がんばれ！食品スーパー！

2016年6月号
No.45
http://www.sji.jp

食の提案力を強化し、デパ地下で営業開始した新業態
クイーンズ伊勢丹グランデ府中店

健康・美容と即食を打ち出す、朝食、ワインとつまみを関連販売
ウオロク亀田店

鉄道・道路アクセスも抜群のロケーション「にぎわいとカジュアル」
イオンスタイル堺鉄砲町

保育施設などを整備した子育て世代対応 600 坪 SM
田子重 清里店

地下鉄開通すれば、都心と直結する「郊外型ショッピングモール」に
イオンモール 杭州良渚新城

Fukushima フレッシュ・バリューをあなたとともに

フクシマグループ
エンジニアリングソリューション

Fukushima 福島工業エンジニアリング事業部　設備プランニング（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）

FSP. FSP 断熱パネル、 クリーンパネル、建具

TM 髙橋工業トンネル（スパイラル）フリーザー

省研 省研ベルトコンベヤ（自動搬送機）

ドックシェルター

テンパリング庫

プラットホーム

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

福島工業株式会社
FSP株式会社
髙橋工業株式会社
株式会社 省研

食の提案力を強化し、デパ地下で営業開始した新業態

クイーンズ伊勢丹グランデ府中店

東京都府中市

店のポイント

① 売場→百貨店地下１階の食品フロア内に居抜き出店。惣菜以外を扱い、水産と製菓材料はコンセを導入
② 商品→オリジナル品５割、珍しい NB2 割を揃え、食のライフスタイルを提案するコーナーを多数常設
③ 立地→京王線・府中駅南口からペディストリアンデッキで直結した繁華街の中。付近に市役所や大國魂神社

伊勢丹府中店のデパ地下にオープンしたクイーンズ伊勢丹の新業態

こだわりの生ハムやナチュラルチーズを対面試食販売する「生ハム工房」。注文を受けてからスライスするのが基本

豚もも肉に香りの高いトリュフを練り込んだ生ハム「イタリア産プロシュート・コット・トリュフ」

品質と味を追求したミートデリカも精肉売場に隣接して展開

対面販売の直営精肉売場はカウンターの奥にブロック肉をショーケースに入れて客に見せている

三越伊勢丹フードサービスは３月30日（水）、「クイーンズ伊勢丹グランデ府中店」を伊勢丹地下１階の食品フロア内にオープンした。今年４月で開店20周年を迎える伊勢丹府中店は今回、食品売場の一部をリモデルし、核テナントに「クイーンズ伊勢丹グランデ府中店」をテナントとして居抜き出店。三越伊勢丹フードサービスが百貨店内で展開する高級食品専門店として新たにプロデュースした。

デパ地下の中にあるが、生鮮売場とグロサリーショップが一体となったスタイリッシュな空間。「ワンコンセプト」の考えのもと、百貨店の顧客に合わせた上質な空間と高い付加価値を備えた食を提案する。

壁面の生鮮食品とグロサリーのゴンドラの間に、食のライフスタイルを提案するコーナーを常設している。５ヵ所の柱周りを「クロスポイント」として、生鮮食品と連動したこだわりの調味料をディスプレイ陳列し、商品の説明文などを掲示している。

柱と柱の間には、白とシャンパンゴールドのストライプが入ったテン

対面コーナーを広くとった精肉売場

見せる「演出厨房」でバックヤードも売場にした鮮魚

手前はマルシェ風のステージ。奥の柱周りは「クロスポイント」とし、それぞれテーマを決めて食のライフスタイルを提案する

床から天井まで柱周りにこだわりの商品をディスプレイ陳列する「クロスポイント」

トの屋根を付けたマルシェ風の屋台（ステージ）を設置して、生活シーンに合わせたカテゴリーやイベント商品を集合陳列する。

食の提案力を強化するため、ワインアドバイザーやジュニア野菜ソムリエなど専門知識を持ったスタッフが客の買物をサポートする。107人の従業員のうち社外資格であるジュニア野菜ソムリエは7人、コムラード・オブ・チーズは2人、社内資格のワインアドバイザーは1人配置している。

青果と精肉・加工肉売場は直営で、鮮魚と寿司は東信水産、塩干は伊勢丹の専門店「魚勢」がコンセスタイルで出店。グロサリーの一部である製菓材料は富澤商店が「TOMIZ」としてコンセで展開する。食品フロア内にある専門店がテナントで営業しているため惣菜やベーカリーは取り扱っていない。

生鮮には全て対面コーナーを常設する。青果売場では「ベジステージ」と名付けて、オープンキッチンスペースを設けている。鮮魚・寿司の東信水産もオープンキッチンとして、精肉・ミートデリカには対面販売コーナーを設置。生ハムやナチュラルチーズを試食販売する「生ハム工房」をクイーンズ伊勢丹として初導入した。

デパ地下の客層に合わせてフルーツギフトコーナーを充実し、フルーツギフトカウンターを設置。高級な果実やジャム、プリザーブドフラワーなどを販売する。「ISETAN FRUIT」のロゴが入った専用の包装資材も販売している。

フルーツギフトカウンターに併設して「ファー

マシーズジュースバー」を配置。券売機を常設して、スムージーやフルーツジュースを、注文を受けてから一杯ずつ提供する。素材の味がストレートに感じられるコールドプレスジュースやベジミックスのオリジナルソフトクリームも揃える。

グランデ府中店は通常のクイーンズ伊勢丹に比べ、こだわり商品の比率を高めた。商品構成としては5割がオリジナル商品で、2割は珍しいNB商品。残り3割はどこでも買えるNB商品。計7割がこだわり品となる。

取り扱いSKU数はトータル約3,500。カテゴリー別では農産が約400、水産が約110、畜産が約190、加工食品が約2,160、日配が約450、酒が約170。内、こだわり商品は約1,960。

