がんばれ！食品スーパー！

2017年7月号
No.50
http://www.sji.gr.jp

要求されるスピード感　試食を重視。ここにしかないものを積極的に提供
微風超市（Breeze Super）

激戦地にまだあった“隠れた適地”300 坪以下でも可能な提案の数々
阪急オアシス 茨木大手町店

「ひかりまち ベイフロント」。徳島初の「モノ」と「コト」の新空間
イオンモール徳島 ／イオンスタイル徳島

イートイン拡充 閉鎖商圏だから、足元を固めて マンダイ対策打つ
コープこうべ コープ西神南

北京に車で通う「ニュータウン」のファミリー世代に“熱い視線”
イオンモール 河北燕郊 ／イオン 河北燕郊店

要求されるスピード感　試食を重視 ここにしかないものを積極的に提供

微風超市（Breeze Super）

台湾・台北市復興南路

高級ブランド品が入るSC「ブリーズセンター」の外観

日本から３時間ほどのフライトで気軽に行け、治安も良くて食べ物もおいしいと、日本から観光客が急増している台湾。

その台湾で、独自の輸入ルートを開拓し、西洋や日本の本場の食材を輸入。地元でも評判の「微風超市（Breeze Super）」を取材した。開設当初から携わる営業部・副総経理の西川正史氏に店舗コンセプトや今後の課題などを語ってもらった。

表通りを少し入れば、露店のような小売市場が健在だ

台北市の中心部から東に 3km。MRT 松山新店線の南京復興駅と板南線・忠孝復興駅に挟まれた復興南路沿いにある大型 SC「微風広場（ブリーズセンター）」。地下３階が目指すスーパーだ。店舗の入口に「Breeze Super」という大きなサ

地下３階の店舗だが、圧迫感を感じさせない造りになっている

昨年の改装で青果の売場が広がり、買いやすくなった

日本でも珍しい広島産の柑橘類の新顔という「はるか」

要冷のカットフルーツ。照度を落として売場に重厚感を演出している

フランス産の生ガキ。隣りは強化している西洋惣菜

アメリカ産の牛肉、また店内で熟成した肉も売り込む

本物の味を知ってもらうために、試食を重視

オフィス街でもあるので、500 円ほどの「今日の弁当」が好評

冷蔵ケースの側面に装飾を施し、高級感を演出する鮮魚売場

インが架かっている。「そよ風」とは、何と爽やかなネーミングなんだろう。円形の台に花が飾られ、そこに入るだけで、日常生活から解放してくれる。

2001 年 10 月、ちょうどニューヨークの 9.11 事件の直後に、台湾初の輸入品を中心としたスーパーとして開店した。2002 年 1 月には台湾で WTO がスタート、数年後には香港からシティスーパーが上陸した。

そんな時代から、コツコツと輸入食材を扱ってきた老舗のスーパーが「Breeze Super」というわけだ。

台湾は昨年、海外旅行に行く人が、1,400 万人を超えた。日本が 1,700 万人になったばかりだから、人口比からすると、半端な数字でないことが良くわかる。

1 人当たりの購買力平

世界のチーズ。「ケースごとすべて」というのが壮観だ

リーチインケースの中の冷凍食品は、珍しい食材が多い

グロサリーを扱う問屋が限られているので、自前のルートを開発

落ち着いたホワイト系のケースに並べられた各種の飲料

リカー売場。「ちょっと１杯」もできるコーナーがある

「体にいい」と、梅酒は台湾でもポピュラーに

価でも台湾は日本をしのいでいる。「教育は投資」と考えている人が多く、１人目がアメリカ、２人目はオーストラリアかヨーロッパへと分散して留学させ、現地に移住する人も多い。こうした感性に培われた客層を対象とする店舗だ。

日本円で 100g5,000 円以上するイベリコ生ハムや、生臭みが全くしないフランス製のカラスミなどがずらりと並ぶ。甘味料にジャムを使う人も多いので、品揃えも充実している。試食にはバケット（フランスパン）を使う。こだわりが実り、パン食文化定着にこぎつけた。

台湾は「新しものがり屋」の人が多いので、何でもすぐ飛びついてくれる。ただ、そういうのは２～３年ですたれるし、葉物野菜だと半年後には種子を輸入して栽培、市場に出てくる。だから、あらゆる面で“スピード感”が要求される。

福島の放射能問題で、日本の食品の中枢を占める５県の産品が入って来ないのは、ものすごく足かせになっている。店内には、16,000 アイテムもの商品が並ぶ。生鮮３品と惣菜、日配まで入れた比率は全体の55%、残り 45%がグロサリーだ。

これからは、惣菜にもっと力を入れたいが、それでも「売れれば、何でも」というわけにはいかない。100g1,500 元のもの、片や 100g20～30 元のものを同時に売るようなことで、お客さんのセグメントが出来るかどうか。ローカルと、いかに

これだけ多種のキッチン用品が揃ったところは少ない

これからお客さんが欲しくなるものを積極的に提供

一緒になってしまう。価格競争になり、儲からないというジレンマに陥ってしまう」。

日本の商品はより高いレベルのものを、西洋のものは、まだまだ入ってきていない商品は多いので、もっと幅広く揃えたい。パッケージを見てわかるから、菓子やキャンディを手掛ける業者は多い。だが、一般食品関係の問屋は少ないから、自ら手掛ける必要がある。

「微風超市」は、2018 年 10 月にも待望の 2 店舗目がオープンする。場所は台北市信義区で建設が進んでいる「台北 101」に隣接する「南山人寿」のビルで、1 号店の約 3 倍の売場面積がある。

