

# キッチン商品 利益拡大への道

## 社会の変化を受けやすいカテゴリー

日本の人口は減少局面に入っており、これは食品を含む生活必需品の消費に大きな影響を与える。加えて、食の簡便化が進み外食や総菜、弁当などを持ち帰り自宅で食べる中食の傾向も進んでいる。こうした状況を受け、家で調理やそれに伴い後片付けをする習慣は今後一層減少するものとおもわれる。

台所仕事は掃除、洗濯と並んで三大家事のひとつであり、これに関連する商品は日々の便利な生活をサポートするドラッグストアの重要カテゴリーである。家事を楽にする機能性の高い商品の品揃え、値ごろ感のあるプライシングは来店頻度や買上点数に影響する。

この企画では、社会の変化を受け需要減が起こりやすいキッチンカテゴリーにおいて、地域生活者の利便性を高めるための品揃えや売り方について考える。





## CONTENTS

ストレス解消が売上拡大につながる〈ライオン〉	34
交差比率を使った棚割提案〈ジェムコ〉	37
POBで見る購買者動向	40
SNSから見えるキッチンライフ	42
売場調査から考える利益最適化策	44
【編集部提言】	51

# ベンダーの分析・提案〈ジェムコ〉

## 商品の機能性を理解してもらうことが重要 交差比率を棚割の設計図づくりに活用する

食器洗い用のスポンジや食品にかぶせるラップ、ごみ袋など「台所用消耗品」は、洗剤と並んでキッチン関連カテゴリーの中では市場規模の大きな領域である。また、機能性の高い商品も多く情報発信が重要となる。このカテゴリーの利益を最大化するためには何が大切か、日用品の大手中間流通業ジェムコに取材した。

〈取材協力〉株式会社ジェムコ 未来開拓部 新業態開発 次長 鈴木 伸明氏



ジェムコ展示会より

### 「ラップ・ホイル」「ポリ袋」は 台所消耗品の2大カテゴリー

家庭日用品の中間流通業ジェムコ（本社／群馬県佐波郡、代表取締役 黒田克己氏）では、調理器具から食器用洗剤、スポンジなどキッチン回りの日用品を幅広く扱っている。今回はその中でも同社が「台所消耗品」と位置付けるカテゴリーについて取材した（台所用洗剤を除く）。

図表1は台所消耗品を構成するカテゴリーと市場規模および有力小売業が各カテゴリーにどの程度のスペースを割いているかを示している。この中では「ラップ・ホイル」カテゴリーの市場規模がもっとも大きい。ラップ・ホ

イルカテゴリーにはラップ、アルミホイルに加え、いずれも構成比はひと桁だがジッパーバッグ、クッキングシートなどが含まれる。

食品保存やレンジアップの際に使用されるラップはこのカテゴリーの中で約60%を占める主要アイテムで、素材別に「ポリ塩化ビニリデン」(84.4%)、「塩化ビニル樹脂」(その他と合わせ6.1%)、「ポリエチレン」(9.5%)の3つに分類できる(カッコ内はラップ内金額構成比／2018年インテージSRI)。

ポリ塩化ビニリデンは分子間の隙間が小さくバリア性が高いので、ニオイ、湿気、空気を通しにくく耐熱性も高い。サランラップやクレラップなどシェ

アの高い有カブランドがこの素材を使っている。コストがかかるので他素材の商品と比べると単価は高くなる。

塩化ビニル樹脂は伸縮性と耐久性が高いのが特徴。よく伸びて丈夫なので食品スーパーで生鮮食品をラップしたり、麺類の出前で器にかけたり業務用として使われることが多い。

ポリエチレンはもっとも安価で酸素を通しやすい特性がある。耐熱性は弱いので電子レンジには適さないという難点もあるが、酸素を通しやすいので野菜や果物など鮮度を保つために酸素の供給が必要な食材には向いている。コストが低いのでプライベートブランド(PB)商品の素材に使われることが多い。

