



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 惣菜編



惣菜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。売場の特徴から商品の品揃えやゾーニング、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

1. 惣菜売場とは

POINT2 ゾーニングと品揃えの的確な判断が重要

商品カテゴリー別目標とする利益率
~2022年 スーパーマーケット年次統計調査より~

	利益率
青果	23.0%
水産	28.2%
畜産	28.2%
惣菜	37.4%
日記	22.4%
グロスアリー	19.2%
非食品	20.9%



2つめのポイントです。
「2022年 スーパーマーケット年次統計調査」によると、惣菜売場の利益率は、37.4%と、最も高い利益率になっています。
この高い利益率を維持するためには、来店するお客様のニーズにあったゾーニング、品揃えをすることが大切です。
どんな商品を、何ごろ、どの程度どのように店頭と並べるか、的確に判断することで、多くのお客様に購入していただくことができます。

2. 惣菜売場のゾーニング



基本のゾーニングをベースに、例えば、午前中は煎餅当り・弁当などの惣菜メニューを拡大し、午後にはコロッケ・フライ・唐揚げ等の夕食のおかず系を拡大するなどの対策をしています。
さらに、パックのサイズは、午前中は小型パック、午後には中型パックを中心に品揃えをして販売します。

3. 品揃え

■ 時間帯別 来店客層と売れる商品

	10:00	12:00	14:00	16:00	21:00
開店直後	来店直後	昼ピーク	夕方ピーク	閉店間際	閉店間際
来店客層	比較的時間に余裕のある年配者	徒歩で5分程度内の客層	若い主婦層	一般の主婦層	單身者や男性客
売れる商品	1~2人前サイズの惣菜	店舗立地のニーズに合った惣菜	スナック類や夕食のおかず一品	夕食用のおかず類	惣菜用のサイズと惣菜用
	・和風惣菜 ・天ぷら ・煮物	・店舗立地に合う弁当 ・惣菜 ・フライ	・たこ焼き ・唐揚げ ・惣菜 ・焼き物	・唐揚げ ・惣菜 ・サラダ	・焼き弁当 ・カツ ・おでん

次に夕方のピーク時です。一般の主婦層がメイン顧客で、夕飯用としてカツ、フライ、中華、焼き物、唐揚げ、煮物、サラダといったおかず類と主食の1~2人前が売れます。
次に夕方のピーク後です。單身者や男性客が増え、惣菜用のサイズを中心に、カツ、フライ、中華、唐揚げ、煮物、おでん、弁当、サラダがよく売れます。
最後に閉店間際です。この時間帯はコンビニの惣菜と競合します。おにぎり、焼き弁当、惣菜のカツ、フライ、唐揚げ、サラダ、グロスアリー。また取組用も含めてサンドイッチ、おでんも売れます。

6. 惣菜売場の陳列と演出

■ 主力商品・新規商品の訴求

- 主力商品をアピールする
- ✓ 類似商品を絞り込んで2SKU以上の品揃えにする
 - ✓ 商品のフェイスを確保する
 - ✓ 下段に陳列する



SKU : Stock Keeping Unit
パックサイズ上、それ以上分けられない最小の管理単位

“今日の売り込み商品は何か”ははっきりと見ることが大切

主力商品・新規商品の訴求力を向上させましょう。
お客様の目に留めてほしい主力商品の訴求力は、陳列方法やPOP等を活用した演出で目立たせます。
まずは、当日の主力商品は、類似商品を絞り込み、大パック、小パックなどの2SKU以上の品揃えを行います。
SKUとは、ストックキーピングユニットの略で、パックサイズ上、それ以上分けられない最小の管理単位のことをいいます。
そして、陳列する際は、商品のフェイスを確保して、下段に並べます。今日の売り込み商品は何か、はっきりと見ることが大切です。

7. 部門の計数

■ 惣菜部門の計数の特徴



荒利益高・荒利益率が高い 理由として、
①比較的、加工度が高く付加価値が付けやすい
②当日売切り商品が多いため、ある程度の値入を設定しないと利益が取りにくい



ロス管理の徹底 適正な製造数・発注数、仕組化された値引き等を実施する
・想定を上回るロス→下げる努力をする
・想定を下回るロス→製造数や発注数を増やす



多くの人員を必要とする
・ムダな動作を減らし効率をアップさせる
・整理・整頓を行う
・適正な人時計画を行う

3つめ、惣菜売場は、他と比べると多くの人員を必要とします。高い荒利益であっても、人件費を多く要している場合、最終的な利益の確保はできません。
ムダな動作を減らし効率をアップさせる、整理・整頓を行い、どこに何が在るのかを誰でも分かるようにする、人時計画を適正に行うなど、生産性を向上させることが大切です。

※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. 惣菜売場とは

惣菜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. 惣菜売場のゾーニング

基本的なゾーニングについて学んでいきましょう。ゾーニングとは、商品を分類して売場の配置や区画を決めることです。

3. 品揃え

品揃えをする上での商品区分や、時間帯別、平日・週末別に必要な品揃えについて確認していきましょう。

4. 商品管理のポイント

惣菜売場で必要な4つの管理、ロス管理、品質管理、鮮度管理、衛生管理について学んでいきます。

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. 惣菜売場の陳列と演出

主力商品と新規商品の陳列や演出、お客様の状況に応じた棚割りなど確認していきます。

7. 部門の計数

利益を出すための知っておきたい惣菜部門の特徴や、利益率の目安、営業指標などを確認していきましょう。

8. 1日の業務の流れ

惣菜売場では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。

9. 専門用語解説

惣菜売場で使用する専門用語を解説します。

10. 主な使用器材

青果部門で使用する機材について理解しましょう。

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