# がんばれ! 食品スーパー!

2015年11月号

 $N_0$ .41

http://www.sji.jp













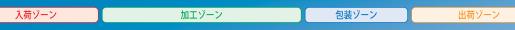
サニー退店跡に「居心地のいい SM」出店、周辺開発に期待かかる **西鉄ストア レガネット美鈴の杜** 

高級住宅地の SM 大改装で富裕層の心をつかむ 参考になる MD 戦略 コープこうべ 苦楽園店

30 ~ 45 歳夫婦に子供 2 人の若い家族の多い商圏で地場商品を強化マックスバリュ沼ノ端店



# フクシマグループ エンジニアリングソリューション





福島工業エンジニアリング事業部 設備ブランニング(冷凍冷蔵、解凍、空調換気、殺菌水、冷水、照明、管理システム、その他)



⇔省研 省研ベルトコンベヤ (自動搬送





テンパリング庫



プラットホーム













ンボール反転装置





トンネルフリーザーとスチーマー







# サニー退店跡に「居心地のいい SM」出店 周辺開発に期待かかる

# 西鉄ストア レガネット美鈴の杜

福岡県小郡市

### 店のポイント

- ① 売場→ 385 坪と標準的なレガネット店舗に比べ小ぶり。100 円ショップや外食店も併設
- ② 商品→ディスカウンターだけでは満足できない客層に向け、鮮度、品質、品揃えにこだわる
- ③ 立地→西鉄大牟田線三国が丘駅に近く、駅前から西の開発が急ピッチで進む



住宅街の入口に位置する「レガネット美鈴の杜」

九州・博多の中心街の天神から西 鉄大牟田線の急行で約30分、筑紫 を過ぎるとすぐに「三国が丘駅」に 着く。この駅の南に5分ぐらいの住

宅街の入口に、西鉄ストアの「レガ ネット美鈴の杜 | が8月21日に開 店した。

店舗は元々、岩田屋の子会社であ

ったサニー(西友)の店舗が退店し た後を大改装して居抜き出店したも のだ。建物そのものは西鉄の所有だ ったから、空き店舗となる期間はな



天井からのスポット照明が、青果売場を引き立てている



熊本や長崎産など、生産者の顔が見える「産直野菜」



輸入フルーツの横にカットフルーツを取り揃え旬をア



究極のこだわり野菜ともいえる「うるおい野菜」コーナー

く、交渉が進んだ。

レガネットという のは「レガーロ(贈 り物)とプラネット (宇宙) |の造語で「宇 宙からの贈り物」と いう意味だ。ウォル マート流の効率化を 追求する店舗ではな く、周辺の地域特性 に合わせたアップグ レードのスーパーに チェンジした。

最寄駅の三国が丘 駅は20数年前の開 業だが、駅の東側を メインに人口が張り 付き、西側の開発は 遅れていた。2012

年のダイヤ改正で、急行停車駅にな ったのを機に、福岡・久留米の中間 地点の「ベッドタウンとして最適だ| との評価が高まった。

こうした中で親会社の西鉄が駅前 西部地域を「あすみ(明日が"見え る"まち、明日が"美しい"まち」



対面の調理場などを設け、親しみやすさを演出







魚の骨が苦手な人に好評の「骨取り魚」をコーナ

と名付け、大規模な開発に着手し、 10月からは新しい町名表記が正式 にスタートした。

計画では12.6 ヘクタールの土地 に1戸建て住宅255戸を建設、10 階建て63戸の分譲マンション「サン リアン三国が丘駅前」も工事が急ピ ッチで進められている。

半径500mの足元商圏には約900 世帯、2,600人が居住している。 SM のメインターゲットとなる2人 以上の世帯が8割を超える地域だ。

世帯別の収入をみると、年収300 万円未満の世帯が西鉄ストアの既存



精肉は「秋の味覚」をテーマに、売場一体で展開する



こだわり派の需要を満たすため、和牛のオーダーカットも承る



フライパン 1 つで簡単に調理できる商材を集めた売場



近くの高校などの売店で売っている「おなじみパン」を取り揃えた



熊本の有名惣菜テナントと合体させた売場で強化を図る



カロリーを気にする「大人女子のための二段弁当」などが人気



ちくわの中にポテトサラダを詰め込んだ「ち くわサラダーが人気



「ちょっと、こだわり」。家で味わえるスイー ツを集めた

店52店舗の中で一番低く、逆に 700万円以上の高所得層の比率がト ップになっている。店舗前から西方 向に延びる道路の先には既に開発さ れた住宅地が広がり、ここがメイン の顧客層となる。

