

## 「ヨークベニマル日立滑川店のミールソリューションの完成度評価」

城取フードサービス研究所

城取 博幸

ヨークベニマル日立滑川店の新たな取り組みは、①「ミールソリューションの進化」②「商品のロングライフ化」③「オルタナティブ商品の充実」、④「売場、商品のセグメンテーション（取捨選択）」⑤「値ごろ」が特徴であるように思う。この5つのキーワードをもとに売場を視察してみた。

### 果物売場はカットフルーツ、チョコバナナ、ココナッツなど「ミールソリューション」と「スナッキング」を強化

果物売場では、日本のスーパーマーケットでは見かけない「生のココナッツウォーター」を品揃え。この商品はココナッツに穴が開けられていて、そこにストローを刺せば飲めるというもの。「皮むきはっさく」は、はっさくの外皮部分を剥いでそのまま食べられる。「チョコバナナ」はバナナに串を刺しチョコをかけたもので、片手で食べられる「スナッキング」だ。「なかなか飲めないココナッツウォーターを簡単に飲めるようにした」「皮を剥くのが面倒な柑橘類の皮を剥いて食べやすくした」「バナナをスイーツに変え食べやすくした」など、くだものの「ミールソリューション」と「スナッキング」が進んでいる。

### 鮮魚、精肉の「レディミール」、「ミールキット」を強化

鮮魚売場と精肉売場の間の冷蔵平ケースには、鮮魚部門と精肉部門の「レディミール（レンジアップ商品）」と「ミールキット（料理の具材セット）」をまとめて品揃えしている。レディミール売場は、「楽ちんデリ」と銘打って、「魚介のトマト煮 398 円」「メカジキと春野菜のレモン蒸し 398 円」「ピリカラホルモン 298 円」「豚バラ蒸ししゃぶサラダ 298 円」など、生の食材を電子レンジで加熱するだけの商品をインスタ製造。

さらに、コンコース側の平ケースには、「フライパンひとつで簡単」という POP の付け「国産若鶏のさっぱり黒酢あん 500 円」「ホイコーロー500 円」「肉野菜炒め 500 円」「ガーリックシュリンプ 500 円」「エビチリ 500 円」「パエリアセット 500 円」など、500 円均一のインスタ製造の「ミールキット」を販売。

さらに、鮮魚売場では「組み合わせ自由 4 パック 1000 円」で「生食用ボイル海えび（オーロラソース）」「バジルドレッシングで食べる刺身（サーモン）」「バジルソースで食べるお刺身（ほたて貝柱）」「明太マヨで食べるお刺身（たこ）」など、刺身に「ニューフレーバー」を提案している。お客に「時短」と「新メニュー」で、お客に「新しい価値」「新しいライフスタイル」の提案を行っている。インスタ製造のメリットは、使う食材が売場にあることで安心感を与えるだけでなく、298 円、398 円、500 円は値ご

る価格で販売できる。

### **肉、魚の冷凍品の充実**

魚売場前の冷凍平ケースには「NON TRAY 食品トレーを使わないコーナー」があり、インスタでパック、瞬間冷凍された切身魚が陳列されている。ノントレーも重要だが、切身魚のロングライフ化が進んでいる。魚売場のスペースは、精肉売場の約半分ほど、生魚の売場を狭め冷凍魚を拡大し、ミールキットを充実させた。

精肉コーナーにおいても、「おいしさそのまま！ 新技術の急速冷凍コーナー」があり、自店パック、冷凍の豚肉のブロックやスライス肉を販売している。「NON TRAY」のコーナーも新設。さらに、セブンプレミアムのロングライチチルドのレディミールはあえて惣菜売場の隣にレイアウトし惣菜との関連性を高めている。

### **和洋日配の「オルタナティブ（植物由来）」と「ミールソリューション」の充実**

日配品コーナーにおいては、大豆ミートのコーナーを新設して、肉の代わりになる商品を販売。韓国料理コーナーや味付けこんにやくコーナーも、料理がしやすく、そのまま食べられるなどのミールソリューションの強化を図った。洋日配においては、牛乳売場と豆乳などの代替飲料の売場は、1対2と逆転している。「くるみミルク」や「カシューナッツミルク」などが新たに加わった。

### **ライフフーズ惣菜の「セグメント（取捨選択）」とチルド惣菜の「消費期限の延長」**

ライフフーズは「四温度帯の品揃え」が行われている惣菜専門業者であったが、今回、思い切って「冷凍惣菜」を止め、アウトパックの冷凍惣菜（日配部門扱い）に切り替えた。これは思い切った決断であった。その代わり、チルドの「だんらんデリ」の一部商品の消費期限が1日伸び「D+2」になった。D+1の時は値引き商品が売場に目立ったが、1日伸びたことで売場に値引きシールはあまり見かけなかった。それを実現させたものは、工場の衛生管理の強化の他に、冷蔵ケースの温度設定の変更にある。取手店では2℃～3℃設定であったが、日立滑川店のチルド惣菜の冷蔵ケースの温度は0℃～1℃（生サラダ類は4℃～5℃）であった。それが、消費期限を1日延長できた原因でもある。

常温惣菜や寿司売場も売場をあまり広げず絞り込みを行い「できたて」を提供している。視察日（3月24日12時30分時点）には「おはぎ」は販売されていなかった。タコタモラーメンとキッズカレーに絞り込み、ピザとハンバーガーはインスタアペーカリーで販売している。

