

がんばれ! 食品スーパー!

2015年8月号

No. 39

<http://www.sji.jp>



「直売所とスーパー」をミックスした新業態店、郊外に商圈を広げる工夫が「カギ」
なかよし村北波多店

商圈の半分が海の厳しい立地でも高い支持を集める 600 坪 SM
ヨークマート久里浜店

駅前ロータリー新設に先行、商業ビル 1 階に「小型高質食品専門館」
阪急オアシス 千里山店

フクシマグループ エンジニアリングソリューション



ドックシェルター



テンパリング庫



プラットフォーム



冷凍 / 冷蔵庫



搬送コンベヤ



冷凍麺製造ライン



鶏肉フレッシュパック生産工程



スチームクッカー



ダンボール反転装置



蒸し器



トンネルフリーザーとスチーマー



箱詰装置

「直売所とスーパー」をミックスした新業態店 郊外に商圈を広げる工夫が「カギ」

なかよし村北波多店

佐賀県唐津市

店のポイント

- ①売場→地場野菜などの「直売所」とスーパー部門の売場面積は半分ずつに分かれている
- ②商品→契約農家は 200 軒で、さらに募集中。SM は「いいものを適正価格で」を踏襲
- ③立地→唐津市の中心部からバスを使うと 25 分。商圈が薄い 12km 内陸部に入った郊外地



どのように集客するかが課題の「なかよし村北波多店」



じっくり商品の説明を見ながら買い物できる直売所

佐賀県唐津市郊外に 4 月 24 日オープンした「なかよし村北波多店」を訪ねた。

この店舗は、食料品から日用品まで何でも揃うスーパーの良さと生鮮野菜などの直売所がミックスした新業態店舗だ。

この北波多店は、唐津バスセンターから国道 202 号線を佐賀・伊万里方面に約 12km、北波多市民病院前で下車してすぐのところだ。(所要時間は約 25 分、530 円)。高速無料

区間の西九州自動車道の北波多 IC から車で 2 分のところでもある。

沿道沿いに民家や工場などが張り付いた北波多地区だが、1km 圏の人口は 3,000 人余と少ない。スーパーを運営するには、かなりの覚悟が要る立地だ。

「なかよし村」を運営するのは、長崎県佐世保市を本拠とするエレナだ。1959 年に創業し、2015 年 3 月の時点で佐世保市を中心に食品スーパーの「エレナ」、小型店の「エレナ

mini」など 40 店余を展開する優良企業だ。

「なかよし村」は 14 年 11 月に「有喜(うき)店」(長崎県諫早市)、「瀬戸越(せとごし)店」(同佐世保市)が相次いでオープン、この「北波多店」が 3 店舗目となる。

全国、どこのスーパーでも地場野菜を扱っているし、産直商品もあふれている。今回、「なかよし村」がこの流れに沿って店舗を展開するのは何か、理由があるはずだ。

「九州は土地が安いので、この 10 年あまりで、ディスカウント

(DS) が 3 ~ 4 倍と激増しました。これに対抗するには、何か別の業態が必要だと」(中村剛士・エレナ執行



夕方になると、勤め帰りの若い主婦層も増える



地元での隠れた「こだわりの逸品」が一堂に



新鮮な生みたての卵が生産者から直接届けられる



壁面いっぱいに張り出された「生産農家」の氏名



佐賀県は米どころ。小袋に入った熟成米が勢揃い



役員営業企画部長)。

そこで考えたのが、直売所の面積を大幅に増やし、使い勝手のいいスーパーを同時に併せ持った店舗の展開だった。どちらかが主体となるの

ではなく、両者がコラボし「仲良し」になって相乗効果を生むという発想だ。

数年前、JA ならけんが運営する「まほろばキッチン」を取り上げたこ

とがあった。直売所が中心だが、かなりの集客がある。だが、来店客に聞くと「これで、お魚や肉が十分揃ってればね」という声が多かった。そのため、隣接する地場スーパーが大賑わいで、店長のホクホク顔が忘れられない。

