

がんばれ! 食品スーパー!

2015年4月号

No. 36

<http://www.sji.jp>



惣菜量り売りなど新 MD を意欲的に取り込んだアップグレードアークス
道南ラルズ スーパーアークス大縄店

兵庫県に初出店。24 時間営業の強み発揮し好発進、広い敷地を生かし NSC に
ハローズ夢前店

大震災を乗り越え、地元生産者と共に復興を進めるリニューアル店舗
片浜屋はまなす店

都心部「高質食品専門館」完成形に競合店も続々近隣に出店する予定
阪急オアシス上本町店

惣菜量り売りなど新 MD を意欲的に 取り込んだアップグレードアークス 道南ラルズ スーパーアークス大縄店

北海道函館市

店のポイント

- ①ベーカリーと連動したイートインをカフェ的に充実させサービスを強化
- ②惣菜の量り売り、鮮魚での生寿司など新 MD を取り込み提案型 SM に
- ③古い住宅地に立地し高齢化時代のモデル店舗



住宅地に開店したスーパーアークス大縄店



高齢化と少世帯家庭が多く、丸物と切身に力を入れる鮮魚売場

函館の2月
はごっこ汁。
丸とセットで
訴求



鮮魚部門の生
寿司コーナー。
3貫入り
が人気だ

函館は海運の町として北海道の中でも古く開かれた街で、江戸から明治に変わる時には五稜郭の戦いなどもあって歴史上有名な土地でもある。

その歴史と伝統のある函館市の中心部に位置する住宅地に昨年12月6日（土）、アークスグループ道南ラルズの「スーパーアークス大縄店」が開店した。同社にとって17店舗目だが、2008年7月に開店したスーパーアークス戸倉店以来6年ぶりの新店でもある。

同社にとっては最西端の店舗。函館駅と五稜郭の中間地帯に位置し、函館駅の先には函館山がある。半径

1km内には約8,500世帯もある。ただ、「古い住宅が多く、再開発が遅れていて、スーパーマーケットがなく買物不便地域だった」と言われており、古い長屋やアパートが多く、銭湯もあって「昭和」の面影が漂う地域。人口も65歳以上が35%もある。1～2人世帯の構成比が77%と高く、1人暮らしの高齢者の多いエリア。そのため、同社では同店を「高齢化社会のモデル店舗」と位置づけているほどだ。

店舗は製菓工場と病院があった跡地に周辺の宅地を買い増して開発したもので、売場面積664坪の1フロ

ア店舗。

同店の前には幹線道路が走り、バスも通っていて、これまで馴染みのなかった函館山周辺からの集客も期待できる。函館山周辺は坂が多く、駐車場のない住宅も多くて、同店へはバスで行け便利になった。購入商品の宅配サービスがさらに利便性を高める。こうしたことから、来店客は午前中は高齢者、昼はバス利用者、夕方は通勤帰り客という傾向がでているという。

店舗は左右の主通路を広くとり、青果での地場野菜、カットフルーツ、ミニトマトのバイキング、鮮魚売場



インスタベーカリー。食パン、フランスパンを中心にスクラッチ製法で供給



インスタベーカリーとドリップコーヒーだけでなく、左側のおにぎり、飲料なども右側にあるベーカリー専用レジで精算して、隣のイートインで食べられる。窓際で明るく温かくて入り易く人気に

のオープンキッチン化と生寿司の展開、精肉での黒毛和牛強化、惣菜での量り売りバイキング、インスタベーカリー・カフェとイートインの連動（コンビニカフェ）、クッキングサポートコーナーなど意欲的な取り組みを随所で行い、提案型スーパーマーケットを実現している。

鮮魚、精肉、惣菜はオープンキッチンで、店内で製造加工している。道南ラルズは「スーパーアークス業態」について、「価格も訴求するが、ワンランク上の良いものを中心にSKUを増やし、提案型の売場づくりを行う」と説明。SKU数はビッグハウスに比べ1割ほど増やしている。

生鮮各部門で万遍なく増やし、和洋の日配も上商品を増やした。グロサリーでは同グループの特徴的なMD「一物三価」は継続的に展開し価格訴求しているが、それに加えて、地場商品、こだわり商品などアップー商品を差し込み目立つPOPを付けて売り込む。特に同社は青函トンネルで結ばれ、同じグループに青森のユニバースがあることから、青森の地場商品をコーナー展開している。

初めて導入してお客の評判が良いのがコンビニカフェだ。100円コーヒー、インスタベーカリーだけでなく、弁当、お



初めて導入した惣菜の量り売りバイキング



フルオープンキッチンで展開する惣菜売場



主通路の幅を広くとった青果売場。手前左側壁面では地場野菜コーナーを設置



カットフルーツとミニトマトのバイキング



初導入の焼芋。紅あづま、紅はるかなど種類を変えて飽きさせない工夫で1日100本売れる

にぎり、パン、ドリンクなどがベーカーリー専用レジで精算してすぐそばのイトインコーナーで飲食できるという仕組み。コーヒーは函館で有名な美鈴のコーヒー豆を使い、1日80杯、日曜日で120～170杯も出るほど盛況だ。

オペレーション面ではレジでの登録は従業員が行い、精算・支払いはお客が行うスピードセルフを4台（精算機8台）導入した（通常レジも4台）。白鳥店、長万部店、八雲店に次いで4店舗目。「お客様にとっては支払い時に急かされないで自分のペースでできることが大きい。店にとっては、人手不足対策もあるが、チェッカーが金銭に触るストレスから開放され、接客に時間と心向けられることを期待している。最終的にはレジを誰でもできる業務にしたい」と、人手不足の折、パートの採用・定着の武器にと期待している。

