

首都圏

スーパーマーケット

最新店舗紹介MAP付

S M 情報 2023



イオンスタイル 天王町



ベシシア フーズパーク大田原店



ライフ ビエラ蒔田店



ヨークフーズwithザ・ガーデン自由が丘 西落合店

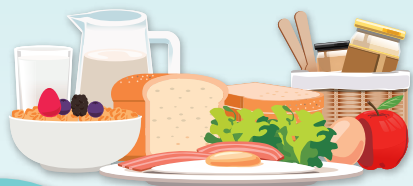


A・コープファーマーズ佐久平店

デザート、チルド日配商品の関連販売に最適！

インバーター冷凍機内蔵型 コンパクトインショーケース

常温食品の隣に要冷食品を陳列することができるため、朝食セットやお酒とおつまみのセットなどを効率的に売り場展開できます。奥行465mmで Gondola に収まるサイズとなっており、高さ1,500mmと高さ850mmタイプがあります。

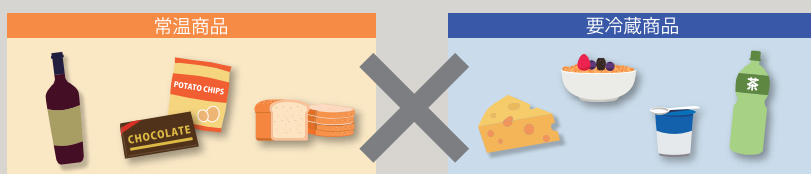


常温商品と
冷蔵商品の
クロスマーチャン
ダイジングに



※クロスマーチャンダイジングとは…

複数の異なるカテゴリーの商品を組み合わせた陳列・演出方法のこと。買い物する人がよく買う・買いたくなる組み合わせで陳列し「同時購買」を促す販促手法。



■ Gondolaで多く使われている寸法に合わせた設計 (幅890×奥行465mm)

■ 地球温暖化係数の低い冷媒**R448A** (GWP:1387)を採用

■ 催事対応の移動に便利なキャスター標準装備

■ 单相100V電源仕様

■ 前面排気構造により、周囲の商品への排熱影響防止

■ 製品ラインナップ

🌡 5~10℃

ナイトカバー付

高さ1,500mmタイプ

MEG-31GHSA3F

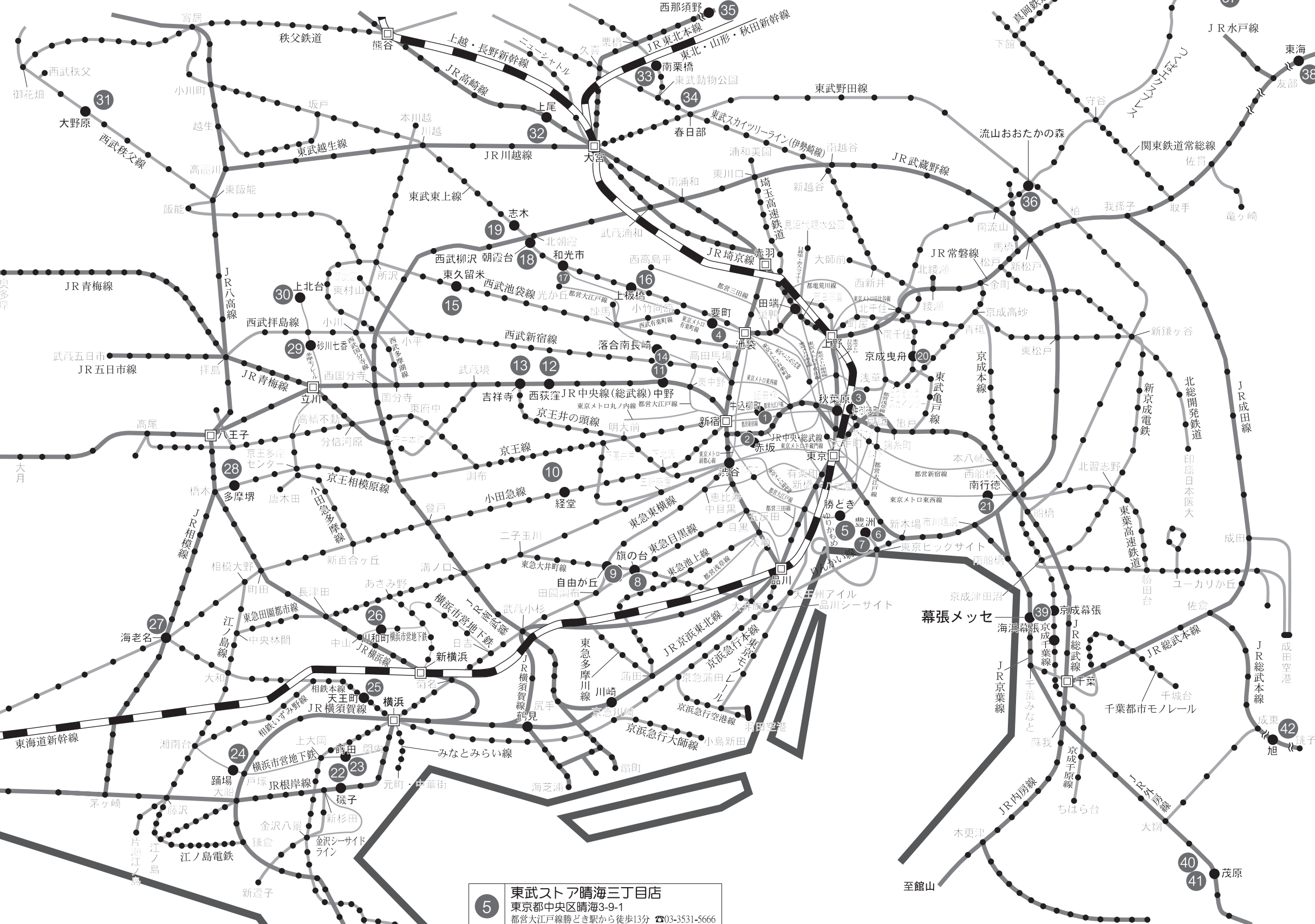


高さ850mmタイプ

MEG-31GFSA1F



がんばれ! 食品スーパー! 版 2023 首都圏最新店舗マップ



1	ライフ市谷薬王寺店 東京都新宿区市谷薬王寺町80-1 都営大江戸線牛込柳町駅から徒歩5分 ☎03-3268-6700
2	マルエツ プチ 赤坂Bizタワー店 東京都港区赤坂5-3-1 赤坂Bizタワー地下1階 東京メトロ千代田線赤坂駅直結 ☎03-3588-5600
3	サミットストア御徒町 TAKEYA1店 東京都台東区台東4-12-1 東京メトロ日比谷線御徒町駅から徒歩1分 ☎03-5807-3311
4	マルエツ板橋南町店 東京都板橋区南町21-1 東京メトロ有楽町線要町駅から徒歩約8分 ☎03-3972-3670

5	東武ストア晴海三丁目店 東京都中央区晴海3-9-1 都営大江戸線勝どき駅から徒歩13分 ☎03-3531-5666
6	ライフ豊洲店 東京都江東区豊洲4-11-6 東京メトロ有楽町線豊洲駅から徒歩7分 ☎03-3536-5800
7	ダイエー豊洲店 東京都江東区豊洲5-1-6 東京メトロ有楽町線豊洲駅から徒歩7分 ☎03-6220-0040
8	ピオセボン旗の台店 東京都品川区旗の台2-7-2 東急大井町線・池上線旗の台駅東口改札前 ☎03-6426-6427
9	東急ストアフードステーションミニ 自由が丘駅構内店 東京都目黒区自由が丘1-30-1 東急東横線・大井町線自由が丘駅直結 ☎03-5726-3286

10	サミットストア世田谷船橋店 東京都世田谷区船橋6-27-21 小田急線経堂駅からバス朝日新聞社前下車 ☎03-5316-1075
11	ヨークフーズwithシエルガーデン中野店 東京都中野区中野4-3-1 中野サンクォーレB1F JR中央線・総武線中野駅北口から徒歩4分 ☎03-3388-7111
12	ライフ西荻窪店 東京都杉並区西荻北5-8-22 JR中央線・総武線西荻窪駅から徒歩8分 ☎03-3395-1670
13	ドン・キホーテ西友吉祥寺店 東京都武蔵野市吉祥寺本町1-12-10 西友吉祥寺店2階 JR中央線吉祥寺駅北口から徒歩5分 ☎0570-666-208

