&カフェ」のスタイル。ワインバーはアルコールと軽食を提供する業態であるの対し、カフェはアルコールを提供しないのが一般的。開店から11時までは店で購入したデリカをイートインコーナーで食べることができ、11時以降はカフェに変わるというユニークな試み。カフェは前金制で番号札をもらい料理を取りに行くフードコートスタイル。

デリカとカフェのメニューを同じバックヤードで製造

さらに調布店のユニークな点は、物販（デリカ）と外食（カフェ）のバックヤードが融合した「グローサランツ」であることだ。スーパーマーケット側のバックヤードではデリカの「作り置き商品」を製造し、その反対側のカフェでは「オーダー」によって料理を提供するというもの。スタッフはデリカとカフェと分けているようだが、ピザやオープンと同じものを使っている。また、鮮魚で売られている「ウニ」や精肉の「黒毛和牛」などの食材も一部共有してメニューに取り込んでいる。

日本のスーパーマーケットにも「ガストロノミー」の時代が訪れた

成城石井はヨーロッパ、特にイタリアの食文化、産地をよく研究し、その食材と料理を提供している。「スーパーマーケット+レストラン」は、SM経験が長い人なら覚えている

と思うが、40年以上前に日本に本格的なスーパーマーケットが登場した初期段階に同じ現象が起きていた。しかしファミレスの台頭によりその後姿を消した。歴史は繰り返されたグローサリントブームが起きている。当時は別業態を組み合わせただけであって店販売している食材との関連はなかった。歴史に学び同じ失敗を繰り返さないことが重要だ。グローサリントの成功のポイントは、「レストラン（あるいはカフェ）で提供される食材が店でも販売されていること」。その点成城石井はそれができている。最近のスーパーマーケットの惣菜も、地元の食材を使った「郷土料理」を提供する店も増えてきた。「西洋料理」や「高級食材」にこだわらなくとも、郷土料理の「弁当（作り置き）」や「定食（オーダー）」でも日本独自のガストロノミーは実現できグローサリントが完成する。よい例が「農産物直売所+農家のレストラン」である。



スーパーマーケット部分の惣菜売場

インスタ製造の惣菜売場は非常に狭くメニューも限定している。右奥にはピザの箱を山積みし、テイクアウトにも対応している。手前の売場は弁当、丼、パスタが殆どで、揚げ物はケース最上段で数アイテムしか品揃えしていない。



「DELI & CAFE」

惣菜売場の反対側のカフェ。11時からオープン。バックヤードは惣菜と共有しているが、

作業が交差しているわけではない。難しい料理でもパートさんが簡単に調理できる仕組みができている。デリカもカフェもスーパーマーケットで扱う食材を一部使用している。



ドライグロサリー売場のレシピ

「ハンガリー産アカシア蜂蜜」の前、「九州産黒毛和牛のステーキ」のレシピが置かれている。食材は精肉売場の「九州産黒毛和牛ランプステーキ用150g×2」の他に、青果の「淡路島産玉葱」「青森県産にんにく」、成城石井の「木桶醤油」「ハンガリー産アカシア蜂蜜」などのソース材料が書かれている。



DELI & CAFEのランチメニュー「九州産黒毛和牛ウチモモステーキ120g（ライス、ミニサラダ付き）」1200円

カフェで提供されるランチのステーキ。店で売られている九州産黒毛和牛の内ももを使ったステーキ。ソースは蜂蜜売場に置かれていたレシピの食材を使ったもの。家庭でもレシピ通り作れば同じ味が楽しめるというもの。こうした売場と連動した「ひも付け」がなされている。



「成城石井のプレミアムチーズケーキ」1パック 699円

定番売場だけでなく入口の青果売場の前に大陳されている常温保存可能のチーズケーキ。一流ホテルのパティシエをスカウトして材料をケチらず、手間を惜しまず製造した成城石井売れ筋ナンバーワンの商品。成城石井を代表する商品となっている。



チルド「エッグタルト」4個入り 550円

ポルトガル発祥のエッグタルト。卵を使っているため冷蔵保存されている。加工者がトリエ京王調布店になっていることから、店でパック詰めされたもの。冷凍することも可能であるため、冷チルであるかも知れない。



DELI & CAFEのスムージー 1カップ 350円(9月29日~10月5日までは290円)
お勧めは「ケールグリーン」「ドラゴンレッド」「ジンジャーイエロー」の3種類。メニュー「1日の三分の一の野菜、果物が摂取できます」と書かれている。ソフトドリンクの他に、ビールやワイン、シャンパーニュも提供している。



