

イオンの「パレット」は
ALDI、LIDL のようなハードディスカウント、ボックスストアだ

2021 年 2 月
城取フードサービス研究所
城取 博幸

イオングループのパレット 1 号店が、昨年 12 月 5 日大和市高座渋谷にオープンした。イオングループの「まいばすけっと」「ビッグ A」「アコレ」とは全く違うドイツ発祥のハードディスカウント（ボックスストア）が日本にも出現したとう感想だ。売場面積は 300 坪以上、400 坪以下に見える。最近の ALDI や LIDL の大型店に比べて少し小さめだが、店内に入ればヨーロッパのハードディスカウント、ボックスストアの臭いがする。コロナ禍明けに起こると言われている、「ニューディスカウント」への布石なのか。店舗を視察してみた。



ALDI、LIDL と 10 の類似点

ハードディスカウント、ボックスストア、バジェットストア (UK) と呼ばれている ALDI、LIDL との類似点をいくつか探してみた。

1. 立地の類似

ドイツではスーパーマーケット REWE などスーパーマーケットの隣に出店していることが多い。ある地域では REWE の両側に ALDI, LIDL が出店している。パレットもいなげやの隣に出店している。

2. パレット陳列、段ボール陳列、コンテナ陳列

ボックスストアの特徴は段ボールをカットして、パレットや陳列ケースでそのまま販売

する。一部バラ陳列はあるものの殆どが段ボールまたは専用コンテナ、専用クレートで販売されている。さらに補充風景を見ているとパレットキャリアに商品を載せて移動している。そのため、小型ディスカウント店では見られない通路幅を広めに確保している。パレットの名目の由来はマテハンの「パレット」からきているかもしれない。コストコもパレット陳列を行っている。バックヤードから店内にはスイングドワではなく、おしゃれな絵がプリントされた電動シャッターを設置しているのも ALDI と変わらない。

3. お客様のワンウェーコントロール

お客様の動線は一方方向にコントロールされている。入口のドアは「入」と「出」に分かれている。殆ど客がそれに従って買い物をしている。ハードディスカウントは基本的にレジを通らないと外へ出られないようになっている。

4. EDLP 価格政策と EDLC

基本的に商品のプライスを上げたり下げたりしない EDLP(エブリデー・ロープライス) 価格政策をとっている。単品量販、プライスカードの張替え作業がないことも EDLC(エブリデー・ローコスト) に繋がっている。

5. アイテムの絞り込み

商品を絞り込み PB 商品やオリジナル商品、他に扱のない商品を販売している。ALDI、LIDL まではまだ品揃えは追いついていないが「!!!ここでしか買えません」のPOPをつけて販売している。まだ1店舗であるため商品開発はこれからかもしれない。

6. チルド商品の包装とロングライフ化

ハードディスカウントでは精肉売場で2°C以下の陳列ケースにスキンパック、深絞りパック、MAP包装などの日持ちがする商品を販売している。パレットでも国産ステーキはスキンパック、鶏肉は深絞りパックを0°Cのケース温度で販売している。消費期限の延長は発注、補充、日付チェックなどの作業が減り EDLC に繋がる。

7. 小型家電、寝具、PCR 検査キットまで販売

ハードディスカウントでは、食品以外に小物家電、衣料品、小物雑貨、大工用品、ホビーなどなんでも扱う。パレットはまだ品揃えは少ないが、加湿器、非接触体温計、羽根布団、クッション、PCR検査キッドまで販売している。

8. アウトパック商品が主流だが、インスタアベーカーリーを導入

ALDI はパンを自動販売機で販売していたが、最近はインスタアベーカーリーを新設して焼き立てのパンを販売している。パレットもパンだけはインスタアベーカーリーを導入して、クロワッサンが目玉のようだ。

9. 冷凍食品はケース裏から陳列

ハードディスカウントの新店は冷凍食品を第3コーナーから第4コーナーにレイアウトしている。陳列ケースの裏側が冷凍庫になっていて裏から段ボールカットの商品を陳列している。パレットも同じく裏から補充。段ボールではなくコンテナで陳列されている。これも商品の移動距離が短く EDLC に繋がっている。

10. 従業員の少なさ

ハードディスカウントではレジスタッフ1名~2名。補充スタッフ1名~2名。インスタベーカリーは1名で作業を行っている。パレットまだ出店したばかりなのでスタッフの数は多いように見えるが徐々に適正化されてゆくと思われる。