14	ヨークフーズwithシエルガーデン西落合店 東京都新宿区西落合1-19-7 都営大江戸線落合南長崎駅から徒歩7分 ☎03-3950-7550
15	TAIRAYA東久留米店 東京都東久留米市本町3-1-1 西武池袋線東久留米駅から徒歩5分 ☎042-470-3511
16	オーケー上板橋店 千葉県流山市桜川3-25-4 東武東上線上板橋駅から徒歩10分 ☎03-6906-6035
17	西友和光市駅前店 埼玉県和光市本町6-5 東武東上線と和光市駅南口から徒歩1分 ☎048-451-6551

18	東武ストアフレッシュ&クイック 朝霞台店 埼玉県朝霞市東弁財1-4-23 東武東上線朝霞台駅南口前 ☎048-474-8350
19	オーケー新座北野店 埼玉県新座市北野3-4-5 東武東上線志木駅から徒歩13分 ☎048-423-0738
20	ヒルママーケットブレイス墨田京島店 東京都墨田区京島3-22-10 京成押上線京成曳舟駅から700m ☎03-6661-8718
21	コモディイイダ南行徳店 千葉県市川市新井3-17-1 東京メトロ東西線南行徳駅から600m ☎047-359-9213
22	ヤオコー横浜磯子店 神奈川県横浜市磯子区磯子3-4-23 JR京浜東北線岸根磯子駅から徒歩約6分 ☎045-367-9139
23	ライフピエラ蒔田店 神奈川県横浜市南区花之木町3-48-1 横浜市営地下鉄ブルーライン蒔田駅番出口から徒歩約3分 ☎045-742-1075
24	サミットストア踊場駅前店 神奈川県横浜市戸塚区汲沢2-1-1 横浜市営地下鉄ブルーライン踊場駅から徒歩5分 ☎045-860-5031
25	イオンスタイル天王町 神奈川県横浜市保土ヶ谷区川辺町3-5 相鉄本線天王町駅から徒歩10分 ☎045-338-1000
26	ベルクフォルテ横浜川和町店 神奈川県横浜市都筑区川和町1403 横浜市営地下鉄グリーンライン川和町駅から徒歩2分 ☎045-937-7350
27	エイビイ海老名店 神奈川県海老名市泉2-5-1 JR相模線海老名駅から徒歩15分 ☎046-200-9199
28	ヤオコー八王子鍾水店 東京都八王子市鍾水2-108-1 京王相模原線多摩境駅から約2km ☎042-653-9355
29	フーズマーケットさえぎ柏町店 東京都立川市柏町2-25-1 多摩都市モノレール砂川七番駅から徒歩10分 ☎042-534-7788
30	ベルク東大和立野店 東京都東大和市立野2-2-11 多摩都市モノレール上北台駅から徒歩5分 ☎042-590-3220
31	フーコット秩父店 埼玉県秩父市大野原680 秩父鉄道大野原駅から徒歩1km ☎0494-26-7418
32	マミーマート 生鮮市場TOP小敷谷店 埼玉県上尾市小敷谷字天久保605-1 JR高崎線上尾駅から徒歩3km ☎048-782-0621
33	イオンスタイル南栗橋 埼玉県久喜市南栗橋8-2-1 東武日光線南栗橋駅から徒歩5分 ☎0480-55-3300
34	ベルク春日部梅田店 埼玉県春日部市梅田2-4-22 東武野田線春日部駅から徒歩1km ☎048-760-6001
35	ベシアフーズパーク大田原店 栃木県大田原市住吉町1-14-12 JR宇都宮線西那須野駅から徒歩4km ☎0287-23-5100
36	ロピアおおたかの森コトエ店 千葉県流山市おおたかの森西1-15-3 つくばエクスプレス流山おおたかの森駅から徒歩10分 ☎04-7157-0297
37	BLANDEつくば並木店 茨城県つくば市並木4-3-2 つくばエクスプレस्तくば駅から徒歩約10分 ☎029-875-5232
38	フーズクエアカスミ東海中央店 茨城県那珂郡東海村村松2108 JR常磐線東海駅から徒歩約10分 ☎029-229-0811
39	マックスバリュエクスプレス幕張店 千葉県千葉市花見川区幕張町5-417-15 京成千葉線京成幕張駅から徒歩10分 ☎043-275-7676
40	ランドロームフードマーケットアスモ茂原店 千葉県茂原市高師1735 JR外房線茂原駅から徒歩2km ☎0475-44-6735
41	カスミ茂原マーケットプレイス店 千葉県茂原市茂原10-1 JR外房線茂原駅から徒歩約20分 ☎0475-36-5080
42	イオンスタイル旭中央 千葉県旭市イ4337-1 JR総武本線旭駅から徒歩20分 ☎0479-60-3120



旧店時代から同社でトップクラスの売上だった精肉売場。新店でも対面売場で高い支持

スクラップ&ビルドで最新箱型GMS に再生した旗艦店舗

イオンスタイル 天王町

神奈川県横浜市保土ケ谷区

売場面積	駐車場	業態	階層	立地	種別
3,450 坪	520 台	GMS	3 層	住宅地	S&B



黒毛和牛、湘南ポークなどを値頃価格で提供。松阪牛なども揃える

45 年前に開店した旧ニチイの店舗を 1 棟建てにして開店
旧店の良さを活かしつつ、最新フォーマットを導入
ネットとリアルを融合する OMO 店舗目指す



国道 16 号線沿いに立地するイオン天王町ショッピングセンター

イオンリテールは 10 月 18 日(火)、横浜市保土ケ谷区にスクラップ&ビルドで「イオン天王町ショッピングセンター」を開店。GMS のイオンスタイル天王町を核店舗に、無印良品、ユニクロなど専門店 42 店が入りオープンした。

同店は 1977 年、ニチイ天王町ショッピングセンターとして開店、1992

年サティ、2011 年イオン天王町店に屋号を変えながら 43 年に亘り営業。今回 2 年半の休業を挟んで開店した。

店舗は相鉄線の星川駅と天王町駅の間であって、横浜駅まで約 5 分と近く、通勤に便利なエリア。店舗周辺では大規模住宅開発が進み、ヤングファミリーが増えている。

旧店は建物が分散し立体駐車場も離れていたが、今回、建物を一棟にし、駐車場も地下と屋上に設置して、買い物し易くした。

直営売場面積は 3,450 坪 (11,385



こちらオープンキッチンの対面で売り込む鮮魚売場



伴助の干物などを展開する冷凍干物コーナー

m)で3層のフロア構成。1階が食品とグラムビュテーク (HBC)、2階がホームコーディ (住居余暇)、3階がキッズリパブリックスとファミリーファッション、スポーツ。衣食住を総合的に扱い、GMS 全盛時代を髣髴とさせるフロア構成だ。

食品では旧店時代から支持の高か

った鮮魚と精肉の対面売場を継続、「横浜駅の百貨店にまで行かなくて済むとお客様から評判。特に精肉はイオンの南関東エリアではトップクラスの支持を得ている」(中野公現店長)という。冷凍食品売場も強化、約 1,000 アイテム揃え、冷食の新業態として開店しているアットフロズン 1 号店 (新浦安 MONA 内) で支持を集めている「俺のフレンチ」などの差別化商品を揃えている。

非食品では、同社のスポーツ衣料ブランド「スポージアム」とフィットネス「3FIT」、靴専門店「ASBee」(ジーフット) が連携して、スポーツウエアとシューズ、フィットネスクラブを融合するゾーニングを全国で



シャインマスカットなどを格安価格で訴求する青果売場



「バーベテカぼ」チーズ仕立てなど「チーズデリ」のコーナーを新設



惣菜の量り売り「リワードキッチン」



外食レベルの本格的な美味しさを追求するこだわりの惣菜「A label deli. (エー・レーベルデリ)」

初めて展開している。

同店はまた、「デジタルとリアル」の垣根がなく、あらゆる買い物体験を想定したシームレスな買い物体験

を目指す」(井出武美イオンリテール社長)とし、OMOとしての展開にも注力している。12月25日からはネットスーパーを開始する予定で、注文した商品が店頭で受け取れるピックアップロッカー、車で受け取りできるドライブピックアップなどを用意。「お客様から見て配送料がかからないというメリットもあって、ピックアップの比率は上がっている。今後、サイトの扱いを衣料品、住関連、オンライン調剤などに広げる。総合スーパーの強みを生かして総合のオンラインビジネスにつなげていきたい。即日便も高齢者には重たいものが運べないので好評。リアルとデジタル、ラストワンマイルの配送網の活用と、総合的な品揃えと総合的なサービスで都市部での存在意義を高めていきたい」(井出社長)と総合的なサービスを目指す。