〔図表1〕台所消耗品市場規模と小売業の売場状況

カテゴリー	ポリ袋	ラップ・ホイル	たわし・布巾	家庭用炊事手袋	アルミ成型品	油処理キッチンペーパー	台所用洗剤	合計
市場規模(億円)	696	779	203	95	100	240	800	2,913
金額構成比	23.9%	26.7%	7.0%	3.3%	3.4%	8.2%	27.5%	100.0%
交差比率(推計値)	450	250	165	170	120	180	170	
DgS A 棚本数(3尺)	4	4	2	1	2	3	7	23
DgS A 売場構成比(%)	17.4	17.4	8.7	4.3	8.7	13.0	30.4	100.0
DgS B 棚本数(3尺)	2	4	2	1	4	2	5	20
DgS B 売場構成比(%)	10.0	20.0	10.0	5.0	20.0	10.0	25.0	100.0
DgS C 棚本数(3尺)	2	3	1	1	2	2	3	14
DgS C 売場構成比(%)	14.3	21.4	7.1	7.1	14.3	14.3	21.4	100.0
HC D 棚本数(4尺)	7	5	5	2	5	2	7	33
HC D 売場構成比(%)	21.2	15.2	15.2	6.1	15.2	6.1	21.2	100.2
SM E 棚本数(3尺)	3	2	2	1	1	1	2	12
SM E 売場構成比(%)	25.0	25.0	10.0	2.5	0.0	12.5	25.0	100.0
DS F 棚本数(3尺)	1	0.7	0.6	0.4	0	0.3	3.0	6
DS F 売場構成比(%)	16.7	11.7	10.0	6.7	0.0	5.0	50.0	100.0

店舗調査および各種データをジェムコまとめ(2018年)

2番目の市場規模を持つ「ポリ袋」とはごみ袋や流しに置く水切り、保存用のポリ袋を指す。ごみ袋は一般的なごみ袋のほかに自治体など行政が指定したものがあり、その金額は図表1には入っていない。別データでは行政指定袋は約172億円という数値があり、相当な額になる。自治体によって異なるが行政指定や認定の製造、流通経路があるため図表からはあえて外してある。

### バラエティ豊かなスポンジ ニーズ減傾向のアルミ成型品

「たわし・布巾」カテゴリーの主要アイテムは食器洗い用のスポンジである。スポンジには持ちやすく力の入れやすいハードタイプ、折り曲げて食器の縁など洗えるソフトタイプ、表面にネットを付け汚れをかき落とすネットタイプ、近年使用者が増えているメラミンタイプ、昔ながらのヤシの実の繊維を使ったパームタイプなどがある。

金額構成比ではハード、ソフト、ネットが約6割を占める(2018年イン

テージSRI)。その他主要なアイテムでは、メラミン8.4%(同)、パーム3.4%(同)、PB10.8%(同)となる。

「家庭用炊事手袋」には「薄手」「中厚手」「厚手」、デザインなどを工夫した「付加価値」といったサブカテゴリーがある。薄手と中厚手で5割以上の構成比となる。

「アルミ成型品」とは、コンロの周囲にアルミ製のボードを立てて油はねを防ぐ商品などである。レンジガードとも呼ばれる。油がはねやすい天ぷらや揚げ物のときに使うことが多く、揚げ物は近年スーパーの総菜を買う人が増えたこともあり、近年は売場を縮小する小売も多い。

「油処理」は揚げ物や天ぷら用の油を固める素材や油汚れを拭くシート材などで構成される。

### 情報発信、プロモーション用に フリー棚の設置を提案

台所用消耗品に属するアイテムは、前段で説明したように、機能や特徴によっていくつかに分類される。それぞ

れの機能は専門性が高く、買物客はそれを理解していないことが多い。

「台所用消耗品は特徴を知ったうえで実際に触って見ないと違いがわからない商品が多いです。ラップにしても3つの素材の違いやそれぞれが何に適しているかを知っているお客さまは少ないでしょう。炊事用手袋の厚さは触って確かめないと実際の使用感がつかめません。こういった商品は売場にテスターを置くことも必要だとおもいます。弊社が提案しているのは、定番棚の中に1本、商品販売を目的としないフリースペースを置いて商品に触って確かめてもらう、あるいは情報発信やテストングにより新商品のプロモーションをすることです」(鈴木伸明氏)

