がんばれ！食品スーパー！

2015年7月号
No.38
http://www.sji.jp

武蔵野線沿線の人口急増地域に先行出店、若い世代が多い商圏を利便性、デリで開拓
フードスクエアカスミ越谷レイクタウン店

売場奥にある精肉の壁面前の通路をダブルコンコース化
いなげや川崎登戸店

駅裏の幹線道路から一歩入った得意立地。関西スーパーとの一騎打ち
阪急オアシス伊丹店

奈良県中部の幹線道路沿いに出店、広域の集客には、インター開通期待
スーパーセンター オークワ田原本インター店

武蔵野線沿線の人口急増地域に先行出店、若い世代が多い商圏を利便性、デリで開拓

フードスクエアカスミ越谷レイクタウン店

埼玉県越谷市

店のポイント

①越谷レイクタウン駅周辺でイオングループがドミナント化
②今後も 10%台の人口伸び率が見込まれるが、現在は空地の多い新興地
③キッズ DELI など子供を狙った MD を展開

人口急増地に開店したフードスクエアカスミ越谷レイクタウン店

平台にクリアケースを付けて青果物が良く見えるようにした青果の什器を初導入

青果入口の壁面は千きりレタスなどパックサラダを９尺ほどで大々的に展開

スプラウトを機能性野菜としてコーナー化

イオンの巨大ショッピングセンター「イオンレイクタウン」で有名になった越谷レイクタウンにカスミが「フードスクエアカスミ越谷レイクタウン店」をこのほど開店した。JR武蔵野線越谷レイクタウン駅の南側すぐで、北側にはイオンの他、マルエツも駅そばにあって、イオングループで駅周辺を固めた形だ。

武蔵野線を境に北側はマンションなどが建ち、住宅は張り付いているが、南側はまだ更地が多く、工事中の建物や売り出し看板のでている土地が目に付く。カスミの新店は UR の土地を同社が買い取り、自社物件として開発したもので、周辺は空地が目立つが、人口の伸び率は凄い。2005 年～ 10 年で 168%、2010 年～ 13 年で 144%と伸び、今後も年率 10%台の伸びが見込まれる。

高校もすぐそばに埼玉県立越谷南高校、少し離れて国道４号線沿いに県立草加東高校があるが、この４月には、店の隣地に私立叡明高校が開校している。

こうした新興地のため、半径 1km 内で約 2,800 世帯、自転車で 10 分圏で約 2,000 世帯と足元商圏は薄いが、車で 10 分圏に広げると約 33,600 世帯と厚くなる。

商圏内では 65 歳以上の高齢者が 20%弱と少なく、14 歳以下の年少者が 14%と比較的多い。さらに世帯別では１人世帯が少なく、３人以上の世帯が多く、持ち家比率と１戸建てが県平均を大きく上回り、子供のいる家族が比較的多い商圏である。

新店は１フロアで店舗面積 2,299 ㎡（約 700 坪）。業態は直営とコンセで構成するフードスクエア。この店では、精肉でラ・ブシュリー（SC ミート）、デリカでオリジン、北京飯店が入る。

精肉ではラ・ブシュリーが対面で松阪牛、常陸牛、金華豚などの銘柄肉を販売、セルフの多段ケースでも茨城県産ローズポーク、鹿児島県産安心咲鶏などを販売、直営では黒毛

子供向けの弁当などを専門に販売する「キッズ DELI」を初導入

ベーカリーは開閉式扉を付けて展開。デリカはオープンキッチンの惣菜とコンセの北京飯店、オリジンで提供

1 パック 298 円のチキングリルバイキング

精肉のコンセ、ラ・ブシェリー。松阪牛、常陸牛など銘柄肉を対面販売

ニュージーランド産のラム肉を強化

12 尺ほどで展開するオリジンの惣菜とサラダのバイキング。100g170 円

和牛、国産牛、輸入牛、ニュージーランド産ラム肉、桜姫鶏肉などを販売し、棲み分けている。

デリカではオリジンが惣菜 6 尺、サラダ 6 尺のおかずバイキングをデリカの奥主通路のコーナーで展開。100g170 円（本体）で 30 ～ 40SKU ほどを常時販売する。最近の新店ではこうした形で入っており、「お客さんからの支持率は高い」（カスミ）とし、定着してきている。

直営惣菜では、子供が多い商圏に合わせ、子供向け弁当を初導入した。大人向け弁当では食べきれないという声に応えたもので、「子供好みの味付けと栄養バランスを考えた子供向けの惣菜」のキャッチフレーズで「キッズ DELI」として打ち出している。「オムライス弁当」（エビフライと肉団子、340 円）、「たわらおにぎりセット」（298 円）、「ジューシー和風唐揚げ」（120 円～ 140 円）などで女児を想定して可愛く仕上げられている。この店で様子を見て、他店に水平展開する考えという。

全体的には簡便性、デリ（即食）、

地元を意識した売場づくりが目立つ。

青果では入口から壁面多段ケースでパックサラダ・野菜をズラリと大々的に展開し、ごぼうで３種類のカットの仕方で SKU づくりを行っている。主通路の平台ではアクリルのクリアケースを使い、商品が平台の底から見える工夫も新しく取り入れている。