開店後4日間のソフトオープンについて、中野店長は「4日間で10万人が来店し、売上は計画を2割以上

上回った。半径 2km 内への案内だったことから、徒歩、自転車客が非常に多かった。旧店時代は少なかったヤングファミリーの来店が多い。

特にキッズの自転車、子供靴が好調。ファミリー層に支持されていると実感している」と話している。

今回、GMS として開店したこと



イトインを隣接するインスタベーカーリー



地元神奈川県で人気のオギノパンを導入

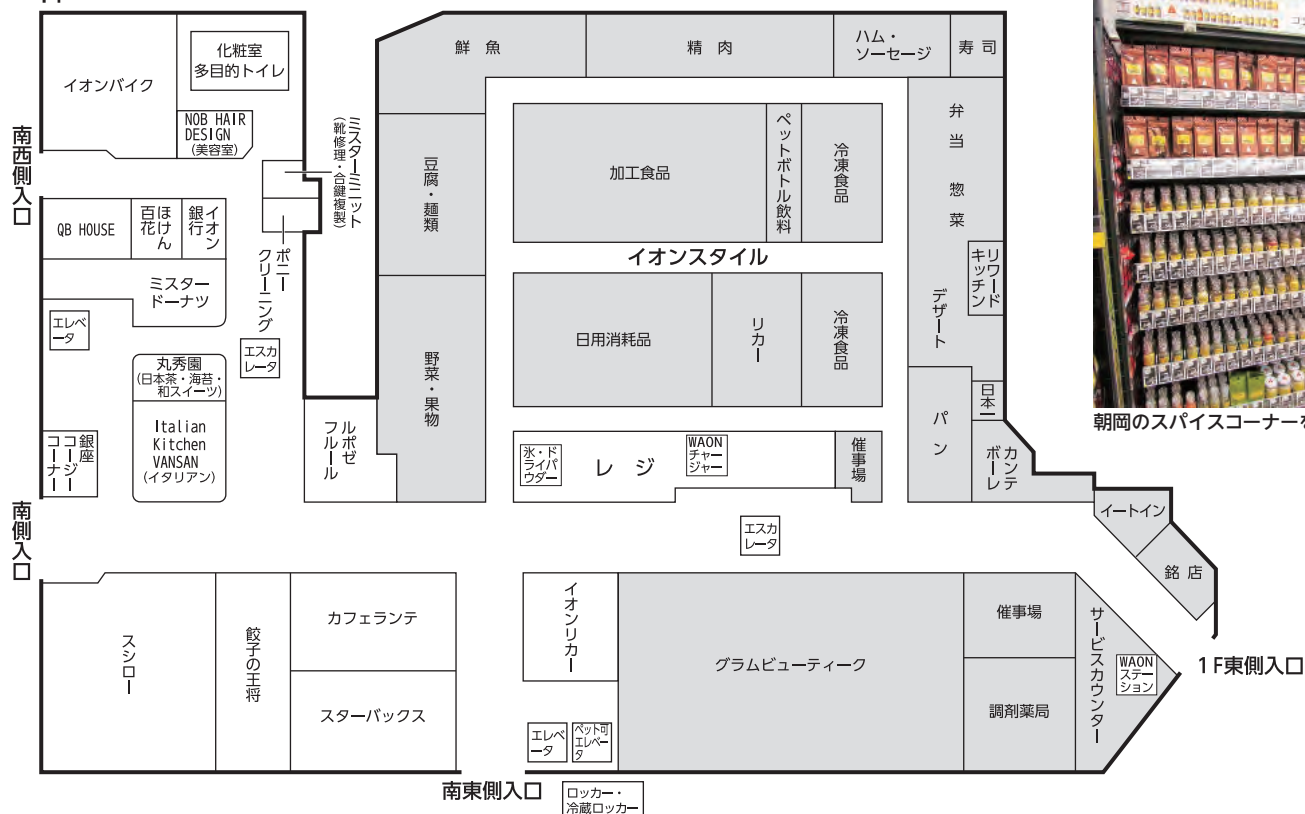


冷凍食品の新業態「アットフローズン」で人気の「俺のフレンチ」など
売れ筋商品を導入している冷食売場



トップバリュ商品が多くを占めるパスタコーナー

1 F



朝岡のスパイスコーナーを設置



フィットネスの「3FIT」とスポージウム、ASBee（ジーフット）など、スポーツ関連でゾーニング。同社初



地域の子育てをサポートする「キッズリパブリックス」



イオン薬局なども併設するグラムビューティーク



ネットスーパーのピックアップサービス、即日便などを充実させるサービスカウンター



レジゴー、キャッシュレス専用など多様なチェックアウトシステムを導入

について井出社長は「旧店はトップクラスの客数の店で、足元人口が多く、お客様のニーズが高く、我々の今のマーチャンダイジングがこの店に必要で満足いただけるという

判断で投資した」と説明。今後も「人口密度、アクセスなどの立地評価と経済合

理性の2つで判断していく」とし、サティ岸和田店など旧サティ、旧ダイエー店舗のスラップ&ビルドはいくつか

計画していると、明かしている。

今回は45年前に開店した老朽化店舗をいわゆる箱型GMSとしてスクラップ&ビルドで再開店したものだが、今後、高齢化がますます進む中、こうした都市部での箱型GMSの再生は進みそうだ。



開店記者会見を行う井出武美社長(右)と中野公現店長

■ DATA イオンスタイル 天王町

店舗名	イオンスタイル 天王町
SC名	イオン天王町ショッピングセンター
所在地	神奈川県横浜市保土ケ谷区川辺町 3-5
電話番号	045-338-1000(代表)
開店日	2022年10月18日(火)
建物構造	鉄骨造地上3階・地下1階建て(屋上・地下駐車場)
売場面積	SC全体 20,185㎡(直営 11,385㎡、専門店 8,800㎡)
駐車場	520台(屋上 290台、地下 230台)
駐輪場	350台
店長	中野 公現 氏 / SCゼネラルマネージャー 櫻井 徳文 氏
営業時間	食品 8:00～22:30、他 9:00～22:00
休業日数	年中無休
商圏	3km圏 18.6万世帯 35万人
世帯人員	1.88人
店舗特性	GMS
商圏特性	住宅地・商店街
総店舗数	354店
交通	相鉄線星川駅から徒歩6分、相鉄線天王町駅から徒歩8分

商圏特性 (2015年現在)

1次(半径1km圏) 24,123世帯 47,581人			
人口構成比		人員別世帯比率	
年少人口	10.4%	1人世帯	47.7%
労働力人口	66.5%	2人世帯	24.2%
高齢人口	23.1%	3人世帯	15.3%
夜間人口比率	53.7%	4人世帯	10.0%
昼間人口比率	46.3%	5人以上世帯	2.8%
年齢別構成比		平均世帯人員	1.97人
0歳～19歳	14.5%	持ち家比率	50.6%
20歳～29歳	12.5%	1戸建て比率	28.7%
30歳～49歳	31.1%	共同住宅比率	70.4%
50歳～69歳	25.5%		
70歳以上	16.4%		

2次(半径2km圏) 83,083世帯 163,773人

3次(半径3km圏) 171,735世帯 344,536人

特性 住宅地

技研商事インターナショナル株式会社「MarketAnalyzer™」で作成





約 4m と主通路を大きくとるフーズパーク大田原店の青果売場。平台をなくし、上部にテーマパーク感を演出する売場案内の看板を設置

鮮度最大化に取り組む、食品強化の新業態「フーズパーク」誕生

ベイシア フーズパーク大田原店

栃木県大田原市

売場面積	駐車場	業態	階層	立地	種別
1,002 坪	250 台	SM	1 層	郊外住宅地	S&B

“食のテーマパーク” コンセプトに“鮮度”と“楽しさ”提供
名物商品を各売場に投入。一方商品の絞り込みで作業性の効率化図る
昨年 10 月閉店の大田原店を S & B。2019 年以降の新店