また、ドライグロサリーの定番ゴンドラの天板上に在庫を置くようにしてバックヤードに在庫を下げないようにして省力化を図った。冷凍食品の冷ケースもリーチインタイプを採用、省エネ化を図ると同時に平ケ

ースに比べ扱いSKU数を増やせるようにした。

開店後2か月余り。「日に日に客数、売上が上がってきている」と三上公男店長の顔も綻ぶ。客単価は他のスーパーアークスより低めに推移しているが「頻繁に来店されて必要なものをちょこちょこ買われている。値段に関係なく刺身など良いものが売れる。タイムセールでも安いものへの反応は薄い。上質品、新MDが売れるのは、今まで駅前の百貨店で買われていたお客様がスイッチして

いるのではない。生鮮4品の売上が全体のほぼ50%を占め、値入の高い部門の売上構成比が高く全体の収益性を良くしている」。狙いは当たっているようだ。

函館市は人口流出の多い都市で同店周辺でも空家があったというが、同店が開店してから、アパートがどんどん埋まり始めているという明るいニュースも聞かれるようになった。

今後同店の成功を元に「少量パッ



ハントレイも若鶏などで導入した精肉売場



牛肉は黒毛和牛とオージービーフを中心に展開



冷凍食品はリーチインケースを採用して品揃えを増やし、省エネも実現



エンドは特売品で価格訴求。グロサリーの定番ゴンドラの天板は在庫置き場に

クなどの小分け、青果の焼芋、鮮魚の生寿司、デリカの量り売り、コンビニカフェなど新たなMD、サービスのオペレーションを確立して既存店に水平展開していく」方針だ。



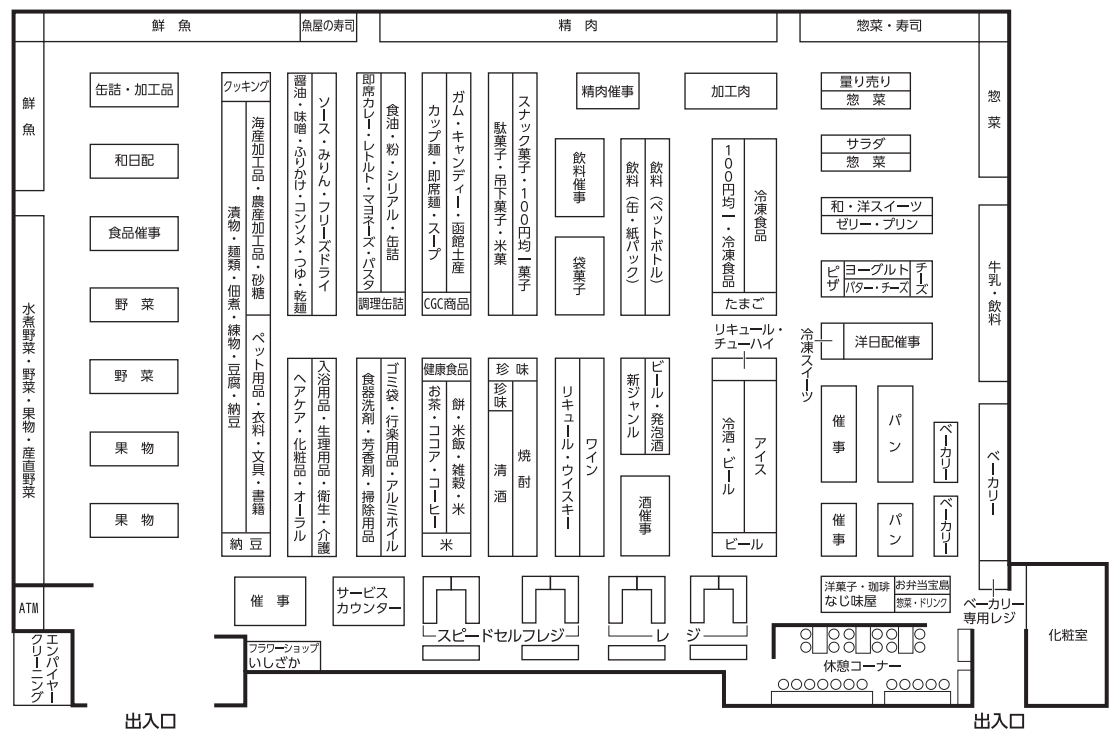
2万円前後の高級ウイスキーから4lの大容量品までSKUを絞って展開するウイスキー



純水(RO水)をカード会員に提供



4店舗目の導入となったスピードセルフレジ。精算機には自動釣銭機のため小銭が少なくなると告知



DATA 道南ラルズ スーパーアークス大縄店

店舗名	スーパーアークス大縄店
所在地	北海道函館市大縄町 11 番 31 号
電話番号	0138-40-0078
開店日	2014 年 12 月 6 日(土)
建物構造	地上 1 階建て
敷地面積	7,590㎡
建物面積	3,086㎡
売場面積	2,191㎡
駐車場	106 台
店長	三上 公男 氏
従業員数	88 名(社員 20 名、パート・アルバイト 68 名)
営業時間	10:00 ~ 21:50(土日は 9 時開店)
年間休日	年中無休
レジ台数	8 台(内 4 台スピードセルフ)
店舗特性	単独
商圏特性	住宅地
交通	JR 函館駅から徒歩 15 分