USA LIDL 大型店の精肉の納品 冷蔵コンテナ（上部に蓄冷材）をパレットに積んで売場まで移動。通路がしっかり確保されている。

パレットと ALDI、LIDL との違い

1. 明るく、広く、清潔感のある店

かつてのハードディスカウントは暗く、掃除が行き届いてはい、不愛想なスタッフなど殺伐とした店であった。最近の新店は明るく、広く、清潔感がある店へと変わってはい。既存店の殆どがまだ変わっていない。パレットは明るく、通路幅が広く、衛生的な店で、レジスタッフも親切だ。

2. PB 商品、オリジナル商品比率

パレットは残念ながら欧米のハードディスカウントやディスカウントストアに比べてPB商品、オリジナル商品の比率が低く、まだNB商品に頼っている状態だ。イオンのトップバリュの扱いもない。

3. 非食品のゾーニングの違い

ALDI, LIDL は非食品を店の中央部分にレイアウトし、平台展開（一部セミ多段）しているが、パレットは店の第2コーナーにレイアウトし品数もまだ少ない。中央部分にレイアウトされればハードディスカウントと変わらないがまだそれだけの商品調達力はない。これからだ。

4. 電子棚札の導入

パレットはまだ完全ではないが生鮮部門を含め電子棚札の実験を行っている。くだもの

売場、惣菜の寿司、おにぎり売場、鮮魚売場、精肉売場、ドライ食品売場の一部に見られる。ALDI や RIDL ではまだ電子棚札は見られなかった（2019 年現在）。

5. セルフレジ、キャッシュレス決済

ハードディスカウントにもセルフレジが徐々に導入されつつある。UK の ALDI には 10 台導入されていて、対人レジは 1 台であった（2019 年 11 月）。かつてのようにレジ待ちでピーク時には 20 人も長蛇に列はなくなりつつある。パレットでは「セミセルフレジ」の他に「Scan&Go」というシステムを導入している。登録が必要だが、自分で商品をスキャンして QR コードを専用機械（現金不可）にかざせば、キャッシュレスで清算ができる。レジスタッフとの非接触で会計ができるだけでなく、現金を扱わないことで EDC に繋がる。このシステムはハードディスカウントにはない日本オリジナルのもの。



UK の ALDI ROCAL セルフレジが 10 台 対面レジ 1 台 レジに並ぶ行列がなくなった

今後の期待と要望

1. 「ストーリーテリング」がいかに行えるか

AOP バターを使ったクロワッサン、長期熟成のバナナ、熟成銀鮭、国産鶏もも肉のやきとりなど商品化のストーリーが書かれた商品が今後どれくらい増えるかが課題のようだ。アメリカのトレーダージョーズで店内ツアーを希望すれば、専門スタッフが一緒に店内を回り商品説明をしてくれる。そうした専門スタッフがいなくても POP 等で、商品が出来上がった経緯を説明してほしい。しかもそれをクロワッサンのように驚き価格で販売してほしい。

2. 小型家電、家庭雑貨、衣料品、寝具などのさらなる拡大

ALDI、LIDL の品揃えの特徴は、非食品が店の中央の平台で販売されていること。衣料品、小物雑貨、小型家電、寝具、DIY 商品、小型農機具などが販売されていてとても楽しい売場だ。以前は残り物の雑多な売場であったが、最近はキッチンと整理された売場を

つくっている。パレットのPCR検査キット、非接触体温測定器、西川の羽根布団、宇宙空間座り心地クッション、加湿器などとてもユニークな品揃えには驚かされた。今後も話題の商品をいち早く導入し驚くような低価格で販売してほしい。

3. 名物商品の育成

レギュラーコーヒーやパックご飯、缶詰など「!!!ここでしかかえません」のPOPにどうしても目が行く。また、「キレイキレイ泡スプレー」はどこも250g入りが主流だが、ここでは大型の500g入を販売している。時期的にも的を射た商品だ。同じNB商品でもサイズが違うことで違った受け止め方がされる。

イオングループでありながらPBのトップバリュは扱わない意図を考察すると、前にも触れたがハードディスクカウントはスーパーマーケットの隣に出店している。そう考えると将来イオンのマックスバリュなどの隣の出店もありうる。それを考えればイオンのPBに頼らず独自の商品開発に梶を切ったのではないか。



