

# 首都圏

スーパーマーケット

最新店舗紹介MAP付

# S M 情報 2024



ダイエー イオンフーズスタイル横浜西口店



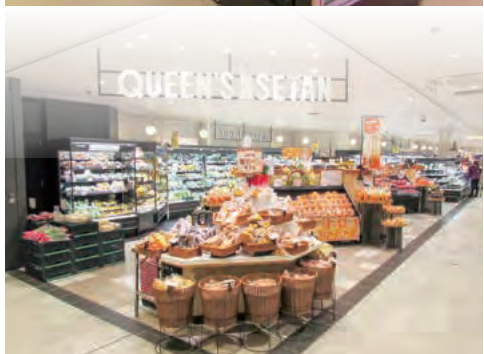
ベシア Foods Park 津田沼ビート店



イオンスタイル品川シーサイド @FROZEN



ヨークフーズ 保谷店



クイーンズ伊勢丹 新小岩店





自然を守るとは、食を守ること。

青く生い茂る森、大地を深く包み込む海。  
私たちの暮らしに欠かすことのできない食の恵みの多くは、  
豊かな自然から届けられています。

「冷やす技術」で食のインフラを支えるフクシマガリレイにとっても、  
自然はかけがえのない存在です。

だから、私たちも自然を守りたい。

冷蔵庫や製氷機の冷媒として、新たに導入したのが「グリーン冷媒 R1234yf」。  
環境への影響が極めて少なく、なおかつ安全に取り扱える、  
自然にも人にも優しい新時代の冷媒です。

自然を守るとは、食を守ること。  
フクシマガリレイはこれからも、「冷やす技術」を通じて環境保護に貢献していきます。



## 持続可能な社会をめざす、新時代の「グリーン冷媒」

冷蔵庫や製氷機は、庫内を冷やす為に物質の状態変化を利用しています。そこで使用されているのが「冷媒」です。

ガリレイでは冷媒による環境負荷低減に取り組むため、業界で初めて微燃性ノンフロン冷媒である「R1234yf」を採用しました。<sup>※1</sup>

「R1234yf」は、カーエアコンや自動販売機にも使用されているグリーン冷媒です。

環境への影響度を示す数値である地球温暖化係数（GWP）も代替フロンのひとつ「R404A」が3,920であったのに対し、  
グリーン冷媒の「R1234yf」はわずか1。<sup>※2</sup> 持続可能な社会をめざす、新時代の冷媒。それがグリーン冷媒です。

### グリーン冷媒「R1234yf」採用の3つのポイント

#### Point. 1 環境に配慮

従来製品で使用されていた代替フロンに比べ、地球温暖化への影響を大幅に低減します。

#### Point. 2 微燃性で安全

同じノンフロンの「強燃性冷媒」に比べると出火などのリスクが小さく、安全に取り扱えます。

#### Point. 3 管理がラク

ご使用の現場での修理・点検が可能。  
フロン機器に課されている点検の義務がなく、フロン排出抑制法の対象外です。

※1 業務用冷凍冷蔵庫、製氷機において 2023 年 9 月現在 当社調べ ※2 GWP 数値は令和 5 年経済産業省・環境省告示第 3 号、経済産業省告示第 54 号より引用





# 2024 首都圏最新店舗マップ



1	オーケー 銀座店	東京都中央区銀座3丁目2-1 マロニエゲート銀座2 B1・B2 東京メトロ銀座線銀座駅徒歩2分 ☎03-3528-6531
2	ライフ 勝どきミッド店	東京都中央区勝どき4-6-2 都営大江戸線勝どき駅より徒歩1分 ☎03-5166-7851
3	ビオラル 有明ガーデン店	東京都江東区有明2-1-8 有明ガーデン モール2F りんかい線国際展示場駅から徒歩約6分 ☎03-6380-7351
4	ダイエー 四谷荒木町店	東京都新宿区荒木町23-4 都営新宿線曙橋駅より徒歩1分 ☎03-3350-3504

5	サミットストア 新大塚千川通り店	東京都豊島区南大塚2丁目1番12号 JR山手線大塚駅より徒歩12分 ☎03-5395-8031
6	Olympic 熊野前店	東京都荒川区東尾久5-13-15 東京さくらトラム熊野前駅から徒歩5分 ☎03-5855-1711
7	マルエツプチ 品川橋店	東京都品川区北品川12-28-14 京浜急行線新馬場駅より東側300m ☎03-3472-8035
8	そうてつローゼン 品川南大井店	東京都品川区南大井4-14-6 (ニチイホーム南大井1階) 京急線立会川駅より徒歩7分 ☎03-6423-0723
9	ドン・キホーテ 京急蒲田店	東京都大田区蒲田4丁目50-11ウイングキッチン京急蒲田内 京浜急行電鉄京急蒲田駅直結 ☎0570-085-735