鮮魚はオープンキッチンで丸魚の販売も強化しているが、「刺身バイキング」としてコーナー化して多種類の刺身を楽しめるようにするなど即食をアピールしている。

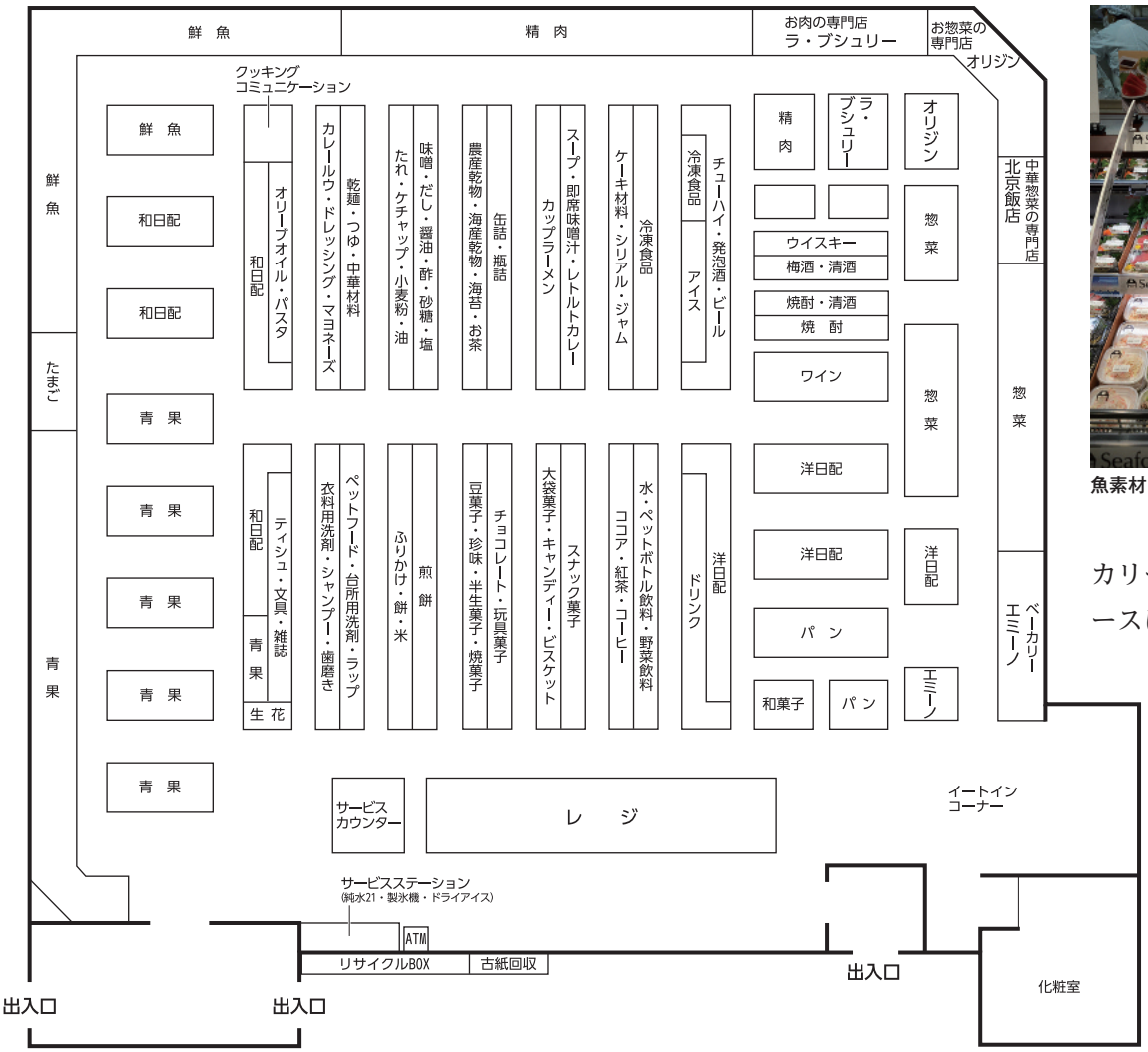
近海魚の丸魚から刺身バイキングまで幅広く展開する鮮魚売場

商品部門別の売上構成比は別図の通りで、生鮮４品で50％弱の見込みだが、扱い SKU 数は、野菜 350、果実 140、鮮魚 350、精肉 340、デリカ 288、ベーカリー 58、和日配 596、洋日配 1,073、加工食品 3,634、菓子 2,350、酒 865、日用雑貨 1,712、地域商品など 63、計 11,819SKU。

サービス面では、インストアベーカリー隣のイートインスペースにはテレビを設置、くつろげるスペースとしての機能をさらにアップさせている。

主通路では丸魚、マグロなどを対面販売

魚素材を使用したデリカをコーナー化



レジはセミセルフレジを導入しているが、この店では少し減らしている。これまではセ

野菜サラダをベジタブルデリとして訴求

チンして食べるポテトクリーム

世界のビールとクラフトビールをエンドで定番展開

アレルギー対応商品で括ったコーナー

鮮魚売場の近くに配置したクッキングコミュニケーション

スープカレーとうふなどおかずとうふを訴求する「豆腐 DELI」。コーナー名にこうした「DELI」を付けたのも多い

ベーカリー、デリカに隣接したイートイン。テレビを常設する

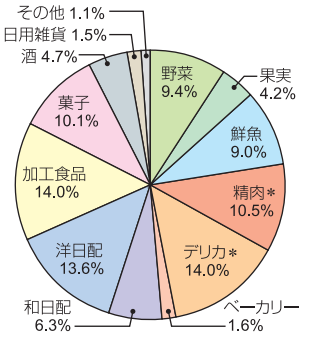
セミセルフレジがお馴染みになったレジ

ミセルフレジ４台に通常レジ２台が標準パターンだったが、この店ではセミセルフレジ２台に通常レジ５台にしている。まだ通常レジへのお客の要望が強い事から、この店ではバランスを変えて始め、将来的にはセルフを増やしていく考えだ。