ベイシアは 11 月 23 日（水）、食品スーパーの新業態店「ベイシア Foods Park（フーズパーク）大田原店」を栃木県大田原市住吉町にオープンした。ベイシアではこれまで食品小売店としてはスーパーセンター、フードセンター、スーパーマーケット、ベイシアマートの 4 業態を展開していたが、ここに 5 つ目の新業態としてフーズパークが加わった。同店の立地には GMS タイプの旧店が

2021 年 10 月まで営業しており、スクラップ&ビルドにより生まれ変わった形。

新業態誕生の背景としてベイシアでは 2020 年 9 月にベイシアの生鮮食品売場について NPS（ネットプロモータースコア）調査を実施。その結果、お客はベイシアの生鮮食品に「新鮮さ」を求めているいることが分かった。結果を受けて同社では部門横断的に改善プロジェクトを発足、



21 年 10 月閉店のベイシア大田原店を建て替え、新業態「ベイシア フーズパーク大田原店」に生まれ変わった

生鮮食品の仕入れの見直し、管理・加工技術の改善、最新テクノロジーを駆使した配送方法の採用、また新鮮さをお客にしっかりと伝えられるアプリや店頭での訴求など、社を上げて鮮度改善を推進。これまで改装店などで改良・改善してきた取り組みの成果を大田原店に結集した形となった。

「フーズパーク」はそうした食品の新鮮さとおいしさにこだわりぬいた食品強化の新フォーマットで、「毎日のおいしい」が揃うお店がコンセプト。さらに買い物しやすく、わかりやすい店内で買い物自体を楽しんでもらえるような「食のテーマパーク」を体現。具体的にはコロナ禍



店内入口・青果売場でフーズパークのイントロダクションを表示



名物商品として売り込むカットパイনとフルーツパフェ。商品1アイテムと絞り込み、こだわりと生産性重視の両面で展開



地場野菜の「下野野菜」を地場野菜コーナーではなく定番に組み込む

でより一層のショートタイムショッピング傾向の高まったことなどを受けて各売場の適正規模化を推進。

食品を強化し、特に生鮮食品強化型として非食品を縮小するなど調整。店舗周辺には単身・2人世帯や比較的若い世帯が多いこともあり、生鮮食品と同時に簡便商品にも注力する。

生鮮食品は「採れたて」「切りたて」「出来たて」「つきたて」「揚げたて」など鮮度にこだわった施策を展開。店内で食材を加工し、バリエーション豊かな食品を提供することで鮮度ニーズ、簡便需要にも応える店舗を目指す。また各売場では名物商品・差別化商品を随所に導入している。

売場を見ていくと青果売場では平

台をなくして商品の買い回りしやすさを重視。4mほど取った主通路入口には「FRUIT VEGETABLE」というテーマパーク風の看板がぶら下がる。これは各売場でも同様で、壁面は部門ごとにライトの色が違い、売場の雰囲気や醸成している。各売場と店舗入口にはデジタルサイネージが設置されており、子役の2人がお買い得品の紹介や各部門のおすすめ商品などを紹介する目を引く試みも行われている。

その青果売場では栃木県内の地場野菜

「下野野菜」を特設コーナーを設けずあえて定番コーナーで販売する。茎の長いブロッコリーのような「プロフローレ」やイタリア野菜の「ラディッキオ」など珍しい商品も定番で並ぶ。フルーツ売場では名物商品としてベisiaで人気の「カットパイン」と旬のフルーツを使用した店内加工のパフェを展開。このパフェ、カットフルーツともに1品目ずつに絞り込むことで、商品の完成度・生産性の向上を図っている。このようなこだわる部分と作業性を重視した部分を同居させる施策を各部門でも取り組む。コストを度外視したオペレーションではなく、しっかりと生産性を意識した店舗展開で「メリハリ」の利いた店づくりになっている。

精肉では「ベisiaとろ牛」が初登場。国産の交雑種で独自の基準で厳選した肉質4等級の牛を1頭買い

することで、赤身から霜降り肉まで高品質で鮮度の高い様々な部位を販売する。

豚肉と鶏肉にはオリジナルの「燦々鶏」と「和豚もちぶた」を中心に展開するが店内加工は牛肉に絞り、豚肉と鶏肉はプロセスセンターを活用するなど、こちらも“メリハリ”の付けた施策で展開する。



精肉ではベisiaオリジナルブランド「とろ牛」を初展開



豚肉と鶏肉は基本 PC 供給。その分牛肉はインスタ加工



名物商品の「上州名物もつ煮」「ガーリックペッパーポークステーキ」「牛ブルコギ」を平冷ケースで大きく展開



新名物商品として新発売する「THE!煮豚」

海道産男爵芋使用牛肉コロッケ」。5年前に休止していたセルフカレーバイキングも復活し、同じく5年ぶりとなる「ギガ盛り焼きそば&ナポリタン」(横 38cm × 縦 20cm) も復活している。

米飯類ではお米にこだわり「山形県産はえぬき」を使用、店内で精米し炊き上げることで冷めてもみずみずしく美味しく食べられる。鮮魚素材を使った寿司や、弁当類なども惣菜売場で販売する。

インスタペーパーカーでは超人気商品となったクロワッサンとピザに特化して展開。クロワッサンはフランスから輸入した生地を店内で焼きあげ、マーガリンでなく良質なバターを使用。レギュラー品に加えてミニクロワッサン、角ワッサン、クロッフル、クロマフィンなど最大13SKUで展開する。

大きく展開する冷凍食品コーナーでは輸入スイーツから韓国コーナー、餃子コーナーなど幅広い品揃えで展開。グロスアリーなどでは「えっ! 安い」というシンプルなPOPで安さをアピールしている。

集中レジ横にはベイシアで初めて無料給水コーナーを設置。その給水コーナーや休憩スペース、サービスカウンターには栃木県の間伐材を使用。また天井は従来店舗の約3.6mから約4.5mに高くし、集中レジ上部に至っては約6m、採光窓も取り付ける。開放感があり、日差しと木材で暖かくやわらかな雰囲気が作り



店舗入口や各売場にデジタルサイネージを設置。オーディションで採用された子役2人が元気に商品などをアピールする

出されている。

周辺は飲食店や衣料品店、物販店も多くスーパーではヨークベニマル、たいらやなどが競合。ベイシア那須塩原店も約1.9kmの距離で営業している。

オープンから半月ほど、ここまでの状況について同社では「若いお客様も多く来ていただき好調です。名物商品も良く動き、那須塩原店とも業態が違おうでうまく棲み分けができています」とし、「フーズパーク」業態の今後については「現状次の予定はないですが、同店の取り組みを検証して、今後の展開



平台とリーチインケースで大きく展開する冷凍食品売場。スイーツ、餃子、韓国コーナーなど強化



ベイシア名物の「別海のおいしい牛乳」シリーズを単独コーナー化

を考えていき、次世代のスーパーマーケットを確立していきたいです」としている。

■ DATA ベイシア フーズパーク大田原店

所在地	栃木県大田原市住吉町 1-14-12
電話番号	0287-23-5100
開店日	2022年11月23日(水)
建物構造	地上1階建て
売場面積	3,307㎡
駐車場	250台
従業員数	70.5名(正社員10名、パート・アルバイト60.5名)
営業時間	10:00～2:00
店舗特性	食品特化型のニューフォーマット店舗
商圏特性	商業集積地域の郊外型住宅地
交通	JR宇都宮線西那須野駅から約4km

商圏特性 (2015年現在)

1次(半径1km圏) 4,057世帯 8,351人			
人口構成比		人員別世帯比率	
年少人口	11.1%	1人世帯	48.7%
労働力人口	64.1%	2人世帯	22.2%
高齢人口	24.8%	3人世帯	14.4%
夜間人口比率	46.5%	4人世帯	9.2%
昼間人口比率	53.5%	5人以上世帯	5.6%
年齢別構成比		平均世帯人員	2.06人
0～19歳	17.1%	持ち家比率	48.1%
20～29歳	13.6%	1戸建て比率	52.0%
30～49歳	25.4%	共同住宅比率	47.1%
50～69歳	26.3%		
70歳以上	17.6%		

