

所沢 OK ヤオコー

城取フードサービス研究所

城取 博幸

オーケー (KO discount Super Market)

OK は日本生産性協議会の「顧客満足度指数調査」によると、スーパーマーケットではオーケーが 10 年連続 1 位 (2020 年) であった。「顧客期待」「知覚品質」「知覚価格」「顧客満足」「推奨意向」「ロイヤリティ」の 6 指標の内、「知覚価格」「顧客満足」「ロイヤリティ」の 3 指標でトップであった。(2019 年は全指標トップであった)。

オーケー ディスカウント スーパーマーケットの強さとは

EDLC, EDLP を支えるオーケーの仕組みは

① 「高品質 エブリデー ロープライス」

毎日が特売日です！ だからオーケーは特売日がありません

② オーケークラブ会員は食料品の 3 %相当額を割引しています

現金払いのお客様に、単品ごとに本体価格×3/103 (3%相当) を値引きしております

③ 万一、他店より高い商品がございましたら、お知らせください

オーケーの価格が競合店価格 (特売・目玉商品を含む) より高い場合は値下げして販売する

④ 生鮮食品については、高鮮度・おいしさを重視しています

⑤ 高品質を先ず吟味し、その上で安さを訴求しています

⑥ オネスト (正直) カード

出来るだけ正確で、正直な商品情報をお客様にお知らせするように心がけております

基本はスーパーマーケットの原則である「いい商品をより安く」である。「いい商品は高鮮度、おいしさ」。まず「高品質を優先してから安さを訴求」。安く売するためにはローコストオペレーションができていないこと。シンプルなレイアウトで平台がなく販促計画がない。チラシを打たないため商品の売れ方の波がない。特売 POP やプライスカードの付け替えもない。過剰在庫による値引き、値引き作業も少ないなど。そのことで「いい商品を安く売れ」顧客満足度を高めている。

オーケー所沢店

1. レイアウトはとてもシンプル

2020 年 12 月 1 日、所沢トコトコスクエアの核店舗としてオープンした。売場面積は 578 坪、営業時間は 8 時 30 分～21 時 30 分 駐車場 371 台。所沢店は医薬品を扱っている。ワンウェイ方式で入口と出口が分かれている。コンコース壁面はチルド、冷凍ケースを配置し平台は設置されていない。

2. 「コモディティ型」から「ミールソリューション型」へ

青果売場ば野菜の隣にタレやソースの関連販売が目立つ。また、生野菜カット、加熱野菜、ソース、タレを一カ所に集めた「選べるミールキット売場」は見事である。肉や魚売場にも冷凍ミールキットの品揃えがある。おでん売場には他ではあまり見かけない「じゃがいも煮」も品揃えされている。プライスカードにも商品説明がよく書かれている。商品のアイテム数を絞り込み単品量販することで安く売ることがコモディティ型のスーパーマーケットの基本であったが、この店は、ミールキットや関連販売などアイテム数を逆に増やしているように見える。EDLPの「コモディティ型」からEDLP「ミールソリューション型」に挑戦している。

3. 安さだけでなく品質にもこだわった

OKの惣菜は安い。「それなりの商品をそれなりの価格」ではなく、確かに鮮度、品質にこだわった商品を安く販売している。惣菜の299円弁当、丼は、他では398円クラスの商品だ。しかも商品づくりは丁寧である。売れ筋のかつ丼は高速回転しているため温かい商品が売場に出ている。これも惣菜における高鮮度商品だ。トレーも液漏れがしない「内勘合」のトレーを多く使用しているのも特徴。

OKの商品



ロースかつ重（カナダ産三元豚使用）299円

OKの目玉商品のかつ重。299円は破格値だが卵の黄身と白身が分かれていて丁寧につくられている。かつ丼はカロリーと塩度が高いが薄味に仕上げている。



肉たっぷり肉豆腐 299 円

もめん豆腐に衣をつけて揚げたものに、煮た牛肉とアンがかかっている。ボリュームもたっぷりです。豆腐との相性も良い。豆腐が大きいのでもう少しタレの量があってもよい。



バターチキンカレー＆ナンセット 298 円

ナンはオーブントースターで2分～3分。カレーは500Wの電子レンジで30秒加熱。バターチキンカレーのルーが余るため、ボイル野菜や冷凍野菜と組み合わせてもよい。



じゃがいも水煮 4個入 139 円

遺伝子組み換えでないメークインをボイルしたもの。添加物は使用されていない。じゃがいもは皮を剥いてからすぐにボイルしないと表面が固くなる。この商品はうまく加工してあり柔らかい。



