

差別化を図っている。そうした商品を昼食の時間帯ということもあり、メインのファミリー層に加え、スーツ姿の男性もカゴを持って買い物。強い価格の打ち出しとユニークな商品の両面の取り組みが地域に浸透していることで、平日の午前にもかかわらず、高い集客力を誇っていることがわかる。

真正面からの対抗を避ける ライフと関西スーパー

これに対して、ロピアから二二〇ほど離れたライフ弁天町店に一時五〇分ごろ向かうと、店内には二〇代から五〇代とおほしきお客が一一〇人ほど。ロピアとは異なり、カゴを二個以上カートに載せたお客はごくわずか、むしろ日常使いで利用している様子がうかがえる。ロピアと価格でやりあっているのかと思いきや、チェックしてみるとほとんどの商品がロピアよりも高い。安い商品はやしとプリ



大阪ベイタワーにはロピアのほか、キリン堂やダイソーもテナントとして出店している

の切り身、キューピーマヨネーズ（四五〇g）の三品のみ。また調査対象以外のNBについても安さの打ち出しはあまりしていないようだ。かといって、PBは高質商品の「ライフプレミアム」を一切置かず、ベーシックラインの「スマイルライフ」を各売り場に配置。価格対応はPBでしているよ

価格比較表

10月4日	ロピア大阪 ベイタワー店	ライフ 弁天町店	関西スーパー 市岡店	メガドン・ キホーテ 弁天町店	スーパーナショナル 弁天町駅前店
大根 1本	150	258	198	198	なし
ほうれん草 1袋・束	190	198	198	158	248
キャベツ 1玉	190	258	268	198	298
もやし 1袋	50	29	29	28	39
国産豚バラ 100g	148	208	238	158	228
国産鶏モモ 100g	79	128	118	78	128
ブリ切り身 100g 当たり	260	158	298	298	1切れ 200
シャウエッセン 2連	780 (大袋 508g)	398	398	880 (大袋・majica 会員は さらに 100円引き)	498
卵 10個 1パック (※)	169	198	198	138	158
豆腐絹一丁 300g	29	79	49	29	320g 58
納豆 (最安値)	69	79	69	58	69
牛乳 (最安値)	158 (2本で 300円)	189	188	168	188
山崎ロイヤルブレッド 6枚切り	129	139	148	128	178
味の素冷凍餃子	169 (3個で 500円)	198	198	177	198
キューピーマヨネーズ 450g	219	198	258	218	258
シーチキンマイルド 3缶	329	4缶 458	338	298	358
サッポロ一番みそラーメン 5個	298	428	428	378	428
カルビーフルグラ 800g	499	758	598	598	698
キリンビール本麒麟 350ml × 6缶	1本 109	658	688	628	688
水 (最安値) 2L	58	69	68	88	79
時間帯の客数 (昼間)	11:00 190人	11:50 110人	12:30 90人	14:10 50人	16:15 15人
客層	20~70代	20~50代	30~70代	30~60代	30~60代
客単価: 購入量 (多・中・少)	中から多	少から中	少から中	中から多	少から中

特売表示の種類○: 当日限り ●: 当日限り以外 最も安い値 (サイズが異なる場合は、単位当たりで最も安い値になるものを選択)

うに思われる。惣菜については、ロピアのように、通常の店舗と同等に一人

前の商品が多く割高だ。例えばロピアでは幅が一五センチほどある玉子焼きが一八〇円であるのに対し、ライフのだし巻き玉子は一パック一九八円。ポリウムも小さく割高感がさらに強まるが、上品でおいしそうに見える。価格が安いわけではないが、平日の正午前後に一〇〇人以上のお客が来ていたということは、ライフらしさが支持されていると言える。

むしろライフはロピアの実力を見極めようとしたフシがある。一〇月開催の決算説明会で岩崎高治社長は、出店による影響は受けたものの、「上期にロピア対策で改装はしなかった」と明かしたうえで、「お客様がすみ分けをしているところもある。当社として伸ばさないといけないところ、是正しないといけないところを見据えながら、しかるべきタイミングで改装しなければいけない」と語った。



ロピアから220mの距離にあるライフ弁天町店

メガドン・キホーテ弁天町店だ。店内に入ると「宣戦布告」の文字が目飛び込む。食品の価格はロピアとライフを相手に対抗すると宣言し、入り口近くには、「徹底対抗！地域最安値宣言」とともに、対抗値下げした全二四商品の一覧を掲示。メガドンキがいかに安いかを強調していた。

