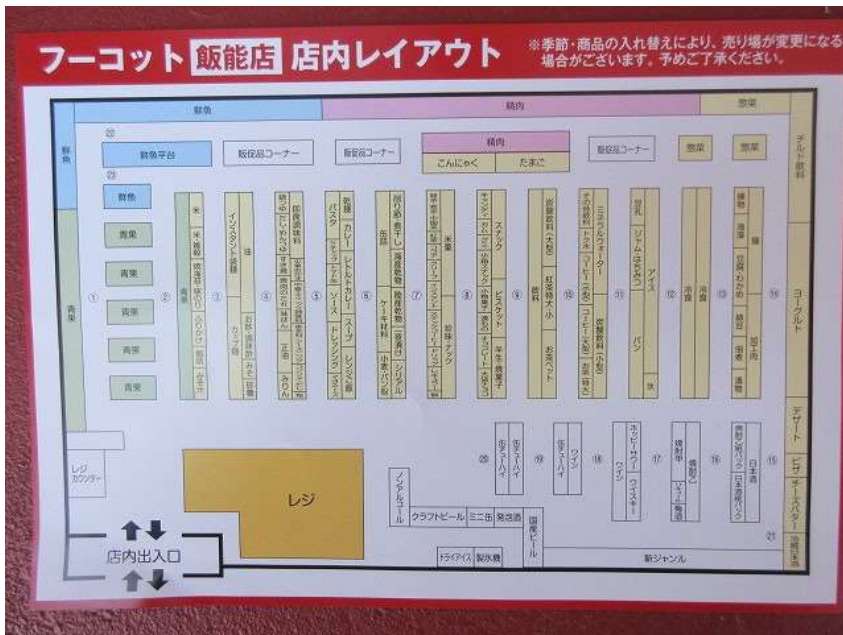


フーコット 飯能店 惣菜、フロアー編

2021年8月
 城取フードサービス研究所
 城取 博幸



ヤオコーのディスカウント業態フーコット（Food cost performance market）が8月3日（火）飯能にオープンした。



フーコットの目指したものは

ヤオコーは「ミールソリューション、ライフスタイル型スーパーマーケット」から「コモディティ型ディスカウントストア」にも本格参入した。付加価値を高めたRTC、RTH、RTEを得意としていたが、フーコットは料理素材の「RTS（レディ・トゥ・セレクト）」を強化した店だ。エイビーのノウハウを生かし具現化させた。「実験ではなく実行」に移された。ヤオコーの鮮度、品質保証が付いたディスカウントストアである。

レイアウトから見る強化部門

店の出入口は一カ所のワンウェイコントロール。コンコースを逆流する客はあまり見られなかった。長方形のシンプルなレイアウトで通路幅も十分確保しているため買いやすい。レイアウトは青果から始まり、鮮魚、塩干、精肉、惣菜、日配品、酒へと続くスーパーマーケットの標準的なレイアウトだ。大型店であるため、酒売場、ドライ食品、菓子、雑貨の売場スペースの十分確保できている。特に酒売場はスーパーマーケットとしては最大級の売場だ。ドライ食品の売場も Gondra ごとにメリハリをつけおもしろい売場を構築した。

生鮮3品はアウトパック対応

野菜、くだもの、鮮魚、塩干、精肉はすべてセンターアウトパック商品で品揃えした。くだもの売場にはカットスイカはあるがアウトパックのようだ。鮮魚売場の真さばの丸魚売場には「当店の鮮魚部門は、センターで加工しているため、調理加工はお受けできません」とバックヤードを持たないことをお客に告知している。そのため、刺身の盛り合わせなどの商品の品揃えはない。その代わりにセンター加工のまぐろの柵切りやかつおの柵切り、サーモンフィレはよく売れているようだ。

精肉売場もインスタ加工はないが品揃えは充実している。ステーキは「オーストラリア産 牛肩ロースステーキ用 100g 129円」、「アメリカ産牛サーロインステーキ 100g 249円」「国産和牛サーロインステーキ用 100g 599円」と幅広いお客に対応した品揃えを行っている。

惣菜はフーコット独自の商品開発

惣菜部門は、第三コーナーの左側に冷蔵ケースを配置し、食品メーカー（グローバルフーズ、ミツヨシライス）の商品を陳列。中央部分にはインスタ製造の「海鮮ちらし 498円（特売）」、「にぎり寿司 598円」を陳列。常温平ケースを2台設置しインスタ製造の商品を低価格で提供。平台手前は揚げ物、ヤオコー名物の「鶏唐揚げ」「鶏半身揚げ」498円も販売されている。奥の平台はピザ、デニッシュパン、弁当、丼、カレーなどの米飯を集めた。正面にはホールピザ 450円（特売）を大陳、鶏唐揚げ弁当 298円（特売）、ハンバーグ弁当 398円、うな重 500円。丼プレートは、かつ重 298円、唐揚げ炒

飯 398 円、ロースかつカレー330 円、からあげカレー330 円とプライスゾーンを 298 円～398 円に集めて魅力的な品揃えをしている。ヤオコー本体の品揃えとは異なりフーコット独自の商品開発を行っている。

