



QRコードから体験版を受講することができます



スーパーマーケット 部門知識コース 鮮魚編

鮮魚部門に必要な基礎知識を幅広く学んで頂き、新人から若手社員を現場の即戦力として育成することがねらいです。売場の特徴から取扱商品、陳列手法や演出の仕方、利益を出すための計数の考え方、一日の業務の流れなど、網羅的にポイントを押さえて学習することが可能です。

受講料：1人 5,500円(税込)

受講期間：4か月 (収録時間50分程度、WEBテスト20~30問)

動画を見ながら学習します

2. 鮮魚売場の商品

■ 商品展開

鮮魚	丸魚
塩干加工品	淡水魚・するめいか・やしいか・さば・あじ・いわし・さんま・ニシン・ふくらぎ・いなだ・真がれい・黒がれい・砂がれい・ほっけ・キンキ・はたはた・そい・ごっこ・ます・タイ・なまこ・ほや
	ぶり切身・タラ切身・塩タラ切身・かれい切身・カジキ切身・かすべ・銀だら切身・メロ切身・アンコウ・かじか・赤魚・秋鮭・銀鮭・時鮭・アトランティックサーモン・たち・生筋子・生たらこ
	切身 魚を適当な大きさに切ったもの
	刺身 新鮮な魚を生のまま薄く小さく切ったもの
	貝 貝殻をもつ軟体動物
	海藻 海に生える藻類

では、鮮魚と塩干加工品ごとに、どのような商品展開をしているのか見ていきましょう。

まずは鮮魚です。

丸魚は、頭の前から尾の先に至るまで、全ての部位が揃っている魚のことです。淡水魚やすするめいか、あじ、さんまなど、丸魚として販売しています。

切身は、魚を適当な大きさに切ったもので、すぐに料理ができる商品です。ぶりの切身、タラの切身などです。

刺身は、新鮮な魚を生のまま薄く小さく切ったものです。醤油・わさびなどをつけて、そのまま食べることができる料理名を指すため、切り身とは異なります。まぐろ、はまち、タイなどが販売されています。

貝は、貝殻をもつ軟体動物です。しじみ、あさり、はまぐりなどです。

海藻は、海に生える藻類のことも指し、生わかめ、昆布、もずくなどがあります。

3. 鮮魚の取り扱いに必要な知識と技術

■ 鮮度・衛生管理

①適切な鮮度管理
魚種や形態により、それぞれの鮮度管理を徹底する

<鮮度管理の例>

- ・生魚 → 適切な水洗い
- ・生魚 → 冷凍水処理
- ・冷凍魚 → 適切な解凍



②異物混入の防止

作業着をルール通りに着用、チェック体制を確立する



では、続いて鮮度・衛生管理について学んでいきましょう。魚を新鮮かつ安全な状態でお客様にお届けするためには、鮮度や衛生管理が重要です。主なポイントを4つ押さえます。

1つめ、商品に応じた適切な鮮度管理です。生魚や冷凍魚、さらに魚種や形態により、水洗いや冷凍水処理、また解凍が必要であったり、処理は種々です。それぞれ確認して行なわれなければなりません。

2つめ、異物混入の防止です。異物混入対策の基本は作業着のルール通りの着用とチェック体制の確立です。日本のルールをしっかり守って、確実に動くことが重要です。

4. 売場づくり

■ 仕器の活用

③冷凍ケース



基本的に袋詰めでの取り扱いが多く、カニや丸魚はパックで販売

真空パックでの冷凍品も増加

下処理や加工が施された魚、貝類・甲殻類・イカ、半調理済み製品など、多彩

層付きの冷凍ケースが主流



次に、冷凍ケースです。冷凍商品の品揃えは毎々増加傾向で、冷凍ケースの活用も増えています。

お客様のニーズに対応するため、下処理や加工が施された魚、貝類・甲殻類・イカ、半調理済み製品など、多彩に取り扱われています。

温度管理を維持するため、層付きの冷凍ケースが主流です。

販売形態は、基本的に袋詰めでの取り扱いが多いですが、カニや丸魚はパックでの販売も増えています。

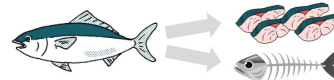
最近では、真空パックでの冷凍品が増加しており、解凍すると鮮度が良い状態で使用できます。お魚の冷凍販売も変わって来ているように見えます。

6. 部門の計数

■ 歩留まり

生鮮売場では、仕入れた材料が全て商品化されるわけではない。

歩留まり率



仕入れた材料から余分なものを取り除いた、正味量で原価を把握する必要があります

「歩留まり」とは、魚の取り扱いの必ず使う考え方です。

生鮮売場では、仕入れた材料の全てが、商品化できず残りが多くなります。

鮮魚売場でも、例えば魚を3枚おろすと、骨や頭などの商品にしない部分が出ます。この部分を除き、商品にする部分だけを考えると、丸一匹の重量の半分程度になってしまいます。

