

## ブランデ三郷店売場、商品分析(惣菜編)

城取フードサービス研究所  
城取 博幸

### カスミブランデ三郷店

ブランデは「人、食、生活、文化」が商品、サービスを通じて交じり合う新たなスーパーマーケットを目指している。新たな取り組みとして「DELY BREAD」や「WINE & BAR」などを新設した。



ブランデ三郷店は「つくば並木店」「研究学園店」に続く 3 店舗目



おもしろい、楽しい売場、商品に人が集まる

パリ SIALの「日本におけるイノベーションの軸とトレンド(22年、23年比較)」調査データによると、Pleasure(楽しみ、喜び)41.7%⇒60.5%、Health(健康)29.1%⇒18.6%、Physical(身体的)14.6%⇒11.6%、Convenience(便利性)6.8%⇒4.7%、Ethics(倫理)7.8%⇒4.7%であった

「楽しみ、喜び、おもしろい」が大幅に伸ばした。お客は売場、商品に対し楽しみや喜び、おもしろさを期待している。

楽しい、おもしろい「人、物、金、情報」がある所に人は集まる。それはディスカウント性の強

いスーパーマーケットや品揃え型の食料品店に見られる。ブランドは後者で「楽しい、おもしろい売場、品揃え」がされている。

惣菜売場はレストランレベルの商品を品揃え

惣菜部門は寿司売場がないためその分、弁当、丼、おにぎり、洋食、エスニック商品の自店製造に注力している。洋風、エスニックプレート商品は「ライスボール」と名乗りレストランレベルの料理提供している

### 1. お弁当のおもしろい売り方

惣菜売場の冷蔵ケースと常温ケースでは1品250円相当の商品を、「おかず1品、主食1品、サラダ1品=550円」「おかず2品、主食1品、サラダ1品=700円」で「組み合わせ販売」を行っている。ルールに従い商品を選び専用トレーか袋に入れてレジに持って行けばバンドル価格で会計してくれる。好みや栄養バランスを考え商品が選べる。これは魅力的な売り方だ



おかずや主食は電子レンジで温めれば「温と冷」を組み合わせたお弁当ができる。普通の弁当は電子レンジに入れれば全部が温まってしまうためサラダや和え物は制限があった



## 2. 鮮魚売場の寿司

寿司売場は鮮魚コーナー一カ所だけ。今までは鮮魚売場で生寿司、惣菜売場で冷凍ネタ寿司と使い分けて販売する店が多いが、ブランドは売場を拡大して鮮魚売場一カ所にした。売場が分散していないため他の売場を気にせず寿司が販売できる。丸魚で売られている鮮魚を使ったにぎり寿司は魅力的だ。「生ネタ寿司は美味しいものを少しだけ」という需要もあるため貫数は少なくてもよい

「季節の魚介握り寿司盛合せ」 980 円(本体価格)

「中とろ」「きんき」「いさき」「カマス」「コチ」「真鯛」の 6 貫盛合せ。惣菜部門のにぎり寿司では食べられない生ネタを使用。1 貫 163 円だが鮮度も味もよくそれだけの価値がある



「トロたく巻寿司(太切りたくあん)」 398 円

まぐろすき身とたくあんを巻いた中巻寿司 6 貫。巻き芯が中心に来ていて見栄えもよい。シャリと巻き芯との味バランスもよい。生ネタ寿司と組み合わせて食べればボリュームは十分ある。



### 3. 手作りメンチカツとコロッケ

惣菜の揚げ物のバラ販売コーナーでは店内製造の「メンチカツ」と「コロッケ」が販売されている。時代に逆行しているように思われるが、試食して見ればやはり冷凍食品との違いがはっきり分かる。冷凍食品のデメリットは時間が経てば「乾燥」と「酸化」で食感、味が落ちることだ。その点素材から作るメンチカツ、コロッケは素材のうま味がありしっとりしている

#### 「手作り黒毛和牛メンチカツ」

惣菜スタッフに聞くと、精肉部門から黒毛和牛のミンチを移動して野菜、調味料を混ぜてパン粉をつけて揚げたもの。鮮度の悪いミンチを使えば臭いがでるがこのメンチカツは臭いは一切ない。それだけ鮮度がよい証拠だ



#### 手作りコロッケ 1個 158円

黒毛和牛とローズポークの合い挽き肉を炒め、男爵芋を加えパン粉をつけて揚げたもの。男爵芋は一加工されたものを使用し店内で合わせている



#### 4. 代替肉バーガー

惣菜売場では「BEYOND BURGER」498 円(税込み 537 円)で販売。

冷凍ケースではコレステロールゼロ、トランス脂肪酸ゼロ、脂質 50%OFF、グルテンフリー、大豆不使用の「BEYOND BEEF(200g)」が 580 円。同じ内容の「BEYOND BURGER(70g×2)」を 580 円で販売。冷凍と惣菜の 2 温度帯で代替肉製品を販売している。

「BEYOND BURGER」 1 個 498 円

BEYOND BURGER はインスタアベカリー売場ではなく、惣菜の洋食プレートの隣で販売している。内容が分かるように「BEYOND MEAT」のシールが貼られている



代替ミートパティだけでなく、確認はしていないが、バンズも食感から「ビーガンバンズ」を使っているようだ。バンズはもちとした食感で、ボリュームもたっぷりです。

製品



## 5. カフェ「DELY BREAD」

DELY BREAD はベーカリー部門が運営するカフェ&バー。57 席のイトイン構えカフェメニューを提供している。モーニングメニュー、アフタヌーンティー、バータイムと違ったメニューを提供

ミールメニューレギュラー(11時~19時)

ミールはカレー、パスタ、グラタン、ラトウイユ、ボルシチなどを提供



デザート、ドリンクメニュー

デザートはティラミス、パンケーキ、アフタヌーンティー、ジェラート  
ドリンクはコーヒー、紅茶の他にスムージーの品揃え増やした



お客の TPOS に合わせた 4 温度帯の品揃え

米飯、スナックに関しては「今すぐに食べる＝ホット」、「今日中に食べる＝常温」、「明日、明後日に食べる＝チルド」、「いつか食べる＝冷凍」。このように、4 温度帯の商品を工夫すればより豊かな食生活ができる。さらに「4 温度帯の品揃え」に「カフェ、フードコート」が加わればお客の選択の幅が広がるだけでなく、飲食機会も広がる。冷凍食品も充実しているが、「フードロス対策」ではなく「おいしさ」を最優先すべきである。「おいしさ長もち」の時代になっている。