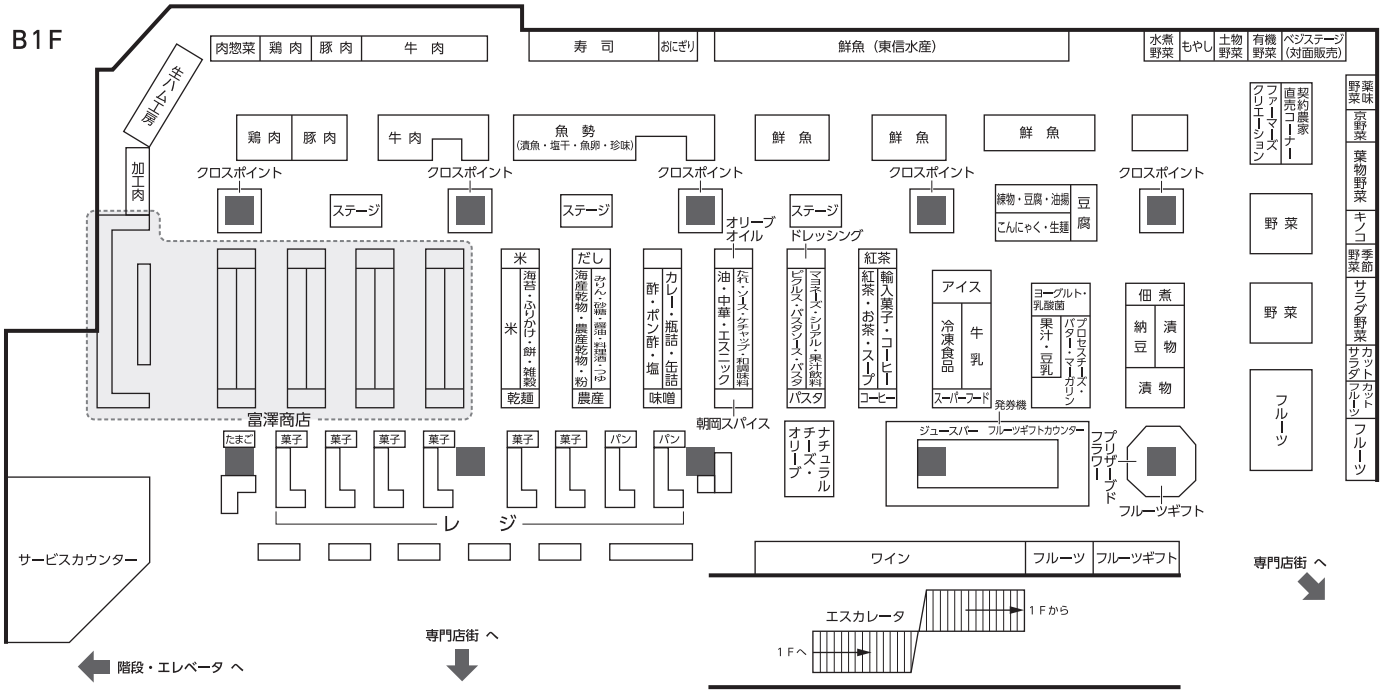
青果では調布地区の契約野菜やJAS有機野菜、ファーマーズクリエーション（通常、市場に流通しない在来野菜や新品種）など付加価値の高い商品をコーナー化する。カットサラダやカットフルーツといった即食商品も充実した。

水産専門店の東信水産では築地の他、三浦など近隣漁港から入荷。魚介類では地域一番店を目指すと同時にレンジアップ商品の「Toshin Plate」も強化する。伊勢丹の塩干専門店「魚勢」のオリ

冷凍のブルーベリーなどをリーチインケースで販売

こだわりの和日配が手前で、奥はクロスポイント

ワイン売場の近くにナチュラルチーズを島陳列して関連販売



ジナルおにぎりは、具、米、海苔全てを店内素材で製造した自信作。

畜産は、松阪牛を筆頭に黒毛和牛の産地である鹿児島県の「北さつま和牛倶楽部」など顔の見える生産者との取り組みを強化。氷温域で熟成した氷温豚も提供。オリジナルの肉惣菜も販売する。

グロサリーでは「my little spoon」(ジャム)や「だしのこころ」(乾物)など製法や素材にこだわったPB商品を中心に、日常づきあいのベーシックな商品から、バイヤーが全国の老舗名店を訪ねて集めた、こだわりの調味料を提供する。

日配は品質第一の国産、無添加を意識した豆腐や納豆、漬物を揃える。ナチュラルチーズや生ハムは店内のカットルームから切りたてをオーダーを受けてから提供する。

売場面積は821㎡。年商目標は27億円超。開業後は伊勢丹府中店の食品売場の売上げ前年比が15%増で推移し好調。オープン景気が過ぎれば前年比10%増に落ち着く見込みだ。

伊勢丹の塩干専門店「魚勢」の売場

鮮魚と寿司はコンセで東信水産が展開する

「TOMIZ」の看板を掲げた富澤商店はコンセで、製菓材料を中心に取り扱う

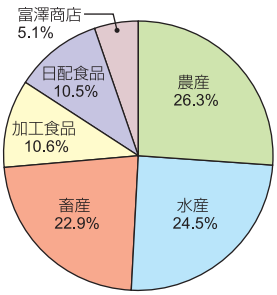
三越伊勢丹フードサービス内田貴之社長。新業態グランデの要素を既存店にも水平展開する

伊勢丹府中店の外観。京王線府中駅からペディストリアンデッキで繋がっている

■DATA　クイーンズ伊勢丹グランデ府中店

店舗名　クイーンズ伊勢丹グランデ府中店
運営会社　三越伊勢丹フードサービス
所在地　東京都府中市宮町1-41-2　伊勢丹府中店地下1階
電話番号　042-334-1198(クイーンズ伊勢丹)
改装開店日　2016年3月30日(水)
建物構造　鉄骨造 地下3階・地上9階建て
総売場面積　3万4,102㎡(百貨店全体)
店舗面積　1,178㎡(クイーンズ伊勢丹)
売場面積　821㎡(クイーンズ伊勢丹)
駐車場　約600台(提携)
店長　立花 将樹 氏(クイーンズ伊勢丹)
従業員数　クイーンズ伊勢丹107人(正社員20人、パート82人、アルバイト5人)
営業時間　10:00～19:00
休業日数　年間1日(元旦)など
年商目標　27億円超(クイーンズ伊勢丹)
改装投資額　3億5,000万円
商圏人口　500m圏内 約5,700世帯 約1万1,000人
　　1km圏内 約1万5,500世帯 約3万1,000人
世帯人員　1.93人
店舗特性　百貨店地下食品フロア内の核店舗
商圏特性　駅前の繁華街
交通　京王線 府中駅南口から徒歩2分

売上構成比(予定)



商圏特性

1次(車5分圏) 30,971世帯 62,761人

人口構成比		人員別世帯比率	
年少人口	11.7%	1人世帯	47.9%
労働力人口	71.4%	2人世帯	23.5%
老齢人口	16.9%	3人世帯	14.5%
夜間人口比率	46.8%	4人世帯	10.8%
昼間人口比率	53.2%	5人以上世帯	3.3%
年齢別構成比		平均世帯人員	2.03人
0歳～19歳	15.9%	持ち家比率	41.3%
20歳～29歳	14.6%	1戸建て比率	20.9%
30歳～49歳	34.5%	共同住宅比率	78.1%
50歳～69歳	22.7%		
70歳以上	12.3%		

2次(車10分圏) 105,461世帯 230,647人
3次(車20分圏) 396,034世帯 862,363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 (r4b:技研商事インターナショナル)より作成

健康・美容と即食を打ち出す 朝食、ワインとつまみを関連販売

ウオロク亀田店

新潟県新潟市江南区

店のポイント

① 売場→惣菜と青果売場を一体化。インスアベーカリーにイートインコーナーを併設し、利便性を追求した
② 商品→即食系を充実。健康と美容を意識した食品も強化。朝食関連は集合陳列。ワインとつまみも関連販売
③ 立地→亀田駅から約 1km の市街地。平日の朝と夕方は渋滞となる県道沿いの住宅地。周辺には工場も多い

県道５号線の川沿い、パチンコ店の跡地に開発

ウオロクは３月３日（金）、「ウオロク亀田店」を新潟市江南区にオープンした。新店としては 2014 年７月 17 日に出店したウオロク桜木店に次いで同社２店目となる惣菜と青果売場を一体化させたダブルコンコース型の店舗となる。