ランチメニュー「イタリア産フレッシュトリュフバーガー（ミニサラダ付き）」990円
使用されている肉は、黒毛和牛100%使用した手ごねのパテを2枚使用。付け合わせはフライドポテト。パティの上には生トリフがスライスされている。パティのジューシーさ、パンズの香ばしさに少し欠けるが、サラダ付きで990円は安い。



ランチメニュー「イタリア産フレッシュトリュフのマルゲリータピッツァ（ミニサラダ付き）」990円

「水牛のミルクで作ったモッツアレラbuffaraとトリュフの香りが相性抜群」と書かれている本格ピザ。チーズのこだわりと生トリュフへのこだわりが成城石井らしい。チーズとトマトソースのバランスもよい。焼き具合もいい。



ランチメニュー「ウニ（ミョウバン不使用）24ヶ月熟成パルミジャーノのトマトクリームパスタ（サラダ付き）」990円

生パスタは「リングイネ」「タリアテッレ」「ほうれん草麺」の3種類から選べる。さらにプラス100円でロカポ麺（糖質カット）に変更可能。ウニがたっぷり使われている。デリカ売場では同じウニを使った「焼きウニのグラタン」も販売されている。

「グローサランの成果と課題（日配編）」

城取フードサービス研究所

城取 博幸

チルド部門

トリエ京王調布店は細長いことが特徴。日配売場のレイアウトは、野菜、果物売場につき、豆腐、卵、漬物、生麺、つくだ煮類、練製品と和日配を壁面に沿ってゾーニング。和日配の特徴は、つくだ煮、珍味売場では、ドライ商品の瓶つくだ煮や魚の珍味なども同じ売場に陳列している点だ。洋日配は、壁面とアイランドケースにゾーニングされている。パンは惣菜売場の近くにコンパクトにまとめた。アイスクリーム、冷凍食品は第3コーナーからワインの反対側の壁面に配置した。洋日配の特徴は、パン、パスタ、乳製品（チーズ、バター、ヨーグルト）、デザートなど洋食関連の商品の品揃えを強化している点だ。特に目を引くのは、コンコースの反対側のアイランドケースに展開する成城石井が自慢する自社工場製造のチルド売場を広く取った点だ。

最大級の「チルドRTE商品、RTH商品」売場

視察のテーマは「店のグローサラン化にチルド商品はどうか対応しているか？」である。一般的なスーパーマーケットのカテゴリ分けと違い、食品工場の商品の比率が高く一カ所にまとめているため、デリカ部門と日配部門の区分が難しい。「何が日配商品で何が惣菜商品」意識することなく、店トータルの品揃えバランスを見て評価する必要がある。注視するのは自社工場製造商品の売場だ。惣菜側の要冷エンドは3尺3段×2本のフレッシュサラダを配置。赤絨毯が敷かれたチルド売場は3尺5段×9本のスープからデザートまでのRTE商品（即食商品）、RTH商品（レンジアップ商品）が並ぶ。成城石井が今まで育ててきた商品の展示場のようだ。

ただ少し気になるのは、消費期限が短い商品だけに値引きシールが目立つことだ。「**よかれと思って言わせていただければ**」、コンコース裏側のドライ食品のゴンドラの前より、コンコース側にレイアウトしたほうがお客の通行量も多く、より認知度が高かったのではないかと思われる。さらに第2コーナーの惣菜との関連性も高まるような気がする。

小麦粉加工品、乳製品とデザートに注力

成城石井の特徴はただ高級商品を品揃えした「高級食料品店」とは違う。洋食をテーマにしたアップグレードのスーパーマーケットであるように思う。洋食の核となる食材は、生鮮食品の他には、パン、パスタ、ピザ、肉加工品、チーズ、バター、ヨーグルト、デザート、飲料である。パンはスーパーマーケット品揃えされている「あんぱん」などの菓子パンなどは少なく「仏のクロワッサン、北欧のデニッシュ」やテーブルパンを主に品揃えしている。チーズ、バターの品揃えも豊富だ。乳製品売場の陳列ケースの上には、「ワインとよく合うチーズを提案する」ボードが張られている。ワインとチーズを知り尽くした成城石井ならではの提案だ。チーズ売場には「ペコリーノ・ロマーノ」を使ったパスタのレシ