「北波多店」は、どちらも満足できるスペースがあるから、この種の心配はない。後は、集客の課題だけだ。平日は中高年者が中心だが、週末はファミリー層が中心となる。

「商圈をどうやって広くするかです。チラシを打たず、価格で集客する形ではないので、週末ごとのイベントでお客様を取り込む考えです」(中村部長)。



ブランド豚の商品。求めやすいアウトレット品も提供



唐津と言えば「イカ」。名物「いかしゅうまい」の老舗ブランドが揃う



内陸部だけに、玄界灘の直送鮮魚の値打ちが次第に認知されてきた



「いいものを適正価格で」のコンセプトが息づいている



JA 佐賀県をはじめ、精肉売場は地域一番の品揃えだ



数々の受賞歴を数えるブランドの「金星佐賀豚」をコーナー展開

佐世保市の「エレナえきマチ1丁目店」から異動してきた松尾哲也店長は「今のところ、客数は駅前の1/3~1/4ですが、どうやって認知してもらうかで、(逆に)やりがいがある」と語る。

楽天市場のスイーツランキングで1位を獲得した「北海道のスイーツ」がケースに並んでいるのを見て「話題商品には地域差がなくなった」と思った。ネットを活用し、この店舗から全国に向けて「唐津の名産品」を発信する試みも可能だ。