中央は青果、右側の壁面にデリカ売場を配置したダブルコンコース型

亀田店の大きな売場の特徴は次の４点。①即食ゾーンを充実し、サラダステーションも設置。野菜を中心に使った惣菜・弁当を強化して、「野菜を食べよう！！ベジスタイル」をPOPに掲げる。②ゴンドラ内では左右一列で大きく健康・美容コーナーを展開する。③ワインとナチュラルチーズ、生ハムを近くに配置する。④朝食関連のパンやシリアル、ジャム、ヨーグルトを集合陳列。

売場は右側の出入口から入ると、約30席のカフェコーナー（イートイン）が配置され、電子レンジや給茶機のカウンターと同じ並びにセルフコーヒーマシンを常設。隣で展開している直営インストアベーカリー「ボーレ」の専用レジで精算後に専用紙カップで利用する。ソフトクリームもベーカリー専用レジで精算して提供する。

インストアベーカリー、惣菜、青果売場の次は壁面沿いに反時計回りで、鮮魚・塩干、精肉・加工肉、チルド飲料、玉子、和日配、冷蔵ドリンクと陳列。左側の出入口付近にトイレとサービスカウンターを左右に配置している。

手前が地場野菜、隣が日本列島契約生産者直送コーナー

集中レジは９台（オープンセール時は11台）常設。売場の左側手前にパン、シリアル、ジャム、スープなどの朝食関連を集め、周辺にヨーグルトやデザート、乳製品、アイス、

奥の壁面で大々的に展開する精肉売場

「ヘルス＆ウェルネス」と掲げて体に優しい加工肉を陳列

ステーキ、焼肉、味付肉のコーナー

鮮魚売場。「魚六のまぐろ」、「お魚 de PARTY」などの POP を掲げる

冷凍食品を陳列する。

左側の売場奥には酒を置き、隣に酒のつまみとなるナチュラルチーズや加工肉、チルドピザを関連陳列。

集中レジ前では健康・美容関連コーナー「美容＆健康ストリート」を常設し、スーパーフードやサプリメント、機能性飲料、トクホ飲料、アレルゲンフリー食品、減塩商品、青汁をそれぞれコーナー化する。菓子売場の中に新潟県内の SM の特徴である柿の種コーナーを広く展開。日用雑貨品やペットフードも集中レジ前のゴンドラに配置する。

中通路を挟んだ売場奥のゴンドラには嗜好品やカップ麺、調味料、パスタ関連、缶詰、乾物、米を陳列。

売場 600 坪の店で、年商目標は

新潟県村上市で加工された銀鮭の醤油みりん干し焼きと十八穀ご飯の弁当

同社自慢の寿司盛り合わせ。新鮮なネタが特徴だ

地元の味として見田元七商店の漬魚をコーナー陳列

16 億円。鮮魚と寿司が強く、売上構成比は寿司の 3% を含め水産は 12 ～ 13%を見込む。特に寿司には「ウオロク品質。」として「魚屋の寿司」を展開する。「ウオロク品質。」は「美味しさのために、産地・鮮度・製法にこだわる。」をコンセプトに開発した商品で寿司以外に青森県産津軽どり、「極うま柔らかとんかつ」などを提供する。

毎日来店してくれる店を目指すが、同店に沿っている県道は朝と夕方に通勤・帰宅ラッシュで渋滞する。県道は現在、工事中だ。ピークは平日の午後５時～６時と想定。客単価は 1,900 ～ 2,000 円を見込んでいる。

地元商品の品揃えを充実した。亀田のパン屋「クレール」のパンをコーナー化すると同時に、見田元七商店の味付け魚や古泉蒲鉾の練り製品（板付蒲鉾、あづまあげ）、田村定吉商店の味噌漬け３点盛りを揃える。サービスカウンターでは地元菓子店の大阪屋、メリーチョコレートの商品を販売する。

青果売場内にも地元いきいき野菜コーナーとして江南区周辺の農家産直野菜。その隣に日本各地の契約農家から直送の野菜もコーナー化し、九州産を中心に沖縄産の島人参などの珍しい商品を集めた。

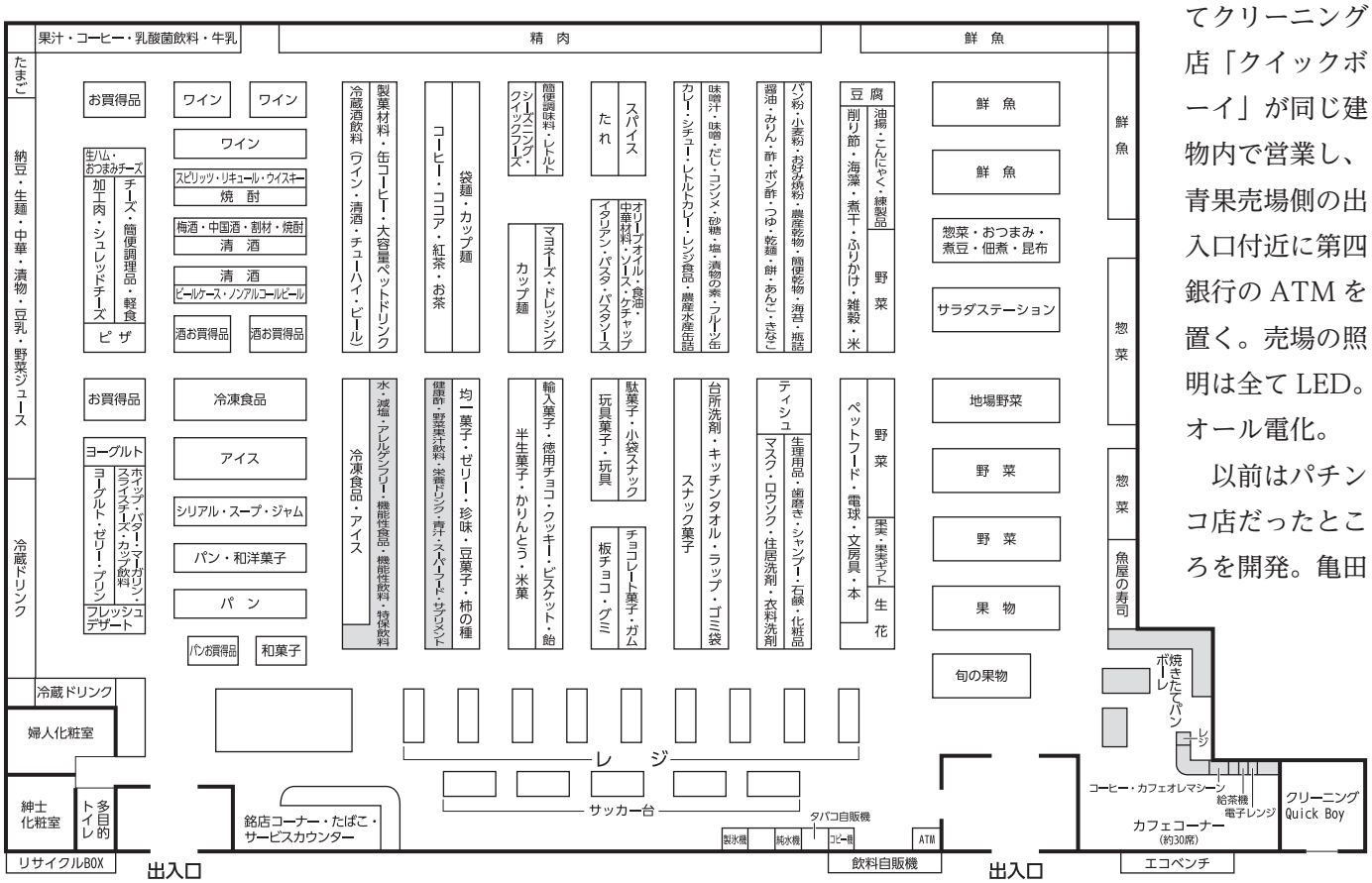
鮮魚では新潟中央卸売市場から入荷した商品を揃える。丸榮製粉の乾麺や粉類もコーナー展開。珍味や海産乾物ではウオロク開発商品をエンドで大量陳列している。

