

流通とSC・私の視点

2009年4月15日

視点(1080)

回転寿司のタイプと隠し味ノウハウとは!!

回転寿司は、「SCバージョン化した寿司屋さん」です。すなわち、回転寿司は次の5つの特色を持っています。

- ①回転寿司は、一般の寿司屋さんと同じレベルの寿司(ネタ)の品質を持ち、むしろ寿司だけであれば、一般の寿司屋さんと同程度あるいはそれ以上の品質を持っている(回転寿司ができるまでのSC内の寿司屋は全く魅力のない寿司屋であった)。
- ②回転寿司の価格はリーズナブルで、通常の寿司屋さんの3分の1程度で、家族や子供達がいくら食べても安心できる値段である。
- ③回転寿司は、一般の寿司屋さんのように対面方式ではなく、自分で選べるセルフ方式であり、若い層に馴染みやすい。また、特注もでき、セルフ7割、対面3割の現代風販売システムが取り入れられている。
- ④回転寿司は、文字通り回転する装置のエンターテインメントと自分で選ぶ楽しさがある。
- ⑤回転寿司は、グループ対応の客席(カウンターとボックス席の兼用)で、ファミリー志向に適した販売方法である。

このように、昔のSC内寿司屋さんは、SCの主要客層とそのニーズには馴染まないため人気はありませんでしたが、回転寿司は「SCの飲食業においてなくてはならない業種」に進化しました。

回転寿司には次のタイプがあります。

タイプ	名称	内容	比 喩 (ファッションの)
タイプⅠ	ディスカウントタイプ	カップ寿司のような88円の低価格志向の回転寿司(ロボット方式)。	ジーユー
タイプⅡ	リーズナブルタイプ	くら寿司、スシロー(くらのエンターテインメント性に対し、スシローは品質の良さ)のような100円寿司のリーズナブル志向の回転寿司(くらはロボット方式、スシローは職人方式)。	ユニクロ
タイプⅢ	リーズナブル + クオリティタイプ	「美登利寿司(活)」や「がってん寿司」のような100~130円のリーズナブルから200円台(最高500円台)まで充実した回転寿司(主力プライスは160~180円=価値ある品質)。	無印良品
タイプⅣ	クオリティタイプ	函館市場やとれとれ寿司(大起水産)や長次郎のような、100~200円以下は著しく少なく、200~300円をボリュームゾーンの上質感のある上値は400~600円の回転寿司。	コムサ

上記の4つのタイプは、同じ売り方であっても、「立地の民度」や「来街者の来街動機」によって、売上高が著しく異なります。特に、「タイプⅣ：クオリティタイプ」は、その傾向が強く、SC立地条件の厳しい選定が必要です。

ここで、素晴らしい回転寿司の事例を紹介します。美登利寿司が展開している「活」という埼玉新都心の「コクーン新都心」というSCに出店している回転寿司です。

売上高は3億円(通常の2倍以上のビックリ売れ現象の店)で、女性かつ中・年配主婦(平日に強い)に圧倒的に人気のある回転寿司です。その理由は次の通りです(六車流：流通理論)。

- ①「活」のボリュームプライスは160~200円で、品質と価格のバランスが良く割安感があります。また、100~130円も品数が多く、低価格ゾーンもネタも良く選択肢があります。さらに、200円以上~500円も特選ネタが多く、あえて必要性のないネタですが、+αとしての品揃えができています。低価格品、中価格品のアイテム数が多く選択肢があり、かつ高級品も揃った見事なアイテム&プライス戦略です。
- ②「活」のこだわりは次の4つです。

- イ. 魚は築地市場から直接仕入れていること
- ロ. 寿司と一番合う米(秋田の米)を使っている
- ハ. 独自に開発した自然かつ健康な酢を使っている
- ニ. 海苔のアイテムが比較的によく、海苔による特殊性と健康性を打ち出している

この中で、築地市場と秋田の米に関しては定番化(当たり前)していますが、「独自の健康酢」と「独自の海苔のアイテム」の導入は、健康に気配りをしているリーズナブルな回転寿司というイメージを持ち、私は「活」(美登利寿司)を、「回転寿司業界の無印良品」と呼んでいます。

(株)ダイナミックマーケティング社³
代 表 六 車 秀 之