その時、どんな店づくりで、どんな珍しい商品が並ぶのか、今から楽しみになってきた。

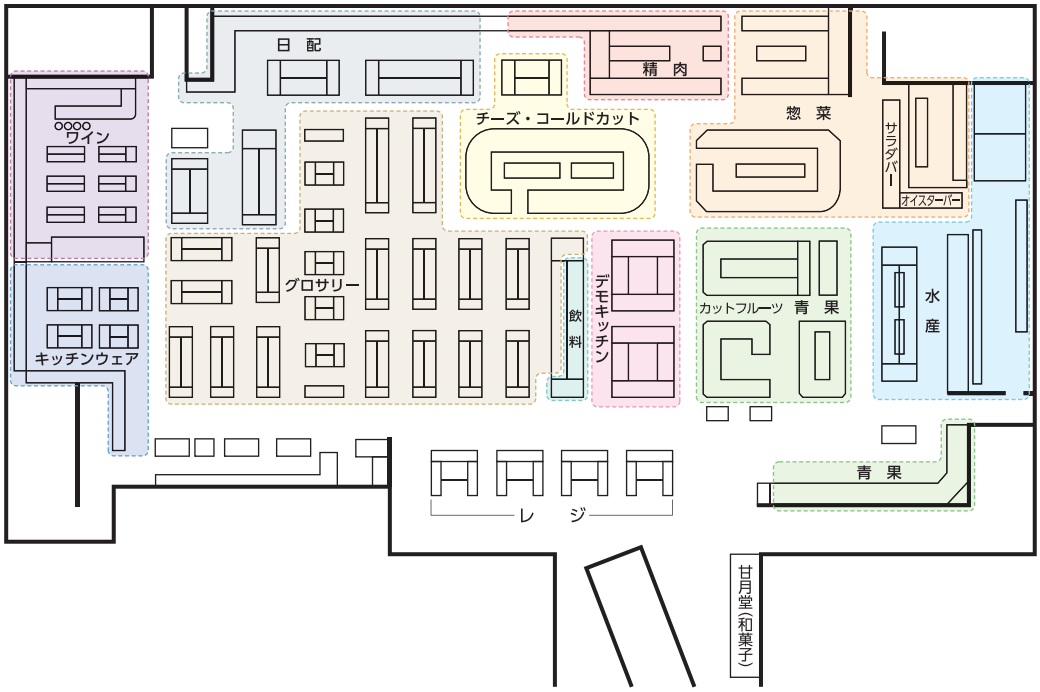
「生鮮のウェートを上げ、粗利をどう高めるかが課題」と西川氏

そこを選別するかというのが重要だ。

惣菜の西洋化は今からがスタートだ。外に出ると、いくらでも同じようなものを売っている。鶏の足、舌など、全部中華に変えてローカルの店舗と同じものを置けば、めちゃくちゃ売れるのはわかっているが、それでは整合性が取れない。

この店舗では定番の定義が難しい。常に新しいものを要求されるし、変わり目が非常に速いからだ。2 年前の数字だが、売上は 5 億台湾ドル、日本円で 18 億円ほどの数字になる。

「常に新しいものを探し出し、もっとお客さんに新しい食べ方を提供していきたい。これを自社でやらないで、問屋任せにしてしまうと、どこも



■ DATA　微風超市(Breeze Super)

店舗名	「BreezeSuper(微風超市)」
所在地	台湾台北市復興南路一段 39 号
電話番号	＋ 886-2-6600-8888
開店日	2001 年 10 月　(2016 年 8 月改装)
建物構造	鉄骨造 スーパーは地下 3 階部分
売場面積	360 坪 (約 1,200㎡)
駐車場	800 台
責任者	西川 正史 氏
従業員数	60 人(本部要員を含む)
営業時間	10:00 ～ 21:00　(土日祝日は 9:00 ～ 21:30) ＊木金土と祝日の前日は 22:00 閉店
店舗特性	ＳＣ内の食品核スーパー
商圏特性	都心中心街立地
交通	台北中心部から東に約 3km、復興南路沿い

激戦地にまだあった“隠れた適地”300 坪以下でも可能な提案の数々

阪急オアシス 茨木大手町店

大阪府茨木市

店のポイント

① 売場→コンパクトにまとまった「コト提案」
② 商品→「綺麗フード」を強化、220SKU で展開
③ 立地→阪急茨木市駅から徒歩 5 分のちょっと入った場所

独特の立地選定が出店のポイントになっている

店舗に入った瞬間、この店舗のコンセプトがわかる農産売場

次世代の食品スーパーマーケットのお手本とされる「高質食品専門館」を京阪神を中心に急ピッチで展開する「阪急オアシス」。

大阪府茨木市の中心街に隣接した場所に、2016 年 11 月 3 日にオープンした「茨木大手町店」を訪問した。

開店から 4 カ月後だったので、逆に状況が良くわかる取材でもあった。

茨木市は大阪の中心部から京都方面に阪急電車で約 20 分。平行して走る JR 東海道本線の茨木駅にも徒歩 10 分の便利な場所にある。早くからベッドタウンとして発達してきたが、現在も人口・世帯数ともに増え続けているエリアだ。

取材した当日、店頭で 10 数人の視察グループがいた。サービスカウンターで聞くと「東京のスーパーの方たちみたいですよ。何グループにも分かれて来られてます」ということだった。

視察が多い店舗は、業界的にそこが今、「一番ホットな売場」だからだ。50 歳代半ばの主婦は「そうねー、この辺りでは、商店街の中にあるKOHYO、それにサ

産直野菜は、できるだけこなれた価格で売り切る

見た目にも鮮やかな食べ切りサイズの「野菜サラダ」

狭い場所だが、人気のドライフルーツを提供

近くにある KOHYO を意識し、広い対面の鮮魚売場を実現

～ 40 歳代の人口割合が 35% で、大阪府内の 29% を大きく上回る。激戦地だけれども、まだ商圏の伸びしろはある。

幹線道路沿いとはいえ、従来の立地選定では見逃されていた場所、まさに阪急オアシス向きの“隠れた適地”だった。これで、茨木市内は 4 店舗となり、ドミナントの基礎固めができた格好だ。

お買い得な「切り身」を特売ケースで提供

広々とした精肉売場は、店全体の核になっている

タケさんかな。イオンにも行きますよ。オアシスさんは JR 駅前にもあるから、少し高いけど、珍しい商品が置いてあるから、時々来ます。もっと、安かったらねー」と話してくれた。

記者の解説が要らぬほど、的確に周辺の状況を把握している。大手町周辺は、スーパーマーケットだけでも 12 店舗もひしめく激戦地だ。お客さんは「安い、近い、品物がいい、クルマが停めやすい」などの理由で、日々店舗を選びつつ、買い物しているのだということがよくわかった。