流通業、特にスーパー関係者は他店をこまめに見て回って、自店に役立つヒントを得る



人気がある「おかずバイキング」。惣菜はテナントが運営



焼き立てパンをインスタアで提供する「パン屋さん」



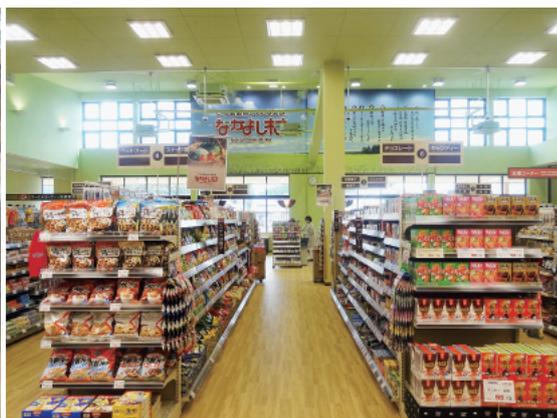
若いファミリー層の需要を見越して、スイーツも充実



JA伊万里が提供する「地元特産品コーナー」



全国区商品になった北海道・十勝の「濃厚焼きプリン」

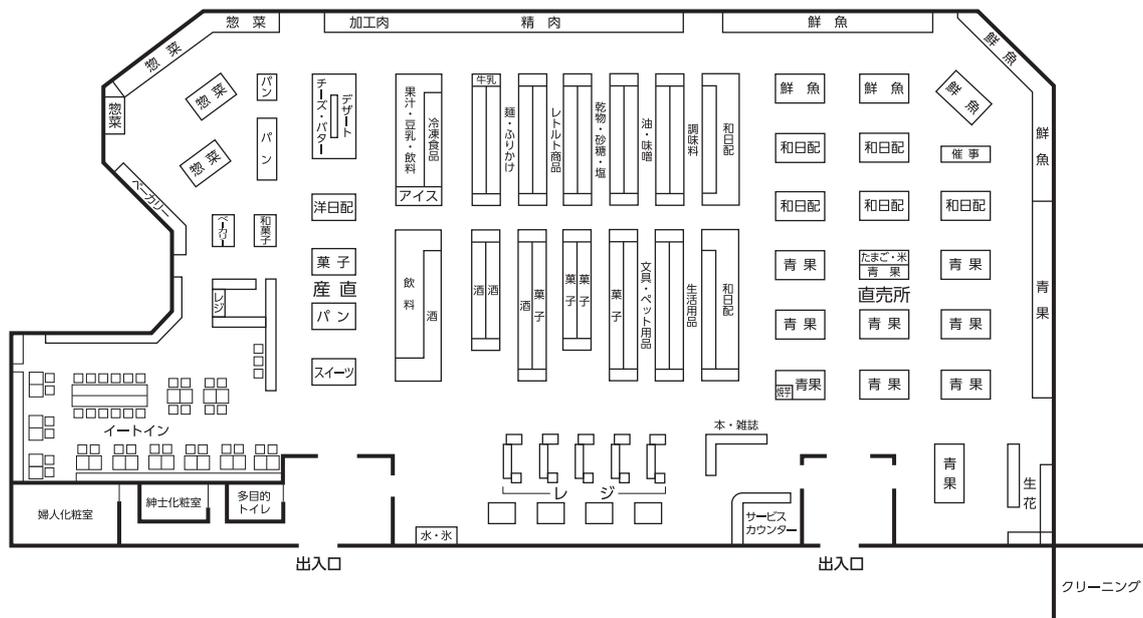


「エレナ」はAJS加盟社なので、調味料を中心に「くらし良好」を導入

ことが多い。夏場は出店が減り、秋に向けて業務も一段落する時期だ。

九州の唐津で3店目の実験が始められた「直売所+スーパーマーケット」のミックス新業態。自分ならどのような戦略で集客をはかり、売上を確保するのか。

「百聞は一見にしかず」——現地に向いて、参考にしたい店舗だ。



■ DATA なかよし村北波多店

店舗名 なかよし村北波多店
 所在地 佐賀県唐津市北波多田中 923-1
 電話番号 0955-51-2500
 開店日 2015年4月24日(金)
 建物構造 鉄骨造 平屋建て
 売場面積 450坪
 駐車場 123台
 店長 松尾 哲也 氏
 従業員数 45人(正社員10人、パートナー・アルバイト35人 頭数)
 営業時間 9:00～20:00
 休業日数 年間1日(元日)
 年商目標 非公表
 商圏人口 500m圏内 424世帯 1,280人
 1km圏内 1,007世帯 3,115人
 世帯人員 3.02人
 店舗特性 直売所とスーパーマーケットの複合業態店舗
 商圏特性 典型的な郊外型商圏を有する店舗
 交通 西九州自動車道、北波多ICから車で2分

商圏特性

1次(車10分圏) 1,090世帯 3,412人

人口構成比		人員別世帯比率	
年少人口	13.7%	1人世帯	18.6%
労働力人口	58.6%	2人世帯	27.8%
高齢人口	27.6%	3人世帯	20.4%
夜間人口比率	53.1%	4人世帯	15.8%
昼間人口比率	46.9%	5人以上世帯	17.4%
年齢別構成比		平均世帯人員	3.13人
0歳～19歳	17.4%	持ち家比率	78.7%
20歳～29歳	9.7%	1戸建て比率	85.2%
30歳～49歳	20.4%	共同住宅比率	5.6%
50歳～69歳	31.2%		
70歳以上	21.3%		

2次(車20分圏) 3,474世帯 10,847人
 3次(車30分圏) 18,260世帯 52,747人

特性 マイホーム核家族性

商圏特性は (r4b:技研商事インターナショナル)より作成



併設の「なかよし食堂」のメニューにマルタイラーメンも加えられた



「店舗横のテント広場でイベントを開催」と話す松尾店長



店頭に掲げられたイベント告知のポスター



商圈の半分が海の厳しい立地でも 高い支持を集める 600 坪 SM

ヨークマート久里浜店

神奈川県横浜市磯子区

- 店のポイント
- ① ヨークベニマルとノウハウを共有した店作り
 - ② 実商圈は4分の1くらいという厳しい環境をMD力で克服
 - ③ 素材重視の生鮮、レンジアップデリなど即食強化で支持集める



