

## サミット本天沼店

2018年10月  
城取フードサービス研究所  
城取 博幸

### 惣菜売場

サミット本天沼店のニュースリリースによれば、年間売上目標は300坪で18.8億円。正社員23.5人、パートアルバイト50.2人。営業時間は9時～23時、駐車台数28台、駐輪台数66台。半径1km圏内に29,482世帯、54,1779人の商圏を持っている。店から最寄りの下井草までは900m、歩いて10分ほどだ。駅近くには西友があるが、駅から店まではスーパーマーケットは少ない。交差点の反対側にイオンのまいばすけっと、脇にセブンイレブン。惣菜売場は、同社600坪クラスの店に比べて陳列ケースは三分の二ほどであるにも関わらず、アイテム数は変わっていないことが特徴。

### くだもの、惣菜、インスタベーカーリーを入口付近にゾーニング

300坪でありながらフロア部門と生鮮4品との売場比率は約半々という生鮮、惣菜強化型。第一マグネットから第二マグネットにかけては、通路を「惣菜通り」と「食材通り」とに分けた。通路を壁面沿い進めば、インスタベーカーリー、くだもの、サラダ、揚げ物、精肉のグリルチキン、米飯、寿司、冷蔵惣菜、鮮魚の焼き魚、刺身と「即食系」を集めたゾーニングを行って「惣菜通り」を完成させている。さらに、入口付近のレジ横にイートインを新設して、買った商品を店で食べられるようになっている。

一方、レジ寄りの通路を進めば、 Gondola エンドにナッツ&ドライフルーツ、冷蔵ケースに葉物野菜、平台に常温野菜が並ぶ。さらに先に進めば、精肉売場、鮮魚売場へと誘導する「食材通り」となっている。300坪の小型店でありながら売場約半分を使い、600坪の店を思わせる惣菜ゾーンと食材ゾーンを完成させた。

### 生鮮部門が惣菜に参入し、売場、商品づくりを行う

各部門とのコラボレーションが売場、商品によく見られる。さらに店で販売されている食材を使って付加価値を高めた惣菜も多くみられる。各部門の売場近くでカットフルーツ、カット野菜、肉のグリル、焼き魚、刺身などの惣菜を販売するのではなく、一カ所に集めてゾーニングを行ったのが今までと違う。その特徴は

- ・**ベーカーリーの手作りデザート** ベーカーリー部門がプリン、タルトなど手づくりデザートを作ってカットフルーツコーナーで販売
- ・**青果売場と惣菜のコラボサラダ** 青果売場のサラダコーナーに、惣菜で製造したきのこサラダ、なすサラダなどを販売。生野菜の上に加熱したきのこ、なすをトッピング
- ・**惣菜と精肉のグリルキッチン売場** 惣菜の常温平台で、店内で販売している精肉を使ったグリルチキン、オードブル、おつまみなどを販売。

- ・惣菜と鮮魚の焼き魚 惣菜売場に続き鮮魚の焼き魚を販売する「おさかなキッチン」を併設
- ・玉子と玉子焼き 惣菜売場では店内で販売している玉子を使った玉子焼きや玉子焼き弁当を販売。
- ・鮮魚の冷凍食品 冷凍魚売場では、切り身魚＋野菜＋タレがセットになった「RTC 商品」を販売し付加価値を高めた。

### 惣菜は、高売上、構成比の高さ、高粗利が予想されるが、オペレーションがカギ

ニュースリリースより、店年間売上高 18.8 億円、惣菜の売上構成比 12.5%であれば、惣菜の年間売上高は 2.35 億円。日割り計算すれば日販約 65 万円の計算になる。600 坪クラスの店と変わらない品揃えアイテム数で、売場は三分の二であるため、商品の高速回転が予想される。インスタ比率が高いため品切れも予想されるため、綿密な販売計画と計画的なマンパワーの投入が必要だ。さらに今後は生鮮食品を含めたバックヤードの共同使用など、バックヤードの効率アップも課題になると思われる。



### 溢れる具材の彩り手巻寿司 5本入 1パック 458円(本体価格 以下略)

マグロ、サーモン、カンパチ、マグロ剥き身、納豆の5種類の手巻き寿司。海苔がフィルムに包まれているため、食べる時に巻けばパリパリ。大きくカットされた具も満足感がある。



### 3種のきのこのサラダ 1パック 158円

生野菜(リーフ、キャベツ、スライス玉ねぎ、人参)の上に、しめじ、舞茸、マッシュルームを塩コショウでソテイしてトッピングしたようなインスタ製造のサラダ。きのこのシャキシャキ感と生野菜がよく合う。ドレッシングなしでも食べられる。



**国内産 若どりむねステーキ(バジル) 1枚 155円**

惣菜とのコラボした平台で販売されている精肉部門グリルチキンの商品。鶏むね肉にバジルや香辛料をふりかけ蒸し焼きにしたもの。硬くならないよう、低温調理されているため、むね肉の割には柔らかい。価格も安い。



**手づくりりんごパイ 1ホール 498円**

インスタベーカリーで焼かれたアップルパイ。20cmサイズで持つとズッシリ思い。切ってみると大きめに切られた煮りんごがゴロっと入っているのに驚く。食べ応えのあるアップルパイ。パイ生地もサクツとしている。



**北海道えびすかぼちゃプリン 1パック 158円**

ベーカリーのインスタ製造の商品。ミルクプリンの上にかぼちゃのペースト、ホイップクリームを絞り、ローストかぼちゃの種をトッピングしたもの。ドロツと滑らかな食感。上品だがもう少しかぼちゃの味を強くしてもいいような気がする。