■DATA　フードスクエアカスミ越谷レイクタウン店

店舗名	フードスクエアカスミ越谷レイクタウン店
所在地	埼玉県越谷市レイクタウン 7-3-2
電話番号	048-990-1855
開店日	2015 年 3 月 20 日(金)
建物構造	地上 1 階建
敷地面積	8,890㎡
延床面積	2,997㎡
売場面積	2,299㎡
駐車場	97 台
駐輪場	160 台
店長	秋葉 光由 氏
従業員数	75 名(社員 16 名、パート・アルバイト 59 名)
営業時間	9:00 ～ 24:00
年間休日	年中無休
年商予定	15 億円
レジ台数	7 台(内 2 台セミセルフ)
商圏	1km 内 2,842 世帯／1 ～ 2km 内 17,668 世帯
店舗特性	単独
商圏特性	住宅地
交通	JR 武蔵野線 越谷レイクタウン駅より徒歩 5 分

売上構成比(予定)



*精肉はコンセ3.5%、デリカはコンセ3.5%を含む

商圏特性

1 次(自転車 10 分圏)　1,984 世帯　5,943 人

人口構成比		人員別世帯比率	
年少人口	14.5%	1 人世帯	17.0%
労働力人口	66.2%	2 人世帯	26.9%
老齢人口	19.3%	3 人世帯	23.8%
夜間人口比率	47.9%	4 人世帯	21.3%
昼間人口比率	52.1%	5 人以上世帯	11.0%
産業別就業者比率		平均世帯人員	3.00 人
第 1 次産業	1.0%	持ち家比率	87.5%
第 2 次産業	27.4%	1 戸建て比率	62.1%
第 3 次産業	71.5%	共同住宅比率	37.6%

2 次(車 10 分圏) 33,582 世帯 88,048 人
3 次(車 20 分圏) 206,726 世帯 518,004 人

特性　郊外、ファミリー性の強いエリア

商圏特性は r4b (r4b:技研商事インターナショナル) より作成

売場奥にある精肉の壁面前の通路をダブルコンコース化

いなげや川崎登戸店

神奈川県川崎市多摩区

店のポイント

①売場→惣菜と鮮魚はオープンキッチン。精肉の壁面前に関連調味料など催事を島陳列。イートーイン充実
②商品→高価格帯のこだわり品を客の目線に陳列して至る所に配置する。生鮮３品と惣菜で地域一番店目指す
③立地→多摩川河川敷と JR 南武線で分断された東西に長い平坦な地。周辺には市営団地が幾つも存在する

工場の敷地の一部が SM とカジュアル衣料しまむらとなって営業

いなげやは４月 24 日（金）、「いなげや川崎登戸店」を神奈川県川崎市にオープンしたが、販売計画を１割強上回る好調さを維持している。

移転スクラップ＆ビルドの店で、新店オープンに伴い 200m ほど離れた「ina21 川崎登戸新町店」を４月 15 日に閉鎖。閉鎖店は同社の SM を業態転換して 2001 年８月から営業していた。売場面積 300 坪、駐車台数 25 台で、前期の年商は 10 億円を切っていた。同店は居抜きでグループ会社のドラッグストア「ウェルパーク川崎登戸店」（200 坪）として５月 27 日にオープンし、テナントに 100 円ショップのダイソー（100 坪）が５月 29 日から営業開始している。

新店の「いなげや川崎登戸店」は日立マクセル㈱スリオンテック工場の一部跡地に開発。2,800 坪の敷地に、いなげやと隣接してカジュアル衣料しまむらがテナントで営業する。この他、いなげやと同じ棟には、整骨院や歯科医院、美容室、クリーニング店がテナント出店し、NSC を形成している。

売場面積 590 坪の「いなげや川崎登戸店」には、同社最大席数の約 80 席のくつろぎスペースを、直営インストアベーカリー「ボンマタン」の裏側、サービスカウンターの隣に配置している。サービスカウンターのレジ横にはセルフコーヒーマシンを１台常設し、くつろぎスペースには大型のモニター画面でテレビも放映。ソファを中心にして揃え、ゆったりとくつろげるスペースとした

売場は同社の最新レイアウトを採用。惣菜や鮮魚はオープンキッチン化し、売場と作業場との一体感を出す。壁面の精肉売場の前には関連調味料などを島陳列した催事コーナーを配置して売場奥の通路を２つ設け、社内的にはダブルコンコースと名付けている。