年代別構成では、30歳代が 16.1%、40歳代が14.3%と高くな っている。特に40歳代の構成比は 既存店の中でも4番目に高くなって いる。これは、未成年の扶養家族が いる 40 歳代のファミリー層が世帯 の大半を占めていることを示してい る。

周辺の競合店の状況をみると、半 径 1.5km 以内には駅の東側のダイキ

ョーバリューだけだ。しかし、1.5 km を超える北西部、JR 鹿児島本線・ 原田(はるだ)駅周辺には、ダイレ ックス、サニー、マルキョウ、ルミ エール、レッドキャベツと九州でも 名高いディスカウントタイプの"安 売り店舗"が5店舗もひしめいてい る。道路状況も良く、車で10分も あれば買い回れる距離だ。

こうした状況を踏まえて、レガネ ット美鈴の杜は、30~40歳代をメ インターゲットとするが、この年代 はディスカウンターの買い回りで、 流出が激しい。高所得の比率が高い 50歳代以降もしっかり囲い込むこ とを方針に挙げている。

店舗のコンセプトは「親しみやす さと日々のお買い物が楽しくなる接 客。おしゃれで居心地の良い、地域 自慢の冷蔵庫」「レガネットは『食』を 通して安心・安全。おいしく、楽し いお客様の生活のお手伝い」だ。そ の中で①うそ、ごまかしのない正直 販売②食べておいしいと言われる商 品を厳選③「ゆったり」「たのしく」お 買い物ができる快適な売場を演出 ----を目指す。

実際に店舗を訪れた若い主婦に感 想を聞いてみた。「サニーが閉店に なった後、しばらくはルミエールさ んなんかの店舗で買い物をしていま した。でも、値段は安いけど、何か もの足りない。この店が開店したの で、何度か来ていますが、店内は明 るく開放的で、買いやすいです」と いう意見だった。

"模範解答"のような気もするが、 こうした生の声に、どれだけ店舗が 期待を裏切らずに応えられるかが、 今後のポイントとなる。

全国的に人口減少が進み、人口増 が確実視されているような店舗は数 少ない希少物件だ。朝注文した商品



要所にCGCの開発商品を配したバラエティー豊か



ワインをはじめ、日本酒なども銘柄品を揃えた



新米が入荷。米どころを控えるだけ に、地元米が中心



「パートさん に早く慣れて もらって、地 域で愛される 店舗に」と田 代店長

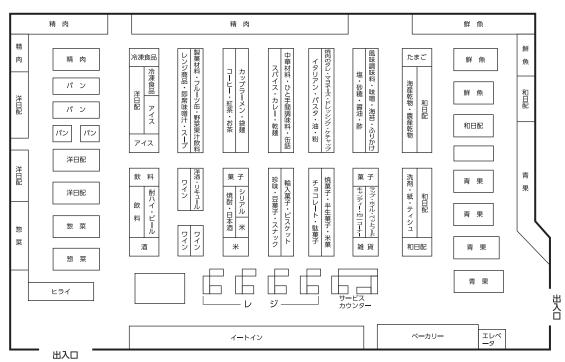
が当日配達されるネット通販とも競 合する。成長神話のディスカウント にも翳りがうかがえる――様々な環 境の変化に、こうした「新店」が出 す答えをウォッチしてみたい。



「常に焼けている状態が続く」焼き立てパンのテナ ントは好評



テラス席も設けて、ゆっくりくつろげるイートイン



### ■ DATA 西鉄ストア レガネット美鈴の杜

店舗名 レガネット美鈴の杜

所在地 福岡県小郡市美鈴の杜 1-1-3

電話番号 0942-27-9066

開店日 2015年8月21日(金)

建物構造 鉄骨造 平屋建て

売場面積 1,272㎡ (385 坪)

駐車場 175台

駐輪場 58台

店長 田代 浩一氏

従業員数 21人(正社員 11人、パート・アルバイト 10人 8時間換算)