厳しい競争の中で棚効率を下げるようなリスクを冒したくないというのが小売業の本音だろう。しかし、台所消耗品は機能性の高い商品が多いので、情報発信することで、高機能高単価商品を納得して購入するお客が増え、カテゴリーの収益性が向上する可能性が高まる。

棚1本分のフリースペースを取る余

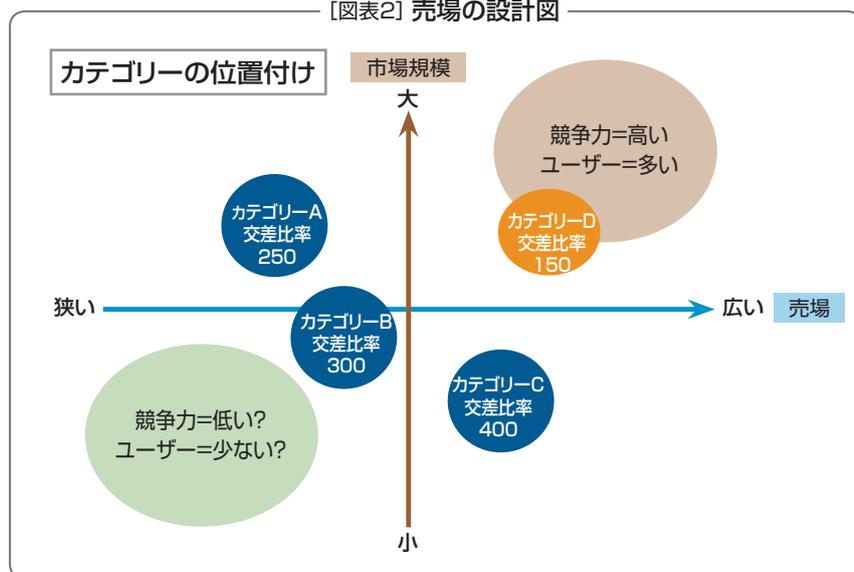


台所流し用の水切り。三角コーナー用や排水口用、除菌、抗菌など機能はさまざま



炊事用手袋売場。厚さ、長さに加えて肌触りや色、柄など選択肢は多い

【図表2】売場の設計図



ジェムコ作成

裕がなければ、高機能で高単価の商品にテスターや説明ボードを付けるなどの工夫も有効ではないか。

ラップに関していえば、ポリエチレン製の低価格PB商品を購入して、電子レンジで加熱してラップが溶けたなど不満を感じる人は多い。素材による適切な用途を知らなければ、ラップだけでなくPB全体や企業への不満、不信にもつながるので、情報発信による適切な商品理解は重要である。

### 交差比率を 棚割の基準にする

ジェムコでは棚割をつくるときに基準となる指標が必要だと考え、交差比率※をその指標にすることを提案している。図表2はジェムコの考える売場の設計図だ。横軸に売場スペースを、縦軸に市場規模を置いて、4象限で考えている。各カテゴリーの基準となる交差比率を最初に設定し、棚割を決めることでその交差比率に近づけるような売り方をする。

たとえば、カテゴリ-Dは、市場規模が大きくて売場スペースを広く取っているので高い商品回転率が見込める。最初に交差比率を設定していれば

大体の粗利益率や売価も決まる。交差比率150に設定しているということは、利益よりは高回転で集客を狙っており、下段で大陳する売り方が考えられる。

このようにジェムコでは交差比率を決めることで効率的で全体最適につながる売り方、売場づくりを設計することを提案している。その他、同社が設計図で重視する点は「商圈に合わせた品揃え、組合せ」「都市型か郊外型か」「競合店および競合店の業態」「強化カテゴリー、見切りカテゴリーの見極め」などである。