商圏特性

1 次(半径 1km 圏内) 8,430 世帯 16,505 人

人口構成比	人員別世帯比率
年少人口 8.3%	1 人世帯 46.8%
労働力人口 56.8%	2 人世帯 30.1%
高齢人口 34.9%	3 人世帯 14.0%
夜間人口比率 42.8%	4 人世帯 6.7%
昼間人口比率 57.2%	5 人以上世帯 2.4%
産業別就業者比率	平均世帯人員 1.96 人
第 1 次産業 0.3%	持ち家比率 48.4%
第 2 次産業 16.2%	内 1 戸建て比率 46.7%
第 3 次産業 83.5%	内共同住宅比率 40.3%

2 次(半径 3km 圏内) 45,082 世帯 91,222 人

3 次(半径 5km 圏内) 97,063 世帯 204,321 人

特性 公団居住性の強いエリア

商圏特性は (r4b:技研商事インターナショナル) より作成



兵庫県に初出店。24 時間営業の強み発揮し 好発進、広い敷地を生かし NSC に

ハローズ夢前店

兵庫県姫路市

店のポイント

- ①売場→ 24 時間営業の SSM 店舗、売場もゆったり買いやすい
- ②商品→値下げ 500 品目、自社開発商品は 10% 近くまで拡大
- ③立地→ JR 姫路駅からは遠いが、幹線道路沿いでもあり、車客に期待



姫路市の郊外住宅地にオープンしたハローズ夢前店



明るく広い青果売場。兵庫県は初出店だけに気合もこもる



姫路から少し離れた朝来(あさご)地方の伝統ねぎも販売

は引き継がれている。

手が込んだコーナー化やこだわりの商品を説明する POP はあまり見られない。いたってシンプルな造りである。それでいて、売り込みたい商品は、きちっとフェースを取って陳列

世界遺産の国宝・姫路城。「平成の大修理」が完成し、白鷺城の名の通りに真っ白に輝く天守閣が優美な姿を見せている。その兵庫県姫路市に、岡山県に本部を置くハローズが 2 月 6 日、「ハローズ夢前(ゆめさき)台店」をオープンした。

JR 姫路駅から北西方向にバスで 20 分あまりの幹線道路沿いの郊外地に建設されたもので、売場面積は 2,158㎡、駐車場も 240 台とたっぷりある。

元々は生コン工場があったところで、敷地は約 6,000 坪と広い。ハローズと 100 円ショップのセリアが先行開店したのに続いて、地元の HC アグロの作業着店やドラッグストアのスギ薬局が 5 月下旬までに、相次いで開店し、NSC を形成する予定だ。

「駐車スペースが取れなくて…」が通り相場の流通各社からは、うらやむ声が聞こえてきそうな平面駐車場。店内に入っても、その“ゆったり感”

するなど、アクセントは付けている。

広島県山間部の府中市が発祥のハローズ。長く福山市に本社・本部機能を置いていたが、2010 年(平成 22 年)に岡山県の西部、倉敷市にもほど近い都窪郡早島町に本部機能に移し、翌年に 80 億円を投じて、早島物流センターを開設した。

売上高 1,000 億円にもう少しで手が届くハローズは、この本社・物流拠点を最大限に生かす「経営戦略」を取っている。



春を告げる
「いかなご」の
入荷を大きく
告知

地元では必須
の「いかなご
のきぎ煮」用
の関連商材



大きくはないが、調理なども承る鮮魚の対面コーナー

今回初出店となる兵庫県も早島物流センターから山陽道を経て、約1時間半という近さだ。

夢前台店に限らず、同社の最大の特徴は全店で24時間営業の店舗を展開している点だ。「いつ行っても、必ず開いているのが最大のサービスだ」(管理部門を統括する佐藤太志副社長)。

ハローズが進出した夢前台店周辺は広島に本社・本部機能に移したマックスバリュ西日本の牙城だ。イオン傘下の有力なチェーンを向こうに

戦えるのも、この「24時間営業」が大きな武器になっている。

全店が24時間営業なので、早島物流センターからの車便は最も効率のいい時間での発着が可能で、ロスも出にくい。警備はそれなりに強化しないとイケないが、陳列や掃除にあてる時間ロスも少なくて済む。

都会地のスーパーなら、24時間営業を続けるメリットはあるが、人口密度が薄い地方都市で、実施するきっかけは何なのか？

佐藤副社長は「広島県福山市での

経験が大きい」と言う。同市は旧日本鋼管の企業城下町だ。製鉄の街だから、1日3交代勤務が当たり前。つまり、24時間営業に何の違和感もなく、かえって重宝がられるということが、当初からあった。「いつ行っても開いているという安心感」——コンビニが社会のインフラとなり得たことをハローズはスーパーで実現したといえる。

夢前台店を巡って感じたのは、自社開発のPBが多いことだ。「ところ昆布や片栗粉といった、意外な商



お値打ちの定番品をきっちり売り込んでいく精肉売場



「家呑み」の増加もあって、我が家で楽しめる居酒屋メニューを充実させていた



石窯の熱で包み込むように焼いたパンは早くも人気



高校生やお年寄りなどが利用しているイトインスペース

品にも HS（ハローズセレクション）という表示がさりげなくつけられている。PB の構成比は、8%に達するというから立派。どこの業界組織にも属さず、商品を開発していくにはそれだけの組織が充実している証拠で