日配部門 8 白の価格と陳列位置に注目

日配部門のレイアウトは第 3 コーナーから第 4 コーナーにまとめてゾーンニングした。主なアイテムの最低価格は、①充填豆腐 150 g × 3 69 円、パック豆腐 300 g 28 円、②ゆでうどん 180 g 29 円、③白菜漬け 250 g 139 円、④生竹輪 5 本入 69 円、⑤無調整牛乳 1ℓ 155 円、⑥プレーンヨーグルト(特売) 99 円、⑦たまご 不揃い 10 個入 特売 99 円(1000 パック限り)、⑧食パン 6 枚、8 枚 69 円。納豆三段重ねはタレ、辛子なしで 45 円。陳列場所は最下段ではなく 3 段目から最上段にかけてだ。冷蔵保存の必要のない玉子、こんにゃく、豆乳は常温で販売している。豆乳は海外ではパレット販売など大陳を行っている店もある。玉子も高速回転していれば常温販売でも問題はない。このように冷蔵ケースを極力使わないでランニングコストカットを行っている。

ドライ食品の品揃えは調味料、飲料、酒を強化

ドライ食品のレイアウトを見ると Gondola レーンごとにメリハリをつけている。広めの売場はカップ麺、インスタント麺、油(食用油、オリーブオイル)、缶詰、乾燥珍味、ナッツ、飲料、水、炭酸飲料、酒売場だ。特に料理に使う調味料、業務用の大容量パックを Gondola 下段に品揃え。レストラン用 1 k g パスタは 185 円、トルコ産スパゲティ 1 k g 199 円、輸入のオリーブオイルは 3 尺縦割りで 399 円、菓子コーナーではピーナツ大袋 680 円、柿の種大袋 680 円などのお徳用大袋の品揃えが目立つ。ヤオコー本体はワインに力を入れてきたが、この店は焼酎、カクテル類の売場を拡大。

また、「野菜+精肉+調味料」「酒+水、炭酸飲料、乾燥珍味の関連」を注意して見るとおもしろい。店の意図する売場を見ることができる。

効率、省エネ面では、ハイ Gondola を活用し最上段にストックスペースを確保し補充動線を短くしている。酒類やペット飲料や水は常温販売を行いコスト削減。

ローコストオペレーションを支える仕組み

スーパーマーケットの生命線である生鮮 3 部門は自社センターのアウトパック商品で対応。陳列に要するコストはかかるが加工にかかるコストや設備費を大きく削減。惣菜売場の米飯(弁当、丼)、生寿司(海鮮丼、握り寿司)、ピザ、パンはインストア製造。売場は常温平台 2 台に限定した。冷蔵のおかず、寿司弁当はアウトパックとした。ドライ食品はキャスター付きの什器をエンド部分に使い大量陳列を可能にした。Gondola ケースの最下段は、段ボール販売、投げ入れのジャンブルケースを使用し効率的な陳列も

可能にした。

また、「当店の清算は現金のみです クレジットカード、ギフト券、ポイントカードのお扱いがない分、価格を安くしています」と告知。カード手数料やポイント分を価格に転嫁して安く販売できる仕組みを作っている。ビールや飲料類、玉子、こんにゃく、豆乳など冷蔵販売する必要がないものはお客には多少不便をかけても常温販売を行った。納得のいく価格であればお客も認めてくれるであろう。

フーコットは素材型の店

低所得者＝ディスアウメントストア、高所得者＝高級食料品店の構図はあまり当てはまらないと思う。それはお客の TPOS で店を選ぶ。新鮮な青果物、魚、肉の鮮度、魚種、惣菜の品揃え、調味料の品揃えなど気になる商品や品揃えで客は店を選ぶ。

商品分析



男爵コロッセ（牛肉入り）3個 149円（本体価格）

バラ販売ができないためコロッセはパック販売を行っている。少し甘めのおやつコロッセだ。衣はサクサクで上手に揚がっている



ローズかつ重 298 円

これはフーコット仕様のかつ重のようだ。ローズ肉のボリュームは少ないが、だしの味がよく丁寧に手作りされている。見た目もおいしそうに見える



にぎり寿司1人前 598 円

巻寿司、いなり、助六寿司はアウトパックであるが、海鮮丼、にぎり寿司はインストアで製造。にぎり8貫+卵焼き 寿司ネタの鮮度、色はよい。シャリは夏であるためか少し酸味が強い



からあげ炒飯 398 円

「国産米 X0 醬のコク」パラパラ炒飯の上に二分の一にカットされた鶏唐揚げをトッピング。ボリュームも十分で食べ応えある。



おはぎ粒あん 2個 198 円

「北海道産小豆 100%使用 十勝おはぎ」消費期限は常温でD+1。このおはぎもフーコット仕様のようだ。甘みが少し強いため常温でも2日間販売できる。



ポテトサラダ（小） 149 円

「国産じゃが芋使用」のグローバルフーズ製造商品。夏であるためか酸味を強くしてあるように思われる。壁面の冷蔵ケースのおかずはグローバルフーズが担当。



焼きそば 198 円

「まちなの屋台風ソース焼きそば」。昔懐かしい味でファンは多いと思う。野菜、肉は少ないがフードノスタルジーを感じさせる商品だ。このボリュームで 198 円は昔の価格を維持している



ミニパン・オ・ショコラ 10個入 278円

惣菜の米飯平台でピザと一緒に販売されているインスタ焼成のミニパン。税込み1個30円は安い。消費期限は常温販売でD+2も魅力だ



レッドチェダーチーズ 800g

チーズコーナーの最下段にアメリカ産のブロックチーズが3種類販売されている。価格は800gで999円の破格値だ。



冷凍 大盛カツカレー 299 円

冷凍食品の殆どはNB商品だが、大盛カツカレーは徳島県の(株)ヨシダの商品を販売。
NB商品は見慣れているが、冷凍野菜の徳用パックとローカルメーカーの商品は目に付く。