10	ライフ 下目黒店	東京都目黒区下目黒5-19-13 目黒駅西口よりバスで元競馬場前徒歩3分 ☎03-3711-4600
11	ピーコックストア 自由が丘デュ アオーネ店	東京都目黒区自由が丘2-15-4 JIYUGAOKA de aone B2F 東急東横線自由が丘駅より徒歩5分 ☎03-6459-5912
12	ドミセ 渋谷道玄坂通ドードー店	東京都渋谷区道玄坂2-25-12 JR渋谷駅ハチ公口より徒歩5分 ☎0570-000-578
13	イオンフードスタイル 西新宿店	東京都新宿区西新宿5-1-101 東京メトロ丸の内線西新宿駅から徒歩7分 ☎03-3379-5100

14	オオゼキ 西荻窪店	東京都杉並区松庵3-41-1 JR中央線西荻窪駅から徒歩5分 ☎03-5336-0322
15	いなげや 練馬中村南店	東京都練馬区中村南3-20-20 西武新宿線鷺ノ宮駅から徒歩8分 ☎03-3577-8000
16	ヨークフーズ 保谷店	東京都西東京市東町1-11-28 西武池袋線保谷駅から徒歩7分 ☎042-438-9630
17	いなげや 練馬西大泉店	東京都練馬区西大泉2-19-1 西武池袋線保谷駅北口から徒歩16分 ☎03-5905-3041

18	オーケー 新座野火止店	埼玉県新座市野火止1丁目13-13 JR武蔵野線新座駅から徒歩2km ☎048-423-3702
19	イオンスタイル赤羽	東京都北区神谷3-12-1 JR赤羽駅より徒歩18分 ☎03-5939-3550
20	Daily Table KINOKUNIYA 草加ヴァリエ店	埼玉県草加市高砂2丁目5-25 東武草加駅VARIE1内 ☎048-951-2516
21	ヤオコー 松戸上本郷店	千葉県松戸市上本郷4005番地の1 JR常磐線北松戸駅から徒歩900m ☎047-711-5895
22	Olympic 西亀有店	東京都葛飾区西亀有3-11-1 JR常磐線亀有駅から徒歩15分 ☎03-3602-7220
23	クイーンズ伊勢丹 新小岩店	東京都葛飾区新小岩1-45-1 JR総武線新小岩駅南口直結 ☎03-4330-7888
24	業務スーパー 原木中山店	千葉県船橋市本中山7-7-22 東京メトロ東西線原木中山駅高架下 ☎047-320-2233
25	東急ストア 新綱島スクエア店	神奈川県横浜市港北区綱島東1-9-10 東急新横浜線新綱島駅直結 ☎045-533-1020
26	イオンフードスタイル 横浜西口店	神奈川県横浜市西区南幸2-16-1 JR横浜駅西口より徒歩5分 ☎045-320-3300
27	もともちユニオン そごう横浜店	神奈川県横浜市西区高島2-18-1 そごう横浜店B2F JR横浜駅東口近く ☎045-577-0758
28	KITANO ACE CIAL桜木町店	神奈川県横浜市中区桜木町1丁目1番 CIAL桜木町 紅坂坂ギャラリー内 JR桜木町駅直結 ☎045-228-9231
29	ビッグ・エー 横浜日野店	神奈川県横浜市港南区日野5-9-22 横浜市営地下鉄港南中央駅から徒歩約12分 ☎045-847-0037
30	Odakyu OX MART町田店	東京都町田市原町田6-12-20 小田急線町田駅南口改札すぐ ☎042-724-7010
31	オーケー 立川高島屋S.C.店	東京都立川市曙町2-39-3立川高島屋S.C.内 JR中央線立川駅より徒歩5分 ☎042-518-9056
32	イオンスタイル 武蔵狭山	埼玉県狭山市入間川3-31-5 西武新宿線狭山市駅から徒歩9分 ☎04-2900-1070
33	フーコット 深谷店	埼玉県深谷市上柴町東2-25-5 JR高崎線深谷駅から徒歩3.3km ☎048-578-4950
34	ヤオコー 深谷上野台店	埼玉県深谷市上野台3028-1 JR高崎線深谷駅から徒歩1km ☎048-574-8000
35	ヨークフーズ 中浦和店	埼玉県さいたま市桜区西郷4-3-23 JR埼京線中浦和駅から徒歩15分 ☎048-837-2301
36	東武ストア 越谷店	埼玉県越谷市弥生町4-11 東武スカイツリーライン越谷駅隣接 ☎048-972-5553
37	ベシシア Foods Park 阿見店	茨城県稲敷郡阿見町荒川本郷2033-177 JR常磐線荒川沖駅から徒歩1.5km ☎029-843-8000
38	ベシシア Foods Park 津田沼ビート店	千葉県船橋市前原西2丁目19-1 JR津田沼駅近く ☎047-471-3111
39	ベルク フォルテ富里店	千葉県富里市御料931-1 京成成田駅から徒歩 ☎0476-93-5155
40	せんどう 古市場プラザ店	千葉県市原市古市場594-1 JR内房線浜野駅から徒歩15分 ☎0436-40-3335
41	おどや 江川店	千葉県木更津市江川1544-16 JR内房線巖根駅から徒歩約1km ☎0438-42-1161
42	せんどう 新茂原店	千葉県茂原市長尾字内芝2533 JR外房線新茂原駅から徒歩10分 ☎0475-27-4555