同店の 500m 圏内では、30

「ちょっと贅沢なメニューを簡単調理で」というハーフデリ

周辺店との競合で比較されることの多いフレッシュミート

農産・水産では日々売り切りの仕組みで、鮮度と価格を打ち出している。「単品量販」がキーワードで、貝類を６尺で展開、新たに貝を使ったレンジアイテムを導入した。

畜産コーナーでは、催事に合わせてオードブルを強化、冷製のオードブルセレクションを求めやすい価格で提供している。デリカ部門では、生鮮惣菜のミートデリと魚屋さんの惣菜をコーナー化、牛めしやエビフライなども売れている。

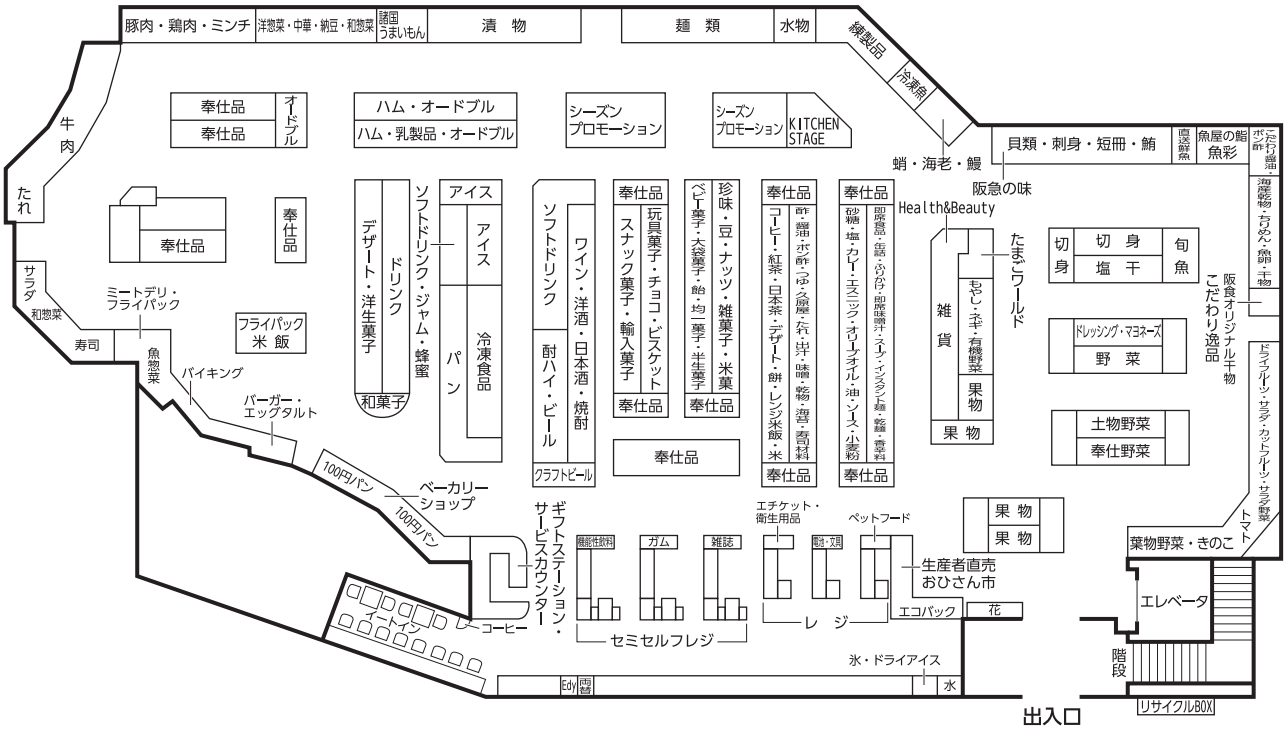
デリカとベーカリーが一体化した流れるような空間

生鮮素材を使ったメインディッシュを８アイテム導入

チーズやクラッカーと合わせて提供されるオードブル

100 円パンの原点となったベーカリーコーナー

人気のクラフトビールをゴンドラエンドに持ってきた



これらの取り組みは、2016 年 10 月にオープンした円町店（983㎡、京都市中京区）と同様の展開だ。ただ、円町店は広い土地が得にくい京都ならではの 1、2 階に分かれた売場構成だ。両店の出店は、売場面積 300 坪以下で年商も 15 億円を切る小型店の新たなフォーマットづくりのベースになる。

これで、阪急オアシスの「高質食品専門館」は新規出店が 32 店舗、既存店の改装を合わせると 61 店舗になった。毎回、何らかの進化と新たなチャレンジが見られる売場は、業界の注目を浴びるし、注目され「見られている」という意識が、従業員にとっても何らかの刺激になっているのは間違いないところだ。

ミルクのおいしさをアピールする「十勝しんむら牧場」のコーナー

「一度は使ってみたい」と思わせるエスニック調味料

シティスーパーとの提携で、輸入菓子も豊富

元気な店舗は、チェックアウトも勢いがある

美容・健康・ナチュラルをテーマにした「ヘルス＆ビューティ（綺麗フード）」

■ DATA　阪急オアシス 茨木大手町店

店舗名	阪急オアシス茨木大手町店
所在地	大阪府茨木市大手町 4-12
電話番号	072-631-9720
開店日	2016 年 11 月 3 日 (木)
建物構造	鉄骨造 平屋建て
売場面積	925㎡(280 坪)
駐車場	24 台
駐輪場	97 台
店長名	牧 友明 氏
従業員数	101 人 (社員 12 人、パート・アルバイト 89 人　頭数)
営業時間	9:00 ～ 22:00
休業日数	3 日 (1 月 1 日～ 3 日)
年商目標	14.5 億円
商圏人口	500m 圏 5,290 世帯 10,820 人 1km 圏 21,300 世帯 45,070 人
世帯人員	1.94 人
店舗特性	単独 SM
商圏特性	近隣都市型店舗
交通	阪急京都本線茨木市駅、南西徒歩 7 分

商圏特性

1 次 (徒歩 10 分圏内) 6,412 世帯 12,804 人

人口構成比		人員別世帯比率	
年少人口	12.6%	1 人世帯	49.9%
労働力人口	69.4%	2 人世帯	20.6%
老齢人口	18.4%	3 人世帯	14.6%
夜間人口比率	44.5%	4 人世帯	11.5%
昼間人口比率	55.5%	5 人以上世帯	3.4%
年齢別構成比		平均世帯人員	2.00 人
0 歳～ 19 歳	16.8%	持ち家比率	42.6%
20 歳～ 29 歳	13.9%	1 戸建て比率	25.9%
30 歳～ 49 歳	33.8%	共同住宅比率	71.4%
50 歳～ 69 歳	22.9%		
70 歳以上	12.6%		