競合店の業態に関しては、地方で店舗が少なく同一圏内でドラッグストア(DgS)、ホームセンター(HC)が競合する場合、DgSがHCのシェアを取るためには台所関連品の品揃えを厚くしなければいけない。

たとえば、アルミ成型品は商品が大きく売場スペースをとるうえ、家庭内で揚げ物の調理、あるいは調理そのものが減少してニーズは低下傾向にある。とくに「食」を強化しているスーパーでは家庭用品の売場縮小に伴い、アルミ成型品をまったく扱わない企業も最近見受けられる。

アルミ成型品のチャンネル構成比の

半分はHCだが、自店がDgSで競合する業態がスーパーであれば、限られた売場であってもあえてアルミ成型品の最低限の品揃えをすることで日用品を網羅する店舗イメージを与えられる。また、大型商品の陳列がスペース的に難しければ、写真などを掲示して客注を受けられる仕組みを採用することでお客の利便性は上がる。

これはアルミ成型品だけでなく、ほかのカテゴリーにもいえること。商圈内のライフスタイル、競合との戦い方を考え品揃えの設計図をつくる必要がある。

### 異なるメーカーの異なる商品を 組み合わせて併買促進する

ジェムコで現在考えているのは、「A社のAの商品」と「B社のBの商品」とを組み合わせて使ってもらうことで利便性が上がり併買を生み出す売り方だ。

たとえば、浸け置き洗いを推奨する台所用洗剤と水をためるボウルを併買する。手に付くとニオイが気になる塩素系漂白剤と炊事手袋を同じ売場で展開するなど。

台所用消耗品は機能性が高く説明を要する商品が多い。単品の機能性を説明し、理解・納得して購入してもらうことに加え、組み合わせることで利便性が上がる商品を見つけ出し、適切な情報を付けて併買を促せばカテゴリーの収益性は上がる。

発信すべき情報を探して販促物をつくる。併買促進のアイデアを考えるなどのプロセスではカテゴリーを横断的に見るベンダーの存在は貴重だ。

多くの小売業やメーカーと取引があり、豊富な情報を蓄積したベンダーをカテゴリーコンサルタントとして活用することで、台所用消耗品の販売効率も上がっていくだろう。

MD

※交差比率：儲けを表す指標で、(粗利益率×商品回転率(年))で求められる。粗利益率30%の商品が年7回転すれば交差比率は210%。200%以上が合格点とされる。



## 充実の品揃え、 細かなニーズにまで対応

DgS A店は食品にも力を入れ、高速出店で業績を拡大している企業の関東立地の店舗である。商圏内にはDgS、食品スーパーなど競合が多数出店している。売場面積は約300坪で、調剤薬局を併設。まず、今回の対象となる各カテゴリーにおいて用途欠落はなく、各カテゴリーの細かいニーズにまで対応するような手厚い品揃えをしている。

ポリ袋から見てみよう。売場スペースは3尺棚4本で展開、対象の全22本で計算すると約18%を占める。右下**図表1**にあるようにポリ袋の交差比率目安は

450%で、対象カテゴリー中もっとも高い。主力となるごみ袋は日常生活で必ずといっていいほど使う必需品で粗利益率も高い重要アイテムだ。回転が速いので補充しやすい棚位置、商圏に合わせた入り枚数などはポイントになるだろう。

A店では上段に水切りをフック陳列し、下段でごみ袋を展開するパターンを採用している。水切りは機能性の高い商品が多いのでパッケージを見せて商品理解を促進することも大切。実際、三角コーナー用、排水口用を基本に、自立型、吸盤でシンクに接着させるタイプなど種類は豊富だ(50ページ写真参照)。

三角コーナー(水切り)、ゴミ袋はニオイや小バエが気になる。A店ではポリ袋

の売場に小バエ対策商品、ゴミ箱の消臭芳香剤を展開し併買を狙う。

ゴミ袋は一般的な家庭サイズは45ℓが主流だろうが、近年増えている単身世帯、夫婦二世帯、あるいは家庭で調理をあまりしない世帯も考慮して20ℓ、30ℓなど容量を細かく設定している。手提げ付き、口を結べるタイプなど使い勝手、運搬性を考えた商品も品揃え。半透明、乳白色など色への配慮もある。黒も1フェースありこまやかさが見える。この店舗には行政指定袋はなかった。