営業時間 9:30~22:00

休業日数 年間2日

年商目標 8.5 億円

商圏人口 500m 内883世帯2,564人/1km内2,851世帯8,490人

世帯人員 2.90 人 店舗特性 SM

商圏特性 高収入の比率が高い住宅地

交通 西鉄大牟田線 三国が丘駅、南徒歩5分

### 商圏特性

# 1次(徒歩10分圏)1,778世帯4,567人

人口構成比		人員別世帯比率	
年少人口	13.4%	1 人世帯 26.4%	
労働力人口	66.1%	2 人世帯 28.6%	
老齢人口	20.5%	3 人世帯 21.5%	
夜間人口比率	49.5%	4 人世帯 16.2%	
昼間人口比率	50.5%	5 人以上世帯 7.3%	
年齢別構成比		平均世帯人員 2.57 人	
0歳~19歳	19.4%	持ち家比率 63.0%	
20 歳~ 29 歳	10.9%	1 戸建て比率 40.1%	
30 歳~ 49 歳	25.5%	共同住宅比率 56.9%	
50 歳~ 69 歳	29.9%		
70 歳以上	14.3%		

2次(車10分圏) 13,366世帯 36,732人 3次(車20分圏)49,076世帯140,463人

ニューファミリー性(都心・郊外)

商圏特性は r44 (r4b: 技研商事インターナショナル) より作成



# 高級住宅地の SM 大改装で富裕層の 心をつかむ 参考になる MD 戦略

# コープこうべ 苦楽園店

兵庫県西宮市

### 店のポイント

- ① 売場→開店 16 年で、什器類を一新。著名デザイン会社と地域 MD を徹底掘り下げ
- ② 商品→「普通のスーパーには置いていない商品がいっぱい並んでいる」。定めた照準ピタリ
- ③ 立地→閑静な高級住宅地の、ど真ん中。高級車で来店するのにふさわしい周辺環境



閑静な住宅街のマンション 1 階にあるコープこうべ

戦前なら谷崎潤一郎、現代だと村 上春樹の小説の舞台となった大阪と 神戸の間を占める「阪神間」。中でも 芦屋と並んで有名なのが、阪急甲陽 線の周辺の地域だ。

約10年前から特急が停車するよ うになって、梅田まで20数分で行 けるようになった阪急夙川駅から北 に向かって延びる 2.2km の甲陽線。 単線3両ワンマン運転の途中駅は苦 楽園口だけだが、乗り降りする乗客 の服装やいでたちからは、あか抜け た上品感が漂っている。駅前特有の、 がさついた雰囲気もなく、行き交う 車や路上に駐車する車がどれも国 産・外国車を問わず、ワンランク上 だと気付く。

駅前から西に向かってやや上り坂 の道を 1km ほど歩くと、広い公園 があって、その脇の5~6階建ての マンションの1階に「コープこうべ 苦楽園店」がある。

コープこうべは 「組合さん」や 「コープさん」の愛称で、地元で愛さ れ文字通り生活に密着した存在だっ



客筋の良さを肌で感じることができる阪急甲陽線=



天井から床まで、すっかり生まれ変わった青果売場



売場全体が見やすく、買い回りしやすくなった

を拡大、寿司と惣菜で分かれていた 売場を一体化させた。また、ベーカ リー売場も 1.5 倍に拡大し、時代ニ ーズに合う改変を全売場で実施した。 また、各カテゴリーごとに「普通 のスーパーには置いていない商品が いっぱい並んでいる」ように品揃え

を見直した。

グロサリー売場を削って惣菜売場

改装の効果はすぐに現れた。店舗 左奥には世界のチーズを並べたコー ナーがあるが、そこの棚にもリカー 売場と同じようなワインやスパーク リングを並べた。その数、およそ 200本。

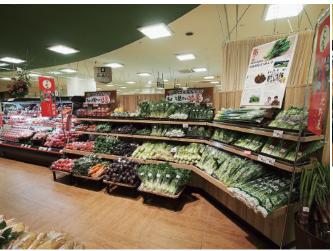
普通だと、この種のワイン類は売 場のアクセントというか「陳列のお 飾り」だ。撮影するには「絵になる

た。宅配とともに、 地域の店舗も組合員 に支えられ、優位性 を保っていた。

しかし、1995年 (平成7年)の阪神大 震災は関西経済の地 盤沈下に拍車をかけ、 相次ぐ競合店の出店 で、生協と言えども 同じ土俵での勝負を 余儀なくされる時代 に突入した。