テナントとしてクリーニング店「クイックボーイ」が同じ建物内で営業し、青果売場側の出入口付近に第四銀行の ATM を置く。売場の照明は全て LED。オール電化。

以前はパチンコ店だったところを開発。亀田

ワインを大々的に展開

フルオープンキッチンで展開するデリカ



駅周辺は同社がかねてから出店したかったエリア。自社店舗としては亀田店から2km離れた場所に「ウオロク中野山店」（売場600坪、2013年11月オープン・新潟市東区西野）が営業している。

競合店は1km圏内にイオン亀田店（2016年2月末までマックスバリュ亀田店として営業し3月30日に改装オープン、前身はパワーズフジミ亀田店）、ウオエイ亀田店、キュービット（亀田店、かめだ三條岡店）があり、約2kmの距離にイオンモール新潟南とムサシ食品館新潟店（スーパーセンタームサシ新潟店内）が営業する。

地元・新潟市江南区の丸榮製粉の乾麺や小麦粉をコーナー化

新潟の名物、柿の種のコーナー

ウオロク開発商品の珍味をエンドで大量陳列

朝食関連コーナー

直営インストアベーカリー「ボーレ」。ピザやバーガーの人気が高い

売場出入口の風除室のボードに掲げられたポスター

■DATA　ウオロク亀田店

店名	ウオロク亀田店
所在地	新潟県新潟市江南区亀田大月1-477-1
電話番号	025-385-8633
開店日	2016年3月3日(木)
建物構造	鉄骨造 平屋建て
敷地面積	1万570㎡
延床面積	2,997㎡
売場面積	1,960㎡
駐車場	186台
駐輪場	64台
店長	湯本 昭史 氏
従業員数	67人(正社員17人、8時間換算パート50人)
営業時間	9:00～22:00
休業日数	1日(元旦)
年商予定	16億円
商圏	1km圏内 4,118世帯 1万975人
	2km圏内 1万1,829世帯 3万2,673人
世帯人員	2.67人
店舗特性	単独SMでテナントにクリーニング店が営業
商圏特性	市街地の中にある住宅地
交通	ＪＲ信越本線 亀田駅から徒歩10分

商圏特性

1次(自転車5分圏) 1,251世帯 3,126人

人口構成比		人員別世帯比率	
年少人口	11.8%	1人世帯	30.5%
労働力人口	63.7%	2人世帯	28.6%
老齢人口	24.6%	3人世帯	19.0%
夜間人口比率	48.5%	4人世帯	13.8%
昼間人口比率	51.5%	5人以上世帯	8.0%
年齢別構成比		平均世帯人員	2.50人
0～19歳	16.3%	持ち家比率	67.3%
20～29歳	10.2%	1戸建て比率	70.0%
30～49歳	26.0%	共同住宅比率	29.4%
50～69歳	30.5%		
70歳以上	17.0%		

2次(車5分圏) 5,594世帯 15,361人
3次(車10分圏) 25,172世帯 67,902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

鉄道・道路アクセスも抜群のロケーション「にぎわいとカジュアル」

イオンスタイル堺鉄砲町

大阪府堺市堺区

店のポイント
① 売場→物販とコトの比率を６：４にした
② 商品→堺の街で産出される商品を積極的に販売
③ 立地→南海本線の七道駅とデッキで直結。道路状況もいい

南海の駅前で、車での来店もアクセス抜群の立地だ

イオンモールは３月19日、大阪府堺市に府内11店舗目の「イオンモール堺鉄砲町」をオープンした。昨年、10月のイオンモール四条畷より小ぶりだが、３階のフードコートなどは1,000席あり、遜色ないスペースを確保した。

大阪市と堺市の境界にもなっている大和川と南海本線が交差する南西側に立地している。この場所には元々、ダイセル堺工場があった。南海七道駅とデッキで直結。店舗の西側には大阪を南北に縦断する国道26号線が通り、阪神高速の住之江インターも500mしか離れていない、絶好の立地だ。難波からの所要時間も13分しかかからない。

コンセプトは「にぎわいカジュアルモール」だ。「にぎわい」は南蛮貿易以来、堺が育んできた独自の文化や歴史を生かした内外観を採用。ダイセル創業時の赤レンガ建築を一部残し、中にイタリアンレストランを入れ、前の赤レンガ広場でイベントを開催し、食事をしながら見ても

気軽に何度でも訪問してもらえるように「カジュアルさ」を売りにしている

イタリアから毎週空輸される「ブラータチーズ」を一等地で販売

堺の地で育てられたオーガニック野菜を集めたコーナー

らう。「夜景が美しい」と、早くも評判だ。

「カジュアル」は地域住民のライフスタイルに目を向けたデイリーニーズへの対応だ。160店舗ある専門店のうち、飲食関連は1/4におよぶ。eコマースの台頭もあるので、サービスを含む物販とコトの比率は6:4まで高めた。

その代表例が3階の「アークオアシス」だ。ビーズやクラフトなどの材料を数多く揃え、シニア層が趣味とコト需要をその場で体験できるスペースを設けた。また、足元の熱い商圏を満足させるクリニックなどのサービス機能も充実させた。

核店舗になる「イオンスタイル堺鉄砲町」は1～3階までで構成され、1階の食品フロアは約4,000㎡ある。

「国内外の食材を一堂に集め、ライブ感、鮮度、楽しさ」があふれる食の総合フロアとなった。地域最大級の量り売り惣菜コーナーや鮮度にこだわった生鮮食品のほか、高品質なイタリア食材と本場のカフェが楽しめるコーナーまである。

デパ地下をしのぐレベルに進化した対面のデリカテッセン売場

あらゆる種類の弁当が揃った「自慢弁当」コーナー

シニアや単身世帯のおかずとして根強い人気がある和風総菜

やきとりの専門店顔負けの品揃えを誇る「やきとりのこだわり」

左：海のエコラベルと知られる認証商品を「FishBaton（フィッシュバトン）」と名付けた専用コーナーで販売

右：地元の岸和田漁港をはじめ、和歌山の串本魚港、京都の舞鶴漁港から直送される鮮魚

左：兵庫県下の恵まれた環境でじっくり飼育された「三田和牛」を5等級限定で提供

右：イオン直営牧場で育てられたタスマニアビーフ専門ショップ「AUG74」

サラダから和洋中の惣菜まで、毎日の食卓を彩る量り売り惣菜を約 50 種類提供する「マイセレクトデリ」。洋風惣菜を中心に、世界各国のサラダやお弁当を対面形式で提供する「リワード（ご褒美）キッチン」を展開している。