2次(半径2km圏) 11,929世帯 26,065人

3次(半径3km圏) 19,094世帯 43,461人

特性 単身・2人世帯、ヤングファミリー世帯が多い地域

技研商事インターナショナル株式会社「MarketAnalyzer™」で作成





色鮮やかなフルーツ・野菜がお客を出迎える店舗入口の青果売場。有機野菜を強化する

神奈川県 1 年半ぶり、空白地帯への出店。 最新 MD を導入し、幅広い年代に対応

ライフ ビエラ蒔田店

神奈川県横浜市南区

売場面積	駐車場	業態	階層	立地	種別
515 坪	118 台	SM	1 層	駅近	新設

最寄りの自社店舗は約 8km の空白地帯へ出店

幅広い世帯に対応するベーシック+最新 MD の売場作り

鮮魚・精肉売場を強化。簡便品からこだわり品まで幅広い品揃え

ライフコーポレーションは 10 月 20 日(木)、神奈川県横浜市南区にライフビエラ蒔田店をオープンした。同店は横浜市営地下鉄ブルーライン蒔田駅から約 200m、横浜市旧南区総合庁舎跡地にオープンした複合施設「VIERRA 蒔田」の 1 階にテナントとして入居。ライフの神奈川県への出店は川崎市の溝の口店をオープンして以来約 1 年半ぶり。蒔田店周辺では、自社店舗は最も近い店舗で

7.9km の大口店となり、空白地帯への出店となる。そのため周辺住民の知名度はほとんどないと同社では予測するが、その分新鮮な売場作りと商品で住民の支持を勝ち取っていく。

店舗から半径 0.5km 圏内には 7,179 世帯 13,236 人、0.5～1km 圏内では 19,295 世帯 37,825 人、0～1km 圏内では 26,474 世帯 51,061 人が居住しており、単身世帯比率が 48.6%、2 人世帯 25.1%と全体の 7 割が少人



複合施設「VIERRA 蒔田」1 階にオープンしたライフビエラ蒔田店

数世帯。年齢別人口構成比では 40 代が 16.6%と最も高く、60 代が 14.1%となるが、全体的にどの年代も平均的な割合となる。

そのためどの年代にもまんべんなく対応できるベーシックな売場作りを追求し、さらにセントラルスクエア恵比寿ガーデンプレイス店や西荻窪店、豊洲店などといった直近の新店で導入した最新 MD を組み込む。また事前のアンケートにて満足度が

低かった鮮魚・精肉の品揃えを強化している。

売場面積は1,699㎡でライフとしては標準的な売場規模ながら、アイテム数は合計で19,385SKUと充実の品揃えで、食品だけでも13,865SKUを詰め込む（アイテム数内訳：農産660、水産380、畜産460、惣菜290、ベーカリー80、加工食品8,290、日配3,470、ビオラル235、生活関連5,520）。

商品は少量・通常・大容量サイズと幅広く展開し、近年ニーズが高まっている簡便商材のミールキットや冷凍食品、さらには健康ニーズに応える商品を取り扱うビオラルコーナーを設置する。

売場を見るとまず強化部門の鮮魚ではライブ感を重視した対面販売コ

ーナーを設置。新鮮な丸物を幅広い品揃えで展開。刺身も充実させており、マグロやサーモンのほかに金目鯛や甘鯛、あおはた、たちうおなど高級魚の刺身も販売。鮮魚寿司「うを鮓」ではセントラルスクエア恵比寿ガーデンプレイス店から導入している寿司をケーキの形に盛り付けたケーキ寿司など目を引く商品を並べている。冷凍食材も充実させ平場で真空パックの干物や焼魚なども豊富な品揃えで展開。

精肉売場では一人暮らしからファミリー世帯まで少量パック、ジャンボパックなど幅広い品揃えを重視。焼肉コーナーも強化しており、「かみふらの和牛」を中心に希少部位から人気の部位まで取りそろえる。そ

の他の肉ではライフオリジナルあまに豚・鶏などを中心に銘柄肉で売り込みを図る。

鮮魚と精肉売場の中間付近に配置する「魚屋・肉屋の手づくりおかずコーナー」ではあまに豚や純和赤鶏、新鮮な魚を使用した魚屋・肉屋こだわりの惣菜を展開。黒毛和牛のローストビーフなど高質商品も取りそろえる。

対面の惣菜売場では売場と作業場の間のガラスを設置せず、視覚、嗅覚、聴覚を刺激するライブ感のある売場を形成。特に鉄板焼の調理場は売場からも良く見えて活気を生み出しており、鉄板を使った鮭の切り身がごはんの上に豪快に乗っている「あご入りだし使用！鉄板鮭チャー



おすすめ商品の「フルーツ杏仁豆腐」



鮮魚寿司「うを鮓」で販売するケーキ寿司。他企業でも販売しており流行の兆し



金目鯛やたちうおなどの高級魚を高級感あるトレーで刺身で販売



焼肉コーナーを強化する精肉売場



ライフおなじみ「かみふらの和牛」を使用した焼肉セットを中心に売り込む



鮮魚と精肉売場の中間で展開する「魚屋さん・肉屋さんの手づくりおかず」コーナー



290SKU を品揃えする惣菜売場



調理場と売場の間のガラスを設置せずライブ感を創出



「黒毛和牛の牛めし」など高価格帯の商品も積極的に売り込む

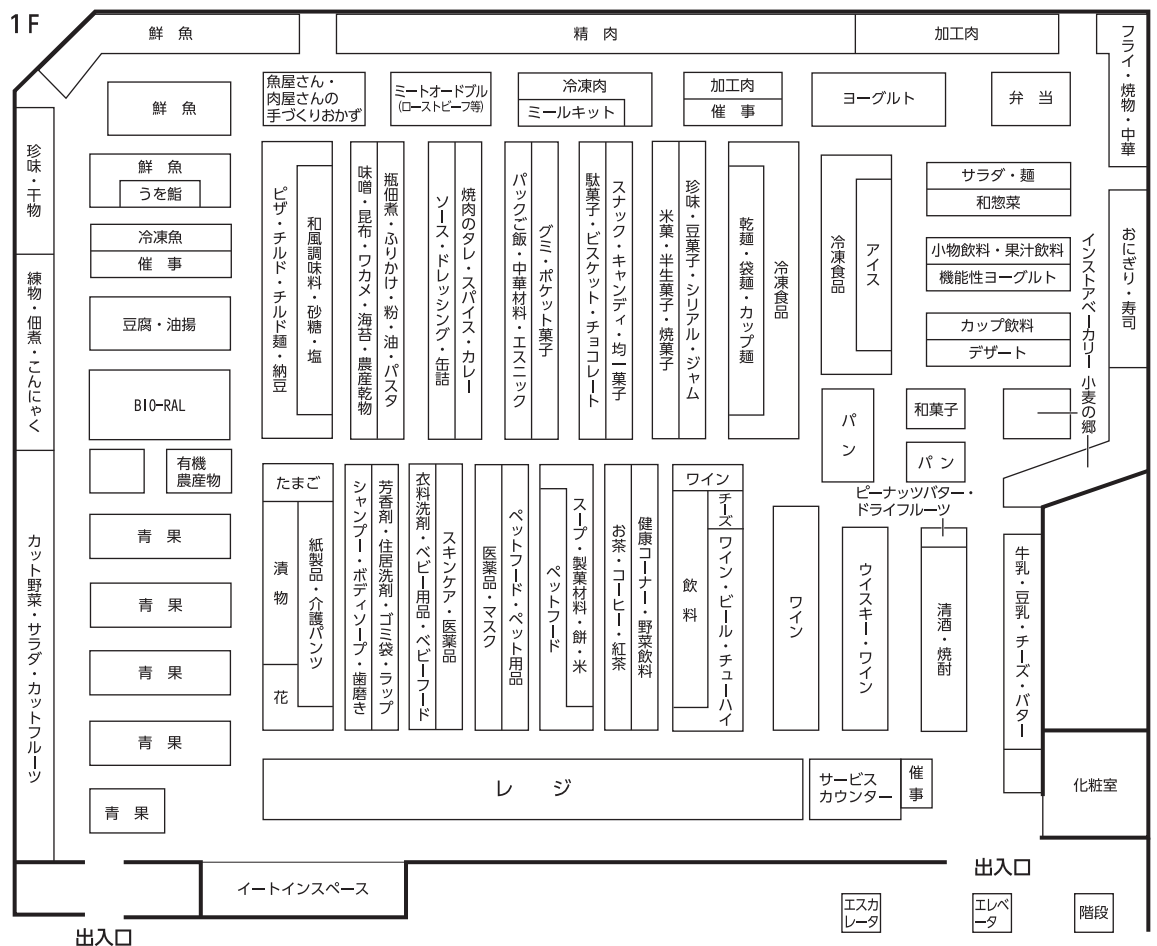


鯡の切り身を豪快に乗せた「あご入りだし使用鉄板焼チャーハン」



桜の名所も近くにあり、行楽需要におにぎり関連商材を強化「おにぎりプレート」

ハン」や焼きそば、玉子焼きなどが購買意欲を誘う。春には桜の名所でもある川沿いがすぐ近くにあるなど、行楽需要におかずとおにぎりがセットになった「おにぎりプレート」やおにぎりサンドなどおにぎり関連商品を種類豊富に展開。他にも三陸産さば塩焼きをご飯に豪快に乗せた弁当や玉子焼きと焼鳥を詰め込んだ「だし巻玉子・焼き鳥