屋上と平面が駐車場のヨークマート久里浜店

セブン&アイ・ホールディングスのスーパーマーケットセクターを担うヨークマートはヨークベニマルとノウハウを共有しながら、スーパーマーケット事業を展開しているが、店作り、売場作りなどで共同の度合いを強めている。

この5月27日には神奈川県内25店舗目（全体では78店舗目）となる「ヨークマート久里浜店」を開店、内外装のデザインや、デリカ売場のレンジアップデリなどでヨークベニマルと同様な店づくりを行い好調に推移している。

横須賀は米国海軍基地や海上自衛隊、陸上自衛隊などの駐屯地があって軍港都市のイメージが強いが、都心から電車で1時間と近く、海や山に囲まれた風光明媚な地域である事から、住む人も増え、観光に訪れる人も多く人気のエリアになっている。



青果入口で野菜の買得品を展開するヨークマート流。主通路を広く取り広々と見通しが良い



30軒の農家と契約する農家直売所。地元三浦野菜が人気

どうもろこし、ざつまいもなどのレンジアップ商品が並ぶ簡便野菜コーナー



新店はそうした横須賀市でも南に位置し、京急久里浜駅から東へ1kmほど、久里浜港へ注ぐ矢作川沿い、開国橋近くに位置する。矢作川を挟んで反対側には広大な陸上自衛隊久里浜駐屯地があり、さらに商圈の半分は久里浜港の海に取られる。円で商圈を画くと住宅地は4分の1しかないのはいかというくらいの厳しい立地でもある。その中には競合店ももちろんある。それでも、同店は計画を上回る好調ぶりと言い、そのMD力の高さを見せつけているようだ。

店舗は1フロアで売場面積 1,946㎡



フルオープンキッチンの鮮魚売場。築地・横須賀市場から仕入れ



A4等級の「宗谷岬和牛」を中心に牛肉を売り込む精肉売場

(590坪)。内装は、薄い色調のオレンジ、ブルーなどの壁面に英語で「seafood」などを表示しただけのシンプルなもの。装飾より商品そのものを目立たせるデザインで、店内全体も明るく見通し易い。外装も同じ色調、デザインで、ヨークベニマルとほとんど同じだ。

売場は反時計回りに青果、鮮魚、精肉、日配、デリカ、ベーカリーで壁面を構成。青果は主通路内の平台

が横幅16尺ほどと広くとり、売場全体を広々と感じさせる。

入口すぐには野菜の小型平台が4台あって、ここを中心に横須賀市場、横浜市場から直送の買得品を売込み、安さをアピールする。同社の特徴的な売場作りだ。

壁面右側入口近くには農産物直売所を設置、地元農家30軒と契約し、三浦野菜を中心に毎日直送で販売、夕方まで品揃えする。

トマトは平台1本を丸ごと使い、ミニトマトバイキングも実施、トマトに注力する。カットフルーツ、ドライフルーツなども充実させる。

鮮魚はオープンキッチンで、築地市場、横須賀市場を中心に仕入れ、近海魚はトロ箱を8箱ほど並べて、魚屋の雰囲気売り込む。マグロは地元、三崎加工のめばちまぐろから本まぐろまで扱い、干物も横須賀・佐島加工のあじの開きなどを販売する。

精肉は30尺3段もの大きなスペースで牛肉を展開。宗谷岬牧場で通常よりも長く肥育し、高品質といわれる「宗谷岬和牛」4等級をメインに扱い、インスタ加工でステーキ、焼肉などきめ細かく品揃えする。また、輸入牛も扱い、価格帯も幅広くして多様なニーズに応える。ラムも4尺ほどでコーナー化している。