グロサリーのゴンドラには最近流行のスーパーフードをコーナー化した。高価格帯のこだわり商品を客の目線に入る位置に、売場の

ダブルコンコースと同社が呼称している売場奥の催事の島群

ワイン売場の隣にナチュラルチーズやおつまみデリなどを関連陳列

サービスカウンターに隣接してセルフの「いーなカフェ」を常設

テレビも設置し、ゆったりくつろげるイートインスペース

洋風惣菜を客がパック詰めする「おかず Bistro」はオープンキッチンとなっている

少量パックも揃えた手づくりサンドイッチ

1 人前の惣菜を揃えた「らくチンデリ」コーナー

川崎の名物商品を出入口付近の壁面で展開する「さんさん市」

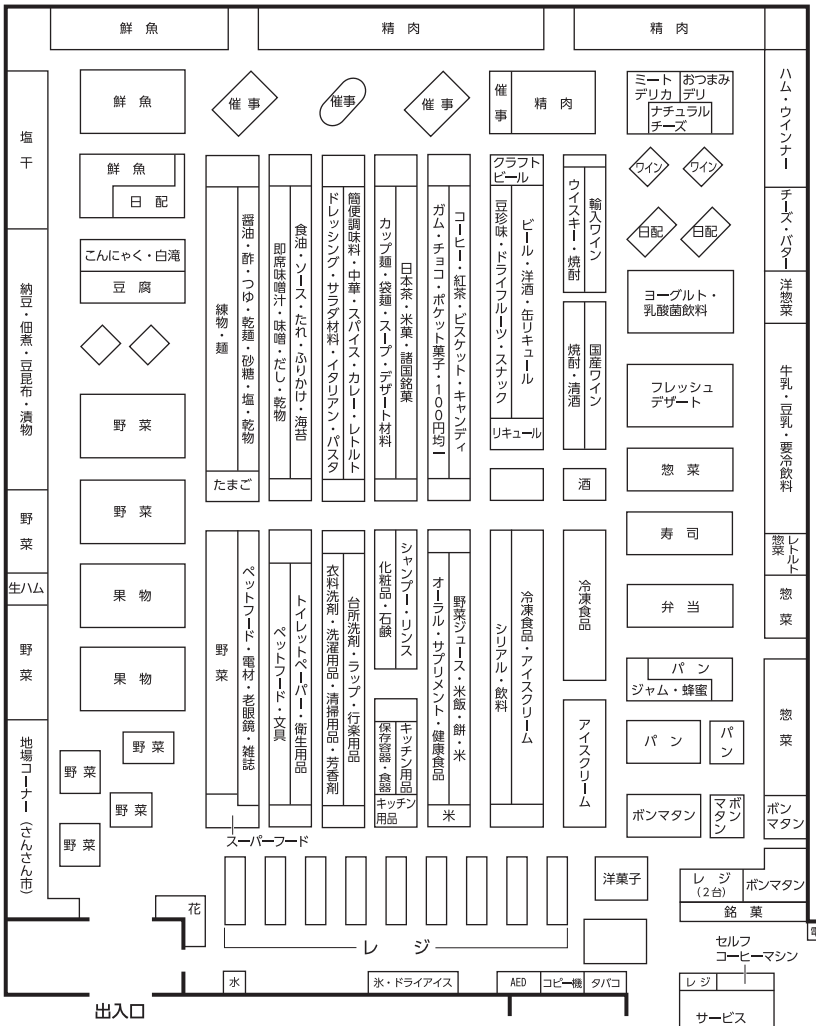
至る所に陳列している。

楽しく買物ができて、くつろげる地域一番店を目指す。健康、シニア、ローカル、Ready to Eat･Heat･Cook の 4 つのキーワードを意識した売場構成で展開する。取扱品目数は 1 万 6,000 と、通常の同社の同規模店よりも 3,000 アイテム多い。内訳は惣菜・寿司・インストアベーカリーが 389、青果 540、鮮魚 349、精肉 471 の小計 1,749。

惣菜は時間帯別の品揃えを追求し、出来立ての商品を提供する。単身、有職主婦を狙った「らくチンデリ」や「おつまみデリ」「おかずビストロ」をコーナー化して導入した。

直営インストアベーカリー「ボンマタン」（専用レジ 2 台）は粉から練り上げるスクラッチ製法にこだわり、ホテル生地やフランス生地、ライ麦、全粒粉使用のパンやサンドイッチを販売する。

生鮮 3 品は地域一番の展開力と品揃えを目指す。地元・川崎の野菜や



レジ前のエンドに今話題のスーパーフードをコーナー化。エゴマ油やアマニ油、ココナッツオイルなどを置く

壁面をオープンキッチン化した鮮魚売場

冷凍肉の平台の横に関連調味料を陳列する

横浜ビーフ、平塚市場から仕入れた鮮魚を揃える。ナチュラル＆オーガニック野菜など鮮度と健康にこだわった商品を展開する。

今流行の「おにぎらず」を推奨するボードを掲げた海苔売場

グロサリーについては新商品やトレンド商品を早期に展開して積極的に情報発信する。ワインを軸としたメニュー提案を進め、パンや料理に合わせたワインに、ナチュラルチーズや生ハムとの組み合わせの提案を充実させた。

サービス面ではまごころ宅配サービスを実施し、買物した商品を当日自宅へと配達する。購入金額5,000円以上あるいは酒類24缶以上、米5kg以上で配達無料。それ以外は1箱税込300円の配達料金。集中レジは11台。

初年度の年商目標は約21億円で、日商目標580万円。開店直後3日間の売上構成比は惣菜・寿司・インストアベーカリーが13.4%、青果12.6%、鮮魚10.3%、精肉15.9%だった。

同店は川崎市多摩区の中央北部、JR・小田急線の登戸駅から北西に約1.3kmで、向ヶ丘遊園駅から北に1.4km、JR中野島駅から東へ1.2kmで、各駅から徒歩15分で辿り着ける。

店舗北側に多摩川河川敷、南側はJR南武線で分断された東西に長い平坦な土地にある。多摩川沿いに走

健康志向の様々な酢を集めた

左：スムージーなども利用できるドリンクジャーやサラダジャーを揃えた

右：お洒落なキッチン用品を陳列。可愛らしい模様入りの紙皿も販売する

パック詰めしたドライフルーツを数多く陳列

「ジャーサラダ」に関連した商品を 1 ヵ所にまとめた

雑誌売場横にリーディングラス（老眼鏡）をコーナー化

200m 離れた所にあった「ina21 川崎登戸新町店」は 2015 年 5 月 27 日にグループのドラッグストア「ウェルパーク川崎登戸店」として営業開始

る信号の少ない幹線道路沿いにあり、多摩川に架かる多摩川水道橋の向こう側からの集客も見込んでいる。

競合店は北側に 200m 先にスーパー文化堂中野島店、この他に 1.5 km 以内にサミットストア中野島店、ベンガベンガ登戸店、向ヶ丘東急ストア、ユーコープ登戸店などが営業し、2.5km の距離にライフ宿河原店がある。

