

がんばれ! 食品スーパー!

2020年7月号

No. 58

<http://www.sji.gr.jp>



シズル感高め、惣菜を「おいしく」。タブレット搭載のレジカートを本格運用
スーパーセンター トライアル 田川店

「味と鮮度の一番店」を目指す、ユニーク経営の食品スーパー
シェフカワカミ 彩都店

ミールキットやレンジアップを充実。ニトリとの共同出店で相乗効果を期待
とりせん 高崎倉賀野店

「パン食文化」の京都だから、ベーカリーを最前線に持って来た
イオンフードスタイル山科榎辻店／イオンタウン山科榎辻

売場の随所にみられる、生鮮強化型の「新フォーマット」を集大成
大阪屋ショップ 出来田店



母娘でレジカートを初めて体験。「これなら、私でもできる」とホッとした表情を見せていた

シズル感高め、惣菜を「おいしく」。 タブレット搭載のレジカートを本格運用

スーパーセンタートライアル 田川店

福岡県田川市

売場面積	駐車場	業態	階層	立地	種別
1,300 坪	262 台	SuC	1 層	郊外	改装

筑豊の町のスーパーセンターが 13 年ぶりに、大幅リニューアル
アイテム絞り込み、「買いたいものが、すぐに見つかる」売場に
「購入金額が出るのがいい」と、お客の声。「買い上げ減」の心配なく

福岡県の中央部にあり、飯塚、直方（のがた）と並んで「筑豊三都」を構成した田川地区は、炭坑節発祥の地としても知られる。2019 年 11 月 27 日、田川市伊田（いた）の中心部を流れる彦山川沿いの幹線道路が交差するところにある「スーパーセンタートライアル田川店」が、リニューアルオープンした。

2006 年の開店以来の大改装だが、売場面積を 1,500 坪から 1,300 坪に減らし、取扱品目を 75,000 から 65,000 アイテムに絞り込んで、「買いたいものが、すぐに見つかる」売場に変えた。

トライアルの執行役員で、本部改革推進室の内山智博氏が経緯を説明してくれた＝写真。300 坪から 400



ロードサイドにある田川店の外観は、普通のトライアルと変わらない

坪に拡大した生鮮売場に木目の床を採用、通路を広げ、買い回りしやすくした。これまで「おいしい商品をお届けられていなかった」という反省から、惣菜部門は子会社の明治屋（熊本市）といった「職人の味」の監修を受け、弁当などの中食を強化した。精肉も国産を重点的に採用した。

直線的な売場構成で、商品をぎっしり詰め込むだけだったアパレルは、

百貨店 OB を中途採用して、回遊しやすい、アール（曲線）状の通路とした。随所にデジタルサイネージを配置し、食品・非食品の売場全体のシズル（視覚）感を高めた。

「スマートストア」本格運用へ

普通だったらこうした売場の手直しで終わる改装だが、田川店には、それ以上の大きなミッションがあった。AIカメラ、電子棚札、セルフ会計を可能にするタブレット搭載のレジカートを導入した「スマートストア化」の本格的な運用を始めたからだ。田川店を含め、現在16店舗あるスマートストア。福岡・佐賀地区で約60店舗を2年で変革する。

青果売場から奥を見渡すと、天井からぶら下げられたワクに、カメラが数多く取り付けられている。冷蔵ケースの上にも白いスマホのような、AIカメラがあった。「お客が手に取った商品が、どのように購買に至ったか」をキャッチするもので、年明けから本格的な運用を始めた。

世の中が「キャッシュレス決済時代」に突入した、グッドタイミングの改装オープン。記者も「トライアルカード」に登録し、3,000円チャージして買い物体験した。売場では、出来るだけ多くのお客さんに、レジカートを使った感想を聞いてみた。

バーコードをスキャンするタブレットの操作にまごついていると、横



これまでの白い床をやめ、床や什器に木目調を採用し、高級感を打ち出す



「出来たてのおいしさ」と「作り置きのおいしさ」を伝えるため、中食を強化

から声を掛けてくれる人がいた。「こうするのよ」と、自ら手本を示してくれた中年の女性。「今の購入金

額が出るのがいい」そうだ。「買い上げが減ると心配する声もあった」(内山氏) のだが、答えは逆で、「さらに



内山 執行役員



鮮魚も充実。「安くておいしい」から「おいしいし、安い」とあらゆる部門で改革が進む



精肉の改革はステーキ肉から始まった。国産を主体に品揃え



ゆっくり買い回ってもらうため、直線から曲線へ売場改革が進行中



外注せずに本社で制作されるデジタルサイネージ。結構なレベルだ



冷蔵ケースの上にセットされた、スマホ状の AI カメラ。これからが本番だ



150 台用意された、タブレット端末付きカート



あらゆる情報が、この画面に詰まっており、日々進化している

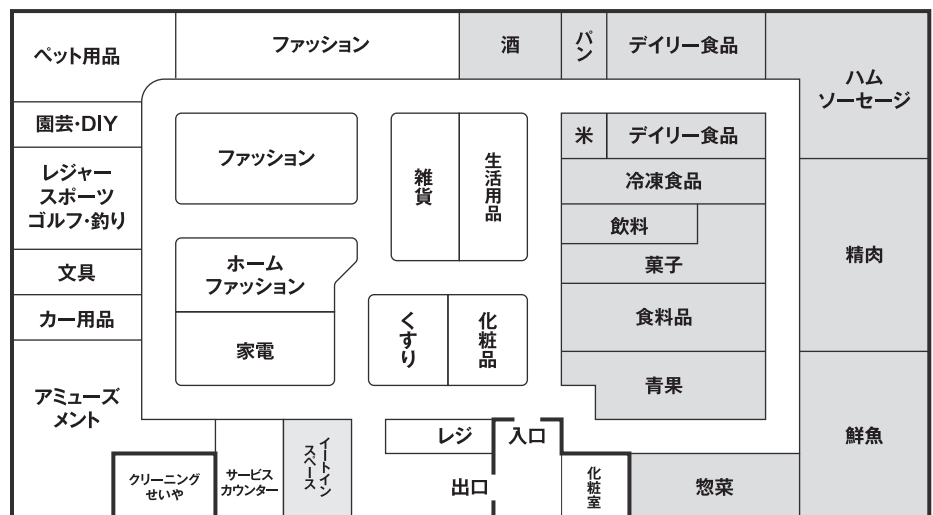


「意外と簡単ね」。何だかうれしくなって、思わず笑みがこぼれた

チャージしてくれる人が多い」
(同) という。

「使う、使わない」は、人による

最後の関門、レジゲートを出る段階では、係員の説明を受ける人が多かった。「トラブル発生！」と記者が駆け寄ったケースもあったが、レジ袋の取り忘れだった。「ポイントが付くので、年配の人でも結構利用されている。一つハ





「スキャン漏れがないか」「チャージ不足」など、最後のチェックが行われていた



「AI カメラ」が多数ある売場で記者も買い物体験。最後は従業員にサポートしてもらい無事終了!