「ピッツアソリデラ」では、注文を受けてから、手で伸ばした生地を専用の窯で超高温・短時間で焼き上げ、本格派のナポリピッツアや最短 3 分で提供できるパスタを取り揃えた。

好きな野菜を好きなだけ選んでくださいという「やさいバイキング」

店内で作ったカットフルーツやジュース「だからフレッシュ」

ギリシャヨーグルトを拡販。ココナッツ＆パイン味も追加へ

「好みの味を一堂に」地域ごとに陳列されたレトルトカレー

左：あらゆる食材が冷凍化された現在、リーチインケースの中身も豊富に

右：歴史のある街だけに、堺の地元菓子メーカーの商品は思いのほか多い

このほか、溶岩石の遠赤外線効果を利用した直火焼きチャーブロイラーで仕上げたチキン、ハンバーグなどを提供する「グリルステージ」や、泉州のお好み焼き「かしみん焼き」などの粉もん、「泉州産の玉ねぎのかき揚げ」など地域の食材を使用した商品も数多く展開している。

店内に約 60 席あるイートインコーナーでは、1 杯ずつドリップスタイルで提供するイオンが厳選したコーヒーを税込 100 円で飲んでもらえる「イオンドリップカフェ」を併設している。

店内で焼き上げるチョコやドライフルーツが入ったマフィン 10 種類を取り揃えるなど、店内で購入した焼き立てピザや和洋中の惣菜、デザートとともに、ランチやショッピングの合間のコーヒーブレイクとしても利用してもらう。

堺鉄砲町の東数 km には、2004 年開業の阪急百貨店との複合店舗、イオンモール北花田がある。堺鉄砲町は、よりカジ

イタリア人シェフ監修の手打ちパスタなどがその場で食べられる

国内最大級のクラフト専門店「アークオアシス」が大阪府初出店

記者会見で、直輸入チーズを PR する岡崎双一・イオンリテール社長

海抜 2.1m の店舗 1 階。災害時は一時避難所にする協定を行政と締結している

ュアルさを強調したので、うまくすみ分けられるとしている。

モール西側にある「堺市三宝下水処理場」の下水再生水や熱エネルギーを複合利用する、日本初の取り組みを採用。最終的には、モール内を流れる「せせらぎの水」として利用するなど、人と環境にやさしい仕組みを実現した。

■DATA　イオンスタイル堺鉄砲町

店舗名	イオンスタイル堺鉄砲町
所在地	大阪府堺市堺区鉄砲町 1
電話番号	072-221-0006
開店日	2016 年 3 月 19 日(土)
建物構造	鉄骨造 地上 4 階建て 塔屋 1 階
売場面積	4,000㎡(1 階食品)　　総店舗面積　56,000㎡
駐車場	2,600 台
駐輪場	2,600 台
店長	長谷部　寛氏
従業員数	700 人(イオンスタイル堺鉄砲町 モール全体 2,500 人)
営業時間	9:00 ～ 23:00(1 階食品)
休業日数	年中無休
年商目標	未公表
商圏人口	車 20 分圏、56 万世帯、110 万人
世帯人員	1.96 人
店舗特性	都会型ショッピングモール
商圏特性	都心部の工場跡地
交通	南海本線七道駅前、デッキで直結

商圏特性

1 次(車 10 分圏) 115,288 世帯 254,154 人

人口構成比		人員別世帯比率	
年少人口	12.3%	1 人世帯	40.8%
労働力人口	63.8%	2 人世帯	26.4%
老齢人口	23.9%	3 人世帯	15.9%
夜間人口比率	51.6%	4 人世帯	12.2%
昼間人口比率	48.4%	5 人以上世帯	4.7%
年齢別構成比		平均世帯人員	2.20 人
0 歳～ 19 歳	16.9%	持ち家比率	49.0%
20 歳～ 29 歳	10.7%	1 戸建て比率	31.5%
30 歳～ 49 歳	28.5%	共同住宅比率	59.8%
50 歳～ 69 歳	26.9%		
70 歳以上	17.0%		

2 次(車 20 分圏) 419,673 世帯 908,456 人
3 次(車 30 分圏) 911,335 世帯 1,982,705 人

特性　ニューファミリー性(都心・郊外)

商圏特性は r4b (r4b：技研商事インターナショナル) より作成

保育施設などを整備した子育て世代対応 600 坪 SM

田子重 清里店

静岡県藤枝市

店のポイント

① 事業所内保育施設、遊戯場など子育て世代をターゲットにした店づくり
② 普段の食生活プラス新 MD 商品で幅広く生活提案
③ 太陽光パネル付設屋根付き駐車場で雨の日と真夏にやさしい店舗

ニュータウン内に開店した田子重清里店。藤枝市の山側に位置。東日本大震災以降、焼津の海岸寄りから移転する人が多く、人口が増えている地域

全面オープンキッチンで店内製造中心の惣菜売場

インストアベーカリーで初めて導入したスクラッチ製法のパン。惣菜パンを中心に

競合に合わせ、18 円のコロッケも。価格は市場相場に合わせるのが鉄則

少子化対策が叫ばれる中、田子重（本社静岡県焼津市、曽根誠司社長）がこのほど、静岡県藤枝市清里に開店した「田子重清里店」は事業所内保育施設や遊戯施設などを整備したスーパーマーケットとして地域から高い支持を集めている。

田子重清里店は、藤枝市北部の国道 1 号バイパス薮田東インターの北側、大林組が開発したニュータウン内の商業施設としてオープンしたもの。ニュータウン自体の開発は早く、すでにかなり住宅は張り付いている。ニュータウンがゆえに子育て中のヤングファミリーが多い。そうしたことから、パート募集の手段として事業所内保育施設を駐車場内に設置することにしたところ、全募集人員の 3 割に当たる 22 名（子供は 33 名）が応募。現在、子供を預けながら勤務している。SM 内の保育施設は静岡県初、全国でも珍しい。

さらに店舗の敷地内に滑り台などの遊具を設備したプレイロットを同社最大の規模で設置している。雨の日は天井が閉まる全天候型で、幼稚園帰りの子供などが遊ぶ。同社は「子供の遊び場のある SM」として知られていて、12 店中 10 店に設置しており、例外を除いて社の方針として設置している。

また、平面駐車場に屋根付き駐車場を 56 台分用意。店舗までの通路も屋根付きにして、夏の暑い日や、雨の日には助かる設備。屋根には約 300kw 出力の太陽光パネルを付け、売電、屋根付き駐車場の設置費用の一部を賄う。ともかく、こうした設備、施設面からも同社の顧客志向が伝わってくる店づくりだ。