今回の改装は、こ うした現状を踏まえ た上で「今一番必要 な改装のポイントは 何か | に絞り込んだ ものだった。

1999年11月の オープンで、すでに 16 年が経過しよう としている。冷凍・ 冷蔵ケースの入れ替 えと照明を LED に チェンジすることは 去年の段階で決まっ ていたが、著名なデ ザイン会社に売場デ ザインを外注。イメ ージチェンジの第1 号店として、3週間 休んで7月18日に 再オープンした。





値が張る季節の果物をア ピールする「セレクト果 物」

西宮市郊外を中心 に生産されている 近郊野菜を集めた 「近菜 |売場





「いいものを少しだけ」。 鮮度感のある瀬戸内の小 魚も人気

高価な食べ物の代 名詞となった「う なぎ」を特設台で 販売





豚・鶏も品質や産地にこ だわった商品を取り揃え た「ミートセレクト」

神戸ビーフのブラ ンド店「神戸菊水」 が厳選した和牛を



お飾りの売場とならないところが、この店舗の"真骨頂"だ



高級スイーツの店舗は点在しているが、お手軽に味わ えるのは強み



大型の冷蔵庫を保有している客層に合わせて、冷凍関 係は充実



惣菜は寿司と分かれていた売場を一つにまとめた



グレードの高いネタを取り揃えた寿司コーナー



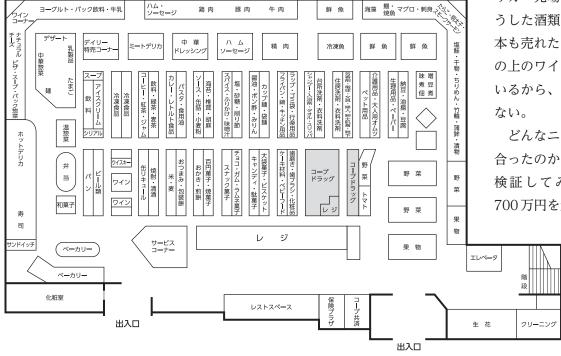
テナントだが、従来の面積の 1.5 倍に拡大した

存在」で、ウリにはつながらない。

だが、苦楽園店の場合は違った。 リカー売場も含めての話だが、こ うした酒類が開店2日間で、360 本も売れた。8月に入っても、「棚 の上のワイン」は補充に追われて いるから、開店時のフロックでは

どんなニーズに照準がピタリと 合ったのか。大原店長の話を元に、 検証してみる。「平均年収でも 700万円を超える閑静な住宅街に

> 住む人たち。身な りのいい男性客が 通勤帰りに外車で 立ち寄る。ワイン が好きなので、  $1,000 \sim 3,000$  円





地元・西宮の銘品を集めた「にしのみや」産品コーナー



売場自体は削 られたが、地 域ニーズに根 差したアイテ ムは確保



清酒発祥の 地・西宮のブ ランドを中心 に品揃え



レジ前には珍しく、冷凍のフレッシュ果実ジュレな

クラスの輸入ワインを家で飲む。つ いでに、珍しいチーズなどを購入| ――そんな、具体的なお客の姿が見 えてきた。平日も売れているが、写 真撮影中に「主人に頼まれまして、 いつもここで買います」という初老 の婦人の声を聞いて、納得した。

具体的な改装効果は、こういうニ

ーズに合致した時に、実需とし て顔を見せる。これは、何も富 裕層が多いスーパーだけの現象 ではない。その店舗ごとに、異 なった形の「商品はあるはず」 だ。見学する時の参考にしてみ たい。

直近のコープこうべの既存店 の客単価は1,927円。これが苦 楽園店では2.831円に跳ね上が

る。このまま年末商戦を迎えたいが 「そうは問屋が卸さない」のがこの世 界。隣の阪急甲陽園駅前では、阪急 オアシスの新店工事が進み、試練が 待ち受ける。



営業政策推進部長 の経験があり、競 合店調査などにも 明るい、大原店長

阪急オアシスの 工事現場。新た な競合相手との 一騎打ちが控え ている



### ■ DATA コープこうべ 苦楽園店

店舗名 コープこうべ苦楽園店

所在地 兵庫県西宮市樋之池町 6-17

電話番号 0799-73-4593

改装開店日 2015年7月18日(土)