果物を前面に打ち出して旬、鮮度、美味しさを訴求する青果売場

## ウォークスルー店舗併設し、若い客層の掘り起こし狙う

### ダイエー イオンフードスタイル横浜西口店

神奈川県横浜市区

売場面積	駐車場	業態	階層	立地	種別
454 坪	200 台	SM	1 層	駅近	新設

専用アプリ搭載したスマホで入れば商品を手に取って出ただけのウォークスルーリーチイン冷ケースを随所に配置してついで買い誘う  
鮮魚、精肉などイン加工増やして高質品も売り込む

ダイエーはダイエー横浜西口店跡地に開発された商業施設に再出店し「イオンフードスタイル横浜西口店」として11月27日（金）開店した。

ダイエー横浜西口店は2019年2月に閉店。その跡地に共同事業として権田金属工業が商業施設を、都市再生機構（UR）が住宅施設を担当し、地下1階地上10階建てビルを建設。イオンモールが権田金属工業より商業施設を賃借、「CeeU Yokohama（シーユー ヨコハマ）」のSC名で運営する。そのテナントにダイエー、

エディオン、ハックドラッグ、キャンドウ、ABC マートなど24店舗が入る。隣にある横浜ビブレなどと共に、横浜西口エリアの賑わいを創出する拠点を目指す。

ダイエーの「イオンフードスタイル横浜西口店」は、4年ぶりの出店。横浜駅西口への通勤道路として1日2万人余りが通行するパルナード通りに面する1階にあって立ち寄りし易い立地。

そうした地の利を活かして、全国で初という路面立地のウォークスル



ダイエー横浜西口店を建替えた商業施設にイオンフードスタイルとして1階に再出店

ー店舗「キャッチ&ゴー」を店内に併設している（一部既報）。専用アプリをインストールしたスマホをかざしてゲートに入れば、商品を手に取り、店舗を出ただけで自動的にクレジットカードないしペイペイで決済されるシステム。最短10秒で買い物できる。15坪のスペースで飲料、弁当など400SKUを揃える。

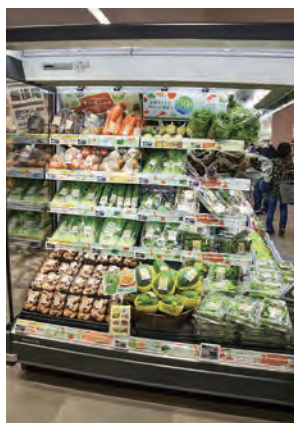
売場にはレジもなく専任者もない。商品管理は元売場の従業員が開店時の品出し、補充などを行い、直接的な人件費はかからない。デリカなど消費期限のある商品は販売可能期限内に新しい商品と入れ替えて値下げは元売場で行う仕組み。

導入の狙いは「パルナード通りが





横浜市内の生産者や市場から葉物野菜を中心に直送して販売する「横浜農場」コーナー



青果の多段冷ケースエンドではオーガニック野菜、トップバリュグリーンアイなどを展開



パイン、ブルーベリーなどの冷凍果実と冷凍焼芋(右側)