買い上げ点数が少ない人、「レジカートはどうも」という人には、セミセルフレジも用意



「山東省から来た」という中国人 SE (左) らが、お客の反応を気にしている

■ DATA スーパーセンタートライアル 田川店

店舗名	スーパーセンタートライアル田川店
所在地	福岡県田川市伊田 4646
電話番号	0947-46-2237
開店日	2019 年 11 月 27 日 (水)
建物構造	鉄骨造 平屋建て
売場面積	1,300 坪
駐車場	262 台
駐輪場	50 台
店長	尾澤 雄一 氏
従業員数	130 人 (社員 20 人、パート・アルバイト 110 人 8 時間換算)
営業時間	24 時間営業
休業日数	年中無休
年商目標	43 億円
商圏人口	1km 圏 26,190 人 3km 圏 76,121 人
店舗特性	単独型 SuC
商圏特性	郊外、ロードサイド立地
総店舗数	246 店 (2020 年 1 月現在)
交通	平成筑豊鉄道伊田線 下伊田駅、北徒歩 5 分

商圏特性 (2015 年現在)

1 次 (車 10 分圏) 19,049 世帯 43,774 人

人口構成比	人員別世帯比率
年少人口 13.4%	1 人世帯 37.6%
労働力人口 55.2%	2 人世帯 29.4%
高齢人口 31.4%	3 人世帯 15.8%
夜間人口比率 49.0%	4 人世帯 10.7%
昼間人口比率 51.0%	5 人以上世帯 6.5%
年齢別構成比	平均世帯人員 2.30 人
0 歳 ~ 19 歳 18.2%	持ち家比率 53.3%
20 歳 ~ 29 歳 8.8%	1 戸建て比率 56.2%
30 歳 ~ 49 歳 22.3%	共同住宅比率 36.6%
50 歳 ~ 69 歳 28.2%	
70 歳以上 22.4%	

2 次 (車 20 分圏) 52,561 世帯 124,722 人

3 次 (車 30 分圏) 130,114 世帯 314,083 人

特性 郊外、ファミリー性

技研商事インターナショナル株式会社「MarketAnalyzer™」で作成





店舗の中央部に大きくせり出したデリカコーナー。バックと売場が一体化した構造だ

「味と鮮度の一番店」を目指す、ユニーク経営の食品スーパー

シェフカワカミ 彩都店

大阪府箕面市

売場面積	駐車場	業態	階層	立地	種別
200 坪	50 台	SM	1 層	郊外	新築

大阪・梅田から 18km 圏。千里丘陵の奥に開発された彩都地区に「こだわり食品を手ごろな価格で提供する」と、早くも評判に
淡路島の国産牛、手づくり惣菜に強み。青果、鮮魚は担当者が市場へ



モダンな外観の彩都店。駐車場は 50 台あるが、隣接地にさらに 25 台分を確保

大阪万博が開催されて来年で 50 年になる。会場になった千里丘陵の奥の茨木市と箕面市にまたがる地域は彩都（さいと・国際文化公園都市）として開発が進み、2007 年（平成 19 年）に大阪モノレールが延伸された。都心に通じる千里中央へは 10km、19 分だ。

開発が進まなかった時期もあった



お客様の注文がある度に、1 枚ずつ丁寧に専用ガス窯で焼かれるピザ



「シェフのお母さん達が、小鍋でコトコト炊きました」という POP の通り「手づくり感満載」の惣菜

彩都だが、大阪・梅田から 18km 圏で、緑に囲まれた周辺の環境が再評価され、近年は高層マンションの建設も進んで、人口も増えて来た。

モノレール終点の彩都西駅の南 1km の幹線道路沿いに 8 月 1 日、豊中など北摂地域を中心に食品スーパ



フロア内でオープンキッチン化しているデリカテッセン



インド人スタッフのチャンさんが自ら本場の香辛料を使って作ったカレーやナンは「一番の人気メニュー」だ

安い弁当が定着しているスーパーの売場だが、ここは「手づくりの手間の程度が違う」のが、食べてみて分かった

一を展開するシェフカワカミが小型の「彩都店」を出店した。「こだわり食品を手ごろな価格で提供する」と評判の店舗なので、早くも話題になっている。

大阪モノレールに沿う摂津茨木線西側の傾斜地に建てられ、売場面積は200坪と小ぶりだが、欧米でよく見かける小型高級スーパーのような雰囲気だ。個々の商品は「こだわり品」も多いが、全体的に価格は抑え気味。

店舗の中央部にせり出したデリカの対面コーナーは、あまり品目は多くないが、手づくり感満載の商品が多い。



こじんまりしたスペースなのに、奥行きと広がりを感じる青果売場。「新鮮で、お買い得」の声が多かった

下・左：最上段を鏡張りにした青果の多段ケース

中：その日の特價野菜を集めた「ファーマーズマーケット」。欧米のスーパーのような看板が目印だ

右：シェフカワカミが特に選んだ各地のジャムや調味料類。中でもバジルペーストは逸品だ





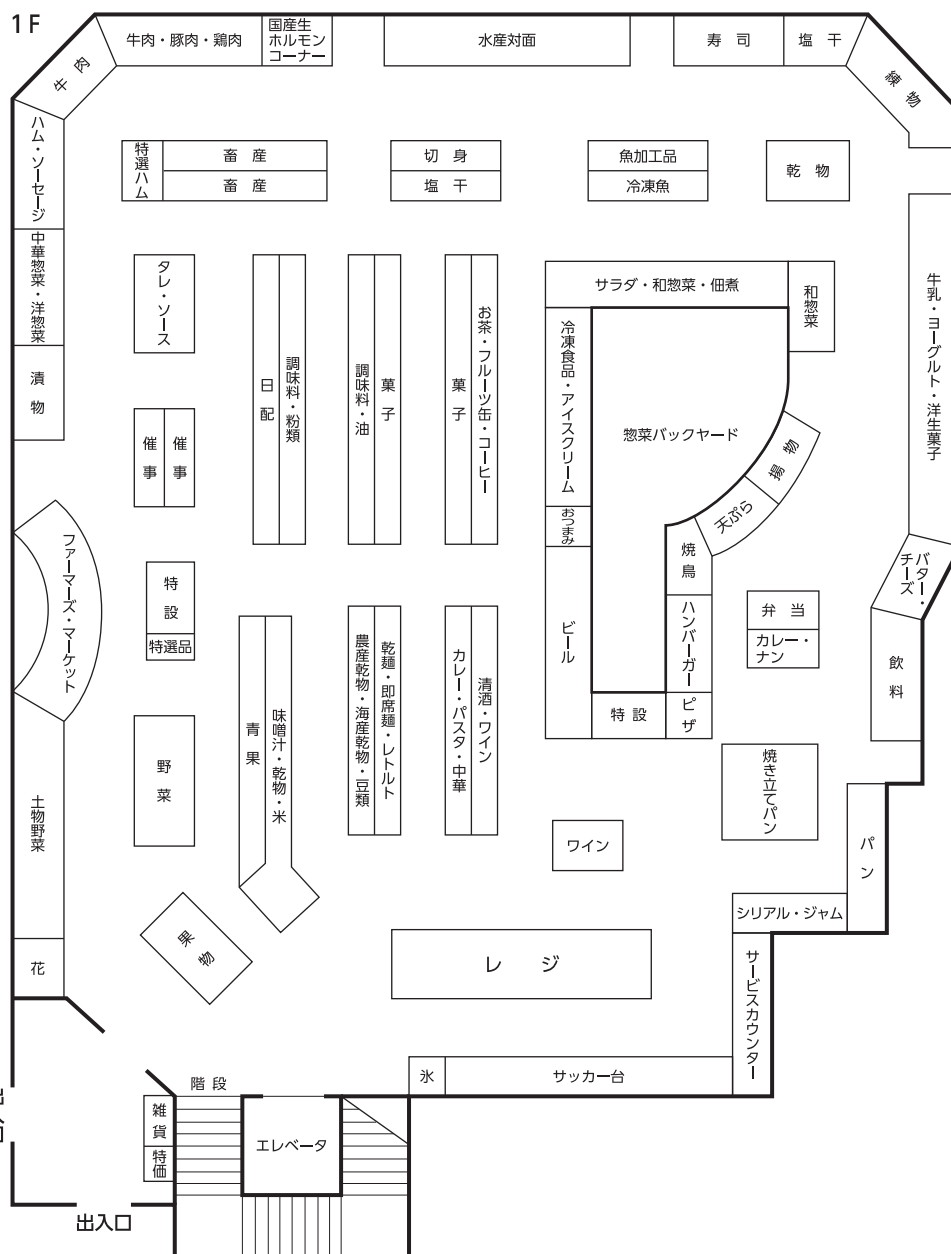
淡路島の特別な業者から仕入れた厳選された国産牛を揃えたのが、シェフカワカミのウリだ