2 次 (自転車 10 分圏内) 36,369 世帯 79,753 人
3 次 (車 10 分圏内) 107,531 世帯 254,281 人

特性　近郊都市圏、ニューファミリー型

商圏特性は r4b (r4b：技研商事インターナショナル) より作成

「ひかりまち ベイフロント」。徳島初の「モノ」と「コト」の新空間

イオンモール徳島／イオンスタイル徳島

徳島県徳島市

店のポイント

① 売場→５万㎡をフル活用。オーシャンビューの飲食関連が充実
② 商品→「すだち」をはじめ、徳島産の商品を全国に発信する
③ 立地→ベイフロントモール。広域からの集客が期待される立地

阿波踊りの編み笠をイメージした１階の大ひさしなど、外観にもこだわった

明石海峡大橋、大鳴門橋で四国が本土とつながって数10年。玄関口の徳島市に４月27日に「イオンモール徳島」がグランドオープンした。徳島県下初のイオンモールは、様々の「モノ」と「コト」のコンテンツが融合した新時代のショッピングゾーンとなっている。

このモールは1981年（昭和56年）に開業し2009年（平成21年）に営業を終了した旧徳島リバーシティのイオン跡地に出店された。市の中心部から南東約2.5kmの潮風が心地良いベイエリアにある。

モールのすぐそばを徳島環状線の高架橋が架かり、北は鳴門、南は小松島・阿南からのアクセスも良好だ。2019年度には四国横断自動車道がモールに近い「徳島東IC」まで開通

海が臨める場所には、撮影スポットを設けた

ファミリーでゆったり食事が楽しめる「フードフォレスト」

イベント広場「UZUコート」。阿波踊りの「有名連」が繰り出した

県内の野菜生産者の産直コーナー「阿波食ミュージアム」

「安全・安心」を前面に打ち出したオーガニック野菜

果物は、カットフルーツで購入する傾向が強くなってきた

“香りを食す”という「すだち」。旬は９月だが、早々とお目見え

する予定で、さらに広域から集客を見込める将来性のある立地だ。

モールのコンセプトは、徳島県が青色 LED の発祥に地であることから「ひかりまち ベイフロント」とした。敷地は約 50,000㎡と狭いが、1～５階までをフルに活用した造りになっている。核店舗はイオンスタイル徳島で、１～２階にはＨ＆Ｍ、５階に徳島初の体感型のイオンシネマなどがサブテナントとして入った。専門店は約 160 店舗。

３～５階の３層を縦につなぎ、フロアごとにテーマを定め、ゾーン展開している。３階はフードフォレスト、フードコートとしては県内最大級の 900 席ある。和で統一した４階の「ぐるぐる小路」、５階はシネマと連動する形の「AWA ダイニング」とした。いずれもオーシャンビューの環境を生かした設計をした趣の異

和洋中が揃った惣菜コーナーは対面、セルフともに充実

茨城・徳島産の和牛を対面ケースで販売

マグロを前面に。対面売場で威勢良く売り込む

甘くて柔らかな肉質が特徴だという「阿波黒牛」

資源を守ることに配慮した「フィッシュバトン」の魚種を PR

なる 30 店以上の食の専門店が集まった「食のテーマパーク的なフードヴィレッジ」だ。

子育て世代のニューファミリーを意識したキッズリパブリックの横に、イオンペットを併設し、フクロウなど生きた動物と子どもたちが触れ合える「ふれあい動物園」も開設した。

1 階には「AWA（あわ）コート」「UZU(うず)コート」「HIKARI(ひかり)コート」という徳島の名産の杉や藍染め、阿波和紙など地元の産品を発信するコーナーを配置している。

核店舗の「イオンスタイル徳島」には、徳島や四国の地物（じもの）が勢揃いした。地元に暮らしていても、あらゆるジャンルの産品となると、なかなかお目にかかる機会は少ないだけに、早くも注目を集めている。

柑橘類を例に取ると、西日本では大分がカボス、高知はユズが名産だが、徳島は「すだち」だ。地元では、あらゆる料理に搾り入れる料理の“必需品”だ。1 階の売場では、スダチサイダーなどの試飲をはじめ、はしりのすだちが大量陳列されていた。

岡崎双一・イオンリテール社長は「目をつぶって食べるとアワビと間違うほどのプレミアム椎茸『天恵菇（てんけいこ）』など、地元で生まれた逸品を全国に PR したい。ソースを入れて食べるイタリア直輸入のワンアンドオンリーチーズなど、イオンにしかない商品に力を入れた」と話す。

イオンモールの吉田昭雄社長は「阿波踊りの練習場不足に悩む地元の人に、鏡張りで防音効果を高めた

イタリア直輸入のチーズなどを試食販売していた

イオンホールを使ってもらいたい」という。海外のニュータウンでも地元のニーズに寄り添うイオンモール。昨年の 11 月、北京郊外にオープンした河北燕郊について「イオンモールは、常に進化しているでしょ」と胸を張っていた。