UK LIDL クロワッサンの補充 100個ほどを一度に補充している。それでもスタッフは1名 そうしたバックヤードシステムができている

パレットの購入商品の評価



チルドお造り 6点盛り 598円（本体価格）

状態からして「冷チル」ではないかと考えられる。6×3=18枚 1枚当たり33円。

まぐろの色や鮮度よく刺身だけでなく海鮮丼にも使えそうだ



にぎり寿司 10貫 498円

27日購入消費期限は28日午後11時。1貫約50円で内容はそれなりであるが、「ケの日の寿司」にはちょうどいい。D+1が特徴。



いなり 3個入り 98円

2貫 100円はよく見かけるが3貫 100円は安い。チルド売場で販売されているがシャリは固くない。



塩おむすび 48円

こしひかり使用の塩おむすび。国産米と塩しか使っていないリーなおにぎり。カップ麺と一緒に食べるにはちょうどいい。



クロワッサン 78円

フランス産 AOP（産地が守られた表示）発酵バターを使用したクロワッサン。パレット自慢の逸品。袋に入っているがサクサク感は失われていない



パンオショコラ 98円

デニッシュ生地にチョコレートを混ぜて焼いたパン。チョコレートの品質も高くておいしい。専門店の半額であるが価値がある。



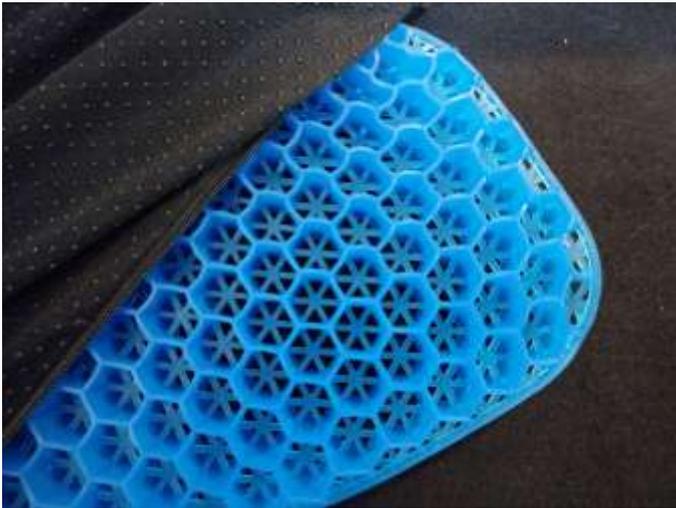
ポテトチップス（コンソメ）60g 48円

入口の一番目立つ場所に大陳されていた商品。イオンPBのトップバリュの表示はないが、お問い合わせはトップバリュお客様相談室になっている。48円は破格値



100%スムージー 180g 98円

パイナップル、バナナ、りんご、ココナッツ、レモン 100%の無添加のミックスジュース。ストック買っておきたい商品。



宇宙空間の座り心地クッション 798円

イオンで販売されている「ゲルシートクッション」ではないが、よく似た商品で798円は安い。



キレイキレイハンドソープ 500g 398円

普通のキレイキレイの容量は250gであるが、この商品は2倍の500g入り。何度も詰め替える手間が省ける。

日本のディスカウントはスーパーマーケットの延長であった。スーパーマーケットのオペレーションで価格を下げただけであった。それではEDLCは実現できなかった。カネエのフェルナ（35店舗）はハードディスカウントをモデルにEDLP, EDLCを実現させた。これから本格化する「ニューディスカウント」。今の仕組みのまま価格を下げれば自分の首を絞めるだけだ。これからはさらに商品力の戦いになる。「ストーリーテリング」ができる商品をいかに低価格で販売できるかが勝負のカギとなりそうだ。「こだわ

りの商品を高価格販売」はだんだん通用しなくなるように思う。

前にフランクフルトの ALDI に行った時、お金持ちに見えるマダムがメイドに指示しながら買い物をしていた。次に隣のスーパーマーケットのエディカに向かうとまた 2 人に会った。まず ALDI で買い物をしてからスーパーマーケットで不足分を買う行動を見て驚いた。ハードディスカウントは低所得者向けの店ではないことを実感した。

パレットもスーパーマーケットの隣。まずパレットで買い物をしてから不足分をスーパーマーケットで買うようになれば本物だ。2021 年は本物の「ニュー・ディスカウント元年」かも知れない。パレットに大いに期待したい。