毎週末の土日は牛肉の「半額セール」が繰り広げられる。月に1回の「豚の半額デー」も人気



鮮魚も元気。特に毎週、主に日曜日に開催される鮮魚の「舞鶴とれとれ市」が好評だ



「PIZZA」の大きな看板がかかる奥の作業場には、黒い窯が見える。イタリアンレストランの厨房などで見かける本格的なものだ。ここでは、焼き立てピザを、お客が望めば切り分けて販売してくれる。記者が訪問した日も、独り暮らしの85歳のおばあさんが1/4を注文していた。「臨機応変で、お客様の要望にに応える」気安いサービスが従業員に浸透しているからなのだろう。

シェフカワカミは、現社長の川上誠一郎氏が、祖父、父親の後を引き継いで「味と鮮度の一番店」を目指す食品スーパーとして展開している。

川上社長は「1992年の創業1年後ぐらいから取り組み始めた淡路島の小畑精肉と『おいしい肉を安く売ろう』という国産牛の販売が評判を呼び、全体の売上を3倍に押し上げた」と振り返る。当時、スーパーで国産牛を売るところは少なかった。「但馬牛の種牛は淡路島がルーツ」で、品質は間違いなかったのが認められた。

惣菜も強い分野だ。ダシも一から



新型の冷蔵ケースに、ぎっしり取り揃えられた塩干や練物



代表取締役社長 川上 誠一郎

「地域の冷蔵庫。食卓を作るのはスーパーしかない。生活の中心に関われる仕事は面白い」と川上社長



「比較的若いお客様が多いのが特徴です。特に週末は、家族連れで賑わいます」と話す鹿嶽(かたけ)豊店長

取り、手間をかけた手づくりの土台があったから、今では売上と利益を取れる部門に育っている。本部のある外島店（大阪府守口市）や営業本部を置いている旗艦店の東豊中店（同豊中市）にミニセンターを併設。ポテトサラダなら、ジャガイモを蒸して各店に配送、売場でつぶして、最終商品に仕上げる。

青果や鮮魚の仕入れは、基本的に店舗の担当者が市場に出向く。6店舗の規模だからこそこの“機動性”がここでも発揮されている。

彩都店は東側に、みまさか（岡山）の野菜直売所があり、周辺には平和堂、ラ・ムー、アプロ、マルヤス、コノミヤ、マックスバリュと競合店も数多いが、一味違ったスーパーとしての存在感は、確実に増している。



キャッシュレス決済だと、還元ポイントが5%ある彩都店。「来店客増には影響は少ない。それより、商品の中身で勝負」と川上社長

■ DATA シェフカワカミ 彩都店

店舗名	シェフカワカミ彩都店
所在地	大阪府箕面市彩都栗生南 2-12-33
電話番号	072-736-8838
開店日	2019年8月1日（木）
建物構造	鉄骨造 平屋建て 屋上駐車場
売場面積	200坪
駐車場	50台
駐輪場	30台
店長	鹿嶽 豊 氏
従業員数	91人（社員11人 パート・アルバイト80人 実数）
営業時間	9:00～20:00
休業日数	4日間（1月1日～4日）
年商目標	13億円
商圏人口	彩都地区 5,323世帯、16,063人
世帯人員	3.02人
店舗特性	SM単独店
商圏特性	郊外、幹線道路沿い
総店舗	6店舗（2019年10月時点）
交通	大阪モノレール彩都線 彩都西駅、南1km

商圏特性（2015年現在）

1次（自転車10分圏）	15,410世帯 36,859人
人口構成比	人員別世帯比率
年少人口 17.7%	1人世帯 39.0%
労働力人口 61.2%	2人世帯 22.0%
高齢人口 21.1%	3人世帯 16.2%
夜間人口比率 52.0%	4人世帯 16.7%
昼間人口比率 48.0%	5人以上世帯 6.1%
年齢別構成比	平均世帯人員 2.39人
0歳～19歳 23.4%	持ち家比率 60.0%
20歳～29歳 11.9%	1戸建て比率 36.1%
30歳～49歳 29.6%	共同住宅比率 62.2%
50歳～69歳 20.4%	
70歳以上 14.7%	

2次（車10分圏）22,415世帯 53,142人
3次（車20分圏）115,232世帯 180,255人

特性 郊外住宅地

技研商事インターナショナル株式会社「MarketAnalyzer™」で作成





水産売場の壁面はガラス張りとして作業している様子が見える

ミールキットやレンジアップを充実。 ニトリとの共同出店で相乗効果を期待

とりせん 高崎倉賀野店

群馬県高崎市

売場面積	駐車場	業態	階層	立地	種別
618 坪	213 台	SM	1 層	工場群と混在した住宅地	新店

惣菜と水産の壁面をガラス張りとし、作業場が見える売場に
生鮮食品売場は時短調理や中食需要に合わせた品揃えを充実
「ココロとカラダを健康に！」をテーマにした商品を強化