シェルガーデンのワインを導入したことで、チーズ、生ハムなどのおつまみ関連商品がよく動くように

住宅立地の協業モデル 2 号店、高質まで品揃えの幅広げる

ヨークフーズ with ザ・ガーデン自由が丘 西落合店

東京都新宿区

売場面積	駐車場	業態	階層	立地	種別
313 坪	なし	SM	1 層	住宅地	新設

閑静な住宅密集地のマンション下店舗

シェルガーデン、IY、ベニマルなどの MD を結集
ワイン、銘店などシェルガーデン商品は 585 品目

セブン&アイグループでは首都圏の食品事業強化を狙い、グループ企業の協業を進めているが、ヨークとシェルガーデンは 11 月 30 日（水）、両社の協業モデル 2 号店となる「ヨークフーズ with ザ・ガーデン自由が丘西落合店」を新宿区西落合に開店した。1 号店の「中野店」が駅近商業立地の既存店改装だったのに対し、2 号店は閑静な住宅街立地の新店。

店舗は都営地下鉄大江戸線落合南

長崎駅から徒歩 6 分ほど、住宅地にポツンと建てられた 5 階建てマンションの 1,2 階。売場は 2 階で 1 階が駐輪場などのピロティ方式。新宿区の最北西部に位置する住宅密集地。電車、バスなど公共交通機関の利便性が非常に高いエリア。世代では 20～60 代の現役世代が 6 割を占める。20～40 代の若年層も多い。

ヨークは 20 年に発足以来、都市型 SM の出店戦略を掲げ、新宿富久店



2 階が売場のヨークフーズ with ザ・ガーデン自由が丘西落合店

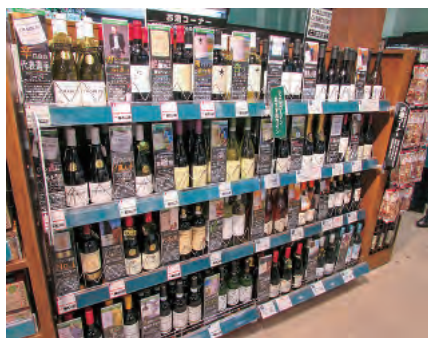
(500 坪) で中食、上質の MD モデルを追求、早稲田店 (200 坪) では、狭小店舗として本物志向に対応しつつ日常品が欠落しないよう、サテライト供給、PC 供給や、デジタルカウンターに取り組んだ。中野店ではシェルガーデンと協業して、グループシナジーの最大化に取り組み、百貨店商品から日常品まで揃えるように

した。

結果、「中野店は目標を大きく上回っている」(天勝啓介ヨーク執行役員販売事業部副事業部長)と言い、「シェルガーデンセレクトのワイン、チーズ・生ハムの

周辺商品も良い、イトーヨーカドーのエニータイムドルチェ、スイーツ、レストランデリ、冷食イーズアップなどでラインアップを拡充でき品揃えと価格帯の幅を広げられた。確実に都市部の持っているポテンシャルを引き出すことに確信を持ててきている」と話している。

2号店の西落合店では、売場面積が300坪と中野店の412坪に比べ3割近く狭いが、扱いアイテム数は約



シェルガーデンお奨めのワインコーナー。オーガニックワインも広いスペースで

8,300で中野店より700ほど少ないだけ。「グループ全体で協業することで、従来の店舗ではできなかった品揃えができるようになっており、積載効率を上げて無駄な空間をなくすようにしていく」方針。

店づくりについて、小林智店長は説明する。

商圈の半数を占める単身とファミリー層を狙う。鮮度にこだわった近郊野菜、手作りしたくなるような生



新宿高野の菓子コーナー。新宿まで行かなくても買えると喜ばれている



京都・錦の漬物「樹格」と東京・練馬の漬物「雅香岡田」も定番で



乾物老舗の「八木長本店」のコーナー



御茶ノ水小川軒のレイズンウィッチ



豆腐ハンバーグと五穀米プレート



ヨークが店内製造するフルーツデリ。中下段にフルーツビネガー、フルーツタルトなどが並び

ヨークオリジナルの紅栗卵を使った店内製造のだし巻玉子



「イベリコ豚重」などヨークベニマルが展開している「レストランデリ」を導入



鮮の鮮度感とメニューを提案する。一方で7ザプライス、セブンプレミアムなどのPB、豚肉の切り落とし、鶏モモ肉など高頻度の商品で政策的に価格対応する。

近隣に多い営業所勤務者に対しては昼食需要に出来たて惣菜を提供。惣菜はヨーク紅雪卵を使用した出し巻玉子、ベニマルとの協業で店内で下ごしらえした上質惣菜のレストランデリ、冷惣菜のイーザアップデリなどで品揃えの幅を広げファンづくりを進める。

若年層にはスイーツを提案。手作りフルーツビネガー、フルーツジュレ・タルトなど。洋デイリーではシエルガーデンの御茶ノ水小川軒のレイズンウィッチ、IVのエニタイム

ドルチェ、アイス
のゴディバなどを
提供。

健康志向では、
かぼちゃの煮物、
肉じゃがなど和風
惣菜を提供。シェ
ルガーデンの漬物
「桧 梧」、「雅 香 岡
田」なども定番に。

飲食店が少ない
ので、家飲みを意
識して、ワイン、
おつまみを提案。
クラフトビール、
飲み切りサイズのスパークリングワ
インなどを強化。酒はワイン、ウイ
スキー、リキュールなど洋酒を拡大。



狭い売場を有効活用するため、縦に高い什器で品揃えを確保する青果売場



ベーカリーはコンフォートマート中延店をセントラルキッチンにして焼き立ての供給を受けて販売



「お肉屋さんのちょい飲みセット」。商圈内に飲食店が少なく家飲み需要に対応



和牛や黒豚はインスタ加工で提供



有機野菜と
郊野菜を入
近くにコー
ー化



専門性の高い商品を増やしている分、社員に商品知識が求められるが、人材育成については、「シェルガーデンでバイヤー経験のある方や店舗運営していた方に直接来てもらって中野店で接客したり商品の発注登録に携わってもらっている。今後店舗拡大に向けてヨークの社員を一定期間シェルガーデンで教育する考え」だ。

生鮮4品はインストア加工中心だが、精肉では豚肉、鶏肉はPC供給。牛肉と黒豚はインストア加工。「店全体で効率化する部分と差別化するところを見極めながら進めている」とし、レジは全てフルセルフで15台を導入、省力化を図る。

扱いアイテム数は、精肉 367、青果 271、鮮魚 289、デイリー 2,100、加工食品 4,769、生活実用品 315、惣菜 240、

ベーカリー 27、合計 8,378。内、シェルガーデン商品は 585(加工食品 425、デイリー 147、精肉 5、鮮魚 1、ベーカリー 7)で 7%を占める。最も多いのはセブンプレミアムで 1,030(構成比 12.3%)。ヨークオリジナル、7プレミアムゴールド、7ザプライスなども含めたPB全体では 21.2%を占める。セブン&アイグループの商

品開発力のレベルの高さを示しているようだ。



イトーヨーカドーのレンジアップ品「イーズアップ」を展開する冷凍食品売場

■ DATA ヨークフーズ with ザ・ガーデン自由が丘 西落合店

店舗名	ヨークフーズ with ザ・ガーデン自由が丘 西落合店
所在地	東京都新宿区西新宿 1-19-7
電話番号	03-3950-7550
開店日	2022年11月30日(水)
建物構造	地上5階建て(店舗2階)
売場面積	1,033㎡
駐車場	なし
駐輪場	55台
店長	小林 智氏
従業員数	54名(社員14名、パート40名)
営業時間	9:30～23:00
商圏	半径1km圏 39,080世帯 64,290人
世帯人員	1.65人
店舗特性	SM単独
商圏特性	住宅地
交通	都営大江戸線 落合南長崎駅 A1 出口から徒歩7分