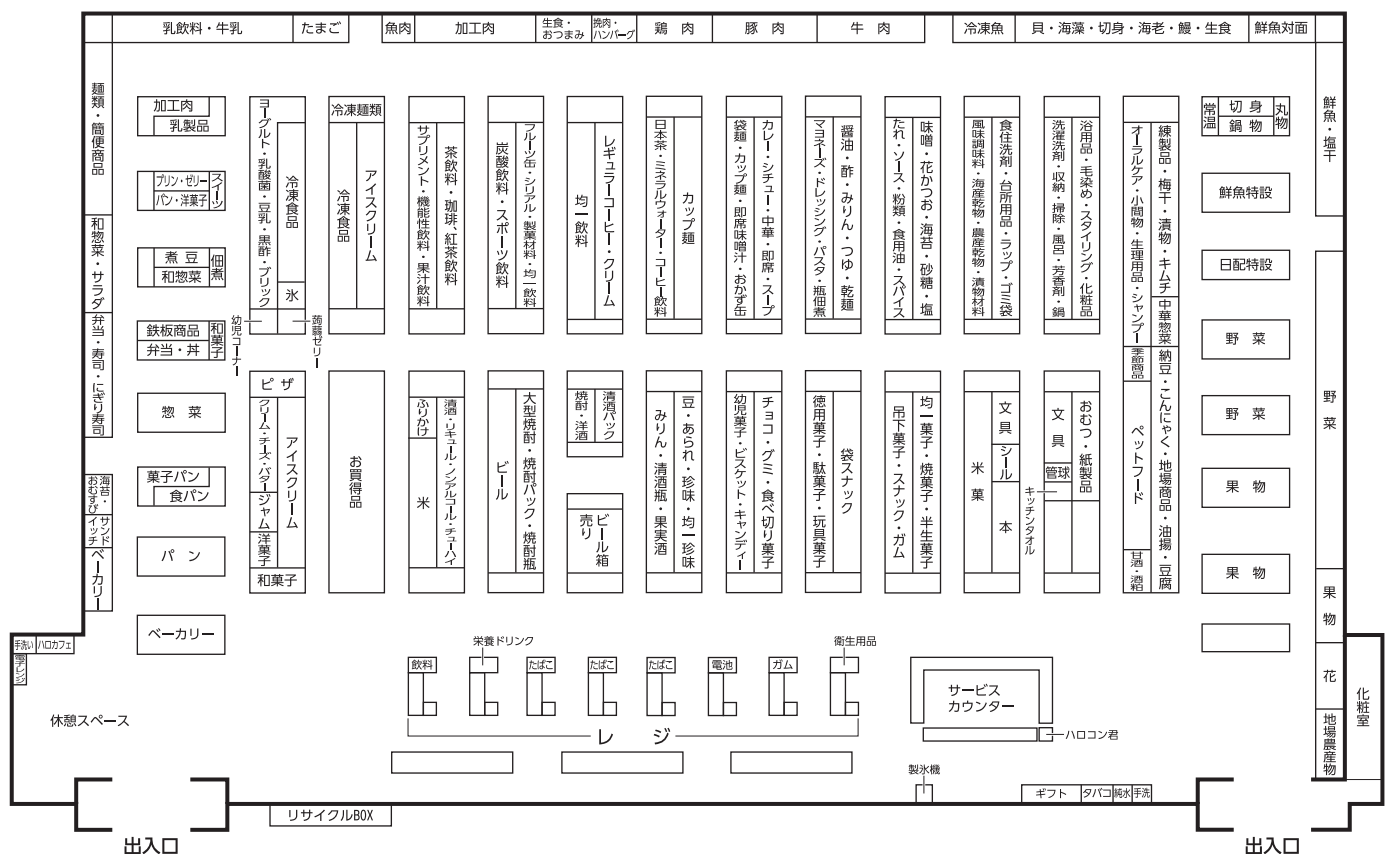
少人数の世帯が増えてきたのと、手軽に買って食べられるニーズにこたえるデリカ売場



岡山県立大とハローズが共同開発した「栄養バランス弁当」



「ふっくら、つやつやのシャリ」が自慢のハローズのにぎり寿司



もある。

年間4～5店舗を出店し、瀬戸内3,000億円構想の実現を目指す「現在進行形の会社だ」と機会があるたびに佐藤利行社長は言うそうだ。毎年、内定者を50人ばかりハワイに研修に連れて行くが、必ず社長が同行するところに、夢の実現のカギがある。



EDLPの訴求を打ち出す冷凍食品コーナー



機能別に取り揃えられたヨーグルトのラインナップ



自社開発商品「ハローズセレクション」には自信を持っている

黄色いバーが随所に立てられ、お買い得をアピールしている



初夏までのオープン目指し、HC関連など、テナントの工事も急ピッチ



リサイクルで集められたペットボトルなどは、本部併設のエコセンターまで送られる



岡山西部の高速インターの近くにあるハローズ本部と物流センター



「構想は着々と進んでいます」と話す佐藤副社長



「いかなごの販売などは初めてなので、頑張ってます」と小林正明副店長

DATA ハローズ夢前店

店舗名	ハローズ夢前店
所在地	兵庫県姫路市上手野 310-8
電話番号	079-295-3786
開店日	2015年2月6日(金)
建物構造	鉄骨造 平屋建て
売場面積	2,158㎡(600坪スタイル)
駐車場	240台
駐輪場	店舗前に3カ所設置
店長名	原 克典 氏
従業員数	120人(正社員17人、パート・アルバイト103人 頭数)
営業時間	24時間
休業日数	なし
年商目標	30億円
商圏人口	1km以内 4,885世帯 13,076人 2km以内 14,067世帯 36,944人
世帯人員	2.68人
店舗特性	NSC内の核SSM
商圏特性	郊外・住宅地
交通	JR山陽本線 姫路駅から、北西方向バス20分