とりせんは9月14日(土)、「とりせん高崎倉賀野店」を群馬県高崎市

にオープンした。

地上3階建ての建物をパチンコ店の跡地に新築し、1階にSMのとりせんが営業し、2階と3階にホームファニッシングのニトリが9月20日(金)から営業している。

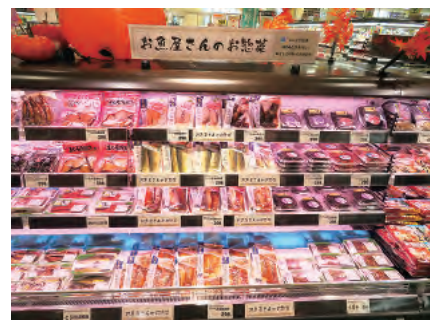
広域からの集客が見込めるニトリと近隣から毎日の来店を想定する、とりせんがお互いに相乗効果を期待する。とりせんがニトリと共同出店するのは今回が初めて。



1階がとりせんで、2階と3階がニトリの新店



水産売場内でコーナー化された「旨味屋魚惣」



「お魚屋さんのお惣菜」は和日記売場内で展開

新店は、交通量の多い国道17号線沿いにあり、例幣使街道(県道136号線)にも面している交差点の一角に位置している。周辺には食品工場や倉庫、金属工場が集積する工業団地を形成しており、昼間人口が多く、夕刻の勤め帰りの来店も見込んでいる。



冷凍のオールインワンミールキットを水産売場でコーナー化



チルドの魚介のミールキットなどの簡便商品を集合陳列



味付け肉と肉のミールキットを並べてコーナー展開する

高崎倉賀野店は、店舗内外装を一新した新コンセプト店。2018年8月に出店した「とりせん蔵の街店」(栃木県栃木市)に次ぐ7号店となった〔新コンセプト店は2015年8月に出店した小堤店(茨城県古河市)が1号店で、2号店は群馬町店、3号店は小山土塔店、4号店は下館店、5号店は助戸店〕。

新店の施設内には「おもいやり駐車場」の他に授乳室・ベビーシート、AEDを配備し、人にやさしい店づくりを進める。

売場内にはテナントでインスタアベーカーリー「ブラリネ」が営業し、通常レジ1台やセルフコーヒーマシンを常設。併設する形で51席(うち20席はファミリーレストランと同じソファのコーナーを設けている)の無料Wi-Fiを備えたイートインコーナーを配置する。今後は地域住民が気軽に参加できる料理教室や食育教室などのイベントも計画する。

生鮮食品売場では、時短調理や中

食需要の高まりに合わせて、精肉売場と鮮魚売場内でそれぞれ冷凍及びチルドのミールキットを販売すると同時に、レンジアップコーナーを設けた。鮮魚売場内では本格的な魚惣菜コーナー「旨味屋魚惣」を常設し、和日配売場内でも味付け魚パックの「お魚屋さんのお惣菜」をコーナー化する。

健康志向にも対応し、減塩や低カロリー、脂質・糖質オフ、無添加、美容、特定保健用食品・機能性表示食品といった食と健康を基軸とした商品を数多く取り揃えている。

各売場では「地元の味」とPOPを掲げ、地場商品や高崎市内に工場のあるメーカーの商品を積極的に販売して、地域に根差したスーパーマーケットを目指している。

通常レジ6台とセルフレジ5台を常設した集中レジの後方には、サービスカウンター機能を持った案内所を設け、地元の銘菓ギフトコーナーも配置している。オープンセール後にはレジでチェッカーが商品を袋詰めするサポートレジも設置する。売場内ではメニュー提案するクックパッドの大型モニターを常設して動画も配信している。

惣菜売場では素材を吟味して味にこだわった自慢のデリカや

地域の食材を使用した弁当・おかずを提供する。「高崎限定! とりカツパスタ」(本体価格398円)を同店限定で販売すると同時に、「上州名物焼きまんじゅう」を「地元の味」として提供する。

鮮魚売場や惣菜売場の壁面では、天井近くまでガラス張りとし、作業場が売場からよく見える構造としている。壁面のガラスを自動的に掃除する小型ロボットも初導入し、清掃作業の効率化をテストしている。

青果売場ではパッケージサラダやカットフルーツ、フルーツのデザート、チルド果汁カップ飲料を集合陳列したフルーツ&サラダコーナーを新設。近郊・周辺地区の18軒の生産者が育



高崎限定のとりカツパスタを販売する



上州名物の焼きまんじゅうをバック詰めで陳列



様々なホルモンを揃えて「地元の味」と掲げている



「地元の味」として、うどんをコーナー展開



ニトリとの棲み分け図って集客を狙うと言う野口知義店長

県内では28店の展開となり、総店舗数は59店となった。

競合店は北西3kmの距離にある「フレッシュ倉賀野西店」。最も近いのは北西に1km離れたミスターマックス倉賀野店内にある「うおかつ倉賀野店」であり、北に2km離れた「アピタ高崎店」も営業。

※文中の表示価格は、取材当日（9月19日）の価格。

■ DATA とりせん 高崎倉賀野店

商業施設名 ニトリ高崎倉賀野ショッピングセンター

店舗名 とりせん高崎倉賀野店

所在地 群馬県高崎市倉賀野町2681番4

電話番号 027-387-0980

開店日 2019年9月14日(土)

建物構造 鉄骨造 地上3階建て(1階:とりせん、2・3階:共同出店のニトリ)

敷地面積 1万1,774㎡

延床面積 3,231㎡

売場面積 2,044㎡

駐車場 213台

駐輪場 76台

店長 野口 知義 氏

従業員数 65.7人(うち正社員14人、8時間換算パート・アルバイト51.7人)

営業時間 9:00～22:00

休業日数 1日(元旦)

年商予定 17億2,000万円(税抜)

レジ台数 集中レジは通常レジ6台＋セルフレジ5台、テナントのベーカリー専用レジ1台

総店舗数 59店(2019年9月14日時点)

商圏人口 1km圏内1,966世帯4,899人

2km圏内6,902世帯1万7,604人

3km圏内1万6,207世帯4万1,757人

世帯人員 2.49人

店舗特性 上階にニトリが営業し、1階でSMを展開

商圏特性 工場が集積する幹線道路沿いの郊外型住宅地

交通 J R 高崎線 倉賀野駅から車で5分



テナントでインスタベーカリーのプラリネが営業



奥はサービスカウンターと銘菓ギフトコーナー



クックパッドの料理動画サイトを配信する大型モニターを新設



リサイクルステーションの奥には2階のニトリの売場に繋がるエスカレーター

商圏特性 (2015年現在)

1次(自転車10分圏) 7,132世帯 18,200人

人口構成比	人員別世帯比率
年少人口 13.9%	1人世帯 27.7%
労働力人口 58.4%	2人世帯 29.1%
高齢人口 27.6%	3人世帯 20.0%
夜間人口比率 48.9%	4人世帯 15.5%
昼間人口比率 51.1%	5人以上世帯 7.7%
年齢別構成比	平均世帯人員 2.55人
0～19歳 18.5%	持ち家比率 71.5%
20～29歳 8.8%	1戸建て比率 73.3%
30～49歳 27.5%	共同住宅比率 24.4%
50～69歳 25.6%	
70歳以上 19.6%	