商圏特性 (2015年現在)

1次(半径1km圏) 36,643世帯 62,533人			
人口構成比		人員別世帯比率	
年少人口	8.9%	1人世帯	61.2%
労働力人口	69.8%	2人世帯	18.9%
高齢人口	21.3%	3人世帯	10.8%
夜間人口比率	38.1%	4人世帯	7.2%
昼間人口比率	61.9%	5人以上世帯	1.9%
年齢別構成比		平均世帯人員	
0歳～19歳	12.1%	持ち家比率	35.2%
20歳～29歳	16.2%	1戸建て比率	25.8%
30歳～49歳	33.3%	共同住宅比率	73.2%
50歳～69歳	23.2%		
70歳以上	15.2%		

2次(半径2km圏) 159,605世帯 266,604人

3次(半径3km圏) 357,382世帯 592,137人

特性 住宅地

技研商事インターナショナル株式会社「MarketAnalyzer™」で作成



節電・省エネ対策から飲料冷ケースに扉を設置



売場面積が少ないため、陳列段数を増やして積載効率を高める酒の冷ケース



レジはフルセルフレジ 15台を導入





生産者直売の「さくさく市場」を併設した店内。野菜は「当日販売」をルールに、売れ残りは毎日撤去して鮮度を維持

「丸ごと長野県」の地産地消を目指す、農産物直売所併設 SM

A・コープファーマーズ佐久平店

長野県佐久市

売場面積	駐車場	業態	階層	立地	種別
714 坪	350 台	SM	1 層	駅前	新設

北陸新幹線佐久平駅前の一大再開発地の SC ゾーンに出店
長野県産農畜産物が目白押しの店内
農産加工品も原料から加工、消費まで長野県内で

開業 25 年を迎える北陸新幹線佐久平駅前で大型商業施設が相次いで



フォレストモール佐久平に出店した A・コープファーマーズ佐久平店

オープンし始めている。これまで、駅前にはイオンモールがあったが、通りを隔てた先にあった広大な敷地を佐久市が区画整理して再開発。敷地の半分に最近、カインズが大型ホームセンターを開業、残りの敷地半分がフォレストモールで長野県 A・コープの他、蔦屋書店、ダイソー、アメリカンドラッグ、カーブス、いで歯科、子供クリニックが出店。残りの敷地には JA 支所などが入る予



信州リンゴを全国へ発送。地元夢科リンゴがブランドに



バターナッツ、甘龍など珍しいかぼちゃも並ぶ直売所



地元のブランド米「五郎兵衛（ごろべえ）米」。惣菜部門のおにぎりなどにも使用



全て長野県の畜産物で構成する精肉売場

長野県 A・コープ全社で扱う「信州福味鶏」



「本日の地元産」として、和牛とアルプス牛の個体ごとの履歴を詳細に表記



この店だけで販売する「夢科牛」



豚肉はほとんど「夢科の豚」



オープンキッチンの鮮魚売場

定で、「A・コープファーマーズ佐久平店」は9月30日に開店している。

長野県 A・コープは、長野県内の13JA と全農の出資により2015年4月に設立された会社。長野県産の農畜産物の販売促進、生産者と消費者を結ぶかけ橋を目的に活動。農産物直売所を併設した「A・コープファーマーズ」業態の店舗開発を行っていて、今回開店した佐久平店はその12店舗目（全体では29店）。

ファーマーズ佐久平店は売場面積714坪。うち生産者直売の「さくさく市場」は100坪。フロアの色などで売場を分けているが、冬場は農産物が少なくなり、12月～5月までは端境期。その分、直売所もスペースを縮小せざるを得ない。「その間、いかに野菜を出してくれる生産者を開拓するかがテーマ。現在300名の生産者が登録しているが来年には

500名を目指す」と天野裕史店長は話している。

ただ、周辺はレタス、白菜、キャベツなどの一大生産地で大量に生産し、大消費地に出荷する農家が多いため、直売所に出荷する小規模な農家を探すのが課題だ。

同コープでは長野県内での地産地消を目指し、野菜では生産者直売、地元JA管内の地元産、長野県産、国産という順で、優先的に取扱う方



鮮魚は、毎週土曜日、能登七尾港から直送。モニターで漁港の様子を紹介



野菜、小麦粉など材料に地元産を使用して、惣菜でも地産地消を推進



信州福味鶏を使用した「鶏めしおにぎり」



店内窯焼ピザも信州産小麦粉を使用

針で、県産、国産にこだわる。

農産物直売の葉物野菜は「当日販売」をルールにしている。残品は毎日売場から撤去、翌日、生産者に引き取ってもらうようにして、鮮度維持を徹底する。

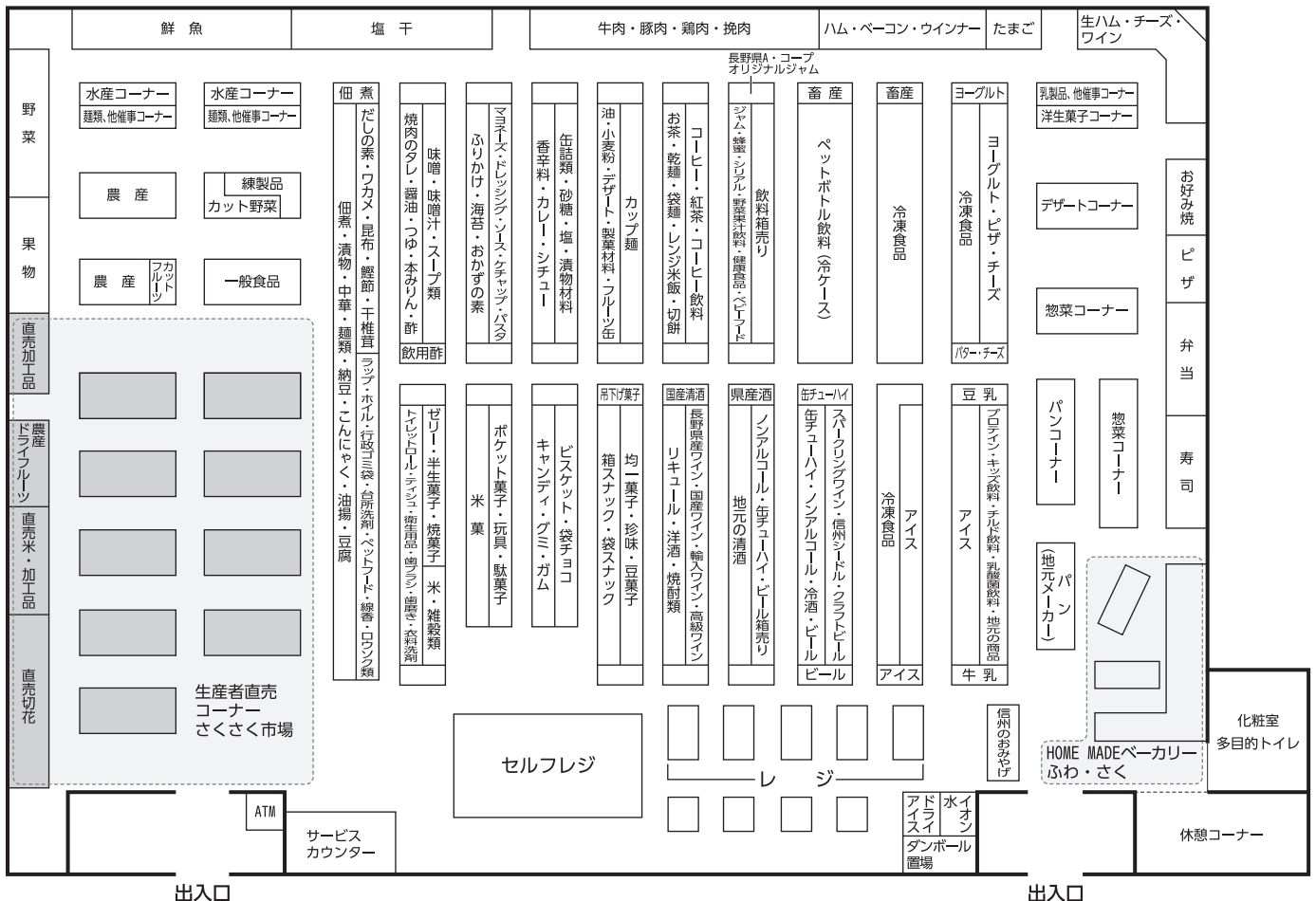
畜産も牛肉、豚肉、鶏肉とも信州産を最優先し、100%国内産の品揃えを行っているが、佐久平店では地元の牛肉「信州蓼科牛」をこの店だけで扱っている。銘柄牛として京都などへは出荷されているが、長野県