商圏特性

1次(自転車5分圏)	1,589世帯 4,066人
人口構成比	人員別世帯比率
年少人口 15.5%	1人世帯 27.9%
労働力人口 62.2%	2人世帯 29.1%
高齢人口 22.2%	3人世帯 19.5%
夜間人口比率 58.6%	4人世帯 15.7%
昼間人口比率 41.4%	5人以上世帯 7.8%
産業別就業者比率	平均世帯人員 2.56人
第1次産業 0.3%	持ち家比率 51.2%
第2次産業 32.1%	内1戸建て比率 49.6%
第3次産業 67.6%	内共同住宅比率 49.3%
2次(車5分圏)	7,820世帯 20,824人
3次(車10分圏)	31,719世帯 82,074人

特性 郊外公団居住性

商圏特性は 4b (r4b:技研商事インターナショナル) より作成



大震災を乗り越え、地元生産者と共に復興を進めるリニューアル店舗

片浜屋はまなす店

宮城県気仙沼市

店のポイント

- ① 設備の更新を主な目的に冷ケースなどを中心に改装し省エネ化
- ② 青果の主通路を広げ、鮮魚ではシンク付き対面コーナー新設し生鮮強化
- ③ 被災地店舗として、地元水産加工業者の商品の販売に注力し共に復興目指す

4年前の東日本大震災では家屋倒壊だけでなく、大津波、大火災に見舞われ多くの死者、負傷者を出した気仙沼市。その気仙沼市内に3店舗のスーパーマーケットを運営していた片浜屋（本社宮城県気仙沼市、小野寺洋社長）も津波による本部事務所の流失、市立病院前店の大規模半壊という大きな被害を受けた。幸いパート、アルバイトを含め従業員全員に人的被害はなかったが、家族に人的被害、自宅の全半壊・流失という被害に遭った方もいて、大きな悲しみに見舞われた。

ただ、その後の立ち直りは早く、大地震のあった2011年3月の2か月後の5月には半壊した市立病院前店を新装開店し、同年11月に本部

事務所を現在地に移転して新築、2013年10月には古町店を改装開店。昨年11月にははまなす店を改



大震災では浸水を免れた片浜屋はまなす店

装開店した。これで震災後、全店が新しくなった。

はまなす店は気仙沼市を三陸海岸



地元水産メーカーの塩干（魚卵・珍味）を6尺ほどでコーナー展開。地元水産加工業者として有名な小野万の塩辛などが並ぶ



新規に導入したシンク付きの鮮魚の催事コーナー



壁面の鮮魚多段ケース。めかぶ、生牡蠣、メカジキなど気仙沼産、宮城県産の水産品を多く揃え売り込む



気仙沼産のひじき、ふのり、マツモなどの海藻コーナー

沿いに走る国道 45 号線を南下し、少し内陸側に入ったところにある。周辺に総合体育館と図書館などがある町の中心部だ。

店舗は鮮魚店、整骨院、酒店なども入る「はまなすショッピングタウン」の核店舗として、18 年間営業している。直営売場面積は 320 坪で、バックヤードも 120 坪と比較的広い。というのも同社は古くからの AJS（オール日本スーパーマーケット協会）会員社で、バックヤードを広く取り生鮮食品をインストア加工する運営方式を取っているから。

今回の改装について、小野寺洋社長は「全社で生鮮強化を進めており、この店でも生鮮・惣菜・日配の売場を広げた。逆にドライグロスリー、雑貨は近隣にドラッグストア（薬王堂）、ホームセンター（サンデー）が出来たので縮小した」と説明してい