2次(車10分圏) 12,932世帯 31,893人

3次(車15分圏) 38,875世帯 95,765人

特性 工場と混在する住宅地

技研商事インターナショナル株式会社「MarketAnalyzer™」で作成





曲線状になったベーカリーの作業場は、工場の見学コースさながら

「パン食文化」の京都だから、ベーカリーを最前線に持って来た

イオンフードスタイル山科榎辻店／イオンタウン山科榎辻

京都市山科区

売場面積	駐車場	業態	階層	立地	種別
522 坪	250 台	SM	3 層	市街地	新築

地元で半世紀近く続いた店舗を、建て替えオープン
ベーカリー作業場を表に持って来た「D's BAKERY」スタイル
夫婦と小学校の子ども 1 人、ファミリー世代もターゲットに

JR 京都駅から東に 1 駅の山科駅。地下鉄に乗り換え、南に 2 駅目の榎辻（なぎつじ）で下車、徒歩 3 分ばかりの外環状沿いに立地している。同店は 1973 年、地元のヒカリ屋が GMS 店舗をオープン。その後、「グルメシティヒカリ屋山科店」として 45 年にわたって営業していた店舗だ。老朽化もあって 2018 年 11 月に営業を終了、1 年後の 2019 年 12 月 6 日に建て替えオープンした。

「イオンフードスタイル」店舗の積極的な展開をしているダイエーは、新店舗の出店に当たり、西陣織の職人らが、手を休めずに食事を取れるところから始まったとされる京都の「パン食文化」に着目した。

食パンや菓子パンの消費量や牛肉の購買金額が全国でもトップクラスの京都。古都＝おばんざい＝和食のイメージからは想像できないことだが、数字は正直だ。「イオンタウン



地下鉄駅に近く、外環状線沿いの便利な立地の山科榎辻店

山科榎辻（やましな・なぎつじ）」の 1 階に入った「イオンフードスタイル山科榎辻店」では、思い切ってベーカリー作業場を表に持って来た「D's BAKERY」スタイルが好評だ。

店内で焼き上げたベーカリーを 50 品目展開している。ガラス張りになった作業場は、通りすがりでも目に飛び込んで来る。背の低い人で



「ウチは家族が多いから、これでも足りない。朝もパンでした」。そんな人もいた



ベーカリー、コーヒー、イトインの3点セット。手取り早く食べる風習が根付いている



気候変動で左右される地場ものに比べ、安定供給される「工場育ち野菜」



パン生地をこね、成型する作業が手に取るようにわかる



鮮度や産地にこだわる。島根産の「お魚市」を10日おきに開催



関西では食物に敬称を付ける習慣がある。「おあげさん」はその代表例だ



「どうですか、この品揃え」。精肉担当者の意気込みが伝わってくる「さつま姫牛」の売場



店舗周辺には、若い子育て世代も多く居住するので、チーズなども充実

隣接して、パンやピザなどの惣菜類をコーヒーやカフェラテともに、

その場で食べることができるイート
インコーナーを80席用意した。地
域によっては「開店当初は、利用者
が少ない」とされるスペースだが、

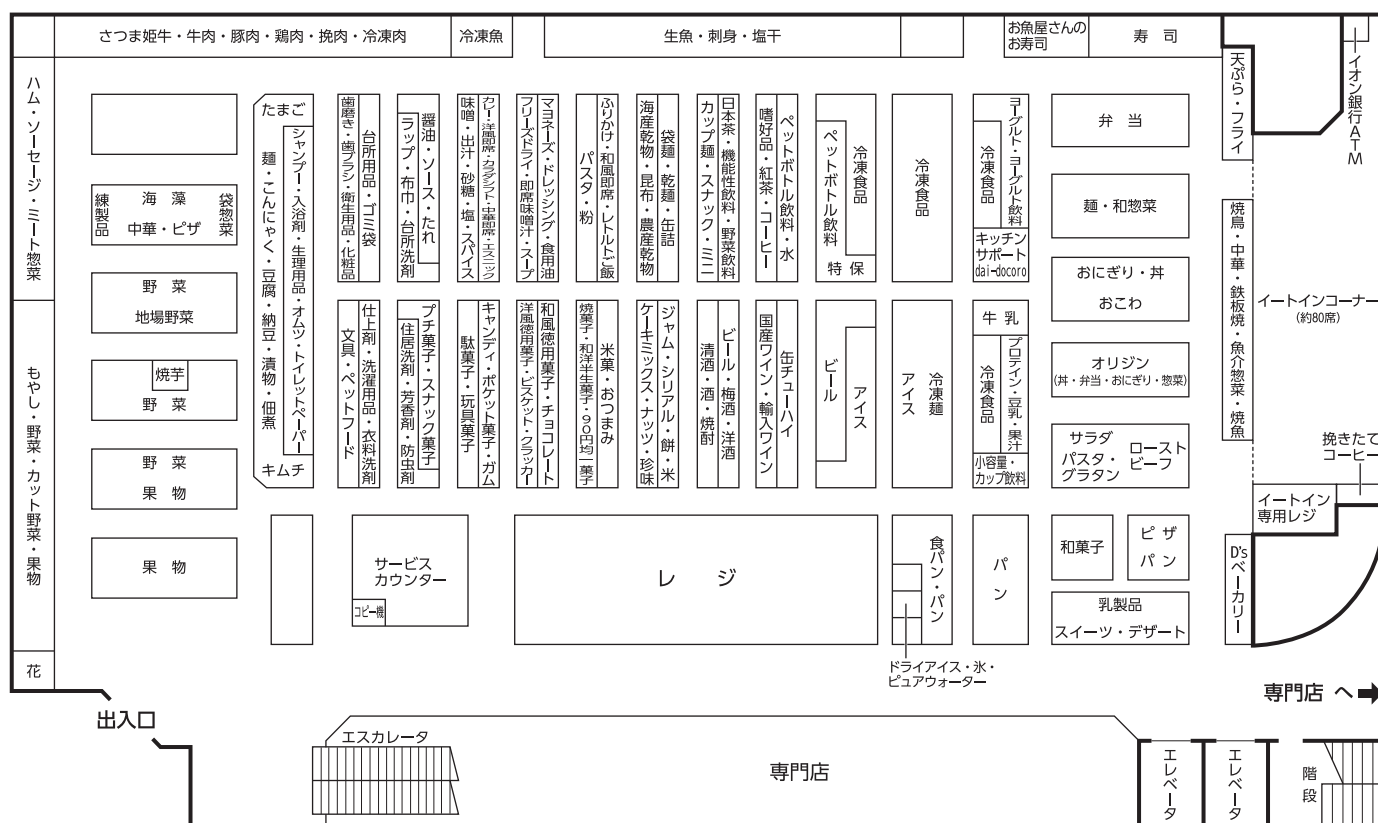
こちらも満員。“即食文化”の伝統が受け継がれている。

ヒカリ屋時代からのなじみの顧客に加え、周辺の府市営住宅に住む、夫婦と小学校低学年の子ども1人のファミリー世代もターゲットにする牛肉の切り落とし、薄切りなど、育ち盛りの子どもに合った夕食メニューを充実させる。惣菜も、ダイエーの直営デリカとオリジンの手づくり品を並べ、選択の幅を広げる。京都だからといって、特設コーナーを設ける売り方はやめ、各部門で地元産品を扱う、自然体の売場構成にした。