■ DATA　いなげや川崎登戸店

店舗名	いなげや川崎登戸店
所在地	神奈川県川崎市多摩区中野島 2325-1
電話番号	044-922-5070
開店日	2015 年 4 月 24 日（金）
建物構造	鉄骨造 地上 1 階建て・塔屋付
敷地面積	9,254㎡
延床面積	4,488㎡
売場面積	1,947㎡
駐車場	176 台（平面と屋上）
駐輪場	219 台
店長	足立 守正 氏
従業員数	76 人（うち正社員 15 人、パート 61 人（166 時間／月換算））
営業時間	9:00 ～ 22:45
休業日数	年間 1 日（元旦）
年商予定	初年度 21 億円（惣菜込み）
投資額	11 億円
商圏人口	500m 圏内 3,700 世帯 7,200 人／ 1km 圏内 1 万 3,700 世帯 2 万 6,000 人
世帯人員	1.95 人
店舗特性	カジュアル衣料しまむら、接骨院、歯科医院、美容室とＮＳＣを形成
商圏特性	市営中野島団地と工場に隣接し、多摩川沿いにある
交通	小田急小田原線・南武線 登戸駅から川崎市バスと徒歩で 8 分

商圏特性

1 次（徒歩 5 分圏）2,264 世帯 4,581 人

人口構成比		人員別世帯比率	
年少人口	10.5%	1 人世帯	50.6%
労働力人口	68.7%	2 人世帯	22.6%
老齢人口	20.9%	3 人世帯	12.8%
夜間人口比率	57.0%	4 人世帯	10.2%
昼間人口比率	43.0%	5 人以上世帯	3.9%
年齢別構成比		平均世帯人員	2.02 人
0 ～ 19 歳	15.7%	持ち家比率	29.3%
20 ～ 29 歳	15.5%	1 戸建て比率	18.1%
30 ～ 49 歳	31.4%	共同住宅比率	80.8%
50 ～ 69 歳	21.8%		
70 歳以上	15.6%		

2 次（自転車 5 分圏）8,406 世帯 18,071 人
3 次（車 5 分圏内）22,432 世帯 46,440 人

特性　公団居住性

商圏特性は r4b（r4b：技研商事インターナショナル）より作成

駅裏の幹線道路から一歩入った得意立地。関西スーパーとの一騎打ち

阪急オアシス伊丹店

兵庫県伊丹市

店のポイント

①売場→シニア層や感性の高い顧客層をターゲットに、価値訴求や情報感度を意識している
②商品→嗜好性の高い商品群を強化。即食・簡便・機能性に加え、おいしさがキーワード
③立地→阪急電鉄伊丹駅の西側を南に徒歩５分。駅裏の静かなロケーション

これまで商業施設がなかった駅裏だが、決して立地的には悪くない阪急オアシス伊丹店

大阪・梅田の中心部から阪急神戸線の塚口で伊丹線に乗り換えて終点で下車、20 分ほどで伊丹に到着する。

兵庫県伊丹市の人口は約 20 万人。騒音で問題になった大阪国際空港（伊丹空港）の大半が伊丹市の東部にあり、大阪・豊中市に隣接する典型的なベッドタウンだ。

その阪急伊丹駅の線路の西側を南に徒歩５～６分の場所に阪急オアシスが３月２日、伊丹店を開店した。コナミスポーツセンターの跡地に７億円余を投じて建てられた店舗で、２階にドラッグのスギ薬局と 100 円ショップのセリアが入る。最近の阪急オアシスに良くあるパターンだ。

売場面積は 1,020㎡で、標準タイプ。店内は長方形で、奥行きはさほどない。黒く塗られた天井からスポット照明が店内を照らす従来のスタイルを踏襲。

青果では伊丹近郊の生産者による葉物野菜や、兵庫県の内陸部の三木市からの朝どりイチゴなどで、鮮度を打ち出している。生産者直売所の「おひさん市」では、奈良・和歌山・徳島といった生産者からの農産物を導入している。

水産コーナーは従来から取り組んでいる長崎に加え、兵庫県の淡路・

店舗に入った途端、今日の献立が浮かぶような気がする、店舗レイアウト

左：もうすっかり定着した「生産者の顔」が見える青果売場

右：フレッシュ・フルーツのコーナーでは話題の「スムージー」を本格展開

鮮魚は丸のままよりも、消費者のニーズによって、その場で加工するスタイルが定着した

「おかずや天ぷら」といったバイキングを提供するグリルド・ディッシュ

明石直送の活け魚の品揃えを拡大した。直送鮮魚を素材にした加工品「鮮魚鮨」「魚惣菜」「自家製干物」の販売も強化した。

畜産の取り組みは、この伊丹店から新たに「鹿児島大隅たしろ牧場」の黒毛和牛を入れた。品質が良い産直和牛を値ごろな価格で提供する試みは、肉に対して口の肥えた客層が多いので、これからが楽しみなジャンルだ。今回の「たしろ牧場」を加え、産直黒毛和牛の取り組み牧場は6カ所になった。