建物構造 鉄筋コンクリート造り、マンション(店舗は 1 階部分)

売場面積 1,809㎡ (548 坪)

137台 駐車場 駐輪場 40 台

店長 大原 昭彦 氏

従業員数 58人(正社員12人、パート・アルバイト46人(頭数))

営業時間 10:00~23:00 休業日数 年間 1日(元日) 年商目標 18.3 億円

商圏人口 500m 内 4,426 世帯 8,092 人/ 1km 内 12,732 世帯 32,335 人

世帯人員 1.83人 店舗特性 単独 SM

商圏特性 1戸建て比率の高い高級住宅地 交通 阪急甲陽線苦楽園口駅、西徒歩 12 分

### 商圏特性

# 1次(車5分圏) 19,352世帯 47,468人

人口構成比	人員別世帯比率		
年少人口	15.8%	1 人世帯	26.4%
労働力人口	64.1%	2人世帯	30.5%
老齢人口	20.1%	3人世帯	21.1%
夜間人口比率	58.6%	4 人世帯	17.6%
昼間人口比率	41.4%	5 人以上世帯	<b>4.4%</b>
年齡別構成比		平均世帯人員	2.45 人
0歳~19歳	20.6%	持ち家比率	64.0%
20 歳~ 29 歳	8.6%	1 戸建て比率	43.1%
30 歳~ 49 歳	31.9%	共同住宅比率	54.8%
50 歳~ 69 歳	24.6%		
70 歳以上	14.3%		

2次(車10分圏)76,475世帯178,015人 3次(車20分圏) 262,633世帯608,196人

ニューファミリー性(都心・郊外)

商圏特性は (r4b: 技研商事インターナショナル) より作成



# 30~45歳夫婦に子供2人の若い 家族の多い商圏で地場商品を強化

# マックスバリュ沼ノ端店

北海道苫小牧市

### 店のポイント

- ① 30~45 歳夫婦に子供2人家族が多いという今時珍しい非高齢商圏立地
- ② エリアバイイング制を敷いて地場商品を強化
- ③ 新しい取組みに挑戦するモデル店舗



ーマックと複合 SC を形成する マックスバリュ沼ノ端店





上:A5 等級の白老産黒毛和牛。ロース ステーキは 100g1,580 円。3 尺 1 本で定番展開し動いている

左:地元勇払で朝引きし工場で処理し た鶏を直送し午後 1 時から販売する 「朝引き桜姫」。むね肉、もも肉の他、 レバー、ハート、砂肝も販売。地元産で 新鮮と人気

左下:輸入牛も良く動く。大型パックが 多いが、ステーキ、牛たんでは厚切も 揃える。魚の刺身も厚切を揃え、ヤン グファミリーに多い商圏に合わせる

下:多段冷ケースを中心に広いスペー スで展開する精肉売場

子供が多く、若々しいファミリー が多く住む一方で高齢者が少ないと いう、少子高齢化に向って突き進ん でいる世の中全体の流れとは真逆の 商圏に、マックスバリュ北海道が出 店し好調に推移している。北海道苫 小牧市は北海道の中では人口の増加 傾向にある数少ない都市。ここ 10 年間で人口は 0.3%増と微増だが、 世帯数は11.8%も増え、8万6千世 帯強ある。

その苫小牧市に開店した「マック スバリュ沼ノ端店」は、半径 1km 圏で65歳以上の高齢者が8%強と 少ない一方で、14歳以下の年少者



が25%もいる。北海道平均の約2 倍、中でも 10 歳未満は 17%もいて、 10 ポイント以上も上回る。それに 持ち家比率も6割強と高く1.2階建 てが多い。土地は充分にある北海道 ならではの住宅事情かもしれないが、 とにかく [30~45歳の夫婦に子供 2人のヤングファミリーが多い商



圏」(早坂智宏店長)だ。

苫小牧は海岸沿いに発展した港湾 都市で、トヨタ自動車など工場も多 く、農業というより製造業が盛んな 地域。店舗は室蘭本線で苫小牧駅か ら千歳よりの隣駅、沼ノ端駅から徒 歩5分ほどの住宅地にある。住宅地 といっても前を通る道路は片側2車 線の広い道路。車移動が中心だ。