昨年秋以降、



「どれにしようかな?」。これだけ並ぶと壮観だ





「野菜不足ではありません」と言われ、思わず喜ぶお年寄り



記者の質問に答える加藤久誠・イオンタウン社長(左)と北村裕之・西日本事業部長



「イオンフードスタイル」として帰ってきた「ダイエー」に、地元にも期待も大きい

「無印良品 京都山科」「デイリーカーナートイズミヤ洛北阪急スクエア店」など、新規出店が相次いでいる京都。大店法の規制と小売市場の反対が強く、店舗が出しにくかった時代を知る記者としては隔世の感がある。

だが、地下鉄柳辻駅の南で、京都風の新築建物で、食品も強化して出店した「MEGA ドン・キホーテ京都山科店」が、1年半も持たずに閉店していた。

千年の都・京都での商売は、想像以上に難しい。



「GMS から SM の売り方へ、大分こなれて来たようだ。洛南地区での出店経験も生かしたい」と語る近澤靖英・ダイエー社長



「接客面で『素っ気ない』という声も多く聞いたので、当面は従来型のレジでいく」と話す関田 店長

■ DATA イオンフードスタイル山科柳辻店／イオンタウン山科柳辻

店舗名	イオンフードスタイル山科柳辻店
S C 名	イオンタウン山科柳辻
所在地	京都市山科区柳辻草海道町 15-1
電話番号	075-582-5544
開店日	2019 年 12 月 6 日(金)
建物構造	鉄骨造 3 階建て
売場面積	522 坪
駐車場	250 台
駐輪場	420 台
店長	関田 幸治 氏
従業員数	65 人(社員 15 人、パート・アルバイト 50 人 8 時間換算) 施設全体 360 人
営業時間	9:00 ~ 21:50
休業日数	年中無休
年商目標	20 億円
商圏人口	車 10 分圏内 63,489 世帯 130,720 人
世帯人員	2.06 人
店舗特性	複合商業施設内の SM 核店舗
商圏特性	市街地、住宅地
総店舗数	188 店、内近畿エリア 111 店(2020 年 2 月現在)
交通	京都市営地下鉄東西線 柳辻駅北西徒歩 3 分

商圏特性 (2015 年現在)

1 次(徒歩 10 分圏) 6,447 世帯 14,124 人			
人口構成比		人員別世帯比率	
年少人口	11.4%	1 人世帯	42.5%
労働力人口	63.7%	2 人世帯	27.6%
高齢人口	24.9%	3 人世帯	15.1%
夜間人口比率	55.0%	4 人世帯	10.8%
昼間人口比率	45.0%	5 人以上世帯	4.0%
年齢別構成比		平均世帯人員	2.19 人
0 歳 ~ 19 歳	16.8%	持ち家比率	51.1%
20 歳 ~ 29 歳	11.4%	1 戸建て比率	36.4%
30 歳 ~ 49 歳	29.0%	共同住宅比率	62.4%
50 歳 ~ 69 歳	25.9%		
70 歳以上	16.5%		

2 次(自転車 15 分圏) 67,674 世帯 151,266 人
3 次(車 15 分圏) 83,245 世帯 185,048 人

特性 市街地近隣、ファミリー性

技研商事インターナショナル株式会社「MarketAnalyzer™」で作成





地魚の品揃えも万全だが、本命はマグロとサーモンという

売場の随所にみられる、生鮮強化型の「新フォーマット」を集大成

大阪屋ショップ できでん 出来田店

富山県高岡市

売場面積	駐車場	業態	階層	立地	種別
609 坪	300 台	SM	1 層	新興住宅地	新築

高岡市内では 4 店舗目。広域商圈からも集客を見込める立地
鮮魚は地場魚に加え、マグロやサーモンを積極的に売り込む
イオンモール高岡、今秋にも増床オープン。対策、抜かりなく

人口 17 万人の富山県高岡市。2015 年に開通した北陸新幹線を使うと、東京から 3 時間足らずで行けるようになった。隣駅の富山からは、わずか 8 分で到着する。その JR 新高岡駅から北東 1.5km の新興住宅地に、大阪屋ショップの出来田（できでん）店が 5 月 24 日オープンした。

同店の前には高岡循環線と呼ばれ

る県道 57 号線が通る。新幹線開通を機に整備された道路で、店舗裏手には住宅が広がる、駐車場は 300 台、1km 圏内は 4,277 世帯・10,382 人と若干少ないものの、足元には競合店はない。逆に車でのアクセスがいいので、3km 以上の広域商圈からの集客も見込める立地だ。

富山市を地盤とする大阪屋ショッ



車でのアクセスがいい、幹線道路沿いに立地

プが高岡市に店舗を構えるのは、これで 4 店舗目だ。10 年前に開店した佐野店。昨年 6 月、戸出（といで）店を、同 7 月には上北島店を相次いでオープンした。いずれも郊外地への出店で、高岡市の中心部に近い場所に出店するのは初めてだ。レイアウトは直近 2 店舗と同じだが、その間出店した富山市内の新店、秋吉店、新庄店を含め、生鮮強化型店舗として「新フォーマット」に移行した集大成と言えるものが、出来田店の売場の随所に見られる。

青果売場では、その時期の旬の商品をエンド枠の仕切りを取り外して、



全国区になった「新鮮な」を表す富山の言葉「きときと」。本場ならではの地魚が揃っていた



旬を演出。新しいフォーマットはここまで進化した



生鮮強化型店舗。鮮魚に続いて、通路も広く買いやすい精肉売場

広く突き出して見せる工夫を試みている。新鮮なトウモロコシの皮を剥いて買っていた女性客は、「これまではアプリオ店まで足を伸ばしていました。近くに出来て便利」と話してくれた。同店は隣接する射水市にあり、ここからは5km ぐらい離れている。