下段で比較的廉価な45ℓ50枚入りを陳列し高回転に対応。中段にいくほど大容量、中小容量といった比較的回転の遅いものを陳列している。

## 炊事用手袋

水切りネット	水切りネット	水切りネット	水切りネット
水切りネット	水切りネット	水切りネット	三角コーナー用 水切りネット
食料保存 ポリ袋S	食料保存 ポリ袋M	食料保存 ポリ袋S	冷食保存 ポリ袋
ゴミ袋15ℓ 20枚	ゴミ袋20ℓ 20枚	ゴミ袋30ℓ 10枚	ゴミ袋45ℓ 10枚
トイレ用 サニタリー袋	ゴミ袋70ℓ 10枚	ゴミ袋90ℓ 5枚	ゴミ袋120ℓ 5枚
コーナー用 ゴミ袋100枚	ゴミ袋45ℓ 10枚 黒	ゴミ袋45ℓ 30枚	ゴミ袋45ℓ 30枚

炊事手袋 指先強化						
指先強化 薄手						
やわらか 炊事手袋						
ポリエチレン 炊事手袋						
ビニール手袋 極薄100枚						
ビニール手袋 極薄100枚						

炊事手袋 手(ヒタリ)	炊事手袋 手(ヒタリ)	炊事手袋 中厚手	炊事手袋 中厚手	炊事手袋 中厚手	炊事手袋 中厚手	炊事手袋 中厚手	炊事手袋 中厚手
炊事手袋 中厚手	炊事手袋 中厚手	炊事手袋 中厚手	炊事手袋 中厚手	炊事手袋 中厚手	炊事手袋 中厚手	炊事手袋 中厚手	炊事手袋 中厚手
炊事手袋 M	炊事手袋 M	炊事手袋 M	炊事手袋 L	炊事手袋 L	炊事手袋 M	炊事手袋 M	炊事手袋 M
手肌ケア 炊事手袋	天然ゴム 炊事手袋	天然ゴム 炊事手袋	天然ゴム 炊事手袋	厚手 炊事手袋	厚手 炊事手袋	厚手 炊事手袋	厚手 炊事手袋
炊事手袋 M100枚	炊事手袋 M100枚	炊事手袋 M100枚					
ポリエチレン手袋 M100枚	ポリエチレン手袋 M100枚	ポリエチレン手袋 M100枚					

コーヒー関連商品			
漬物関連商品			
固め油 剤	固め油 剤	固め油 剤	テンプル 固める
クッキング ペーパー	キッチン ペーパー	キッチン ペーパー	キッチン ペーパー
レンジ調理 ペーパー	レンジ調理 ペーパー	レンジ調理 ペーパー	レンジ調理 ペーパー
レンジ調理 ペーパー	レンジ調理 ペーパー	レンジ調理 ペーパー	レンジ調理 ペーパー

キッチン ペーパー	キッチン ペーパー	キッチン ペーパー	キッチンタオル 100枚 2パック
キッチン ペーパー	キッチン ペーパー	キッチン ペーパー	キッチンタオル 100枚 2パック
キッチン ペーパー	キッチン ペーパー	キッチン ペーパー	キッチン タオル
キッチンタオル 50カット 4ロール	キッチンタオル 50カット 4ロール	キッチンタオル 70カット 4ロール	キッチンタオル 70カット 4ロール
キッチンタオル 50カット 4ロール	キッチンタオル 50カット 4ロール	キッチンタオル 70カット 4ロール	キッチンタオル 70カット 4ロール
キッチンタオル 50カット 4ロール	キッチンタオル 50カット 4ロール	キッチンタオル 70カット 4ロール	キッチンタオル 70カット 4ロール