デリカは新たなメニューとして、「おかずサラダ」と「手作りおにぎり」に取り組んだ。人気の「おかずバイキング」には和のアイテムとして煮物類を追加投入した。

焼魚のアイテム拡大や漁師飯などの魚加工品を強化している

指定牧場や農場で育てられた阪急オアシスブランドの豚や鶏

店内ショップのような形態で肉関連の惣菜を加工する

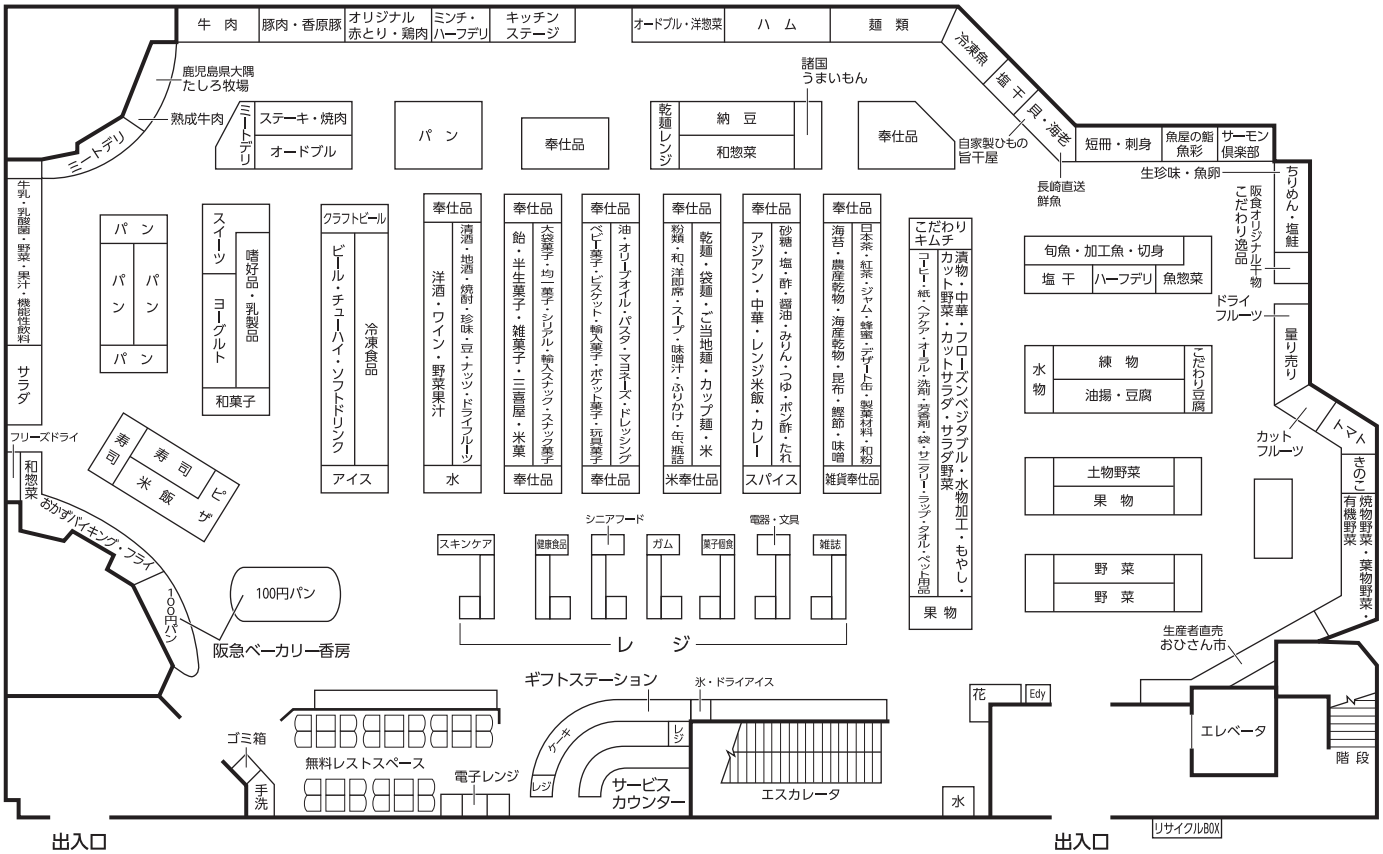
熟成牛肉を使ったミートデリ米飯アイテムも次々新規メニューを開発

日配部門も「京のこだわり豆腐」など、人気が続く食材を連続投入

情報感度の高い層に本物の良さを訴える「諸国うまいもん」

「スプーンで食べるサラダ」として、新たに青果売場でチョップサラダを開発

店内で焼き上げたパンと関連したサラダや飲料などを集めたコーナー



ベーカリーは南フランスの伝統焼き菓子「クロッカン」を新規導入したのをはじめ、店内で焼き上げた「どれでも 100 円」の買いやすいパンの品揃えが豊富になった。

主通路壁面に配置。売場と連携したメニュー提案を心掛けている

取り揃えたクラフトビール。ハムやチーズなどツマミ類も近くで販売

■ DATA　阪急オアシス伊丹店

店舗名	阪急オアシス伊丹店		
所在地	兵庫県伊丹市西台 3-7-7		
電話番号	072-780-5913		
開店日	2015 年 3 月 2 日(月)		
建物構造	鉄骨造 2 階建て	売場面積	1,020㎡(308 坪)
駐車場	44 台	駐輪場	121 台
営業時間	9:00 ～ 22:00	休業日数	年間 3 日(1 月 1 日～ 3 日)
店長	水谷 知加男 氏		
従業員数	117 人(正社員 12 人、パート・アルバイト 105 人　頭数)		
年商目標	18 億円		
世帯人員	2.24 人		
店舗特性	テナント併設の核 S M		
商圏特性	駅周辺、商業地		
商圏人口	500m 内 5,420 世帯 12,130 人／ 1km 内 12,020 世帯 29,180 人		
交通	阪急電鉄伊丹線 伊丹駅から南に徒歩 5 分		