対面売場が主体の鮮魚は氷見や新湊といった全国的にも知られた漁港が近いので、地魚の品揃えが豊富だ。



サーモンやマグロを強化し、関連のサラダなども展開している



「どうやったら、商品をしっかり見せられるか」エンド陳列法にも工夫



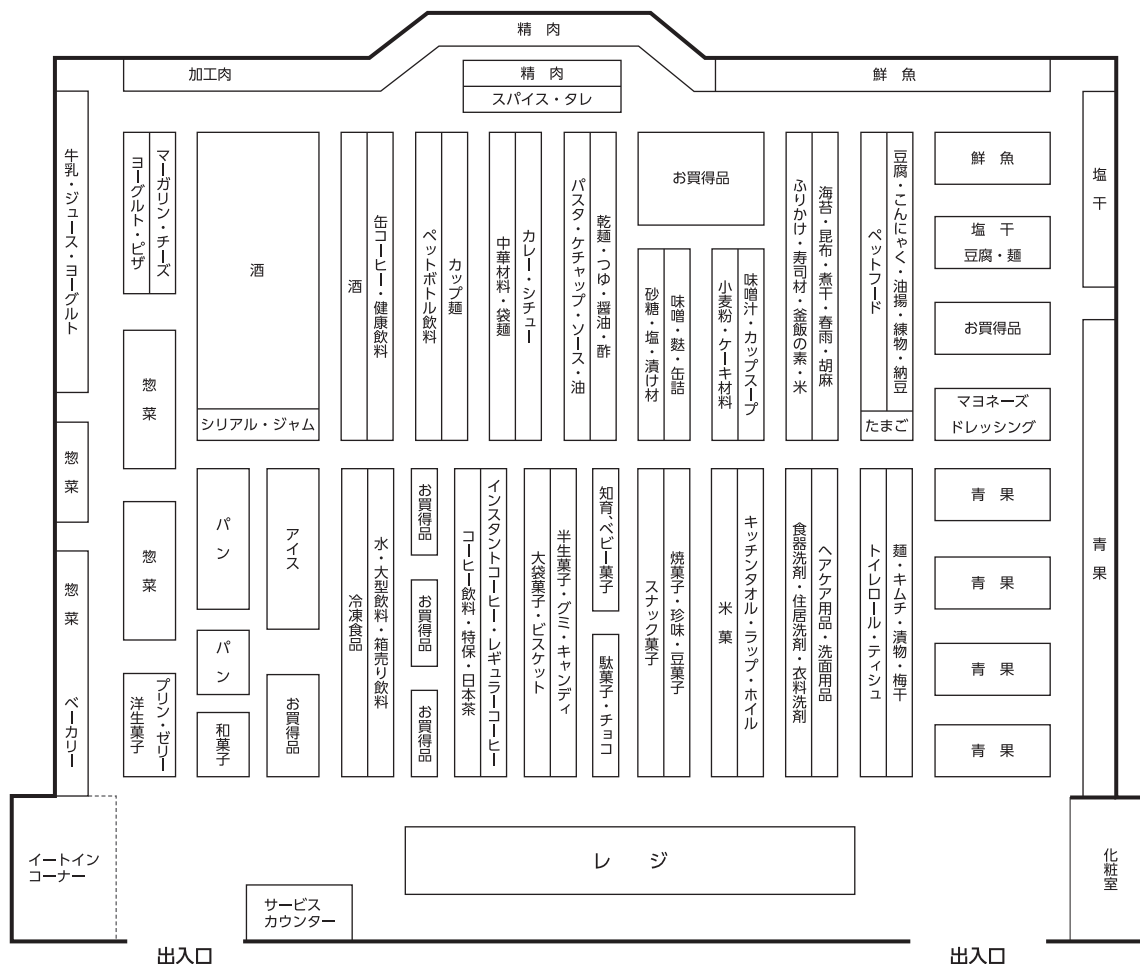
「本日の超目玉」とあって、皮を剥いて買い求める人が絶えない



魚で有名な氷見だが、ブランド牛の「氷見牛」も、地元では知られている



PI 値で各店が競う。売り込む気迫がみなぎる、ヒレカツコーナー



一方で、マグロやサーモンも積極的に売り込んでいる。天候や季節によって漁獲が不安定な点をカバーでき、顧客の人気も高いからだ。鮮魚は子会社の大和海産がテナントで入っている。

惣菜売場では、豚のヒレカツが平ケースに大量に出されていた。1,000人当たりの販売量を計る、PI 値による“異常値販売”で、各店が競う。何か「売り込むゾ」というオーラを感じるコーナーで、買い物



若い人が多い売場なので、人気を集めるインスタペーカリー



仕事帰りに立ち寄る人が多いので、重宝される冷凍食品



鮮魚と精肉売場の間に設けられた、素麺などの「季節商品」コーナー



ゆったりと35席あるイートインでは、フリーWi-Fiも導入した

カゴに入るのを、ファインダー越しに見ることができた。

新高岡駅のすぐ南では、イオンモール高岡が北陸地方最大級の面積で今秋にも増床オープンする。1.2km離れた出来田店も少なからず影響を受けるが、対策は拔かりない。



高岡市内4店舗を含め、10店舗を管轄。店長経験を売場に生かす宮崎正弘・店舗運営部第3エリア地区長



「お客様をお待たせしないために、誰もがすぐレジ打ちに入る『良き伝統』を続けたい」と国貞正行店長

■ DATA 大阪屋ショッピング 出来田店

店舗名	大阪屋ショッピング出来田店
所在地	富山県高岡市出来田 308-1
電話番号	0766-54-5550
開店日	2019年5月24日(金)
建物構造	鉄骨造 平屋建て
売場面積	2,011㎡(609坪)
駐車場	300台
駐輪場	40台
店長	国貞 正行 氏
従業員数	77人(正社員22人、パート・アルバイト55人 8時間換算)
営業時間	9:00～21:00
休業日数	1日(元日)
年商目標	18億円
商圏人口	1km圏 4,277世帯 10,382人 3km圏 46,649世帯 123,230人
世帯人員	2.42人
店舗特性	SM、ドラッグストア併設
商圏特性	郊外住宅地
総店舗数	40店(2019年8月現在) グループ総店舗45店
交通	北陸新幹線新高岡駅、北東1.5km

商圏特性 (2015年現在)

1次(自転車10分圏) 10,878世帯 26,527人

人口構成比	人員別世帯比率
年少人口 12.4%	1人世帯 32.4%
労働力人口 59.7%	2人世帯 28.1%
高齢人口 27.9%	3人世帯 18.0%
夜間人口比率 49.0%	4人世帯 13.8%
昼間人口比率 51.0%	5人以上世帯 7.7%
年齢別構成比	平均世帯人員 2.44人
0歳～19歳 18.3%	持ち家比率 62.3%
20歳～29歳 8.5%	1戸建て比率 61.2%
30歳～49歳 29.7%	共同住宅比率 37.7%
50歳～69歳 27.0%	
70歳以上 16.6%	

2次(車10分圏) 21,245世帯 53,530人

3次(車20分圏) 71,237世帯 191,937人

特性 郊外、ファミリー性

技研商事インターナショナル株式会社「MarketAnalyzer™」で作成



GALILEI

Be cool, Be alive.