シャインマスカットなどをカラフルに展開する果物コーナー



横浜のスイセンなど神奈川の花を中心に扱い地域一番の花屋を目指すフラワーショップ

2万3,000人通行し、商圈内には20歳代以下が38%とZ世代が多い。コンビニは2店しかなく、若い人に非接触型でタイムパフォーマンスを最大限活用してもらうのが狙い(大桃昌史店長)。1日1,000人、客単価200

円で、日販20万円を見込む。400SKUでスタートし、最大700SKUまで品揃え可能といい、利用者の反応を見ながら拡大する考えだ。

ダイエー店舗全体の売場面積は454坪。インスタペカリーなどを含めフルラインの食品売場だが、特にフ

ラワーに力を入れているといい、左側の出入口近く、明るい日差しが入るガラス壁面沿いに「フラワーショップ」として展開。「横浜のスイセンなど神奈川の花を中心に市場直送で揃え、町の花屋を目指す」(大桃店

長)。切り花や苗の他、ドライフラワーやブリザードフラワーのアレンジメントなど花の暮らしに必要な商品を求めやすい価格で提供する。

青果では「横浜農場」コーナーを常設、横浜市内の生産者や市場から葉物野菜を中心に集め、毎日売り切りで獲れたて鮮度を訴求する。果物はオレンジ、グレープフルーツなど1年中食べられる果物を定番化して提供する。

水産は対面売場で、豊洲市場の他、横須賀市場など相模湾の魚種を多く扱う考えで、その為販売力強化に努めるという。三崎まぐろの刺身、旬のネタを使用した「旬漁にぎり」など鮮魚寿司などを提供、差別化を図る。

精肉はダイエー自社牧場産のさつま姫牛、さつま王豚を中心に展開。インスタ加工で牛肉の厚切りなど、ファミリー向け、単身向けなどサイズ展開をきめ細かくした商品づくりを行う。

デリカでは野菜をカラフルに重ね、見た目と多彩な食感が楽しめる「ミルフィーユサラダ」などカップサラダを36品目展開。アジ



豊洲市場に加え、横須賀市場など相模湾の魚に注力する鮮魚売場、奥では神奈川の魚をコーナー化



本マグロを使用した鮮魚寿司を提供





自社直営牧場で育てたさつま姫牛をメインに展開する牛肉売場

アンメニューの「ルーローハン」、朝食メニューの「グラノーラサラダ」などを展開する。  
 グロサリーでの横浜のクラフトビ

ール、聘珍楼など横浜イメージの商品に力を入れているという。  
 冷凍食品だけでなく、水産、畜産、青果など生鮮食品の冷凍素材をリー



さつま姫牛を冷凍スキンパックでも販売

チンケースで販売しているのが目立つ。「縦に陳列されているリーチインの方が平ケースより、お客様がパッと見てついで買いされ易い。例えばカニがいつも目に触れていれば、必要な時に思い出してもらい易い。だからお客様が必ず通る場所にリーチインケースを設置している」(店長)と言い、壁面沿いを中心に設置している。また、AIカメラを通路をカバーする形で天井に設置してい