店舗はホーマックとの複合 SC を 形成していて、駐車場は430台と広 い。マックスバリュは1階建てで、 店舗面積 2.197㎡。インストアベー カリー、イートインなどを揃えた、 フルライン構成の SM。左右の主通 路を広く取り、右側に青果、鮮魚、 左側にデイリー、惣菜などの平台な いし平冷ケースを配し、鮮魚、惣菜 ではオープンキッチンで対面対応す るなど提案型 SM の作りだ。

マックスバリュ北海道では、同店 の開店で苫小牧地区の店舗数が6店 になったこと(8月28日に弥生店が 開店し7店に)もあり、同地区専任 の地区バイヤーを農産、水産、日配

部門で各1名、計3名を置いて地域 バイイングを始めている。同店はそ のモデル店で、「地域密着 | をストア コンセプトにしている。

そのため、マーチャンダイジング では地場商品の導入を大きな柱にす る。青果では洞爺・安平などで栽培 されたオーガニック野菜、苫小牧の IA ファームのトマト、いちごなど の近郊野菜、水産では苫小牧前浜で 水揚げされた生魚やホッキ貝などを 扱い地場仕入れ比率を高める。精肉 では白老産黒毛和牛、地元勇払で飼 育された銘柄鶏「桜姫」の朝引き鶏 などを扱う。

朝引き鶏は同店から車で5分ほど の工場で朝、処理した鶏を直送し午

> 後1時から売場で パック販売するも ので、明らかに鮮 度の良さが分かり 人気だ。惣菜では 勇払産鶏を使用し たチキンカツ、唐 揚げも人気という。 日配では地区バ

イヤーが豆腐店、和洋菓子店、漬物 店などと商談を実施し毎月1回、苫 小牧フェアを行い、人気の商品を定 番につなげるようにしている。同店 ではうずら園のプリン、ハスカップ だいこん漬けなどを定番化している。

加工食品では同店が初の試みとし て、ゴンドラの上段部分に「バリュ セレクション」コーナーを設置して いる。いわゆるこだわり商品を目立 つようにディスプレイしたものだが、 オリーブオイル、ポン酢、味噌、醤 油、ジャム、カレーなどで展開、目 を引く。

早坂店長は開店の4か月前に赴任。 商品部の応援を得てチーフなどと開 店準備を進め「商品構成、容量、売 価」で個店対応するようにしたとい う。商品では子供の多い商圏に合わ せ、乳幼児飲料売場を通常店の2倍 に広げ、スナック菓子売場にテレビ を付け、イートインコーナーの壁面 をガラス張りにしてベーカリーの作 業場が見えるようにした。子供の関 心を呼ぶためだ。容量では「ばら売 りをメインにしているが、3~4人

> 家族が賄える量を基本 にしていて」、豚小間 は札幌市内店は298 円パックがメインに対 しこの店では398円 パックをメインにして いるという。

同店は生鮮のインス トア比率を高めていて、 精肉ではスライサーを 1台導入して、銘柄豚 など以外は店内で加工、 鮮魚ではインストアで 製造する刺身に力を入 れている。この面から も高収益店舗と位置づ けている。





お好み焼など鉄板焼コーナーを導入



地元勇払産の鶏肉を使用 した惣菜売場のチキンカ 唐揚げコーナ

握り寿司は生ネタ使 用の「海鲜寿司」とし て惣菜で展開。巻き 寿司にも力を入れる



オーガニック野菜コーナー。皮やヘタなど野菜のくずを活用した食事法「ベジブロス」を POP で提唱



ばら売りをMDの基本において展開する青果売場。 常に MR して主要品では負けない価格を出す



地場野菜を差込式に品揃えし「こだわり野菜」として



\_\_\_\_\_ 1 パック 198 円(本体)で提供するミニトマトバイキング



苫小牧の地区バイヤーを置いて、地元漁港から生魚、ホッキ貝などを仕入れる









さんま、イワシ、する めイカ、つぶ貝など本 場の魚介類が主通路内 の平冷ケースで丸や3 枚卸、切身など様々な

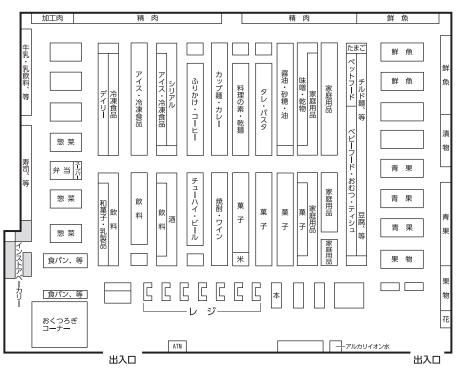
SKU で展開される

ル、ビッグハウスがある。

開店後1か月の状況は好調だ。予 定を大きく上回っていて、特に畜産 と惣菜が良い。A5 等級の白老産黒 毛和牛と輸入牛、焼肉が売れる。惣 菜では勇払産鶏を使用したチキンカ