デリカでは主通路内で、レンジアップデリカの「だんらんデリ」、冷凍惣菜の「フローズンデリ」などヨー

クベニマル流のコーナーを中心に、ローストビーフなど肉惣菜、魚惣菜



北海道十勝産牛、輸入牛なども揃え、サイズもバラエティ豊富に展開する焼肉



和洋中のレンジアップデリを集めた「だんらん DELI」コーナー。1列 16 尺ほどの長いコーナーだ



合成着色料・合成保存料不使用、1人前などがコンセプトの冷凍惣菜「フロースンデリ」コーナー



デリカの壁面ではフライ、おこわなどのインスタ加工の惣菜を展開

のコーナー、サラダ、和惣菜などのコーナーを集合展開し、壁面の店内製造の米飯、揚げ物、焼き物などと合わせて即食ゾーンを形成する。隣のインスタベーカリーではイトインを併設、セブンカフェを提供する。

グロサリー・日配では、「こだわりセレクション」のネーミングでこだわり品をエンドないし定番差込で展開する。このコーナーは、カテゴリーごとに設置していて、はがき大の額に写真やキャッチコピーを記して商品をアピールする凝り様。 Gond

「ヤスタのむヨーグルト」などをこだわりのヨーグルトとしてエンドで大々的に売り込む。オリーブオイルなどトレンド商品はこうして売り込む



隣がイトインになっているインスタベーカリー。セブンカフェを販売



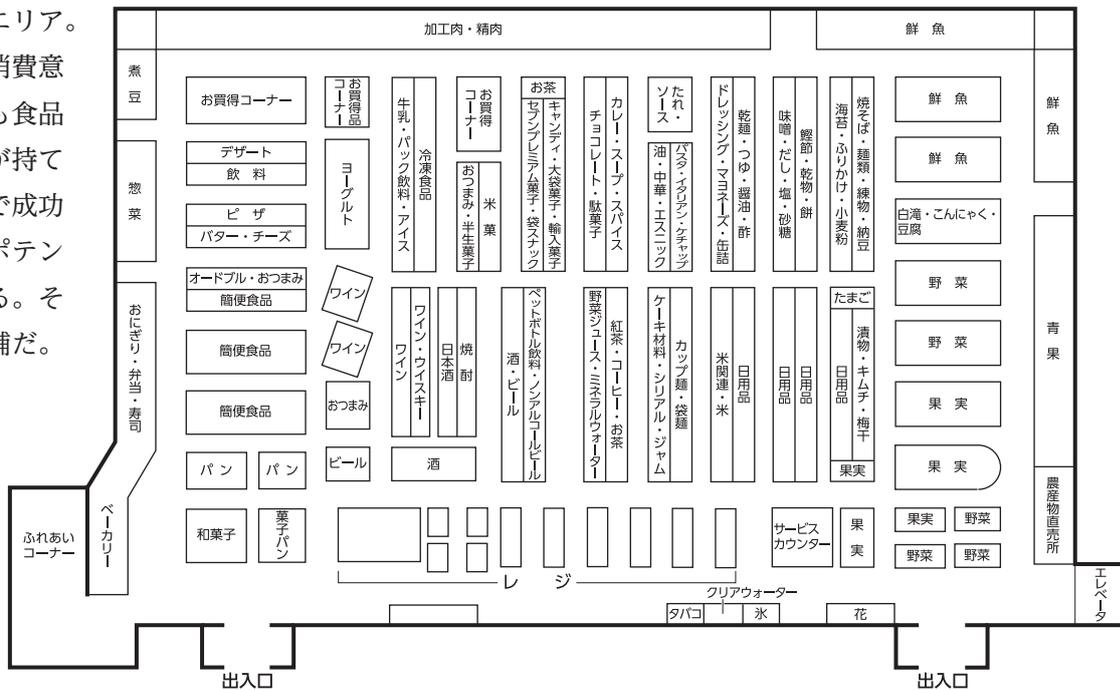
ラのところどころに設置されているので目立つし、楽しい。

さらに「ありあけ」、「大森商店」、「森定商店」、「調味商事」など地元メーカーの商品も力を入れる。

サービス面では電話、電気、ガスなど公共料金の収納代行や、セブンネットショッピングの受取サービスを行う。受取サービスは越谷花田店、戸塚深谷町店、青戸店、港南中央店、東逗子店に次いで6店舗目。