カロリー 550g 以下の弁当などを揃える「からだにやさしいお弁当」コーナー



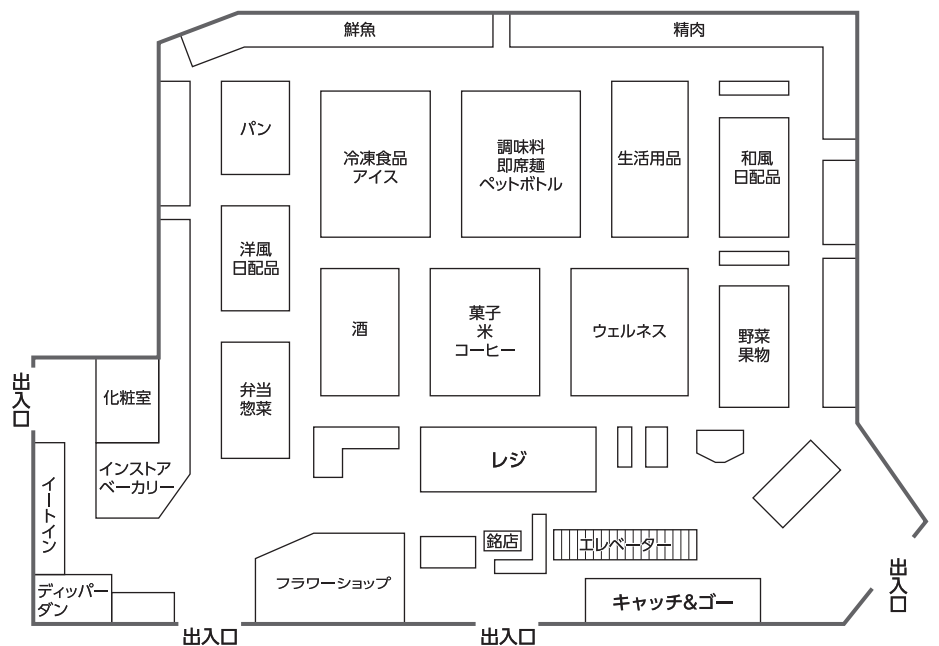
デザートコーナーで販売する「フルーツワッフル」



食事パンからデザートパンまで約 80 品目を展開するインスタバークリー



多彩なメニューで展開するデリカテッセン





てお客の立ち寄り率をチェック、新商品など売込み商品の売場展開に活用する。



水産の冷凍魚をリーチインケースで販売。お客の目に触れやすいことからリーチインケースを売場の随所に設置してついで買いを誘う



単身世帯が6割近くもいる商圏。アルミの簡単鍋を広いスペースで展開



セミセルフ、キャッシュレス専用、フルセルフなど28台のレジを揃え多様な決済に備える

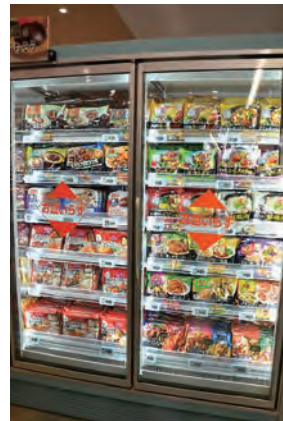


専用アプリをインストールしたスマホで完全ウォークスルー店舗「キャッチ&ゴー」を併設

パート採用は予定以上だった。「8時間以上の長時間・社保希望者が4



ベ이스ターズラガーなど横浜のクラフトビールのコーナー



ワンプレート冷凍食品を「お皿いらず」のコーナー名で販売

割想定に対し8割と多かった。元々働いていて仕事をしたいという人が

応募され、いい人材が集まった」という。一方でインフルエンザなどが流行ると欠員も生じることから、イン加工に支障が出ないように4時間パートも継続採用している。

クレープ専門店やイートインも備え、街のコミュニティとしての役割も担う店づくりだ。

#### ■ DATA ダイエー イオンフードスタイル横浜西口店

店舗名	イオンフードスタイル横浜西口店
S C名	CeeU Yokohama
所在地	神奈川県横浜市西区南幸 2-16-1
電話番号	045-320-3300
開店日	2023年10月27日(金)
建物構造	鉄骨造 地下1階地上10階建て(ダイエー1階)
敷地面積	7,000㎡
延床面積	35,000㎡(SC全体)
売場面積	1,497㎡(うちテナント36㎡)
駐車場	200台
駐輪場	220台
店長	大桃 昌史 氏
従業員数	約200名
営業時間	7:00～23:00
休業日数	年中無休
レジ台数	28台(セミセルフ3台、フルセルフ5台、キャッシュレスセルフ19台)
年商目標	25億円
店舗特性	モール内SM
商圏特性	商店街、ビジネス街
交通	横浜駅西口から徒歩5分

#### 商圏特性 (2020年現在)

1次(半径500m圏) 5,718世帯 9,586人			
人口構成比		人員別世帯比率	
年少人口	8.5%	1人世帯	60.4%
労働力人口	76.0%	2人世帯	22.1%
高齢人口	15.5%	3人世帯	10.3%
夜間人口比率	14.3%	4人世帯	6.2%
昼間人口比率	85.7%	5人以上世帯	1.0%
年齢別構成比		平均世帯人員	1.68人
0歳～19歳	12.1%	持ち家比率	42.4%
20歳～29歳	15.3%	1戸建て比率	7.1%
30歳～49歳	35.4%	共同住宅比率	92.7%
50歳～69歳	25.9%		
70歳以上	11.3%		