ピが付けられている。

さらに、需要が伸びているピザは、手作りピザの他にチルド、冷凍、さらにカフェでの出来立ての提供と4温度帯のピザの提案がなされている。「お客のTPOSに合わせた、4温度帯の品揃え」が完成している。

「グローサラン型店舗」のチルド、冷凍商品の今後の展開

スーパーマーケットにカフェやイトインを併設した店が増えているが、そのスペースが十分に活用されているかは疑問だ。カフェやイトインと売場の連動がなされていない。昼時は弁当を食べている客は見かけるが、アイドルタイムの殆どがコーヒーか菓子パンである。さらに有効に活用していただけるための、「サンドイッチ、和洋スイーツとコーヒー、紅茶」の「アフタヌーンティ」の提案。さらに電子レンジが設置されているため「チルド、冷凍レディ・ミール（トレー付き炭水化物+タンパク質）」の訴求が必要だ。そうした点において成城石井は大いに参考になる。



「パン売場」

パン売場では、開店当日はデニッシュ7個390円、12個590円のバラ販売を実施。それ以降は盛合わせパックを主力に販売している。さらに定番売場では「ホットビスケット4個入り299円」を2段抜きで大陳。成城石井の関連連会社が製造したパンをうまく組み合わせて販売。



「ミニスイートパンセット」6個入り 380円

チョコデニッシュ、アップルパイ、クランベリーツイスト各2個の詰め合わせパック。パン売場の正面のケースに大陳。パンは工場製造のものだけでなく、インスタアにもオープンを用意している。和風パンの品揃えは少なく、クロワッサンやデニッシュ、パイなどに力を入れている。



最大級のチルド惣菜売場

成城石井が誇る自社工場製造のチルド惣菜。売場は最大級で、エンド部分にサラダ（3尺×2本）、コンコース内側の赤絨毯が敷かれた売場（3尺×9本）には、レディ・ミール、デザートを含め最大の品揃えとボリュームを誇っている。若干値引きは出ているが売場は圧巻である。



冷凍ピザ売場

冷凍ピザを冷凍リーチインケース扉 2 枚分のスペースで販売。パッケージに「SEIJO
UI SHII P I Z Z A」とプリントされている自社製造商品。透明の包材を使い中が
よく見えるようになっている。冷凍ピザにも力を入れている。



チルド「万能和風だし」 250g 1袋 139円

成城石井セントラルキッチン和食料理長監修、鳴川食品（株）製造商品のOEM商品。関
西ではストレートだしはスーパーマーケットで売られているが、関東ではストレート珍し
い。「化学調味料不使用」の焼あごの風味が高い天然だし



チルド「国産豚のジューシー焼売（小）」12粒入り 599円

「テレビで紹介されました」と「お1人様1パック限り」のPOPが付けられていた（視察日11月23日）。売れ筋ベスト5に入る人気商品。豚肉が多く混ぜ物が少ないため、肉を食べているという食感のシューマイ。保存料、合成着色料、合成甘味料、化学調味料不使用。



チルド「海老とスナップエンドウのシンガポール風焼きビーフン」1パック499円

保存料、合成着色料、合成甘味料、化学調味料不使用。これも売れ筋ベスト5に入る商品。大豆油やバターを使っている割には油っぽさがなくさっぱりとしている。「テレビで紹介された商品」のPOPが付けられ売場下段で大陳されていた。



常温「味付 うずらのたまご」20個入り 690円

成城石井セントラルキッチン和食料理長監修のOEM商品。国産のうずらの卵を和風だしで味付けした常温商品。1個1個「深絞りパック」されているため手が汚れることなく食べられる。これもベスト5に入る商品。珍味売場が定番だが、たまご売場にもほしい。



チルド「特選カルピスバター 有塩」 100g 449円

箱の中は棒状になっているが細かく分かれている訳ではない。「白いバターはおいしさの証し」と書かれている。「特選」は一定の基準を満たしていないと付けられない。価格も手ごろで料理やデザートに使えば味が深まりそうだ。



チルド「糎ぷりん」 80g 1ピン 300円

パッケージに「神宮坊味噌醤油製造元 糎屋」と書かれている。プリンに隠し味に、たまご醤油と糎を加えたもの。たまごと牛乳のプリンに和のテイストが加わった奥深い味。最近ではヨーグルトに醤油や味噌のソースなど和洋折衷デザートが話題になっている