【図表1】  
台所関連商品市場規模と交差比率

カテゴリー	市場規模 (億円)	交差比率 (%)
ポリ袋	696	450
ラップ・ホイル	779	250
たわし・布巾	203	165
家庭用炊事手袋	95	170
アルミ成型品	100	120
油処理・ キッチンペーパー	240	180
台所用洗剤	800	170

2018年ジェムコ推計



## 収益性の上がった食洗機用 人気の泡スプレーを活用

台所用洗剤は食洗機用で1本取っている。食洗機用は高粗利のジェル剤型が発売され効率の上がったサブカテゴリだ。近隣には忙しい子育て世代も多く住むので、収益の期待できる棚である。剤型でいえば最近泡スプレーが人気で、液体タイプと比較して単価も高く棚効率を上げるにはよい商材だ。A店ではキュキュットの泡スプレーを中心に上段の一等地に陳列している。

詰め替えの大容量化が進んでおり、4回分、5回分、7回分といった複数回詰め

替えが下段で大陳されている。

たわし・布巾の主力アイテムは食器洗い用スポンジ。メラミンスポンジはLEC社の「激落ちくん」シリーズから発売され大ヒットした。A店ではフック陳列で大きく扱っている。比較的高単価商品は単品で上中段で販売、廉価商品は2個パックを下段で段ボール陳列している。まとめ買いで割引になる販売方法も採用している。スポンジだけでなく、金属たわし、パームたわし、ネットスポンジなど細かな品揃えがある。

換気扇フードの換気口に付けるレンジフード、コンロの周りに立てて油はねを防ぐカバー、コンロの下に敷くシート材など

アルミ成型品は形が大きい、回転が遅く交差比率は120%で対象カテゴリの中でもっとも低い。ここを縮める、あるいは売場をカットしてほかの効率よいカテゴリの売場を拡大するという考えもある。ホームセンターが近い店舗などは割り切ってカットしているケースもある。

A店では棚2本を確保。アルミ成型品は予防的に使うことで、油汚れや焦げ付きなどからキッチンを守り、きれいに使いたいというニーズに応えるものである。使い方を知らない若い世代もいるので、情報発信で新規客を取れば棚効率が上がる可能性はある。

## ぬめり取り 除菌 消臭

ハンドソープ ポット洗浄剤 電子レンジ洗浄剤
アルコール除菌剤 詰め替え
アルコール除菌剤
アルコール除菌剤
クレンジングシート
食卓布巾 電子レンジ・冷蔵庫シート IHコンロシート

冷蔵庫消臭剤			
キッチン汎用洗浄剤			
油汚れ マジックリン 2F	油汚れ マジックリン 付け替え 4F		
漂白 ぬめり取り	重曹 クリーナー	セスキ 炭酸クリーナー	
重曹 泡 クリーナー	セスキ 泡 クリーナー	セスキ 激落ちくん	クエン酸 激落ちくん
セスキ 激落ちくん シート	重曹 激落ちくん シート	クレンジャー	



(イメージ写真)

## 台所用洗剤

キュキュット ボトル 4フェース	キュキュット ボトル クリア除菌 4フェース	キュキュット デザインボトル 6フェース
キュキュット ボトル 詰め替え2回分 7フェース	キュキュット ボトル クリア除菌 詰め替え2回分 5フェース	
キュキュット ボトル 詰め替え4回分 11フェース		
キュキュット ボトル 詰め替え4回分 11フェース		
キュキュット ボトル クリア除菌 詰め替え4回分 11フェース		
キュキュット ボトル クリア除菌 詰め替え7回分 8フェース		

チャーミー マイルド 3フェース	ハドキ キュキュット	チャーミー 素肌プレミアム 2フェース	チャーミー 素肌プレミアム 4フェース
キュキュット クリア 泡スプレー 6フェース	キュキュット クリア 泡スプレー 詰め替え 7フェース		
キュキュット CLEAR 泡スプレー 詰め替え 3回分 10フェース			
JOY ボトル 7フェース	JOY ボトル 詰め替え3回分 8フェース		
JOY ボトル 詰め替え5回分 10フェース			
JOY ボトル W除菌 詰め替え5回分 10フェース			