「そば米」など、徳島ならではの名産の惣菜を集めた

おにぎりや惣菜。もはや「出来合い品」という感覚はなくなった

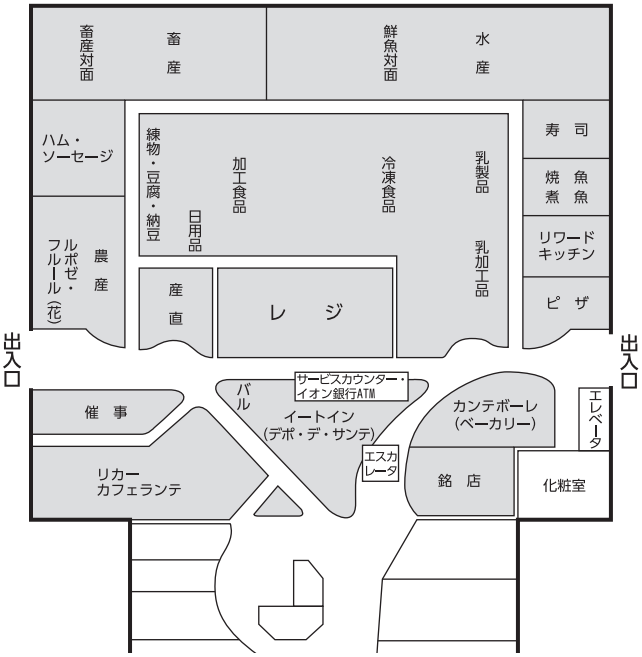
小容量のアイスなど、用途に応じた販売をしている

子育て世代、ニューファミリーを意識した、キッズリパブリック

「全国でも、最も飲食比率が高いモールだ」と記者会見で表明

「空白県」への出店だけに、地元の期待も大きい

1F



■ DATA　イオンモール徳島／イオンスタイル徳島

施設名	イオンモール徳島
核店舗名	イオンスタイル徳島
所在地	〒 770-0865 徳島県徳島市南末広町 4-1
電話番号	(モール)088-611-9000 (イオン)088-611-8300
開店日	2017 年 4 月 27 日 (木)
建物構造	鉄骨造 地上 6 階建て
売場面積	50,000㎡(内イオン 14,000㎡、食品 3,300㎡)
駐車場	3,100 台
責任者	(モール)楢原 琢馬 氏 (イオン)原田 宣尚 氏
従業員数	2,400 人 (内イオン 400 人、食品 200 人)
営業時間	7:00 ～ 23:00(1F 食品・カンテボーレ)
休業日数	年中無休
総店舗数	全国 151 店目、徳島県下は初
商圏人口	車 30 分圏内 13 万世帯、32 万人
店舗特性	単独ショッピングモール
商圏特性	広域集客型
交通	ＪＲ徳島駅から南東 2.5km、バス 15 分

商圏特性

1 次(車 10 分圏) 34,297 世帯 72,736 人

人口構成比		人員別世帯比率	
年少人口	11.9%	1 人世帯	45.0%
労働力人口	64.8%	2 人世帯	24.4%
老齢人口	23.3%	3 人世帯	15.5%
夜間人口比率	41.7%	4 人世帯	10.6%
昼間人口比率	58.3%	5 人以上世帯	4.5%
年齢別構成比		平均世帯人員	2.12 人
0 歳～ 19 歳	16.9%	持ち家比率	48.0%
20 歳～ 29 歳	12.3%	1 戸建て比率	41.7%
30 歳～ 49 歳	26.5%	共同住宅比率	56.4%
50 歳～ 69 歳	27.1%		
70 歳以上	17.1%		

2 次(車 20 分圏) 81,248 世帯 180,766 人
3 次(車 30 分圏) 118,817 世帯 279,523 人

特性　ニューファミリー性(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

イートイン拡充 閉鎖商圏だから、足元を固めて マンダイ対策打つ

コープこうべ コープ西神南

兵庫県神戸市西区

店のポイント
① 売場→ 2,280㎡ の広い売場面積をくまなく使う
② 商品→コープ商品は 3 割。若い客層に合わせた品揃え
③ 立地→地下鉄の終点の 1 駅手前、駅前立地を生かす

駅前の複合商業ビルの 1 階に入る「コープ西神南」

東西に細長く伸びる神戸の街の西北側の新市街地は、海抜 100m ほどの丘陵地帯を切り開いてきた。5km あまり南の眼下には、世界一のつり橋・明石海峡大橋が優美なアーチ状の姿を見せている。

中心部の三宮から市営の地下鉄西神・山手線が山あいのニュータウンを西神中央駅まで結ぶ。終点の一つ手前の西神南駅前に 1993 年 3 月に建てられた複合商業施設「セリオ」。コープこうべの「コープ西神南」が入っている。

GMS の「コープデイズ西神南」が前身だ。当時は 2 階に衣料品と住居関連が入っていた。2006 年に改装し、店舗は 1 階の食品だけに縮小された。

2016 年 7 月、西神中央駅近くにマンダイ西神中央店の大型店がオープンしたのが、今回の大改装の引き金になった。

「通路が広く、照明も明るくなった」と好評

惣菜強化も改装の柱。グループ会社が力を奮う

今回の改装で、初の試みとして登場した「スープバー」

68 席あるイートイン。定着すれば、大きな戦力になる

床や天井まで、全てを一新した今回の改装

しゃき」や水産の「とれぴち」は、JA 兵庫や JF 兵庫漁連とのタイアップがうまくかみ合って、好評に推移している。

元々、水産に強い上、陳列技術でも一日の長があるマンダイ。これに対抗するため、平ケースを５本増設。丸物、青物、切り身といった魚種を増やし、塩干、キャビアなどの加工品に至るまで、すべてのカテゴリーでボリュームを増やした。

忙しい主婦のために、手間のかからない「かんたん便利」商品

JA 兵庫との協賛で産直野菜を扱う「とれしゃき」

天井や床、什器も一新した。これまで、売場と区別がつきにくかったイートインを 68 席までに拡大した。店内で調理するホット惣菜に力を入れ、スープバーを設けたのも、主婦がおしゃべりしながらイートインを気楽に使ってもらおうという考えからだ。