2次(半径1km圏) 26,467世帯 47,114人、  
3次(半径2km圏) 99,382世帯 180,601人

特性 商業地、住宅地

技研商事インターナショナル株式会社「MarketAnalyzer™」で作成







大型のスーパーセンター並みの売場規模を確保した惣菜売場

## 初の都市型店舗オープン。今後の都市部出店戦略に向けた試金石

### ベシア Foods Park 津田沼ビート店

千葉県船橋市

売場面積	駐車場	業態	階層	立地	種別
482 坪	64 台(共有)	SM	1 層	駅前	居抜き

地方・郊外を中心に店舗展開するベシア初の都市型店舗

若年層・単身世帯に向けた簡便・即食・個食ニーズへの対応強化

売場面積 482 坪。1 万 SKU に絞り込むが生鮮・惣菜などは大型店並み

ベシアは 10 月 25 日(水)、千葉県船橋市に「ベシア Foods Park



津田沼ビート地下 1 階に出店。地下 1 階、複合型駅ビルへの出店は初

津田沼ビート店」をオープンした。同店は千葉県のターミナル駅の一つである津田沼駅前の商業ビル「津田沼ビート」地下 1 階への出店。津田沼駅周辺は人口増加傾向にあり、20～40 代が多く居住し、特に 30 代の比率が高いエリア。単身世帯が多く、特に 0.5km 圏内は千葉県の平均を大きく上回っており、津田沼駅周辺も若年層をターゲットにした再開発を行っており、若者の街になりつつあ



オリジナル中華ブランド「金味楼」を同社最大規模で展開

る。津田沼ビートは 2023 年 3 月に旧津田沼パルコ B 館をリニューアルオープンしたものでベシアの他にも無印良品やファッション、ビューティー、雑貨、クリニックなど地域住民の生活に寄り添ったテナントが多く入っている。

ベシアが入る地下 1 階は 2017 年まで西友、その後食品テナントが集った「つだぬマルシェ」が営業していた。「ベシア Foods Park 津田沼ビート店」はこれまで地方や郊外を中心にファミリー層向けの店舗展開をしていた同社にとって、首都圏の乗降客数の多い駅前商業施設への出店とあり、今後出店パターンを増





名物コーナーの「フライバイキング」



こちらも名物コーナーの「カレーバイキング」



人気のクロワッサンに「チョコクロワッサン」が初登場



クレープ生地自動焼成機を導入して製造した手作りクレープ。既存店で大人気商品となっている

やしていくためのトライアル店・初の都市型小型店と位置付ける。都市部への出店戦略の実験・検証の場として、同店でトライ＆エラーを行い今後の出店戦略に繋げていく狙いがある。

Foods Park 業態は2022年11月に改装オープンした大田原店が第1号店で、「より良いものをより安くより新鮮でより楽しく」

をテーマに“食のテーマパーク”を目指す新フォーマット。津田沼店で9店舗となるが、改装や新店での取り組みをよりブラッシュアップさせ、充実した買い物体験のできる空間づくりを実施。同社としては今後もSMの出店はフーズパークでの出店を基本路線としている。

これまでのフーズパークでも簡便性の高い惣菜や即食系、ショー

トタイムショッピングMDを強化していたが、津田沼店では単身世帯、若い世帯が多いことから、より簡便や即食、個食ニーズへの対応を強化。カットサラダやカットフルーツ、惣菜、冷凍商品、若者に人気の韓国系の商品など豊富に取りそろえる。またフーズパークのコンセプトの一つである名物商品を育成する取り組み

も強化しており、既存店で人気の商品から、新たな商品まで各カテゴリーに名物商品を差し込んだMDで展開する。

売場を見るとエスカレーターから降りた入口で青果売場がお客様を出迎える。店内で食材ゾーンと即食ゾーンを分けたコンパクトで買い回りしやすいレイアウトに設計しており、床面にはレイアウト図を掲示し、売場のわかりやすさにも気を配る。

その青果売場では簡便商材、普段使い、コンパクト化をコンセプトにした売場を構築し、レタスやキャベツ、大根などの大型野菜はカット売りを中心にし、玉葱、じゃがいもなど根菜類はバラ売りの構成比をアップ。果物でパインやバナナなどを量り売りでも販売している。

さらに旬の果物を使用した「フルーツたっぷりパフェ」「フルーツ大福」を新たに導入しデザートを強化。

壁面で展開する鮮魚は直営ではなく「吉川水産」がテナントとして出店。地域のニーズに応えながら鮮魚専門店ならではの品揃えで、単身者に向けたプチ贅沢な中食の刺身や簡便商品、寿司、丼などをバラエティ豊