内では珍しい牛肉。和牛と乳用種を掛け合わせた交雑種で、両方の利点を生かし、乳用牛より5～6か月飼育期間を延長することで、和牛に近い値ごろ感のある美味しい牛肉に仕上がるという。

豚肉も地元の「蓼科の豚」を販売。全店共通畜肉として信州ブランドの信州プレミアム牛、信州アルプス牛、信州ポーク、信州福味鶏などを扱っている。牛肉では「本日の地元産」として、個体番号と種別、出生から

と畜までの全履歴が飼養施設所在地、畜産業者名まで含めて掲示されている。これだけ情報開示されているとやはり安心できる。

鮮魚では、毎週土曜日、能登七尾港から獲れたて魚の直送市を開催している。同コープでは15年ほど前から、「漁港直送フレッシュ宣言」を行い、能登半島の漁港から直送するルートを開拓、交通アクセスもよくなり、定着してきているという。売場では、七尾港の水揚げ風景をテレ





地元の果物だけを使用して加工したジャム。20種類もある



「長野県 A・コープ」オリジナルの信州産ゆずみそ



佐久市の全 13 酒蔵の清酒をズラリ並べて展開

ム、ブルーベリージャムと言
い、佐久平店では開店に合
わせ、生産量が日本一という地
元のプルーンを使った「プル
ーンジャム」を販売している。

佐久平は軽井沢と小諸に挟
まれた立地。同地には周辺で
最も大型のイオンモールがあ
って、大型店舗の無い軽井沢
から週末に流入する客が多い。
A・コープも開店してみて「土
日の来客が多く、週末客の流
入は普段の2倍になるの
では」と天野店長も驚いている。
新幹線通勤客もいて、単身者
も多く見かけるマーケットで
平日を強化して底上げを図っ
ていく考えだ。

ビモニターで流し、アピールしている。

A・コープ活動の大きな柱が農家
の収入を上げること。そのため、
「信州の農畜産物を信州で加工して、
信州の皆様に食べて欲しい」という
思いから「オリジナル商品」を開発
している。

中でもジャムは約 20 種類を開発。
原料の野菜・果物は 100% 長野県産。
果物ジャムだけでなく、野菜ジャム、
バタージャム、果物のジュレ、マー
マレードなど種類豊富に開発。売れ
筋はあんずジャム。川中島白桃ジャ

■ DATA A・コープファーマーズ佐久平店

店舗名	A・コープファーマーズ佐久平店
所在地	長野県佐久市岩村田字押出シ 1555 番 1
電話番号	0267-88-8141
開店日	2022 年 9 月 30 日 (金)
建物構造	地上 1 階建て
売場面積	2,356㎡ (714 坪)
駐車場	350 台
店長	天野 裕史 氏
営業時間	9:30 ~ 20:00
年商目標	来期 20 億円
商圏	車で 5 分圏 22,000 人、10 分圏 42,000 人、15 分圏 39,000 人
店舗特性	NSC 内 SM
商圏特性	駅前、住宅地
総店舗数	29 店
交通	北陸新幹線佐久平駅から徒歩 10 分

商圏特性 (2015 年現在)

1 次 (半径 1km 圏) 1,806 世帯 4,246 人			
人口構成比		人員別世帯比率	
年少人口	16.5%	1 人世帯	41.0%
労働力人口	62.7%	2 人世帯	25.4%
高齢人口	20.7%	3 人世帯	14.8%
夜間人口比率	35.5%	4 人世帯	12.7%
昼間人口比率	64.5%	5 人以上世帯	6.1%
年齢別構成比		平均世帯人員	2.35 人
0 歳 ~ 19 歳	22.9%	持ち家比率	52.2%
20 歳 ~ 29 歳	8.8%	1 戸建て比率	45.1%
30 歳 ~ 49 歳	30.5%	共同住宅比率	53.2%
50 歳 ~ 69 歳	21.9%		
70 歳以上	15.9%		

2 次 (半径 2km 圏内) 7,702 世帯 18,458 人

3 次 (半径 3km 圏内) 14,497 世帯 34,763 人

特性 駅前

技研商事インターナショナル株式会社「MarketAnalyzer™」で作成



信州産のシードルを集めてコーナー化





GOOD DESIGN AWARD 2022

食の安全性と環境への配慮を求める すべての店舗へ

冷媒 R448A 採用 / プラスチック使用量 47%削減 / ビスレス推進・清掃性向上

冷凍機内蔵型インバーター制御 アイランドショーケース AMX/Cシリーズ

外観のデザインだけではなく、店舗と食の安全性や機器信頼性を訴求するため、組立方法や素材を徹底的に見直し、パーツ統合やビスレスを推進。外観のプラスチック使用量も大幅に削減し、解体廃棄時の環境負荷も配慮しました。地球温暖化係数の低い冷媒R448Aを採用した冷凍機を搭載。

冷蔵品からアイスクリームまで対応

-25℃～+15℃の温度帯に対応。季節やイベントに合わせて自由にお使いいただけます。

店内の安全性に配慮

プライスカードの交換利便性を確保した上で、幼児の頭部位置高さでのガイド飛出しを避けたデザイン。

フィルター清掃装置で省力化 (オプション)

霜取り時に凝縮器ファンモーターを制御し、フィルターに付着したホコリを除去。省力化と省エネ性の持続に貢献。



GALILEI ENTERTAINMENT



スーパーマーケット・コンビニ向け ショッピングを楽しくする新たなショーケースを多数提案

- ◎ 1台で冷蔵・冷凍・非冷商品の陳列が可能な3温度帯ショーケース
 - ◎ 関連商品をフック陳列 スライド式フロントネット
 - ◎ 洪水・増水対策ユニット上置き仕様ショーケース
- 更に省エネ&脱フロに繋がる提案も展示いたします。

動きがわかる動画はこちら



販促効果アップと、品出し作業の負担軽減に
フリップアップ棚も展示します

セントラルキッチンやプロセスセンターに トンネルフリーザー展示

需要が拡大している中食対応や人手不足など
CK/PCを検討している方はぜひお立ち寄りください！
ガリレイグループでトータルサポート致します。



トンネルフリーザー
CUBIQ®



受取用ロッカー

未来のショッピング

- ◎ 省人化や非対面等での受取の選択肢を増やす受取用コールドロッカー
- ◎ 自販機のような手軽さで食品や日用品などを購入できる ロボットピッキングシステム

コロナ禍にて需要拡大中 フローズンデリ & BY 厨房機器

- コロナ禍によって需要が高まっている冷凍総菜や総菜パンをご提案。
- ◎ ブラストチラー/ショックフリーザー ◎ 配膳ロボット



SMTS2023[®] SUPERMARKET TRADE SHOW スーパーマーケット・トレードショー

【会期】2023年2月15日(水)～17日(金)

10:00～17:00(最終日16:00迄)

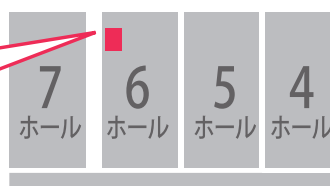
【会場】幕張メッセ 全館

【アクセス】JR京葉線「海浜幕張」駅下車 徒歩約5分

JR総武線・京成線「幕張本郷」駅から無料シャトルバスで約10分

高速バスで羽田空港より約40分

フクシマガリレイ
出展ブース
6ホール 6-404



中央エントランス
↑↑↑

※出展製品や内容については、都合により一部変更になる場合がございます。あらかじめご了承ください。

入場は「完全招待制」かつ「完全事前登録制」です。招待券をお持ちの方のみ、事前登録が可能です。(招待券に記載されたID/パスワードが必要です)
招待状は弊社担当者にお気軽にお申し付けください。事前登録フォームは公式ウェブサイトよりご確認ください。

■公式サイト <http://www.smts.jp>