## 日配売場

ニュースリリースによると、売場面積は997.8㎡(301.8坪)。年間目標売上は18.8億円。

日配の売場面積は、600坪クラスの店に比べて半部以下、アイテム数は三分の二となった。

日配のゾーニングとレイアウトは、鮮魚売場に続く壁面多段ケースに、牛乳、飲料、玉子を配置。コンコース中央にチルドデザートのア일랜드セミ多段ケース(棚板3枚、天地4段)を設置した。和日配は、魚肉練製品は鮮魚売場近くに同居。第3コーナーからは斜めに多段ケースを直線に設置し、豆腐、こんにゃく、納豆、麺、漬物、洋風惣菜(中華含む)、乳製品の順でレイアウトした。コンコースに3台の冷蔵平ケースを設置した。コンコース壁面の有利な場所を確保している。

パンは、乳製品の近くの多段ケースで販売。冷凍食品、アイスクリーム売場は、リーチンケースに冷凍食品が扉6枚、アイスクリームが扉4倍、エンド部分には特販用の冷蔵平ケースを設置した。

### 300坪でありながら600坪の約三分の二のアイテム数を確保

日配の壁面多段ケースは、ベースの低い陳列ケースを使い、棚板5枚、天地6段とするなどの工夫がなされアイテム数の不足を棚板枚数でカバーしている。600坪クラスの三分の二のアイテム数を確保した。しかし、成長カテゴリーである、冷凍食品、アイスクリームと包装惣菜、中華惣菜、ピザは売場不足の感がある。

アイテムは削減されているが特徴ある商品も品揃えしている。豆腐売場では、沖縄の製法をそのまま受け継いだ「島豆腐」や「ジーマーミ豆腐」も品揃えされている。麺コーナーにも揚げ麺を使った「無限キャベツのもと」などの新商品も導入されている。チルドデザートコーナーのエンド部分は、ケーキやフレッシュデザートアイテムが充実。大型店並みの品揃えを行っている。NB商品だけでなく、こだわりのチーズケーキなども品揃えされている。さらに、乳製品と乾燥珍味を隣同士にレイアウトし、酒のつまみの提案を行っている。

### 300坪で日配の冷蔵平ケースは必要か？

チルドデザートは冷蔵多段ア일랜드ケースを使い、ケーキ、ヨーグルト、ゼリーなどをよくまとめた。しかし、和日配においては売場不足が発生している。冷蔵平ケースを3台まとめた特販売場を設置しているが定番売場ではない。参考一案として、薄型でもデザート売場と同じようなセミ多段ケースにしておけば、中華、ピザ、スープ、包装惣菜などもう少しゆったりとした売場が確保できたのではないと思われる。冷蔵平ケースは、販売計画、在庫管理が難しい。300坪の小型店では特販スペースより定番商品の品揃えを優先したほうがいいと思われる。床面積が少ない分、平面(平ケース)より、高さ(多段ケース)を出すことが必要だと考える。

### さらに、300坪の小型店で、ドライ食品、雑貨売場の中通路は必要か？

生鮮食品、惣菜の売場を拡大したことで、そのシワ寄せがフロア部門にきている。加工食品、菓子、雑貨のアイテム数は、600坪クラスに比べてアイテム数は約45%と半分以下になっている。これ

も考一案として、中通路をなくせばドライ食品の売場が増えるだけでなく、冷凍食品、アイスクリームの売場ももう少し拡張できる。どう見ても成長カテゴリーの冷凍食品、アイスクリームと、包装惣菜、中華惣菜、ピザなどの洋風惣菜は売場不足の感がある。スーパーマーケットにおいて、フロア部門(日配、ドライ食品、菓子、雑貨、酒)は利益確保のため重要な部門。まず必要定番アイテム数の確保が必要である。小型店においてはさらに工夫して売場効率を高める必要があると思う。構成比だけで数字を見ず部門客単価(金額PI値)を重要視したい。



**島豆腐 210g 1パック 179円(本体価格)**

「沖縄伝統製法」と書かれている。昔は海水を加えて豆乳を凝固させていたようだ。パックの中に入れられた水は少し塩味がある。固めの豆腐なので、料理に使っても煮崩れしない。鍋に使ってもよいかも知れない。

**ジーマーミとうふ 110g 1パック 189円**

砂糖醤油タレ付き 落花生(地豆)をすり潰し凝固剤で豆腐状に固めたもの。大豆は使われていない。プルンとした葛餅のような食感で、落花生の香りがしっかりする。



**無限キャベツのもと 1食入 1パック 148円**

**千切りキャベツ 130g 1パック 98円**

チルド麺売場の商品。千切りキャベツとほぐした揚げ麺を混ぜ、添付の粉末スープと特製油を加えるというもの。千切りキャベツとセットにすればミールキットになる。実際に造ってみると、揚げ麺のパリパリ感にキャベツのシャキシャキ食感が新感覚。適度に塩味もついている。



**冷凍 白身魚と野菜のケイジャン炒め 210g 1パック 398円**

鮮魚売場の冷凍食品。解凍してフライパンで蒸し焼きするだけの「冷凍ミールキット」。内容は、冷凍の生白身魚2枚(ベトナム産ナマズ種)、フライドポテト、ブロッコリー、ケイジャンオイルソース。白身魚を焼いてみると、フワッと柔らかく生臭さもない。ケイジャンソースともよく合う。



**チーズケーキ 2個入り 1パック 341円**

チルドデザート売場の商品。カットされたタルトチーズケーキが2個。さらに上にホイップクリームをトッピングした贅沢なデザート。玉子、クリームチーズ、バターをたっぷり使った濃厚な味。甘すぎず満足感がある商品