このように、仕入れた材料から、商品にしない部分のものを取り除いた正味の量で、原価を把握する必要があります。

これが歩留まり、という考え方です。そして、使える量としてどのくらい残るか、この比率を「歩留まり率」といいます。

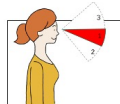
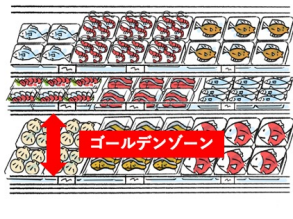
5. 陳列と演出の基本

■ 陳列と演出の基本

②ゴールデンゾーンを活かす

多段ケースの場合、**下段がゴールデンゾーン**

季節品や売込み商品などは下段で陳列することにより、お客様の目に付き、売れるようになる



ゴールデンゾーン (ゴールデンスペースともいう)

最も有効な商品陳列の範囲。人間にとって最も見やすい位置 (ゴールデンライン) = 目線より20度下がった部分。ここから上に10度、下に20度の範囲。

2つめ、ゴールデンゾーンを活かしましょう。

ゴールデンゾーンとは、簡単に言うとお客様が最初に自然に目に入る場所、最も有効な商品陳列の範囲です。

壁面などに生魚や干物などを陳列している多段ケースの場合は、下段がゴールデンゾーンになります。

季節品や売込み商品などは下段で陳列することにより、お客様の目に付き、売れるようになります。

※画像はコンテンツの一部です

各セクションの後に確認テストがあります

全てのセクションの学習後、修了テストを受講します

1. 鮮魚売場とは

鮮魚売場が店舗の中でどのような位置づけにあるのか、4つのポイントを確認しましょう。

2. 鮮魚売場の商品

鮮魚売場で取り扱う商品について、分類ごとに学習していきましょう。

3. 鮮魚の取り扱いで必要な知識と技術

季節ごとに旬の魚の知識や、魚のさばき方などを学んでいきましょう。

4. 売場づくり

品揃えや商品の配置、什器の活用など鮮魚の売場づくりについて学習しましょう。

5. 陳列と演出の基本

売場を作る際の陳列と演出の基本的な考え方や手法を学習しましょう。

6. 部門の計数

価格を設定する際に必要な考え方、売価の設定方法を学習します。

7. 1日の業務の流れ

鮮魚売場でどのような作業が行われるか、1日の業務の流れを確認しましょう。

8. 専門用語解説

鮮魚売場で使用する専門用語を確認しましょう。

9. 主な使用器材

鮮魚売場で使用する主な器材を確認しましょう。

修了テスト

※各セクションの後に確認テストがあります。

コース概要

受講料	1人につき5,500円(税込)	受講期間	4か月(収録時間50分程度、WEBテスト20~30問)
受講方法	ASP版提供	学習対象者	新入社員向け(入社して半年から1年ほど)

動作環境

【パソコン】

OS: Windows 10/11、macOS 10.15以降
ブラウザ: Windows [Microsoft Edge, Firefox, Chrome]、Mac [Safari]
※Windows 8.1以下およびInternet Explorerは、動作保証外となります。
※シンクライアントなど仮想デスクトップ環境は、動作保証対象外となります。

【タブレット、スマートフォン】

OS: iOS 14以降、iPadOS 14以降、Android 9以降
ブラウザ: iOS/iPadOS [Safari]、Android [Chrome]

【通信環境】(パソコン、タブレット、スマートフォン共通)

2Mbps以上(4Mbps以上推奨)
※2Mbpsを下回る通信環境では再生できない場合があります。

内容・お申込みに関するお問い合わせ先

TEL: 03-3565-3729

【受付時間】9:00~17:00(土日祝祭日を除く)

株式会社日本コンサルタントグループ メディアセンター

〒161-0033 東京都新宿区下落合三丁目16-14

FAX: 03-3565-0961

MAIL: bel_sales@niccon.co.jp WEB: <https://www.niccon.co.jp/elg/>



お申し込み
ページはこちら!



弊社では、経営コンサルタント業務における商品、関連するアフターサービス、新商品・サービスに関する情報をお知らせする目的で、個人情報を保有しております。いただいた個人情報は、お問い合わせ内容に関するお答え、必要に応じた資料送付などに利用いたします。また今後、前述の目的にも利用いたします。

個人情報の取り扱いに関するお問い合わせ先 営業本部: 03-5996-7541

本資料の記載内容 2024年4月現在