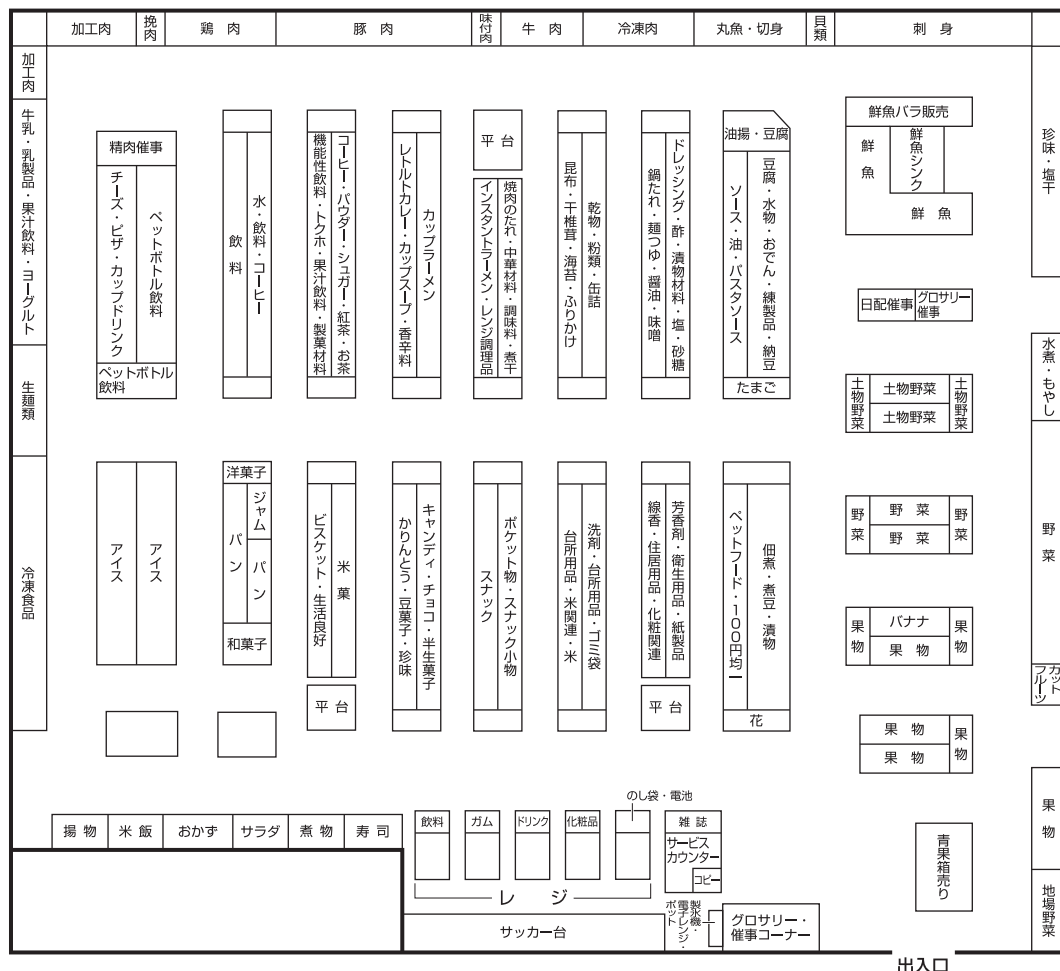


Gondラ 1 本減らして主通路を広げた青果売場。手前で野菜を価格訴求

地場野菜コーナーを壁面入口に設置。壁面の冷ケースは腰高タイプから多段ケースに切り替えた



る。具体的には青果、鮮魚、惣菜の売場を広げた。青果はグロスリーの Gondラ 1 列を外してその分だけ主通路を広げ、平台を増やした。壁面の冷ケースも腰高ケースから多段ケースに替えた。広くなった主通路では入口前面で野菜を価格訴求し、壁面では地場野菜コーナーを設置、多段ケースの入口近くではカットフルーツを展開する。鮮魚では主通路内にシンクを置き、平冷ケースで囲んだ催事用対面販売コーナーを新設した。鮮魚売場では復興しつつある地元水産加工業者の商品の販売に力を入れる。塩干では小野万の塩辛など地元メーカーで 6 尺ほどのコーナーを作ってい



る。この他、わかめ、めかぶ、ひじきなど気仙沼産の海藻類、メカジキ、生牡蠣など宮城県産の水産品がズラリと並び、地元メーカーと共に復興をしようという売場作りだ。



インスタ加工で鮮度と品質が支持され評価の高い精肉



寿司からフライまでフルラインで展開する惣菜コーナー

精肉はほぼ従来通りのスペースだが、同部門は従来よりお客様からの評価は高いという。毎週水曜日のビッグセールが定着していることと、「AJS で学んだ事を忠実に実行していてその高いレベルのイメージをお客様に持ち続けて頂いているためではないか」(小野寺社長)と分析。畜種別ではやはり豚肉

が強く 4 割ほどを占め、次いで鶏肉、牛肉の順。スライサー 1 台で製品化している。

惣菜はセミ多段ケースを導入、おはぎの餡とか自家製そばろなど人気商品も育っている。

また、今回の改装のもう一つの大きな目的は設備の更新。「開設後 18 年を経過しており、補助金も出るので冷ケースの入れ替え、LED 照明の導入などで省エネを図った」(社長)。

■ DATA 片浜屋はまなす店

店舗名	片浜屋はまなす店
所在地	宮城県気仙沼市本吉町津谷新明戸 200
電話番号	0226-42-3002
改装開店日	2014 年 11 月 12 日(水)
建物構造	地上 1 階建て
延床面積	1,452㎡
売場面積	1,056㎡
駐車場	147 台
店長	佐藤 俊夫 氏
従業員数	32.5 人(社員 12 名、パート・アルバイト 20.5 名)
営業時間	9:00 ~ 20:00
年間休日	年間 1 日(元旦)
レジ台数	5 台
店舗特性	NSC 内
商圏特性	住宅地
交通	JR (BRT) 気仙沼線本吉駅から徒歩 15 分

商圏特性

1 次(車 10 分圏) 1,163 世帯 3,668 人			
人口構成比		人員別世帯比率	
年少人口	12.9%	1 人世帯	17.3%
労働力人口	56.8%	2 人世帯	26.3%
高齢人口	30.4%	3 人世帯	20.0%
夜間人口比率	46.3%	4 人世帯	15.6%
昼間人口比率	53.7%	5 人以上世帯	20.8%
産業別就業者比率		平均世帯人員	3.15 人
第 1 次産業	9.7%	持ち家比率	85.2%
第 2 次産業	31.7%	内 1 戸建て比率	90.1%
第 3 次産業	58.6%	内共同住宅比率	4.1%

2 次(車 20 分圏内) 1,970 世帯 6,465 人

3 次(車 30 分圏内) 2,910 世帯 9,656 人

特性 3 世代大家族性の強いエリア

商圏特性は  (r4b:技研商事インターナショナル) より作成



開閉式蓋付のアイスクリーム売場



リーチインケースで省エネを図る冷凍食品売場



売場を広げた日配売場

都心部「高質食品専門館」完成形に 競合店も続々近隣に出店する予定

阪急オアシス上本町店

大阪府大阪市中央区

店のポイント

- ①売場→シニアをはじめ、感性の高い顧客層をターゲットにした店づくり。単身世帯にも対応
- ②商品→嗜好性の高い商品群の強化。即食、小量、簡便、機能性、おいしさがキーワード
- ③立地→交通が便利で、病院などのインフラも整っている地域。最新店の出店で、ドミナント化を急ぐ