フロッシュ (手肌によさしい) 5フェース	自然派洗剤 4フェース		
JOY 泡スプレー 6フェース	JOY 泡スプレー 詰め替え 7フェース		
Magica ボトル 除菌 速乾 酵素各2F	Magica ボトル 詰め替え 3回分 除菌 速乾 酵素各2F		
Magica デザインボトル 除菌 速乾 酵素	Magica デザインボトル 詰め替え大 3F	Magica デザインボトル 詰め替え5回分 速乾5F	
Magica ボトル 詰め替え5回分 10フェース			
チャーミー 2F	チャーミー 詰め替え 2F	フロッシュ (手肌によさしい) 3フェース	椰子の実 洗剤詰め替え

F：フェース

## ||||||| 事例 ② DgS B店 |||

### 売れ筋のアイテムで PB商品を効果的に展開

DgS B店は都市型、ビューティ強化型を得意とする企業の、関東にある店舗。住宅街ではあるが、人口は潤沢な地域で周囲には競合するDgSも多数ある。売場面積は約250坪。企業特性上ビューティケア、ヘルスケアの売場が広い。

この店舗(企業)の特徴は各アイテムにPB商品を効果的に差し込んでいることだ。棚割図でPB商品のスペースに

は赤系の色を付けた。

先端的なNB商品のコンセプトを流用した商品もあるが、NBの課題とおもわれるポイントを修正したようなアイテムもある。

たとえばラップである。ラップの素材が3つあることは繰り返し述べてきた。この企業ではポリエチレン製のPB商品を「商品を直接包める無添加 ポリエチレンラップ」とネーミング。パッケージには果物の写真を大きく配して用途をイメージさせている。ポリ塩化ビニリデン製は「ピタッとくっつく キッチンラッ

プ」の商品名でパッケージには加熱をイメージさせるピラフ、スープを載せている。電子レンジ対応温度、フリーザー対応温度もパッケージに掲載。保存と加熱という2大用途を商品名と温度表示、パッケージ写真で説明している。NB商品には見られない工夫だ。

これらのPBと2大NBブランドを組み合わせると収益性アップを図っている。

交差比率の高いゴミ袋の売れ筋はほぼPB。ゴミ袋はブランドを基準に購入しないので、そこにPBを入れれば選択されやすいだろう。

### 定番棚プロモ

JOY 泡スプレー 4F	JOY コンパクトW除菌 詰め替え5回分 3F	JOY コンパクト 詰め替え5回分 3F
キュキュット ポンプ 3F	キュキュット クリア除菌 詰め替え特 4F	キュキュット 詰め替え特 4F
キッチンハイター 8F		
パイプハイター 3F	キッチンハイター 詰め替え 3F	
30cm 50cm ラップ	22cm 50cm ラップ	ブリーチ 5F

### ポリ袋

水切り PB	水切り PB	水切り
水切り PB	水切り PB	水切り
ゴミ袋		
ゴミ袋PB 20ℓ 手提げ付き	ゴミ袋PB 30ℓ 手提げ付き	ゴミ袋PB 45ℓ 手提げ付き
脱臭ポリ袋	ゴミ袋70ℓ	ゴミ袋PB 30ℓ
レジ袋PB	レジ袋PB	レジ袋PB
ゴミ袋PB 45ℓ	ゴミ袋PB 45ℓ	ゴミ袋PB 30ℓ
ゴミ袋PB 45ℓ	ゴミ袋PB 30ℓ	ゴミ袋PB 45ℓ

水切り			
キッチン ポリ袋	キッチン ポリ袋	ポリ袋 PB	水切り
レジ袋PB S	レジ袋PB L	レジ袋PB S	レジ袋PB S
ゴミ袋PB 30ℓ	ゴミ袋PB 70ℓ	ゴミ袋	ゴミ袋
ゴミ袋			