牛肉を強化。黒標牛を定番展開し、オリジナルブランド牛の「とろ牛」も豊富な品揃えで展開



レンジアップなど簡便商品を「MeToデリカ」としてコーナー化



ローストビーフを使用したサラダやおつまみ商材をコーナーで展開する



かな品揃えを実現。冷凍商品も平台で大きく展開している。

精肉では牛肉を強化。銘柄和牛の黒樺牛を定番商品として品揃えし、

さらに「プロの目利きが厳選した肉質4等級以上の牛を一頭買いした」オリジナルブランド牛「とろ牛」を赤身から霜降り肉までコーナー展開。精肉素材を使用した簡便商品は「Me To (ミート) デリカ」としてコーナー化。 Grillチキンの入ったポテトサラダやローストビーフのサラダ、レンジアップの生姜鍋、鶏せせり&ヤゲン軟骨のレモンペッパーといったおつまみ商品など幅広い品揃えで展開する。味付け肉ではベイシア名物のガーリックペッパーポークステーキや牛プルコギを平台で大きく展開し売り込む。人気商品の「上州名物もつ煮」などPB「ベイシアプレミアム」の商品も各所に差し込んでいる。

商圏特性などもありニーズの高いと見られる惣菜売場は、同社の大型のスーパーセンターフォーマット並



エスカレーターから地下に降りると青果売場が迎えるレイアウト。 青果はバラ販売やカット売りを中心に展開する



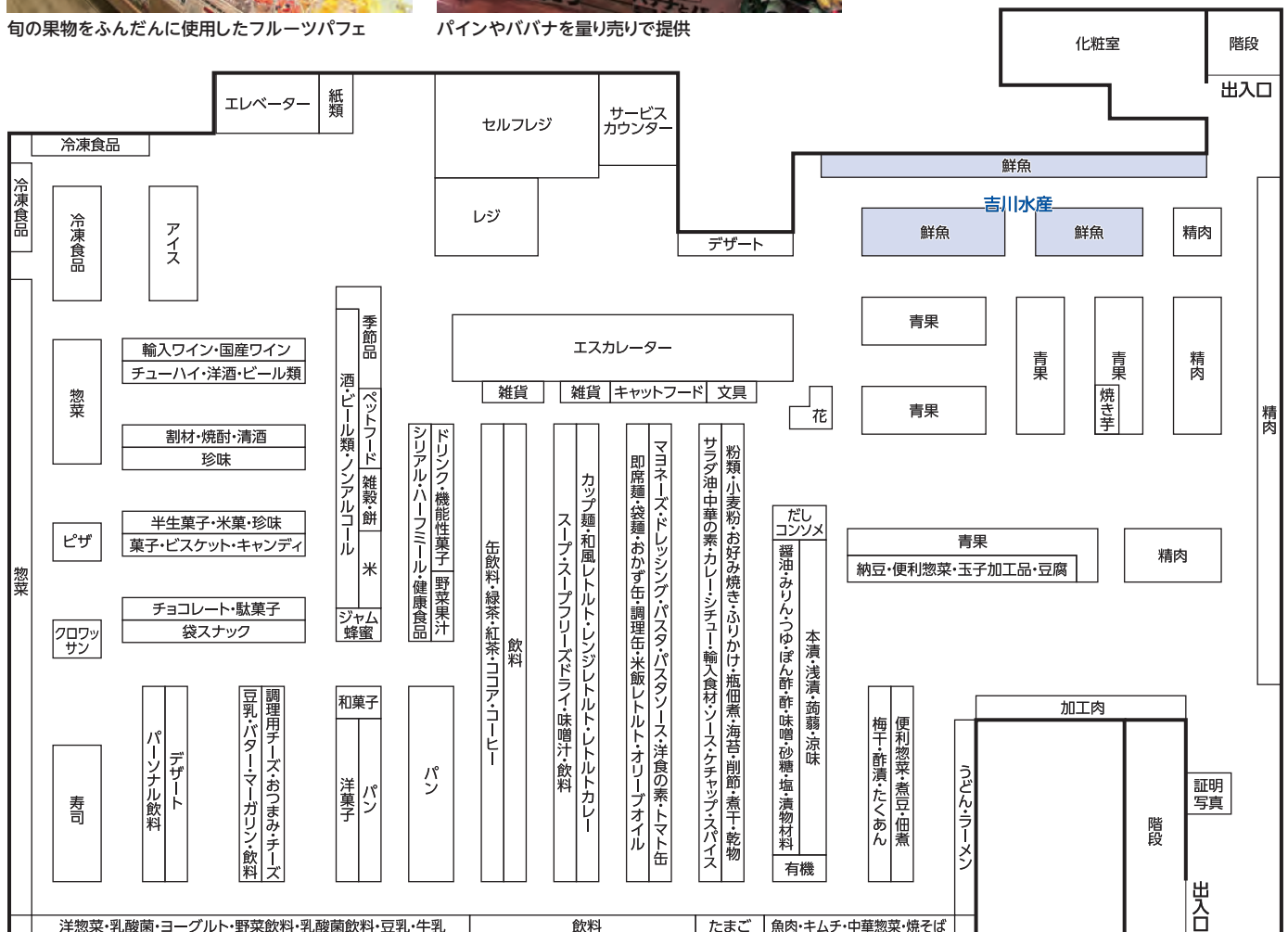
オーガニックコーナーを初展開



旬の果物をふんだんに使用したフルーツパフェ



パインやバナナを量り売りで提供







鮮魚は直営ではなくテナントの吉川水産

みの売場面積を確保し展開。夕方以降の需要にも対応できるオペレーションで、既存店と変わらない品揃えを実現している。

揚げ物ではバラフライ売場を充実させ、20SKUほどで展開する「フライバイキング」、同社名物の一つでもあるセルフでカレー、ご飯盛り放題の「カレーバイキング」を導入する。オリジナルの中華ブランド「金味楼」を同社最大規模で導入し、アウトバック供給ながら本格的な中華惣菜を販売。サラダでは個食タイプの生野菜サラダなどの品揃えを充実させる。

既存店で人気のフルーツがたっぷり入った手作りクレープではクレープ生地自動焼成機を初導入し、省人化・効率化を図っている。ベーカリーでは本場フランスから生地を仕入れて店内で焼き上げる「クロワッサン」の品揃えを強化。新商品のチョコクロワッサンも販売する。

加工食品などは既存の大型店に比べて比率を大幅に縮小させ、アイテムを絞り込んで展開。インスタントラーメンやカレーレトルトなどレトルト・簡便商品を集合展開。都市型店舗としてイタリアン食材を強化しており、パスタ・ドレッシングなどのフェイス数を拡大。さらにオーガニックコーナーを新たに導入している。