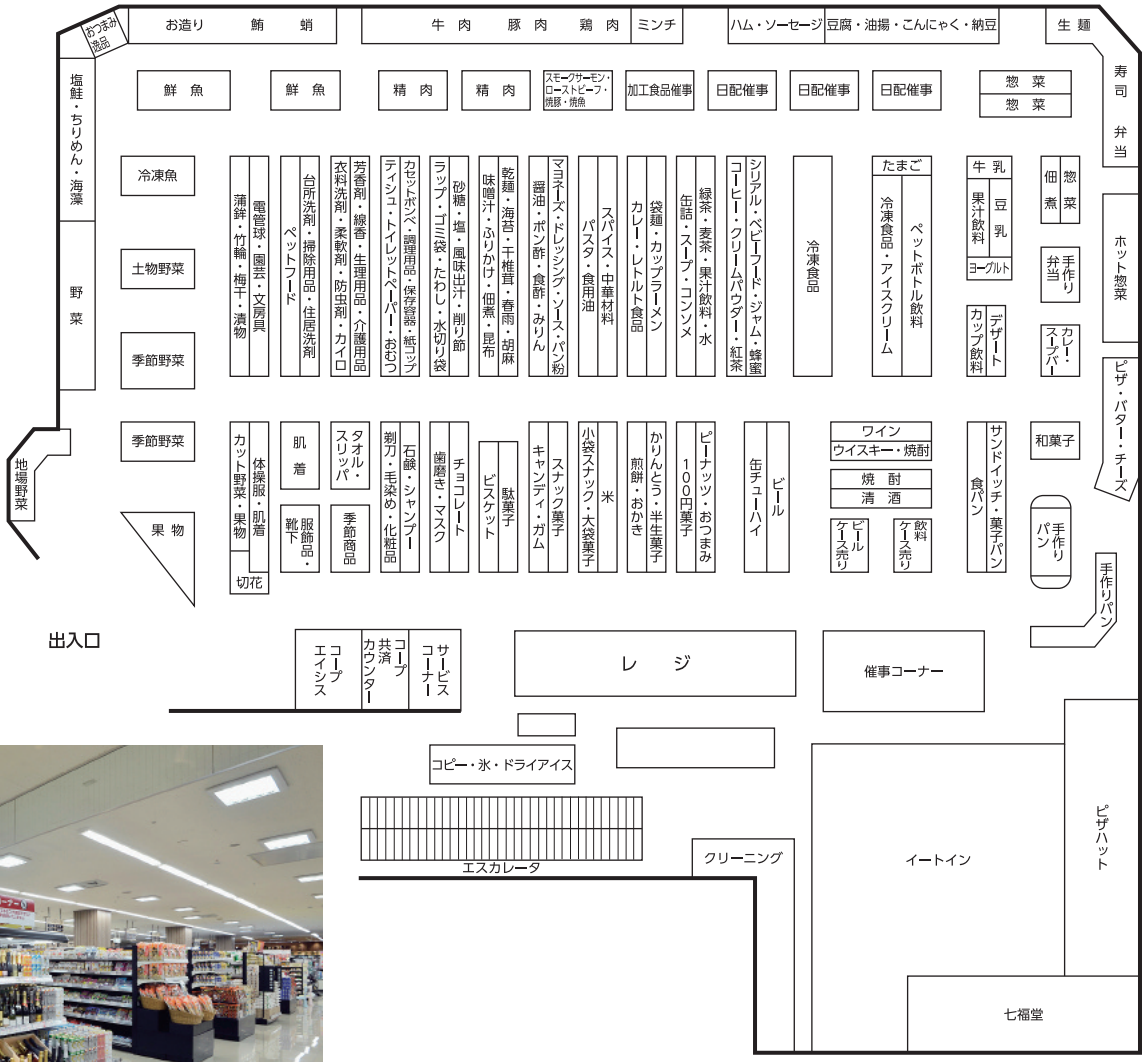
豚汁、コーンスープ、ふかひれスープの３種から好きなものを選んでもらうスープバー。ごはんやサラダとうまく組み合わせられないことや、セルフで人手を割けないことがネックになって、現在は苦戦している。

これに対して、農産の「とれ

明石海峡の周辺で捕れた魚介類も多く並ぶ

磯の香り。瀬戸内に春を告げる「茎わかめ」

畜産は元々、構成比が高かったが、個食のスモールサイズの他、この店に限っては、ジャンボパックも取り揃えた。豚や鶏、加工品を拡充したので、若い客層が増え、好評だ。神戸ビーフの本場だけに、有名専門店「菊水和牛」の黒毛和牛もコーナー化して販売している。



肉や魚に合う、ビールやワインの品揃えも豊富

同店の組合員証提示率は84～85%だ。灘・東灘や内陸部の三木市のように、組合員意識が高い地域に比べると、カードを提示することで、ポイントが付与されるメリットを享受する若い流入人口が多い。今年10月には1km圏の井吹台西町で、277戸の新築マンションの入居

ファミリー層にウケル牛肉を中心に展開

プラスαの食材として人気のローストビーフ

も始まる。

地下鉄駅前とはいえ、終点の西神中央駅と手前の学園都市駅に挟まれた、完全な閉鎖商圏の立地だけに、外部からの買い物客には期待できない。

足元商圏をどうやって固めるか、人気料理メニューサイト「クックパッド」へ投稿をするなど、福田靖弘店長はチエを絞っている。1 週間で 2,700 アクセスはある。エリア限定の情報を発信できるので、スマホを駆使する人には、かなり効果的だ。

同店が全国で 3 店のタブレット付きカートの実験店に選ばれたのも、若い人が増えている進歩的な地域だということも、理由の一つになっている。

リーチインケースでの展開が当たり前になった冷凍食品

「ストレスなく買い物できる店舗に」と福田店長

阪神大震災の経験を基に開発されたトイレットペーパー

■ DATA　コープこうべ コープ西神南

店舗名	コープ西神南
所在地	兵庫県神戸市西区井吹台東町 1-1-3
電話番号	078-992-1601
改装開店日	2016 年 11 月 18 日(金)　1993 年 3 月開店　2006 年 6 月改装
建物構造	RC 造 2 階建て
売場面積	691 坪
駐車場	250 台
店長	福田 靖弘 氏
従業員数	94 人(正社員 14 人　パート・アルバイト 80 人　頭数)
営業時間	10:00 ～ 21:00
休業日数	元旦(1 日)
年商目標	25 億円
商圏人口	500m 圏 8,826 世帯 23,570 人 1km 圏 11,328 世帯 31,493 人
世帯人員	2.67 人
店舗特性	複合商業施設内の核 SM
商圏特性	郊外・駅前立地
交通	神戸市営地下鉄西神・山手線 西神南駅北すぐ

商圏特性

1 次(徒歩 15 分圏) 3,312 世帯 9,379 人

人口構成比		人員別世帯比率	
年少人口	19.3%	1 人世帯	14.0%
労働力人口	67.1%	2 人世帯	29.0%
老齢人口	13.6%	3 人世帯	25.6%
夜間人口比率	64.6%	4 人世帯	24.8%
昼間人口比率	35.4%	5 人以上世帯	5.7%
年齢別構成比		平均世帯人員	2.83 人
0 歳～ 19 歳	25.4%	持ち家比率	76.8%
20 歳～ 29 歳	8.9%	1 戸建て比率	15.9%
30 歳～ 49 歳	32.6%	共同住宅比率	82.7%
50 歳～ 69 歳	23.0%		
70 歳以上	10.1%		