### **生鮮商品と惣菜で「高付加価値化」と「ロングライフ化」が進む**

魚と精肉の「レディミール」「ミールキット」は最大級の売場とアイテムを確保。インスタ製造であるため手間がかかる。それを解消するために「冷凍魚」と「冷凍肉」を

導入してオペレーションの混乱を防いだ。何かをプラスすれば売場に負荷がかかる。どこかの作業を削減せねばならない。

惣菜売場は売場を広げないことで、朝の品揃えのマンパワーを削減し出来立てを提供している。惣菜工場は冷凍惣菜を止めることで、まだ売場には登場していない1週間ほど消費期限があるチルド惣菜の開発に注力。タコタも野菜ラーメン、キッズカレーに絞り込み専門性を高めた。このように、「新しいことするには、何かを捨てなければならない」。そうした視点で売場を見れば、練りに練られた売場であることが分かる。



第3コーナーから第4コーナーにかけては、常温、チルド、冷凍、ホットで提供するミールソリューション売場が完成している。さらに「イートインコーナー」で購入した商品を食べられる。



チルド「ヤングココナッツ」1個 429円（税込み価格 以下略）

ベトナム産の外皮剥きヤングココナッツ。穴を開けてシールしてあるため、ストローを差し込めばそのまま飲むことができる。



チルド「はっさく」1パック 270円

和歌山県産のはっさく。外皮を剥いてあるためそのまま一房ずつ食べられる。

薄皮の苦みはそれほど気にならない。



チルド「味付ゆば煮」3個入 1パック 429円

「国産大豆100% 日光銘水仕込み」日光名物の巻湯葉の味付け。トップシールの蓋に穴を開けて電子レンジで温めて食べることもできる



チルド「参鶏湯」 450g 699円

『コリアンタウン新小久保「ソウル市場」が生んだ大ヒット商品』と書かれている。鶏の骨を外し食べやすくしてある。薄味で食べやすい。レトルトだがチルド売場で販売



チルド「からし菜キムチ」 120g 1パック 300円

からし菜のキムチ漬け。あまり辛くなく酸味も程よくあり食べやすく漬けてある。内容はカットされたからし菜でパッケージの写真はイメージのようだ



**チルド「PROMIX」1パック 170円**

「鶏肉」「魚肉」「卵白」「大豆」の4種類のプロテインをミックスさせたバータイプの惣菜。「スポーツ屋行楽などの外出時のもどうぞ」というハンデイスナッキング食品。



**チルド「ピスタチオミルク」203円「ウォールナッツミルク」203円「アーモンドミルク」170円**

ピスタチオミルク（ピスタチオミルク、カシューナッツミルク、ひまわり種、ココナッツ花蜜）、ウォールナッツミルク（くるみミルク、ひまわり種、ココナッツ花蜜）、アーモンドミルク（アーモンドミルク、ひまわり種）すべてタイ産



**チルド「めかじき野菜蒸し」 1パック 429円**

カット野菜、めかじき（生）、レモン、オイルソース、調味料が入っていて、電子レンジで加熱するだけで蒸し料理ができるというもの。魚の鮮度がよいため臭いは少ない



**常温「やみつき！ ごぼう甘辛揚げ (中)」1パック 214 円**

国産ごぼうを薄くスライスしてデンプンをまぶし、油で揚げ甘辛のタレを絡めた昔からある料理。精進料理によく使われる。揚げごぼうとタレの相性が抜群。



**常温「(健) 天然だし香る！ 煮込みかつ丼」 1パック 537 円**

「旨味の強い宗田鯉節とサバ節、利尻昆布 自社製天然だしから作ったタレ」「一つ一つ小鍋で丁寧に煮込みました」というもの。確かに完成度が高くおいしい



**チルド「デミグラスソースのオムライス」 1パック 321 円**

惣菜工場で製造されたチルドのレディミール。消費期限はD+2 時間が経っても、卵はフワフワ、チキンライスパラパラしている。本体価格 298 円は安い。



**弱冷「(健) 生寿司 椿」 645 円**

にぎり寿司 8 貫と 4 貫のかっぱ巻きをセットにした寿司。598 円は値ごろ価格。ネタの彩、鮮度もよい。シャリは前に比べて甘さを控え酸味を増したような気がする



**冷凍「ハンバーグ」 1 パック 429 円**

日配部門が扱い惣菜売場で販売する冷凍レディミール。レストランの味を再現



**冷凍「鶏肉の甘酢あん」 1 パック 429 円**

鶏肉の竜田揚げに甘酢あんをかけたもの。あんをかけても竜田揚げのパリパリ感が残っている



**タコタ「キッズカレー」 495 円 (税込み)**

タコタは「キッズカレー」「ラーメン」「フライドポテト」に絞り込んだ。キッズカレーは少し甘めだが後を引く味。大人はオーダーすれば辛さの調整が可能。



**タコタ「ベジタブルヌードル しお」 495 円**

「味噌味」と「塩味」の2種類。野菜は注文を受けてから炒め始める。薄味のやさしい味。専門性を高めるため、ピザやハンバーガーは扱っていない。



**タコタ「フライドポテト」 ○○円**

ポテトフライは紙袋に入れられていて、好みの塩フレーバーをかけてシャカシャカ振る。多くの客が注文していた。ポテトはパリパリ感を維持するため小麦粉でコーティングされている。