地理的な商圈は狭いが、徒歩 15 分圏で約 3,000 世帯ある。3 階建て以上の共同住宅に住む比率

が高く、人口密度が高いエリア。高齢者が比較的少なく、消費意欲の強い年齢層が多いのも食品マーケットとしては期待が持てる立地。この厳しい立地で成功すれば同社の店舗開発のポテンシャルが高まることになる。その意味でも注目される店舗だ。



アメリカンワインを拡販

こだわりのだしコーナー。こだわり品はこだわりセレクションのPOPとラベルを付けて、ゴールデンラインで展開



煮豆、サラダなどの真空パックコーナー。セブンプレミアムも目立つ



セブンネットショッピングの受取、宅配、公共料金収納代行などサービスを充実

DATA ヨークマート久里浜店

- 店舗名 ヨークマート久里浜店
- 所在地 神奈川県横須賀市久里浜 7-3-1
- 電話番号 046-838-3833
- 開店日 2015年5月27日(水)
- 建物構造 1階建 屋上駐車場
- 売場面積 1,946㎡
- 駐車場 137台
- 店長 向井 章浩氏
- 従業員数 90名(社員20名、パート70名)
- 営業時間 9:00 ~ 22:00
- 休業日数 無休
- 年商目標 20億円(初年度)
- 商圈 半径1km内6,000世帯15,000人
- 世帯人員 2.50人
- 店舗特性 単独
- 商圈特性 住宅地
- 交通 京急久里浜線 京急久里浜駅東口より徒歩15分

商圈特性

1次(徒歩15分圏) 2,928世帯 7,399人

人口構成比	人員別世帯比率
年少人口 15.3%	1人世帯 35.8%
労働力人口 67.1%	2人世帯 26.1%
高齢人口 17.5%	3人世帯 16.9%
夜間人口比率 51.4%	4人世帯 15.5%
昼間人口比率 48.6%	5人以上世帯 5.7%
年齢別構成比	平均世帯人員 2.53人
0歳~19歳 20.6%	持ち家比率 44.8%
20歳~29歳 14.2%	1戸建て比率 24.8%
30歳~49歳 30.9%	共同住宅比率 74.5%
50歳~69歳 21.5%	
70歳以上 12.8%	

2次(自転車10分圏) 6,352世帯 15,840人
3次(車10分圏) 20,946世帯 54,666人

特性 社宅居住性の強いエリア

商圈特性は r4b (r4b:技研商事インターナショナル)より作成



駅前ロータリー新設に先行 商業ビル 1 階に「小型高質食品専門館」

阪急オアシス 千里山店

大阪府吹田市

店のポイント

- ①売場→新設の商業ビルへの出店だが、売場はやや小ぶりだ。レイアウトを工夫し、買いやすさをアップ
- ②商品→「みんなで創る あなたの市場」をキャッチフレーズに、生鮮の自社開発商品を充実
- ③立地→阪急千里山駅の東口すぐだが、駅前らしい体裁が整うのはしばらく先



右側のビルの取り壊しの後、駅前ロータリーの整備が待たれる「千里山店」

1970年（昭和45年）の大阪万博が開幕してから45年の歳月が流れた。竹林と丘陵地帯だった千里地区は大阪中心部への手軽なベッドタウンとして発展してきた。

その千里丘陵の東、阪急千里線の千里山駅前、東口を降りてすぐのと

ころに「阪急オアシス千里山店」が4月15日にオープンした。

これまで、駅前のロータリーが整備されず、不便だったところを再開発。大和リースが建てたショッピングビル「BiVi 千里山」の1階に入居したものだ。3階建ての同ビルには