同社は 10 年ほど前から、荒井伸也オール日本スーパーマーケット協

地元の焼津港、小川港以外、小浜港、境港港などから仕入れ魚種豊富に展開する鮮魚売場。バックヤードも売場の半分近く取り、動線確保と定位置管理を徹底

焼津小川港から直送の朝獲れ太刀魚。こうした深海魚が日々入荷

焼津で人気の「福一漁業」の天然みなみまぐろ。冷凍で販売

自家製ひもの。バックヤードの製造機に昼の２時ごろに開きを入れて翌朝、販売する

会（AJS）前会長（サミット元社長）の指導を受けている。サミット流のマネジメント、オペレーションに近づけていて、幹部社員は毎年、１年間、AJS の荒井塾で勉強している。

店舗は１フロア。売場面積 1,944㎡で、バックヤードはその約半分の945㎡と広く、生鮮４品の作業場を配置している。売場は生花、青果、和日配、鮮魚、精肉、惣菜、インストアベーカリー、パンと壁面沿いを構成。ほぼコの字型の主通路には奥も含めて平台ないし平冷ケースを設置。定番、特販などに活用する。

ストアコンセプトは「普段の食生活の買い物に便利な店」だが、それにプラスして、約 600 坪の売場スペースを活用して、様々な新たな商品を導入しライフスタイル提案を行うという。

鮮魚では焼津まで約 10km と近く、焼津港や焼津小川港から金目鯛、モウソウ、ウツボ、穴子、太刀魚、メヒカリ、など種類豊富な深海魚を直送し販売する。また、店内で丸魚を開いて干物にする干物製造機を２店目として導入している。先行導入店でお客から「生の風味でおいしい」と評判を得たことから導入したという。焼津で人気の「まぐろの福一」の南まぐろをコーナー展開。

精肉では九州産みつせ鶏、青果では焼津市大井川の田中農園直送セロリなど同店だけの扱い商品を増やしている。また、挽肉は国産生肉のみを当日挽いて製造し２日間だけ販売していて人気だ。

インストアベーカリーでは粉からパンを作り上げるスクラッチ製法を

冷凍肉、内臓肉は使わず、国産生肉のみを店内で挽いて製造から2日間で販売する挽肉。その信頼感からまとめ買のお客もいる

静岡県小笠食肉センターから毎日配送される県産豚肉を提供する精肉売場。2台のスライサーで店内製造

九州産みつせ鶏を販売。80日の長期飼育などが特徴

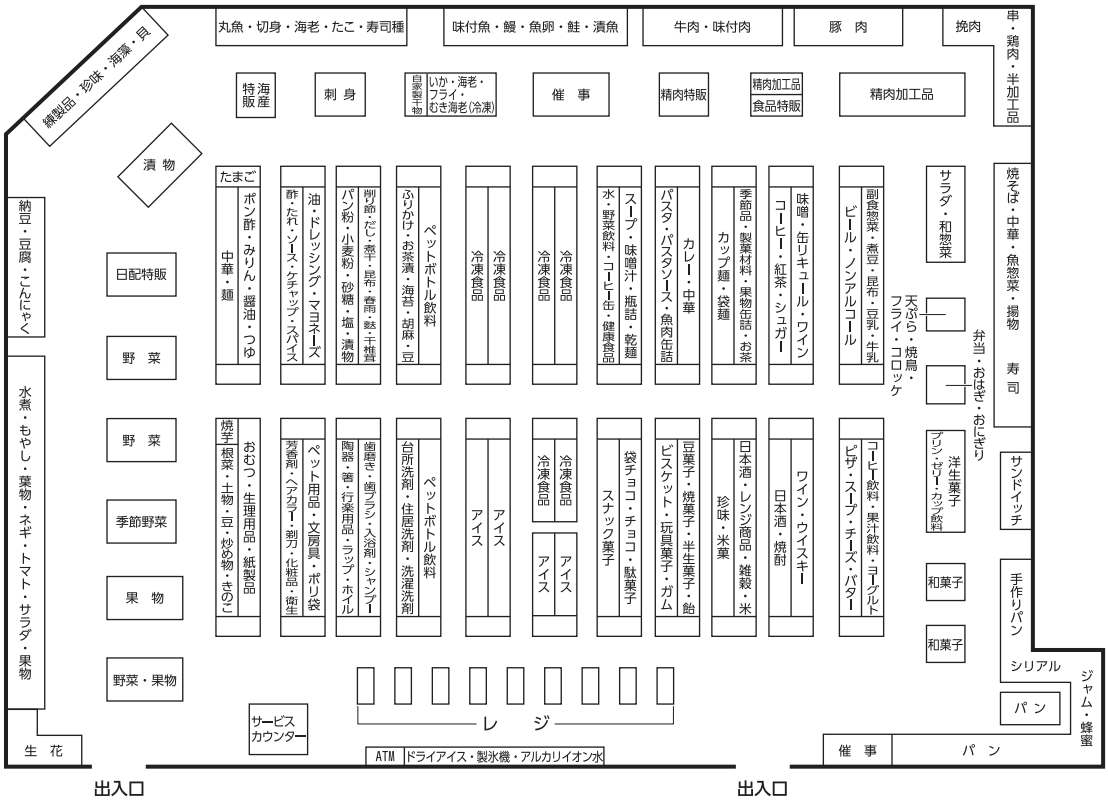
売場中央は平冷ケースのアイスと冷凍食品で開放的に

リーチイン冷ケースで販売する日本酒。静岡の地酒で差別化

初めて導入し、惣菜パン、フランスパンなどを提供する。

品揃えを充実させているが、一方で価格訴求も強烈だ。例えばコロッケは1個18円、豆腐は1丁38円。「価格は絶対に市場価格に合わせる。そうでないと、商品、品揃えの良さが伝わらないから」という考えからだ。特に隣にドラッグストアの杏林堂があるので、雑貨などは注意して価格を合わせるようにしているという。

バックヤードの作業改善には2012年からサミット流のLSPに本格的に取り組み、人時売上高が3年間で2,000円アップし15,000円レベルまで上昇している。同社の1店当たり平均年商は19.7億円と高く、総売上



通路を広く取り買い回りしやすくした青果売場

敷地内に設置した事業所内保育施設。パートの3割が利用

雨の日は天井が閉じる全天候型の遊戯コーナー、プレイロット

焼津市大井川の田中農園から直送されるセロリ

高は毎年伸びていて、2015年度も2.3%増の222億円だった。総店舗数は12店。

今回の新店は土地を買収したが、年商15億円で収支トントンといい、ヤングファミリーの店としてどこまで支持されるか注目される。

56台分ある屋根付き駐車場。太陽光パネルで発電も

■DATA　田子重 清里店

店舗名	田子重清里店
所在地	静岡県藤枝市清里1-2-1
電話番号	054-648-1200
開店日	2016年3月1日(火)
建物構造	地上1階建
延床面積	4,450㎡
売場面積	1,944㎡
駐車場	212台(内56台は屋根付き)
駐輪場	110台
店長	小林 司 氏
従業員数	67名(社員18名、パート49名)
営業時間	9:00～24:00
休業日数	年中無休
年商目標	15億円
商圏人口	半径1km圏 2,125世帯 5,889人
	半径2km圏 8,352世帯 22,864人
世帯人員	2.77人
店舗特性	単独
商圏特性	住宅地
交通	ＪＲ焼津駅から車で20分