バターチキンカレー+ナン+じゃがいも水煮

おでんコーナーのじゃがいも水煮を電子レンジで温めカレーに加えた。ナン 1 枚ではボリューム不足であるがじゃがいもを足せばお腹が満たされる。



四季とうふ 300 g 125 円

国産大豆 100%使用、富士山の伏流水使用 2℃～10℃の保存で賞味期限は 2021 年 4 月 27 日まで。豆腐も牛乳もロングライフ商品があればストック品として料理にも使える。



パワースチーズ（粉チーズ）80 g 258 円

イタリア「zanetti 社」のパウダーチーズ。 種類別はナチュラルチーズ。パルメザンチーズ程発酵が進んでいないため臭いも少なくあっさりとしている。低価格であるためたっぷり使える。

ヤオコー所沢北原店

2020 年 11 月 20 日「ヤオコー所沢北原店」がリニューアルオープンした。662 m²だった売場
は約 800 坪に拡大。改装前の年商は約 40 億円だったが 45 億円を目指すという。営業時間
は 9 時～22 時。「豊かで楽しい食生活」をテーマに店づくりを行っている

1. 即食系の商品を入口付近にまとめたレイアウト

入口付近にインスタベーカリー、イートインコーナー、青果、惣菜、鮮魚、精肉と「インス
トア加工部門」をまとめてゾーンニングした。チルド商品、冷凍食品、ドライ食品、非食品
の「アウトパック部門」との売場比率は約 1 対 4 である。生鮮食品、惣菜ばかりに目が向く
がヤオコーが高利益を叩き出す秘密はこの比率にある。コンコースには冷蔵多段ケースと
冷蔵平ケースを配置し、壁面はチルド、冷凍多段ケースを配置したフロア部門強化型の店
である。

新コーナー6カ所、①「ミートデリカ」ローストビーフ、生ハム、馬刺しなどおつまみ、オ
ードブルを豊富に準備。壁面のチーズ売場の前にミートデリカを新設。②「精肉冷凍ミール
キット」手間のかかる料理を時短でおいしく食べられるアイテムをラインナップ。精肉売場
のアイランドケースに冷凍ミールキットを販売。③「あんまる」自社製粒あんをたっぷり入
れた郷土料理。ヤオコーカフェの前に「あんまる」専門コーナーを新設。④「デ일리セレ
クション」おすすめのワインと相性のよいナチュラルチーズを取り揃えた。第3マグネット
のワインコーナーの前にナチュラルチーズ、ワイン、チーズ、ミートデリカをまとめてゾ
ーンニングした。

2. 惣菜売場は最大級の売場と品揃え

大型店であるため惣菜の可能性に挑戦している。ヤオコーの生鮮部門は揚げ物や焼き物な
どのインスタ惣菜は扱っていない。その分惣菜部門が野菜惣菜（カットフルーツは青果部
門）、魚惣菜、肉惣菜を販売している。入口付近にはカットフルーツ、フルーツデザート、
サンドイッチ、ベーカリー、サラダ、ローストビーフ、米飯、温惣菜、冷惣菜などの「Ready-
to-Eat Foods (即食)」をまとめてゾーンニングし買いやすい売場をつくっている。価格コン
シャスにも気を使い買いやすい価格を設定している。