2 次(自動車 10 分圏内) 26,778 世帯 74,252 人
3 次(自動車 15 分圏内) 50,154 世帯 133,581 人

特性　年少者の多いニューベッドタウン

商圏特性は r4b (r4b：技研商事インターナショナル)より作成

北京に車で通う「ニュータウン」のファミリー世代に“熱い視線”

イオンモール 河北燕郊 ／イオン 河北燕郊店

中国・河北省三河市

燕郊のランドマークになった「イオンモール河北燕郊」

日本の 25 倍もの国土面積がある中国。人口は 13 倍以上。まさに大国だが、1 年ぐらい間隔を置いて訪問すると、その大国のはっきりとした変化が見られて興味深い。

2016 年 11 月、首都・北京の郊外に出店した「イオンモール河北燕郊（えんこう）」。工場が点在する地域だが、新興ベッドタウンとして急速に存在感を増している地域でもある。

新旧の施設や文化が同居し、複雑に混じり合って変化するさまに驚く。日頃、「日本の縮尺」でモノを考えている我が身に、容赦なく襲いかかる文化ギャップ。異国で別尺度でモノを考えたい人“必見のモール”である。

続々生まれるニュータウン。人口も急増している

昔の民族衣装を着た従業員のパフォーマンスも見られた

北京の中心部から、東へ約 40km。東京から横浜の戸塚、大阪－京都間に匹敵する距離がある。北京郊外とは言え、地名は河北省三河市で「燕郊経済技術開発区」内にある。直通の地下鉄はまだないが、幹線の国道

昔ながらの飲食横丁を再現した「燕古巷」が人気

「安全・安心」に対応した 2,900㎡ の食品売場

果物の王様・ドリアン。シーズンインで早期販売

トマト人気はいずこも同じ。ミニトマトの種類も多い

102 号線が通じている。

このエリアは近年、北京市のベッドタウンとして住宅開発が進み、ニューファミリー層の人口が増えている。建設中の三河市外環状線の交差点にも隣接しており、広域からの集客が期待できる。

燕郊の道路は至る所が工事中で、埃っぽい。タクシーもあったが、ホテル前で輪タクをつかまえて、モールまで行った。10 人民元＝約 160 円と安いが、もちろん領収証は「没有（ない）」。

地下 1 階を加え、4 つのフロアで構成されるモールのコンセプトは「link（リンク）」。「ひと」と「こと」のつながりがテーマで、核店舗のイオン河北燕郊店のほかに、燕郊エリア初出店が 90 店舗、イオンモール中国初出店 45 店舗を含む 200 の専門店で構成されている。

地下 1 階のグルメエリアには「ひと昔前の飲食街」を再現した「燕郊巷」をセンターに配した。手軽に「小吃（シャオチー、軽食）」を味わえるエリアで、約 40 店舗の“食の世界”を展開する。

1 ～ 3 階のフロアは、最新ファッションや新たなライフスタイルを提案する雑貨、キッズ向けの商品やサービスを充実させた施設が数多く並ぶ。

来店者は 20 歳代の独身カップルや友達同士での来店が一番多く、子育て世代に 30 代のニューファミリーが次ぐ。北京に車で通勤する比較的裕福で、ファッション感覚も高い顧客層に熱い視線を送っていることが良くわかる。最新モールは、競合店や従前からの住民にもインパクトを与えている。