商圏特性

1次(自動車7分圏) 4,097世帯 11,550人

人口構成比		人員別世帯比率	
年少人口	13.8%	1人世帯	20.7%
労働力人口	62.3%	2人世帯	28.3%
老齢人口	24.0%	3人世帯	22.3%
夜間人口比率	59.5%	4人世帯	16.6%
昼間人口比率	40.5%	5人以上世帯	12.1%
年齢別構成比		平均世帯人員	2.82人
0歳～19歳	19.3%	持ち家比率	79.2%
20歳～29歳	9.1%	1戸建て比率	82.2%
30歳～49歳	25.8%	共同住宅比率	15.3%
50歳～69歳	29.6%		
70歳以上	16.2%		

2次(車10分圏) 9,725世帯 28,110人
3次(車15分圏) 20,851世帯 61,171人

特性　郊外のマイホーム、核家族性の強いエリア

商圏特性は r4b (r4b:技研商事インターナショナル)より作成

地下鉄開通すれば、都心と直結する「郊外型ショッピングモール」に

イオンモール 杭州良渚新城

中国・浙江省余杭区

水と緑をテーマとした「杭州良渚新城」の外観

中国経済の中心地・上海から南西に 150km。新幹線を利用すれば、1 時間で浙江省杭州に到着する。風光明媚な西湖があり、古来から住むには「最高の場所」と中国人が憧れる地でもある。

この杭州市の中心部から北西 15km の郊外住宅地にイオンモールが昨年 11 月、「杭州良渚新城」をオープンさせた。地名の後に「新城」と名付けられる由縁が、当地を取材して、初めてわかった。

経済が減速する中で、内陸部で進められる大規模な開発。新しいショッピングセンターから見た「隣国中国」の実態は、想像を超えるパワーを秘めていた。

北京を取材した後、飛行機で 2 時間あまり、南方 1,500km 離れた杭州市に飛んだ。市内中心部から朝の渋滞に巻き込まれながらタクシーに乗ること 40 分。高架道路沿いに大規模なマンション開発が進む風景を見ながらだったが、一向にイオンは見えなかった。

好みの惣菜を買い求める主婦。まるで日本の“デパ地下”風

「間違ったのかな」と不安がよぎるが、地道に下りて掘り返されたガタガタ道をしばらく走ると、急に真新しい舗装の広い通りに出た。道路脇のポールに「永旺（イオン）開幕」の旗がくくりつけられている。その先に、日本でも見慣れた「AEON」のロゴを冠した新モールがあった。

3 層で総売場面積は 66,000㎡ あり、そのうち核店舗のイオン杭州良渚新城店は 13,000㎡ を占める。1 階の食品スーパーマーケット部分は 2,800㎡ で、別に輸入食品やリカー売場が 1,000㎡ ある構成となっている。

かつての日本の都市部周辺で日常的に見られた大規模住宅開発が、ここで繰り広げられている。モールコンセプトは「“ドキドキ・わくわく”を体感できるモール」。まさに「新城出現」だ。

水の流れをイメージした正面の斬新なデザインと緑を演出する壁面緑化。中に入ると、ローカルをイメージしていたお客は見当たらず――。

各フロアの特徴	モール部分	GMS 部分
1 階 トレンドファッション＆スポーツ カジュアルレストラン	30 ～ 40 代のファミリー層をターゲット。中国で人気の「La Chapelle」をはじめ、「UNIQLO」「JIINS」などが入居。健康志向の高まりを受け、スポーツアウトレットゾーンを展開地元の人気店や話題店を集めた開放的なレストラン街も	安心な食卓のサポート 〈食品・ワイン〉〈ヘルス＆ビューティケア〉
2 階 アジアグルメとホームファッション	杭州市初出店の「NITORI」をはじめ、生活雑貨専門店を配置。地元・杭州料理の人気店「一席地」や四川料理、日本の「とんかつ専門店・銀勝」などのアジアグルメを展開	デイリーファッションと ONLY ONE の生活空間 コーディネート〈ファッション〉〈くらしの品〉
3 階 キッズとエンターテイメント フードパーク	イオンファンタジーが運営するアミューズメント施設を展開、中国で人気の子ども服店を集積させた。オープンレストランゾーンでは、中国の古い街並みを再現した中国各地の料理を楽しんでもらう	子どもと家族のための生活空間 〈キッズ・文具・書籍〉〈書籍・体験コーナー〉

様々な出来立て惣菜を集めた、その名も「美食（グルメ）島」

鮮度感満点の「寿司売場」を演出するテナントの「しんせん館」

こぎれいな身なりの主婦がショッピングを楽しんでいた。

杭州市は“住むのに最適”と言われるだけあって、中国国内でも所得の高いエリアのせいもある。現に、ネット通販最大手のアリババも杭州市内に本社を構えている。モールの北側のエリアは、市内中心部に車で通う富裕層の高級住宅地が連なる。また、周辺では、高層マンションが次々と建てられ、2016 年度末から入居が始まる。

焼き立ての「秋刀魚（さんま）」は 1 尾 5 元=約 100 円

パン食が急速に普及しているので、人気のインストアベーカリー

炒めたり、煮たりの形で食べられる海鮮魚

ここの水槽で泳ぐ魚は淡水魚が圧倒的に多い

かたまり肉や日本式の薄切りカットなど、多彩な精肉売場

対面式の陳列ケースに入れられた、オージービーフ

市内に通じる G104 号線と古墩路の 2 本の主要道路は朝夕の渋滞がすさまじいが、17 年末にも開業する地下鉄 2 号線の延伸が実現すれば、かなり解消される見込みだ。同線の「新良路駅」はイオンモールと直結する。

これは、イオンモールがある千葉ニュータウンと開発の環境が似ている。何もないところにモールが開業。次第に人口が張り付き、駅開業が弾みとなって、都心部まで、半時間程度の通勤エリアが実現し、さらに街

スーパーマーケット部分は通路も広く、買い回りしやすい

トロピカルフルーツ。ここでも食生活の急速な欧風化がみられる

値段は張るが、安心して食べられると評判の「有機野菜」

男が料理するのは当たり前の国だが、簡単料理食材に人気

随所に冷凍ケースを配置。まとめ買いの需要に応じている

日本産の調味料や醤油。少々値が張っても

急にコーヒー文化が押し寄せてきた中国。豆の品揃えも本格的

が発展していく構図だ。

モールの東側を中心に、足元には３万人の人が住んでいるが、あっという間に「車社会」に突入した中国では、少し離れている競合店にすぐお客が流れてしまう。各店の様子を見ながら、日系企業ならではのきめの細かい“日式運営”が欠かせない。