2階にドラッグの麒麟堂、100円ショップのセリア、3階には吹田市の千里山コミュニケーションセンターが入っている。

千里山店の売場面積は898㎡。3月初めに兵庫県伊丹市にオープンした伊丹店より120㎡ばかり狭くなった。そのため「馬蹄（てい）形」のレイアウトになっており、入ってすぐのところにレジはなく、ぐるっと時計回りの先で精算するようになっている。

売場正面には「阪急 OASIS」という大きな電飾サインが天井から吊り下げられている。売場はその下に左右に広がる。狭い空間を広く見せシンボルマークのような演出だ。産直野菜の「おひさん市」はエスカレーター部分の壁面にまとめ、そこから奥に誘導する形を取っている。

正面左は、名物になった「阪急ベーカリー香房」の100円パンが山積みされている。ケーキ箱が積んであ



青果売場の上から吊るされた「阪急オアシス」の電飾サイン



左：奈良・和歌山・徳島といった隣接各県の生産者から集荷した商品が多い

右：低い什器を下までムダのないように使い、しかも売場を広く見せる工夫も

朝掘りの生タケノコと穂付きのままポイルしたものを合わせて販売





手前の箱に入れてもらって販売している 100 円パン。トレイに入れるより個数は増える？



メニュー開発には、主婦層のランチや駅前通勤帰りの需要の取り込みをポイントにした



文字通り「ガラス張り」のオープンキッチン方式なので、ライブ感は満点だ



新鮮な青果物を提供する「プロデュース」。ここもオープンスペースになっている



旬のフルーツをふんだんに使ったフルーツタルトを導入



ミニトマトやイチゴなど、計量器で好きなだけ買える量り売りコーナー

り、その中に詰め込んで買ってもらうという算段だ。事実、2～3個で済ます人は少なく、箱いっぱい6～7個を買い求める人が多かった。ベーカリーの隣はデリコーナーとなっている。ここでは、ピザ、フライ・おかずバイキング、和惣菜、サラダ類を提供。寿司、スナック、米飯の平台展開と合わせて、何でも揃う場所となっている。

この「DELI & BAKERY」コーナーは表も裏もガラス板で仕切られていることから、文字通り「スケスケ」状態になっている。誠に開放感あふれるバックで、調理風景も全て見通せる。中で働く従業員にはかなりストレスがかかるし、狭い調理場を常にきれいに保つのは、想像以上に大変なことだろう。

奥の突き当たりは鮮魚、その隣が

精肉のゾーンで、いずれもオープン形式だが、鮮度のいいものをどうやって加工して販売していくかに工夫がある売場だ。

千里山店の直接の競合は店舗のすぐ近くにあるピーコックストアだ。ここは、阪急オアシスの開店前に、リニューアルオープンし、対決姿勢を鮮明にしている。

もう一つの競合店は東 1km にある

たい」と抱負を語る。部門長も半数を女性で編成し、阪急ファンの多い地域の期待に応える。

東口の駅前にある「阪急千里山マーケット」という古い商業ビルを取り壊し、ここをバスターミナルにする工事が進んでいる。実際にバス乗り場が稼働するのは2年後というから、店舗にとっても、付近住民にとっても、待ち遠しい話だ。