### 台所用洗剤

台所用洗剤	PB アレルギー 敏感肌用 洗剤	自然派洗剤
台所用洗剤		
キュキュット 泡スプレー	キュキュット 泡スプレー 詰め替え	キュキュット 泡スプレー 3回分 詰め替え
キュキュットボトル詰め替え 2回分 10F		
キュキュットボトル詰め替え 4回分 10F		
マジカ詰め替え 5回分 7F		

キュキュット デザインポンプ 2F	PB ポンプ洗剤	PB ポンプ洗剤 詰め替え	JOY W除菌 詰め替え大
キュキュット 食洗機用詰め 替え 4ヵ月分	PB 食洗機用 詰め替え	JOY W除菌 詰め替え 大 2F	
キュキュット ボトル 5F	キュキュット クリア除菌 3F	JOY 泡スプレー	
マジカ ボトル 8F		マジカ ボトル 詰め替え 6F	
JOY 詰め替え5回分 10F			
フロッシュ 4F	PBボトル	PBボトル 詰め替え	

キッチン用ハンドソープ			
アレル 除菌 PB ジェル	除菌 詰め替え アレル 除菌 PB ジェル		
油汚れ用洗剤			
JOYボトル 詰め替え	PB重曹	PB クエン酸	PB セスキ炭酸
キッチン ハイター	パイプ ハイター	PB 排水口 洗浄剤	PB パイプ洗浄 タブレット
クレンザー	PB クレンザー	除菌・漂白剤	

台所用洗剤は、シェアの高いNBに交ざって、置いたまま使えるポンプ式のPBを品揃え、キュキュットのデザインポンプと同じコンセプトだが比較的コストで導入でき、利便性の高いアイテムである。敏感肌、アレルギー肌向けのPBもあり、NBのどこを切り取ってPB化するのかコンセプトが見える。

効率のあまりよくないアルミ成型品を2本揃えているのは用途機能の欠落がないという意味では評価できるが、カテゴリー全体の効率を考えれば検討の余地があるかもしれない。

通路入り口の定番棚でプロモーションを行っており、ここも検討の余地があ

るだろう。トップボードにはJOYの広告があるが、キュキュットの洗剤、ハイター、ラップがあり、目的が理解しにくい散漫

な売場になっている。売場面積の割には棚本数を絞っているのも、もう少し有効な売場展開をすべきではないか。 **MD**



PB商品を効果的に差し込んだラップ売場

## たわし・布巾

テーブル 布巾	テーブル 布巾	フライ パン マイク ロ	柄付きブラシ
水道蛇口 浄水器(フック)		スポンジ(フック陳列)	
スポンジ			
スポンジ			
スポンジ			
スポンジ PB			

## アルミ成型品

レンジパネル		
コンロ 下敷き	キッチン シート	コンロカバー
揚げもの ディフェンス	IH マット	ガスコンロ マット

レンジパネル	レンジパネル	レンジフード 6F	
ほこり取り フィルター	ほこり取り フィルター	通気口 フィルター	エアコン フィルター
レンジフィルター			
換気扇カバー			

## ラップ・ホイル

冷蔵庫内脱臭剤			
ジップロック	PB フリーザーバッグ		
ホイルシート			
PB ラップ (ポリ塩化ビニリデン)		PB ラップ (ポリエチレン)	
サランラップ 22cm 20m	サランラップ 30cm 20m	PB ラップ (ポリエチレン)	
サランラップ 22cm 50m 5F	サランラップ 30cm 50m 4F	クレラップ 22cm 50m 5F	クレラップ 30cm 50m 5F

米保存容器 虫よけ	PB 油固め	クッキング シート
PB フリーザー バッグ	クッキング シート	PB クッキング シート
フライパン用 ホイルシート		PB フライパン用 ホイルシート
ラップ 30cm 100m	アルミホイル 8m	PB アルミホイル 15m
キッチンペーパー		
キッチンタオル		

PB キッチンペーパー	PB キッチンタオル
キッチンタオル	
キッチンタオル	
キッチンタオル	

F: フェース