1 ～ 6 号線まである無料運行のバスに乗ってみた。1 歳になるかならないかの子を抱えた母親が 3 人乗り合わせていた。「何カ月？

ウチは 6 カ月…」。後の会話は聞き取れなかったが、

産地ごとに量り売りされる米。新米の表示もあった

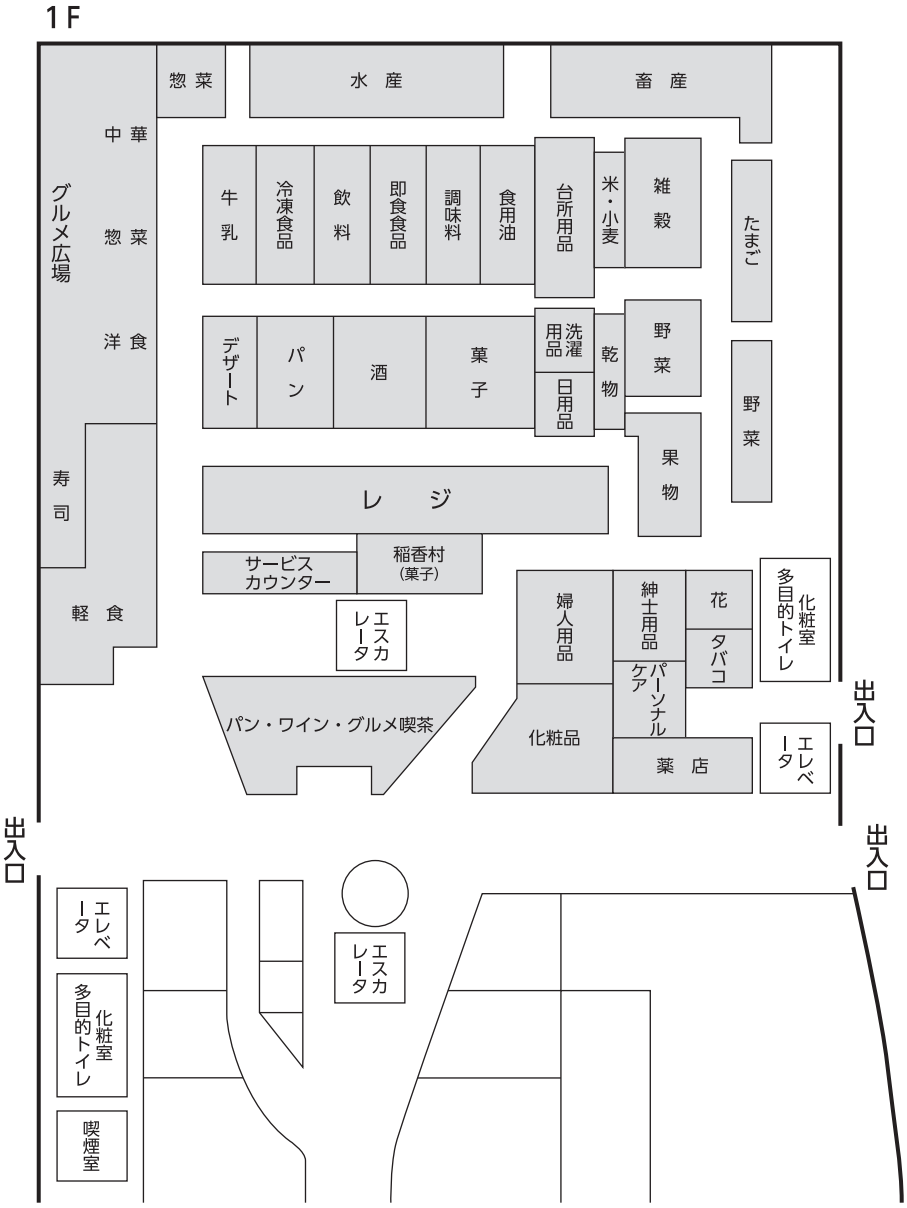
ブロック肉をその場でカットしてもらうのが人気だ

丸魚は氷をまぶして、陳列するのが一般的

ご飯のお供になる少し辛い惣菜を対面販売

「大阪焼」の名称で、その場で焼かれるお好み焼き

共働きが一般的なので、冷凍食品のニーズは高まっている



子育ての話題で車内は盛り上がっていた。一人っ子政策が終結し、2人目が可能になったキッズ需要に、期待が高まる。

GMS（総合スーパー）を統括する永旺商業有限公司の古澤康之・総経理は「安全・安心意識の高まりで有機野菜が売れている。北京郊外とは言え、河北省独自の味もあり、品揃えを強化している。近くにイスラム系住民の集落があり、ハラール認定の商材も動いている」と様々なニーズに応えたいとしている。

また、モール全体を管理・運営する永旺夢楽城（中国）商業管理有限公司の佐々木清博・総経理は「リンクを継続するために、従業員の教育に力を入れる。8月に開催される中国13モールの接客ロールプレイングコンテスト大会で入賞できるような『お客様の五感に響く』販売対応を目指す」という。

急速なモータリゼーションが進む中国。軽自動車はなく、日本でいう「3ナンバー」が大半を占める。燕郊からの通勤客は渋滞も激しいのに、

安全性や品質に評価を得ている「トップバリュ商品」

中華料理に欠かせない油。オリーブ油の消費も拡大

「接待禁止令」もあって、高嶺の花だった白酒の値も下がった

北京まで７元のバスではなく、マイカーを好む。それがステータスなのかもしれない。地下鉄が開通すれば、そちらに流れると思うが、旧来の鉄道は全く人気がない。

先に豊かになった者が、どんどん豊かな生活を始める――その後を、我も我もと追いかける大集団。格差を自力で詰めようとする人々が中国の成長を支えている。

子どもを遊ばせながらスマホ。充電もできるのがいい

開業半年、周辺住民の認知度も高まってきた

古澤康之・総経理
（北京イオン）

佐々木清博・総経理
イオンモール（中国）

ニュータウン方向など、６ルートで運行される無料バス

■ DATA　イオンモール 河北燕郊

モール名	イオンモール河北燕郊（かほくえんこう）
核店舗名	イオン河北燕郊店
所在地	中国河北省三河市燕郊高新区 102 国道 27 号
電話番号	（モール）+86-316-309-6888　　（イオン）+86-316-330-6088
開店日	2016 年 11 月 5 日（土）
建物構造	RC 造、地下 2 階、地上 4 階
売場面積	（モール全体）70,000㎡（イオン 20,332㎡、内食品スーパー部分 2,907㎡）
駐車場	3,000 台
責任者	（モール）ゼネラルマネージャー・王勇氏　　（イオン）店長・朱菘松氏
従業員数	（モール全体）2,500 人（内イオン 400 人）
営業時間	（イオン）9:00 ～ 22:00　＊売場によって異なる
休業日	年中無休
商圏人口	車 20 分圏 32 万世帯 96 万人
店舗特性	郊外型モール
商圏特性	経済技術開発区内
交通	北京市内から東に 40km

Fukushima フレッシュ・バリューをあなたとともに

第51回スーパーマーケット・トレードショー2017
ご来場ありがとうございました

No.1技術力を
磨き高める

新登場

Send-you Fresh　24H連続冷却

デジタルサイネージ搭載　冷凍リーチインショーケース

デュアルマスターショーケース　内蔵冷凍・冷蔵切替デュアルショーケース

売り場と
バックヤード
提案

スチコン＆ブラストチラーの活用

- インストアベーカリーのご提案
- スイングダウン2wayショーケース オーダー仕様
- パティスリークローズショーケース NEW

第52回
スーパーマーケットトレードショー2018

会期:2018年2月14日(水)～16日(金)

会場:幕張メッセ全館

福島工業株式会社

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. FSP株式会社
TM 髙橋工業株式会社
株式会社 省研

がんばれ！食品スーパー！
No. 50
2017 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

鮮度で、人を
感動させたい。

開けたら
閉める！

美味いお肉は、
保存温度から。
保存温度は、
熱い技術から。

COOL JAPAN
って、私の事だと
思っていました。

世界中に
日本の、
冷蔵庫を。

冷やすことに、
熱すぎる会社。

いい料理、
いい冷蔵庫。

スーパーマーケット
にも、います。

省エネに
一生懸命

Fukushima

［工場］滋賀（水口）・岡山　［支社］東日本（東京）・中部（名古屋）・西日本（福岡）　［支店］北海道・東北（仙台）・関東（さいたま）・千葉・信越（新潟）・横浜・静甲（静岡）・北陸（金沢）・京都・関西・阪和（南大阪）・神戸・岡山・広島・四国（高松）・東九州（大分）・西南九州（長崎）・沖縄　［営業所］旭川・帯広・函館・青森・盛岡・水沢・秋田・郡山・山形・長野・松本・宇都宮・高崎・水戸・つくば・船橋・西東京・厚木・甲府・沼津・浜松・豊橋・富山・福井・岐阜・三重・滋賀・奈良・和歌山・南大阪・北近畿・西宮・姫路・鳥取・松江・福山・山口・徳島・松山・高知・北九州・久留米・佐賀・佐世保・宮崎・延岡・鹿児島・熊本・石垣

福島工業株式会社　本社：大阪市西淀川区御幣島3丁目16番11号　Tel：06-6477-2011（代）　www.fukusima.co.jp　福島工業　検索