商圏特性

1 次 (徒歩 10 分圏) 5,241 世帯 11,960 人

人口構成比		人員別世帯比率	
年少人口	13.7%	1 人世帯	35.3%
労働力人口	66.4%	2 人世帯	27.5%
老齢人口	19.9%	3 人世帯	18.9%
夜間人口比率	51.6%	4 人世帯	14.1%
昼間人口比率	48.4%	5 人以上世帯	4.2%
産業別就業者比率		平均世帯人員	2.28 人
第 1 次産業	0.1%	持ち家比率	56.3%
第 2 次産業	25.1%	1 戸建て比率	30.0%
第 3 次産業	74.8%	共同住宅比率	65.4%

2 次 (自転車 10 分圏) 28,189 世帯 67,890 人
3 次 (車 10 分圏) 87,279 世帯 210,097 人

特性　都心・郊外ニューファミリー性

商圏特性は r4b (r4b：技研商事インターナショナル) より作成

奈良県中部の幹線道路沿いに出店、広域の集客には、インター開通期待

スーパーセンター オークワ田原本インター店

奈良県磯城郡田原本町

店のポイント

①売場→既存店で好調な 2,100 坪の標準スタイルを踏襲。世帯人口が若干多い地域性に合わせた品揃え
②商品→通常の EDLP に加え、購買頻度の高い商品は思い切った価格で提供。ニチリウと自社 PB、自社食品工場の SB を提供する
③立地→近鉄橿原線田原本駅の西 1.5㎞。京奈和道の全線開通とインターの早期設置に期待がこもる

809 台の駐車場を備え、標準タイプの構えとなった「田原本インター店」

ワンストップショッピングができる新しい商業施設の開店は久しぶり

奈良県磯城（しき）郡田原本（たわらもと）町に 4 月 10 日、スーパーセンターオークワ田原本インター店（以下、田原本インター店）がオープンした。同社のスーパーセンター業態では 22 店舗目で、奈良県内では 5 店舗目の出店だ。

田原本インター店の立地は奈良盆地のほぼ中央で、町の東部を大和川が北に向かって流れているところで、天理市や橿原市に隣接している。

遠距離通勤がポピュラーではない関西では、田原本あたりが大阪や京都への 2 時間圏になる。しかし、地価も安く持ち家の“地の人”が多いので、近年はベッドタウンとして宅地開発が進んでいる地域でもある。現在の町の人口は約 33,000 人。

店舗のスタイルはスーパーセンターの標準タイプの売場面積 6,965㎡（2,107 坪）だ。

オークワの売場面積は食品が約 50%の 1,100 坪を占め、住関連が 570 坪、衣料品が 475 坪となっている。売上は食品が 81.5%、住関連 14.0%、衣料 4.5%を見込んでいる。

農産コーナーでは、地元産の葉物野菜をはじめ、低価格を全面的に打ち出した商品展開を実

上：兼業農家の家も多く、野菜を選ぶ目が肥えている人が多い中でのオープンだ

左：コンパクトにまとめられた「地場農産物」のコーナー

右：季節のフルーツ。カゴや箱詰めなど、贈答用のフルーツの品揃えも充実

「レンジでチンするだけ」。周辺はパートに出る主婦も多く、受けそうなレンジアップ商品

店内で焼き上げた「手作りピザ」。ガラス容器に入れて、衛生的な販売に

奈良県では「魚に強い」オークワのイメージ、実績は定着している

このところ水揚げ好調の和歌山・串本港直送の本マグロもお目見え

ローストビーフなどが並ぶ横で、減塩ハムなど「からだに優しい商品」も取り揃えた

住居にかかる費用が少なくて済む分、牛肉などにお金を回す層が多い

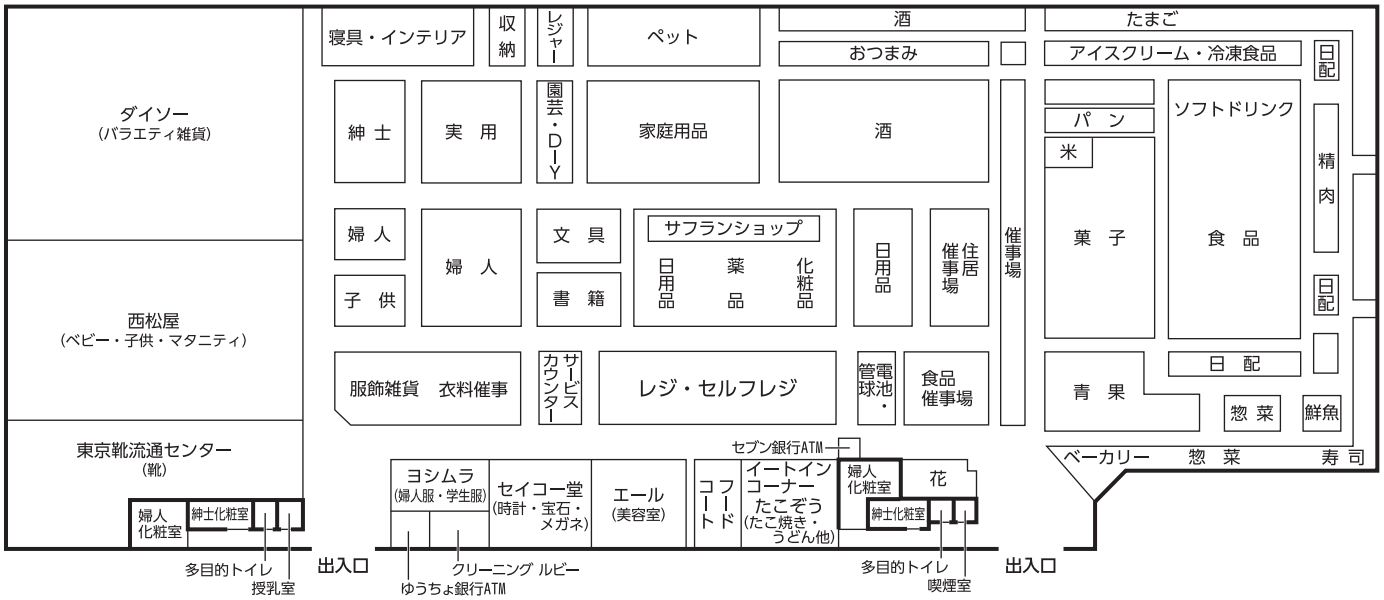
施している。簡便商材、機能性野菜、規格・サイズ・産地にこだわった価値を重視した商品の品揃えも充実させている。