① フルーツデザート、甘味類への挑戦

くだものコーナーではイン、アウトを含め、杏仁フルーツやホイップクリームのかかったカ
ットフルーツに挑戦している。カットフルーツだけでなく新鮮な果物を使ったデザート
を販売し新しい需要の掘り起こしを行っている。和菓子メーカーのものに加え、インスタ、
自社センターの商品開発。インスタ製造の「あんまる」は「タイ焼」や「今川焼」の同類
だが「古い伝統を生かしつつ新しい商品」を開発する「モダン・ノスタルジー」商品だ。将
来は焼きたての「みたらし団子」など温かい和菓子があってもよい。さらに「焼きまんじゅ
う」や「焼きおやき」に広がるかもしれない。自社センターでは「大福もち」なども可能性
がある。共通点は自社開発の小豆餡を使っていること。

② 「卵焼き」「小豆餡」「ローストビーフ」のSKUの拡大。

自店製造の玉子焼きは単品で販売するだけでなく。寿司、弁当、サンドイッチにも流用可能だ。卵焼きを大量生産することで生産性も高まり、利益にも貢献できる。おはぎで使われていた小豆餡も、インスタ製造、自社センターの商品に流用可能だ。ローストビーフは3カ所で販売。

③ 冷凍食品の品揃えが充実

冷凍食品は第4コーナーに「逆L字型」にレイアウトした。冷凍丼の「かつ丼 258 円」「天丼 258 円」「のり丼 220 円」や「カツカレー 258 円」「ハンバーグカレー 258 円」や「肉巻き」、「角煮入りちまき」など冷凍米飯が充実。お好み焼きの種類も増やした。惣菜部門では出せない価格を冷凍食がカバーしている。米飯類の4温度帯品揃えが広がりがつつある。

チェーンストの惣菜はどこを見ても同じ」と思われがちだが、ヤオコーの惣菜は新しい商品に挑戦し「新しい付加価値」「新しいライフスタイル」の提案を行って、お客の「豊かで楽しい食生活」を実現しようとしている

ヤオコーの商品



丸ごと海老フライ 2本 268 円（税抜き）

頭の固い部分を取り除いた大型の有頭エビフライ。頭から食べても海老の甲羅は気にならない。尻尾部分も硬さは気にならないようカリカリに揚げてある。ムダなく食べられる「一物全体」商品だ。



ローストビーフ握り3貫 198円

惣菜部門の肉寿司「肉+DELI」のシールが貼られている。ローストビーフのボリュームも十分で上にゼリー状のソースをトッピング。新しいにぎり寿司の提案。



三色おこわ稲荷巻 8貫 298円

おこわをいなり寿司の皮で巻いたもの。トッピングはたけのこ、栗、黒胡麻。味付けいなりとおこわとの味のバランスがいい。トッピングを変えることで味の変化を楽しめるだけでなく季節感もある。



店内焼上げ玉子太巻 200 円

「自家製鉄板焼上げ」の玉子焼きを使った太巻寿司。自家製玉子焼きの応用版の太巻寿司。卵焼きはフワッと丁寧に焼かれている。単品だけでなく寿司盛合せにも使われている。



あんまき 2 個入 100 円

自店で焼いたピノオリジナルの焼き菓子「あんまる」。タイ焼きのような生地で餡を包んで一口サイズに焼かれている。生地と粒あんとのバランスもよい。手作りおはぎの隣で販売されている。



どら焼き 99 円

「黒糖を効かせたしっとりした自社配合生地」。ヤオコーデリカ、生鮮センター製造の商品。しっとりと、ふわっとした食感で上品な味。ゼブラ柄も特徴。価格も 99 円に抑えた。



冷凍のり弁 220 g 220 円

「凍った状態の袋の入口部分を 1.5 cm ほど開け、トレーごとレンジで加熱」。普通は商品の顔を見せて、シールは裏に貼るが表に貼られている。総重量は約 220 g であるため軽く食べられる。



のり弁は、ごはんの上に味付けおかか、海苔、ちくわ天、白身魚フライ、コロッケの5種類。ソースもかかっている。ご飯はデンプンから生まれたトレハロースが使われているせいか冷凍でもふっくらしている。



たまごパン（チョコプリン）458 円

平台と定番売場の2か所販売。チョコ、ココアパウダーが入った一口タイプのたまごパン。原材料の初に「全卵（国産）」と、小麦粉の前に書かれているだけあり卵はたっぷり使っている。