上本町店周辺は新築マンションが相次いだ人口密集地だ

京阪神で「街中のマルシェ」をコンセプトに出店攻勢を続けている阪食（本部：大阪府豊中市、河村隆一社長）は2月2日（月）、大阪市内中心部に「阪急オアシス上本町店」をオープンした。

人口の都市回帰を反映して、周辺では新築マンションが急増。半径500m圏の30～40歳代の比率は35%で、大阪府平均の29%を上回

っている。また、単身世帯数も51%と高い。

店舗は南北の大通り、谷町筋と上町筋に挟まれた、駐車場だった場所に建設された。阪食得意の「表通りからちょっと入った」立地だ。平屋建てで屋上は25台収容の駐車場になっ



コンパクトな陳列でアピールするが、価格は地域一番を打ち出している



熟成させた牛肉はプレミアムハンバーグ、ミートデリ、牛肉弁当などにも商品化される



果物の量り売りコーナー。計量器に乗せて、自由に購入することができる



トマト売場の横にオリーブオイルやバジルなどのドレッシング類を持ってきた

左：売場とバックヤードが完全に一体化。ショーケース下も陳列スペースに使用

右：店内で熟成させ販売する和牛。お客の目にもはっきり見えるので、演出効果は大きい



ている。

総SKUは10,177で、雑貨を含むグロスアリーは8,860となる。生鮮4品は農産437、水産250、畜産225、デリカ343、パン62

の1,317SKUだ。それが店内で66ヵ所特設カテゴリー化されている。担当するバイヤーたちが、苦勞してコーナー化にこぎ着けた。

青果は産直の「おひさん市」の他、関西は「ネギにうるさい人が多い」ので、ネギなどは7～8アイテムも揃えている。キノコ類は名前も売れていない品種もある。高質食品専門館ならではの品揃えで、お客へのアピールと見た。