ワインとチーズをセットで売り込む。オアシスならではの商品を求める人が多い



おいしいものにふさわしい食器を。有田焼などの器を関連販売していた



「早く駅前整備を…」オアシスの最強ドミナントエリアに初めて登用された女性店長の竹田綾氏



奥まった場所にあるチェックアウト。慣れれば、不便さは少ないかも



「和食をもっと美味しく簡単に」をテーマに、レンジアップ商品を取り揃えた



ライスマルクや豆乳類。話題になった健康飲料はほぼ揃ったイキイキ「うるおい美人」コーナー



こちらも健康志向。テレビなどで話題になった商品が多く、手に取る人も多い

■ DATA 阪急オアシス 千里山店

店舗名	阪急オアシス千里山店
所在地	大阪府吹田市千里山霧が丘 22-1
電話番号	06-6192-7806
開店日	2015年4月15日(水)
建物構造	鉄骨造3階建て(オアシスは1階に入居)
売場面積	898㎡(272坪)
駐車場	57台
駐輪場	80台
店長名	竹田綾氏
従業員数	123人(正社員13人、パート・アルバイト110人 頭数)
営業時間	9:00～22:00
休業日数	年間3日(1月1日～3日)
年商目標	16.5億円
商圏人口	500m内4,420世帯9,530人 / 1km内13,400世帯30,120人
世帯人員	2.16人
店舗特性	複合商業施設
商圏特性	駅前立地
交通	阪急千里線 千里山駅東口前

商圏特性

1次(徒歩10分圏) 5,444世帯 11,829人			
人口構成比		人員別世帯比率	
年少人口	13.5%	1人世帯	41.1%
労働力人口	66.9%	2人世帯	24.0%
高齢人口	19.5%	3人世帯	16.8%
夜間人口比率	62.7%	4人世帯	13.9%
昼間人口比率	37.3%	5人以上世帯	4.2%
年齢別構成比		平均世帯人員 2.17人	
0歳～19歳	19.4%	持ち家比率	53.2%
20歳～29歳	13.1%	1戸建て比率	34.3%
30歳～49歳	28.0%	共同住宅比率	64.2%
50歳～69歳	25.8%		
70歳以上	13.7%		

2次(自転車10分圏)	27,133世帯 59,973人
3次(車10分圏)	118,432世帯 267,087人

特性 郊外のニューファミリー性の強いエリア

商圏特性は (r4b:技研商事インターナショナル) より作成



フクシマエンジニアリング施工事例

常識にとらわれない、新しい発想をもとにした
“消費者の安全”と“企業を改革する挑戦”をサポート。



スーパーチェーンの未来を変える
リノベーションへの挑戦と意義

難問だらけのプランを
フクシマグループの組織力で実現

高品質な空調システムを導入し
高い衛生基準を備えた
精肉ミートセンターが目指すもの

北海道帯広市を中心に地元に着したスーパーチェーンを展開する「株式会社いちまる」。従来の生鮮食品の加工センターから精肉工場を独立させ、新しい精肉ミートセンターを立ち上げました。
詳しくはがんばれ食ビジネスvol.19をご覧ください。

■ いちまる精肉ミートセンター 概要

所在地 北海道帯広市西5条南31-1-15
生產品目 鶏豚牛肉のスライス、ブロック、
パック詰め
製造能力 140,000パック/月
センター面積 810㎡



▲ 断熱パネルで構築したクリーンルーム



- ① 搬入・搬出室のドックシェルター
- ② クリーンルーム天井のLED照明
- ③ 保管庫へ移す直前のパッキングされた商品
- ④ クリーンルーム内の室温をコントロールする集中温度制御盤
- ⑤ 搬出庫のスライド扉
- ⑥ 冷却システムは自社製

キッザニア甲子園に 冷蔵サポートセンター オープン!!

オープン!!



サポートセンターに
警報発令!



どこが壊れて
いるのかな?



フックピーも
応援に駆け付けました!



キッザニア甲子園に 冷蔵サポートセンターが オープンしました

スーパーにある冷蔵ショーケースは
どうやって冷えているのかな?
いつもおいしく食べている食べ物
がどのように冷やされているのかを
知って点検や修理を体験できます。



2015年7月24日にオープニングセレモニーが開催されました。
「私たちは食品の安心を支える縁の下の力持ちのような会社です。
このような仕事が社会に役立っていることを子供たちにも知ってもらいたいと思います」(代表取締役 福島裕)