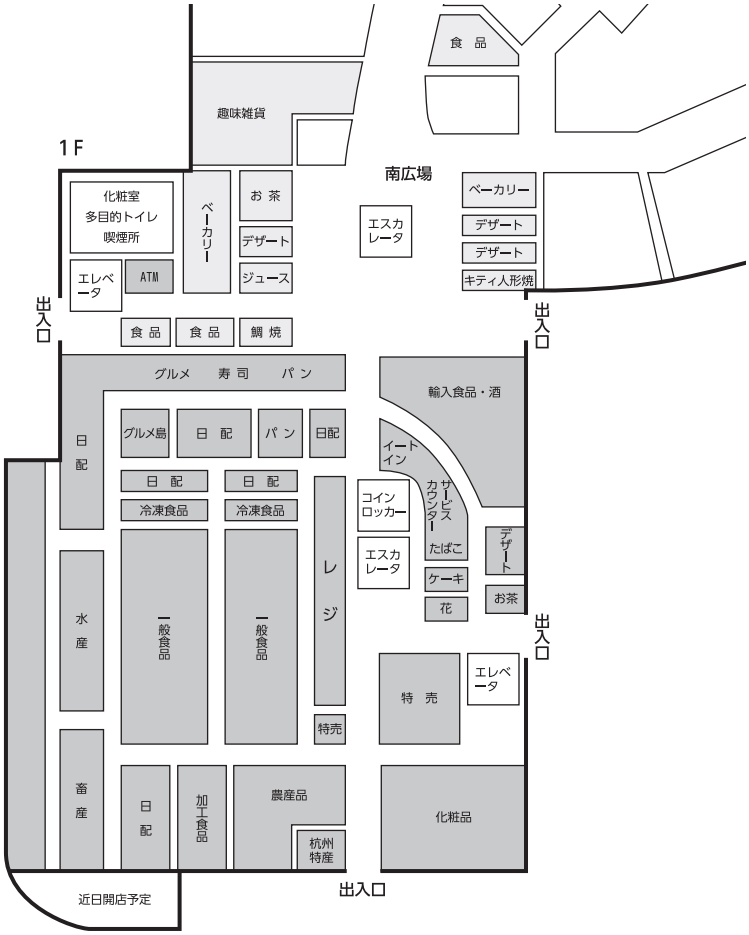
各フロアの特徴は別掲の通りだが、北京と同様、30 ～ 40歳代のファミリー世代をいかに集客するかがポイントとなる。それらの人たちは杭州中心部は家賃が高いので、100㎡ 3LDKで2,000万円台が相場とされる良渚のような郊外のベッドタウンに移り住んでいる。地下鉄が開業すれば、それは加速する。

イオンモール杭州良渚新城の石野秀樹・ゼネラルマネージャーは「蘇州３店舗と隣接する浙江省・杭州の出店で、４店舗体制となった。『日本のイオンモールに行ったことがある』という人もおり、日本と同じようなレベルの高いサービスや商品を期待されて

「トップバリュ」そのものが信頼のブランドとなって人気の特設売場

杭州の特産のお土産品などを集めた「杭州特産」コーナー

「都市型のライフスタイル」を掲げ、初めて杭州に進出したニトリ



「次を背負ってくれる人材育成が課題」と語る石野GM(左)と深代店長

A1 出入口は地下鉄「新良路駅」と直結予定。開通が心待ちにされる

いる。成長のスピードは鈍化したとはいえ、まだまだ成長が期待できるエリアだ」と話す。

また、イオン杭州良渚新城店の深代雅明・店長は「他の競合店とは違う、イオンの力を自分のものにしてほしい」と中国人従業員の人材育成に力を入れる。

計り知れない「マンパワー」で突き進む中国。スマホなどの活用は日本をしのぐ。一方で、杭州の空も北京同様どんよりだ。これからスーパーに向かう“爆買いパワー”を現地のモール見学で実体験してみることをお勧めしたい。

■DATA　イオンモール 杭州良渚新城

店舗名	イオンモール杭州良渚新城(こうしゅう・りょうしょしんじょう)
所在地	中国浙江省杭州市余杭区古墩路 1888 号
電話番号	＋86-0571-8938-0111
開店日	2015 年 11 月 27 日(金)
建物構造	RC 造 地下 2 階、地上 4 階建て (食品は 1 階、4 階は駐車場)
売場面積	66,000㎡(食品スーパー部分 2,800㎡)
駐車場	2,500 台
責任者名	(イオンモール)石野 秀樹 ゼネラルマネージャー (イオン)深代 雅明 店長
従業員数	イオン 300 人(モール全体 2,500 人)
営業時間	9:00 ～ 22:00(イオン)
休業日数	年中無休
年商目標	未公表
商圏人口	車 20 分圏内 52 万世帯 127 万人
世帯人員	2.44 人
店舗特性	ショッピングモール
商圏特性	郊外・新興住宅地立地
交通	杭州中心部から北西 15km、タクシーで約 30 分

Fukushima フレッシュ・バリューをあなたとともに

新製品　大型冷凍ショーケース

リーチインタイプMGCシリーズ

▲ MGC-81FKVN5R

大容量でアイスクリームまで対応可能

最大サイズのMGC－81FKVN5Rは３枚扉で幅2422× 奥行1000× 高さ2000mm。有効内容積2016Ｌ、陳列面積6.92㎡の大容量。
更に、モデルチェンジによる性能向上で温度帯-25℃(アイスクリーム)まで対応できます。

業界初！※ 3枚扉仕様冷凍リーチインショーケースで冷媒R410A採用

幅2422mmの3枚扉仕様は地球温暖化係数の低い冷媒R410Aを冷凍リーチインショーケースに業界で初めて採用した。
※2015年10月当社調べ

省エネ性を考慮した設計

インバータ冷凍機を搭載すると共にＬＥＤ照明標準装備。大幅な省エネを実現しました。

インバーター制御大型冷凍リーチインショーケースＭＧシリーズ　　ＭＧＣ－８１ＦＫＶＮ５Ｒ

●外形寸法：幅2422×奥行1000×高さ2000mm　●有効内容積：2016Ｌ　●陳列面積：6.92㎡
●製品質量：460ｋｇ　●冷却性能：－２５℃～－２０℃
●消費電力：単相200Ｖ　1026W／三相200Ｖ　安定時　1251W　／三相200Ｖ　最大負荷時　2183W
※設置には電気工事が必要です。

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. 45
2016 6
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

フクシマ関東サービスセンターを開設しました

関東サービスセンター外観。地上３階建て、960.44㎡

2016年2月にフクシマ関東サービスセンターを開設致しました。

サービスセンターのメンテナンスサービス、データサービス、コールセンターによって"人と技術で食の未来を支え"あらゆる食のシーンにおいてフクシマの技術が活躍します。

コールセンターには新システムを導入し、電話対応の件数・効率が大幅に向上しました。関西サービスセンターとも連携し、修理品質の永続的な向上へつなげます。

今後は100％社内メンテナンスを目指し、東西のサービスセンターを中心にメンテナンスサービスの人員倍増を予定しています。修理窓口だけでなく、部品管理、売上げ管理、顧客データベースなどすべての情報を一元集約したことで、常に最新の情報を保持し、修理品質の永続的な向上へつなげます。

新しいサービスとしてフクシマ遠隔データサービス【MILDE（ミルデ）】を紹介しました。フロン排出抑制法対策として、お客様がフロン漏洩量の把握及びフロン対象機器の管理を行う為の包括的なクラウドサービスです。お客様の管理作業を軽減し、警報監視、エネルギー管理、冷媒漏れ検知を行います。

〒273-0028
千葉県船橋市海神町東１丁目 1014-3
TEL：047-419-6491
FAX：047-419-1190
■営業開始日　平成 28 年 2 月 22 日

コールセンターの様子

メンバーの応対中/待機中が一目でわかる

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