水産コーナーは長崎直送の鮮魚がメインだ。加工品は「鮮魚鮓」「魚惣菜」「自家製干物」の他、旬の魚種を使った「漁師飯」

なども新規導入した。

畜産は牛肉の特化が取り組みの柱だ。鹿児島県・小川牧場産の黒毛和牛を売り込む。豚肉は信州高原豚を中心商材にしている。

生鮮品はほとんどがデリカに加工されているが、メインはやはり「お

かずバイキング」のあるデリカとパンのコーナーだ。ピザなども予想以上の売れ行きという。

近隣はオフィスも多く、昼食の需要がかなり見込める地域だ。また、通勤帰り、単身家庭のニーズも多く見込めることから、弁当や出来立て



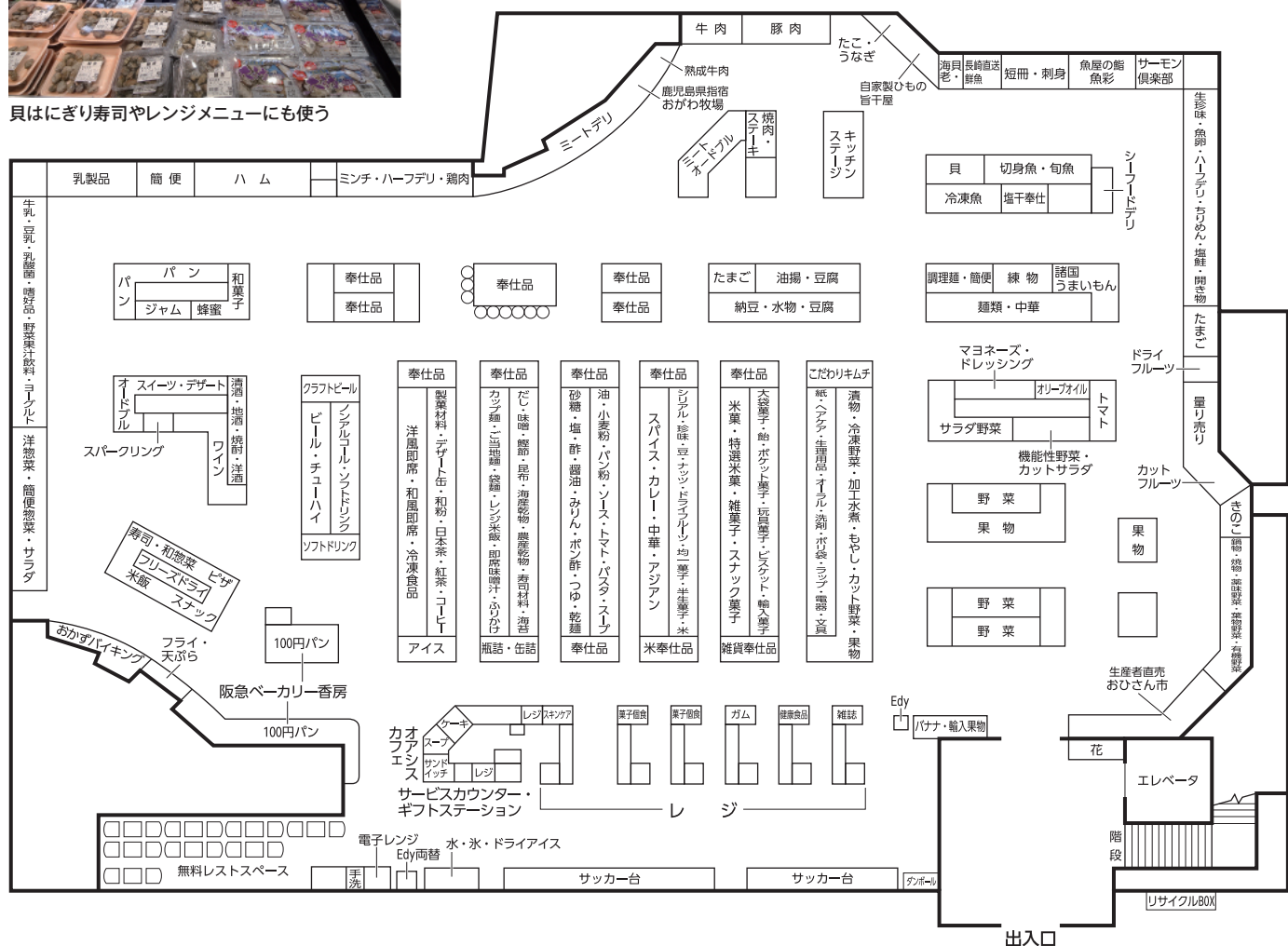
貝はにぎり寿司やレンジメニューにも使う



トレーを積み上げたバックヤードとは違い、すっきりした感じがする



産地直送のイトヨリやメバルなどが干物製造機で「活け干物」に



惣菜も豊富に揃えた。

グロサリーでは、輸入菓子、アジアンフードなどを数多く取り揃え、近鉄色が濃い地域で“阪急ブランド”の浸透を図る。



「お取り寄せ時代」のニーズに合わせて地方の名産品を取りそろえた「諸国うまいもん」



100 円パンが好評。落ち着けば、イートインスペースも設置する



専門店顔負けの品揃えを誇るクラフトビール



Gondラの背面やエンドなどに、メッシュラックを使って見通しを良くした



年齢を問わず好評の「おかずバイキング」

DATA 阪急オアシス上本町店

店舗名	阪急オアシス上本町店
所在地	大阪府大阪市中央区上本町西 3-2-15
電話番号	06-4304-7045
開店日	2015 年 2 月 2 日 (月)
建物構造	地上 1 階建て、屋上駐車場
売場面積	949㎡ (288 坪)
駐車場	25 台
駐輪場	120 台
店長名	野上裕司 氏
従業員数	103 人 (正社員 12 人、パート・アルバイト 91 人 頭数)
営業時間	9:00 ~ 22:00
休業日数	年間 3 日 (1 月 1 ~ 3 日)
年商目標	14 億円
商圏人口	500m 内 8,130 世帯 15,730 人 / 1km 内 32,980 世帯 59,140 人
世帯人員	1.93 人
店舗特性	単独
商圏特性	都心市街地
交通	大阪市営地下鉄谷町線 谷町六丁目駅、南東徒歩 10 分

商圏特性

1 次 (徒歩 8 分圏) 5,516 世帯 10,597 人			
人口構成比		人員別世帯比率	
年少人口	11.8%	1 人世帯	51.5%
労働力人口	69.3%	2 人世帯	24.3%
高齢人口	18.9%	3 人世帯	12.3%
夜間人口比率	43.6%	4 人世帯	8.7%
昼間人口比率	56.4%	5 人以上世帯	3.2%
産業別就業者比率		平均世帯人員	1.92 人
第 1 次産業	0.0%	持ち家比率	47.0%
第 2 次産業	16.6%	内 1 戸建て比率	16.4%
第 3 次産業	83.4%	内共同住宅比率	78.3%
2 次 (徒歩 12 分圏) 12,660 世帯 23,561 人			
3 次 (自転車 10 分圏) 55,772 世帯 99,062 人			
特性	都心のニューファミリー性		
商圏特性は	P4b (r4b: 技研商事インターナショナル) より作成		



第49回スーパーマーケット・トレードショー2015 御来場ありがとうございました

No.1技術力で
環境への
責任を果たす

環境対応 R410A仕様内蔵型冷凍リーチインショーケース **NEW**
売場環境提案 小型デシカント空調機 **参考出品**
環境対応 CO₂冷却システム
LED照明 スマートLED調光システム

No.1技術力で
社会への
責任を果たす

ESCO事業を組み合わせた
店舗トータルエネルギー管理システム
Bems-you
省エネ大賞 経済産業大臣賞を受賞



インバーター
技術の
質を高める

アイスクリーム対応 R410A仕様内蔵型冷凍リーチインショーケース **NEW**
バリエーション追加 冷凍機内蔵型リーチインショーケース **NEW**
MGCシリーズに一枚扉仕様新発売
アイランドショーケース 平型アイスクリームオープンショーケース **NEW**
アイスクリーム対応 W1800冷凍冷蔵切替イベントショーケース **NEW**
Axia-Eco ウォークイン 省エネプレハブ冷却システム **NEW**

インストア革命のご提案

- ・スーパー惣菜 新調理セミナー 講師 石川一男シェフ
(株式会社クロウ・インカワ代表取締役)
- ・低温乾燥機による自家製干物提案
- ・オリジナルバイキングショーケース
- ・低温スチーマーによるスチーム野菜の提案
- ・インストアベーカーリーのご提案

サービスコーナーのご提案

- ・RO水自動販売機
- ・チップアイス製氷機のご提案

衛生管理機器のご提案

- ・FEクリーン水生成装置

2016年 開催予告



第50回
スーパーマーケット・トレードショー2016
SUPERMARKET TRADE SHOW

【会期】2016年2月10日(水)～12日(金) 10:00～17:00

【会場】有明 東京ビックサイト 東西全館

【主催】一般社団法人 新日本スーパーマーケット協会