和歌山出身のオークワのウリは「海のない県」の奈良では水産の期待が大きい。鮮魚を間近で見て実感してもらえるラウンドケースを導入し、ライブ感を演出。串本産の本マグロも取り揃えた。

品質重視の畜産コーナーの目玉は山形牛で、豚肉・鶏肉も「おいしいものを地域一番で」提供することをモットーに展開している。加工肉は減塩など「からだに優しい商品」コーナーを設置した。

惣菜コーナーでは、「手作りおにぎり」「オークワ名物コク旨いなり」「店内加工ピザ」などを全面に打ち出している。

総売場面積の１／４を占める住居関連商品。化粧品から薬品、Ｈ＆Ｂまで取り揃えた「サフラン」をはじめ、健康と美容といった生活シーン



スーパーセンターの売場らしく、ゆったりスペースを取ったフローズン売場

お酒の専門店は点在するが、全てが揃う店舗の良さをしっかりアピール

に合わせた売場づくりで、買い回りのしやすさを打ち出している。

衣料品も実用衣料中心に取り揃えた。これまでそのあたりの需要を一気に引き受けていたGMS店舗の減少で、ニーズが増えていることからも、やり方次第で期待が持てる分野でもある。

■DATA　スーパーセンター オークワ田原本インター店

店舗名	スーパーセンター　オークワ田原本インター店
所在地	奈良県磯城郡田原本町十六面 71-1
電話番号	0744-34-5160
開店日	2015 年 4 月 10 日(金)
建物構造	鉄骨造 平屋建て
売場面積	6,965㎡
駐車場	809 台
店長名	寺田 富彦 氏
従業員数	89 人(正社員 14 人、パート・アルバイト 75 人　8 時間換算)
営業時間	9:00 ～ 24:00
休業日数	なし
年商目標	30 億円
商圏人口	2km 内 10,700 世帯 30,800 人 2 ～ 4km 内 11,700 世帯 34,400 人
世帯人員	2.88 人
店舗特性	単独
商圏特性	郊外
交通	近鉄橿原線 田原本駅から西へ約 1.5km

商圏特性

1 次 (車 8 分圏) 9,225 世帯 24,392 人

人口構成比		人員別世帯比率	
年少人口	14.1%	1 人世帯	16.9%
労働力人口	62.8%	2 人世帯	29.4%
老齢人口	23.0%	3 人世帯	22.0%
夜間人口比率	52.2%	4 人世帯	19.5%
昼間人口比率	47.8%	5 人以上世帯	12.2%
年齢別構成比		平均世帯人員	2.64 人
0 歳～ 19 歳	19.1%	持ち家比率	79.1%
20 歳～ 29 歳	10.4%	1 戸建て比率	80.4%
30 歳～ 49 歳	26.1%	共同住宅比率	15.6%
50 歳～ 69 歳	28.7%		
70 歳以上	15.7%		

2 次 (車 13 分圏) 21.974 世帯 57,314 人
3 次 (車 20 分圏) 69,755 世帯 173,225 人

特性　マイホーム・核家族性

商圏特性は r4b (r4b:技研商事インターナショナル) より作成

Fukushima フレッシュ・バリューをあなたとともに

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 CO_2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マネジメントシステム
Bems-you
省エネ大賞 経済産業大臣賞を受賞

省エネ大賞受賞
平成25年度 省エネ大賞 (製品・ビジネスモデル部門)

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 MGCシリーズに一枚扉仕様新発売 NEW
- 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 (株式会社クローヴ・イシカワ代表取締役)
- 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

福島工業株式会社
URL http://www.fukusima.co.jp/

本　社	(06) 6477-2011	大阪府大阪市西淀川区御幣島3-16-11
東日本支社	(03) 5835-2181	東京都台東区柳橋2-17-4
中部支社	(052) 413-2331	愛知県名古屋市中村区並木2-265
西日本支社	(092) 474-5881	福岡県福岡市博多区博多駅南6-2-27

がんばれ！食品スーパー！
No. 38
2015 7
発行所:株式会社ストアジャパン社
発行人:和田國男
本社：〒151-0053 東京都渋谷区代々木1-37-8向陽ビル4F
Tel：03-5350-2671 Fax：03-5350-2672 E-mail：info@sji.gr.jp
定価:1500円 本体1389円