HACCPの準備はできていますか？

IoTで食の安全管理を確実に

HACCP EXAround

ハサップエクスアラウンド

HACCP EXAround とは

ハサップエクスアラウンドは、店舗の冷機器の温度を24時間自動で監視・記録する『HACCP管理サポートシステム』です。

HACCPで重要なのは「記録」を取るコト。しかし、記録を取るのには確認にも、管理にも、時間と人手がかかります。

ハサップエクスアラウンドなら、冷機器の温度を24時間自動で監視・記録するだけでなく、集中監視、自動記録、異常発生時の自動通報を行い、HACCP管理を助けます。

冷機器温度の自動記録



冷凍冷蔵庫



ショーケース



ブレハブ庫

※対応機種については、ご相談ください。



お持ちのスマホや
PCから管理状況を確認いただけます。

データはWEBで閲覧

クラウド上にデータが蓄積されるため、本部や店舗など
どこからでも同じデータを閲覧可能。

24時間365日監視・記録

自動記録で信頼性の高い記録データを実現し、手作業による
記録漏れやミスを解消！温度以外にも機器の状態も記録します。

異常時にはメールで通知

機器の異常が発生した場合にはメールでアラート発信。
設備管理における人手不足の解消と商品ロスを防ぎます。

データはダウンロード可能

必要な時に必要な分だけダウンロードして利用可能。
ペーパーレスで管理業務の軽減につながります。

開発中

食品温度の記録管理

専用温度計で測定した商品の温度データを自動で記録。
作業員や食品などのデータと共にクラウドに記録されます。

HACCP Extender+中心/放射両用温度計



検収や調理時に
誰が何を測定したかを記録

・各種マスター管理
・記録データの蓄積
・帳票出力

開発中

衛生管理の記録管理

タブレットにて個人衛生記録や施設の清掃記録などを行うことで
クラウドに記録されます。



・個人衛生記録
・各種一般衛生記録など

HACCP Extender



誰が何を
チェックしたかを記録



・各種マスター管理
・記録データの蓄積
・帳票出力

オプション

電力データ監視
冷機器のデマンド制御



日報・月報の
メール配信



警報発生時の
電話連絡



冷機器の保守
メンテナンス



システム構成イメージ



HACCPとは?

食品衛生法の改正により2020年からすべての食品業者に対してHACCPの導入が制度化

HACCPとはHazard Analysis and Critical Control Pointの略称で、「危害要因分析必須管理点」と訳されます。HACCPは食品事業者自らが食中毒汚染や異物混入等の危害要因を把握し原材料の受け入れから製造・販売までの全ての工程において危害要因(ハザード)を低減・除去するために特に重要な工程(管理点)を特定することで、それらのポイントを継続的に監視・記録をしていく衛生管理の手法です。

※2020年6月1日から施行。2021年6月1日に完全施行されます。

HACCPの考え方を取り入れた衛生管理とは?

普段行っている衛生管理(一般衛生管理)

温度管理	加熱管理	設備管理	薬剤管理
排水管理	防虫管理	廃棄物管理	個人衛生



工程を継続的に **監視・記録** すること。

不具合が発生した際、原因追求と改善対応を迅速に行えるようになります。

食の安全性が向上します

業務用冷凍冷蔵庫や製氷機もお任せください！

フクシマガリレイ株式会社

URL <https://www.galilei.co.jp>

本社	(06) 6477-2011	大阪府大阪市西淀川区竹島2-6-18
東日本支社	(03) 5835-2181	東京都台東区柳橋2-17-4
関西支社	(06) 6477-2062	大阪府大阪市西淀川区竹島2-6-18
中部支社	(052) 413-2331	愛知県名古屋市中区金山5-13-24
西日本支社	(092) 474-5881	福岡県福岡市博多区博多駅南6-2-27

2019年12月3日より福島工業株式会社はフクシマガリレイ株式会社に社名変更を行いました。

売り場の衛生管理の新常識

FEクリーン水

電解次亜水 生成装置

フクシマガリレイのFEクリーン水なら、めんどろな希釈作業いらずで簡単に電解次亜水を生成！
アルコールとの使い分けで、売り場の衛生管理のコストダウンにもつながります。

※電解次亜水は『次亜塩素酸水』とは異なる性質を持つものです。

お店のイロイロにFEクリーン水！

- サッカー台やレジカウンターの清掃
- 買い物かごやカートの定期除菌
- トイレ清掃の仕上げ除菌 など

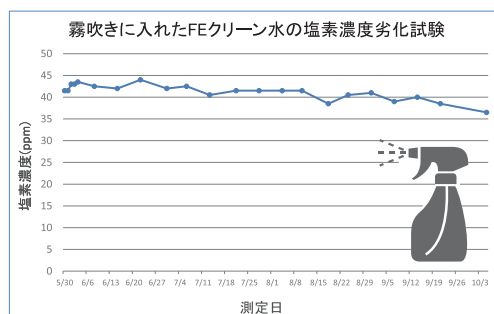
原料は塩と水のみ！

1リットル 約1円でコストを気にせず
除菌作業に使用できます。



高い濃度安定性

40ppmで吐出したFEクリーン水を霧吹きに貯水し塩素濃度の劣化を測定しました。
4か月経ってもほとんど濃度の劣化がみられず、高い安定性を持ちます。



※直射日光が当たらない場所にて保管時。
社内試験データであり、効果を保証するものではありません。



蛇口をひねるだけ！

水道水感覚でたっぷり使えます！！
水道とFEクリーン水の切り替えもできて便利です。

本機は医療機器ではありません。FEクリーン水は飲料用ではありません。電解用の塩は必ず機器に適した指定の物を使用してください。ウイルス対策に一定の効果を持ちますが、新型コロナウイルスに対して、効果を保証するものではありません。

製品紹介ムービー



簡易設置タイプ FES-08S

塩をいれるだけ！

使い方は専用タンクに
塩を入れるだけ。



FEFS-08S

外形寸法: 250x110x335mm

製品質量: 5kg

生成能力: 40ppm 8.0リットル/50ppm 6.0リットル/
100ppm 2.4リットル/200ppm 1.2リットル/L/min

FEクリーン水の特長

FEクリーン水とは、食塩水を電気分解することによって得られる次亜塩素酸ナトリウムを主成分とする弱アルカリ性の水溶液で、食材の殺菌や調理器具等の除菌に使用できます。

FEクリーン水で生成される電解次亜水は、厚生労働省から食品添加物である「次亜塩素酸ナトリウム」の希釈液と同等との通達も出ており、食品の殺菌や洗浄に使用できます。

業務用冷凍冷蔵庫や製氷機もお任せください！

フクシマガリレイ株式会社

URL <https://www.galilei.co.jp>

本社	(06) 6477-2011	大阪府大阪市西淀川区竹島2-6-18
東日本支社	(03) 5835-2181	東京都台東区柳橋2-17-4
関西支社	(06) 6477-2062	大阪府大阪市西淀川区竹島2-6-18
中部支社	(052) 413-2331	愛知県名古屋市中区金山5-13-24
西日本支社	(092) 474-5881	福岡県福岡市博多区博多駅南6-2-27

2019年12月3日より福島工業株式会社はフクシマガリレイ株式会社に社名変更を行いました。