例えば、調査対象外の商品では、明治おいしい牛乳は「ライフ弁天町店様 一〇月三日二時二四九円」に対抗して二一八円に値下げしている。徹底対抗は生鮮食品も同様だ。ほうれん草一袋は一五八円とロピアよりも三二円安い。卵一〇個一パックも一三八円で三〇円以上も差が開いている。ロピアよりも安くすることは地域最安値とイコールになる。

ただ、この徹底対抗が空回りしているようにも見えた。地下一階の食品売り場にいたお客は約五〇人。訪問したのが一四時という時間帯を考慮しても、集客力でロピ



ロピアに対抗心むき出しのメガドン・キホーテ弁天町店

アには勝っていない印象だ。客層も他店で見かけたファミリー層が少なく、またカゴの中にある商品の数は四〜五品程度、カート利用者はちらほらと見かける程度だった。

三社の煽りを受けてか、厳しい状況に陥っていたのが地元S.Mのスーパーナショナル弁天町駅前店だ。ロピアとの距離は一〇〇メートル

ロピアに対抗心むき出しのメガドン・キホーテ

ライフとは対照的にロピアと価格で真つ向勝負を挑んでいるのが



ロピアから最も距離が近いスーパーナショナル弁天町駅前店（上）
正午過ぎに90人が来店していた関西スーパー市岡店（下）

最も近くで競合しているが、大阪メトロの出口からすぐそばにあり、雨でも濡れずに利用できる。通勤客や近隣マンションの住人にとってはこの上ない立地だ。それにもかかわらず店内の客数はさえない。一六時過ぎの訪問だったが、お客は一五人ほど。店内の設備は視察した店舗で一番経年劣化を感じさせ、照明も最新のものではないせいか、惣菜などの商品もあまり魅力的に見えない。

同店は二〇〇六年の開業で、二年には改装を実施しているというが、競合店と比べるとどうしても見劣りしてしまう。価格も調査対象商品でもやしを除くすべての商品が割高だった。ちなみにロピアから一キロ以上離れている関西スーパー市岡店は、一二時半過ぎで九〇人以上のお客がおり、三〇代くらいの子ども連れの女性や七〇代ではと見られる女性も多くいた。関西スーパーで

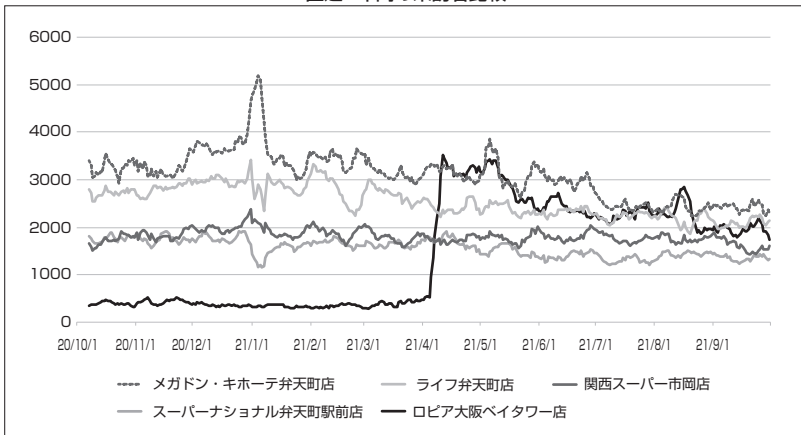
は月曜日と火曜日に全品一〇%引きのセールを実施しているためか賑わいを感じた。さすがに、一キロという離れた距離にあるためか、価格でロピアと対抗する雰囲気は一切なし。惣菜も一般的な商品を

平台に並べており、特別目を引くようなものはなかった。

四月以降客数が減少傾向にあるドンキ、ライフ

一年間の来訪者比較データを見ると興味深いことがわかる。ロピア進出前は客数ではメガドンキが最も多く、それにライフが追随する形だった。が、ロピア登場後、ドンキ、ライフともに客数を落としている。低位でも安定していたスーパーナショナルはロピアの出店で、もう一段客数を減らしてギリ貧の状態だ。

直近1年間の来訪者比較



(技研商事インターナショナル、KDDI協業開発の「KDDI Location Analyzer」で作成)

関西で圧倒的な存在感を示してきたロピアだが、このデータを見る限り、大阪ベイトワー店においては勢いが失速している。ここにライフが巻き返しの大改装を行えば、さらに失速の可能性もある。そうなれば、ロピア自身の戦い方を見直す必要性が出てきそうだ。