競合はすぐそばに豊月のフードD

# SJ NEW STORE REPORT





グロサリーではゴンドラの上2段ほどを使ってこだ わり品の「バリュセレクション」をコーナー化



日配の地区バイヤーが探した地場メーカーの「ハス カップだいこん漬し



ベーカリーの作業場を見えるようにしたイートイン コーナー。子供が喜んで見る。新しくジュース販売機 も置いた

ツ、ボリューム弁当などが動く。精 肉、惣菜の構成比は共に12~13% と高く、生鮮4品で50%を超えてい て、生鮮への支持率が高い。

「朝は高齢者だけでなく若いお客 様も多く、1 時過ぎにはイートイン コーナーも一杯になる。夕方はボリ ューム弁当を買われるお客様が増え、 6時以降の指数が上がる」と言い、若 い世代の多い商圏にマッチしている ようである。

### ■ DATA マックスバリュ沼ノ端店

店舗名 マックスバリュ沼ノ端店

所在地 北海道苫小牧市北栄町 3-1-8

電話番号 0144-43-0080

2015年7月24日(金) 開店日

鉄骨造1階建て 建物構造

店舗面積 2,197m<sup>2</sup> 駐車場 430 台 店長 早坂 智宏 氏

従業員数 104名(社員14名、パート90名)

営業時間 7:00 ~ 23:00 休業日数 年中無休

半径 1km 内 3,003 世帯 7,498 人

世帯人員 2.50 人 店舗特性 HC と複合 SC

商圏特性 人口急増の新興住宅地

交通 JR室蘭本線沼ノ端駅北口から徒歩5分

### 商圏特性

1 次(半径 1km 圏) 3,472 世帯 9,283 人						
人口構成比		人員別世帯比率	<u>K</u>			
年少人口	25.1%	1 人世帯	24.4%			
労働力人口	66.5%	2人世帯	25.6%			
老齢人口	8.3%	3人世帯	20.1%			
夜間人□比率	60.3%	4 人世帯	22.0%			
昼間人口比率	39.7%	5 人以上世帯	7.9%			
年齡別構成比		平均世帯人員	2.67 人			
0 歳~19 歳	29.6%	持ち家比率	62.4%			
20 歳~ 29 歳	9.4%	1 戸建て比率	64.9%			
30 歳~ 49 歳	40.6%	共同住宅比率	34.5%			
50 歳~ 69 歳	15.2%					
70 歳以上	5.2%					
2 次(半径 2km 圏) 10,620 世帯 26,309 人						
3次(半径 3km 圏) 11,824 世帯 29,062 人						
特性 郊外(	カニュー	ファミリー性の強い	エリア			



# フクシマエンジニアリング施工事例





"消費者の安全"と"企業を改革する挑戦"をサポート。

**○** いちまる 精肉ミートセンター

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密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 生産品目 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



# 福島工業株式会社

(4)

URL http://www.fukusima.co.jp/

(06) 6477-2011

東日本支社 (03) 5835-2181

中部支社 (052) 413-2331 西日本支社 (092) 474-5881 大阪府大阪市西淀川区御幣島3-16-11

東京都台東区柳橋2-17-4

愛知県名古屋市中村区並木2-265

福岡県福岡市博多区博多駅南6-2-27





# キッザニア甲子園に

# 冷意步术一



サポートセンターに 警報発令



フクッピーも

どこが壊れて いるのかな?



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)



# 島工業株式会社

URL http://www.fukusima.co.jp/

東日本支社

中部支社 (052) 413-2331 (092) 474-5881

愛知県名古屋市中村区並木2-265 福岡県福岡市博多区博多駅南6-2-27

(06) 6477-2011 大阪府大阪市西淀川区御幣島3-16-11 (03) 5835-2181 東京都台東区柳橋2-17-4