酒や飲料などはケース展開を最小限に抑え、バラ販売に注力。ワイン

専門店の「ヴィノスやまざき」を初めて導入しワインの品揃えを充実。

冷凍売場はワンプレート商品やレンジアップ調理できる商品を強化し、パスタやPB ベシアプレミアム「ピッツァマルゲリータ」などを展開。韓国商品や専門店の味といったこだわり

系の商品も豊富に取りそろえる。

ネットスーパーは11月11日より開始。レジはセミセルフレジ2台と12台のフルセルフレジを導入。既存店では大型カートが中心だが、小型店のため軽量で小型のカートを新たに導入している。同社では11月22日にも群馬県高崎市にベシア Foods Park 高崎倉賀野店のオープンを予定している。



冷凍コーナーはピザやパスタなどを強化。大きく展開するベシアプレミアムの「ピッツァマルゲリータ」



酒はワインの品揃えを拡充。ワイン専門店「ヴィノスやまざき」を導入

#### ■ DATA ベシア Foods Park 津田沼ビート店

所在地	千葉県船橋市前原西 2-19-1 津田沼ビート 地下1階
電話番号	047-471-3111
開店日	2023年10月25日(水)
売場面積	1,591㎡
駐車場	64台(共有)
店長	清見 望 氏
従業員数	76.1名(社員11名、パート・アルバイト65.1名)
営業時間	10:00～22:00
店舗特性	駅前商業ビルへ初の都市型店舗
商圏特性	千葉県有数のターミナル駅エリア
交通	JR 津田沼駅から徒歩2分

#### 商圏特性 (2020年現在)

##### 1次(半径1km圏) 25,326世帯 49,949人

人口構成比	人員別世帯比率
年少人口 13.9%	1人世帯 48.7%
労働力人口 71.2%	2人世帯 22.7%
高齢人口 14.9%	3人世帯 15.0%
夜間人口比率 54.2%	4人世帯 11.4%
昼間人口比率 45.8%	5人以上世帯 2.2%
年齢別構成比	平均世帯人員 1.97人
0～19歳 17.8%	持ち家比率 44.2%
20～29歳 15.3%	1戸建て比率 18.5%
30～49歳 34.7%	共同住宅比率 81.1%
50～69歳 20.8%	
70歳以上 11.4%	

##### 2次(半径2km圏) 76,841世帯 164,042人

##### 3次(半径3km圏) 142,262世帯 307,035人

特性 若いファミリーが増加傾向

技研商事インターナショナル株式会社「MarketAnalyzer™」で作成







イオンスタイル品川シーサイド内にオープンした@FROZEN

## 都内初出店の 5 号店。 過去最大の 2,200 品目を品揃え

### イオンスタイル品川シーサイド @FROZEN

東京都品川区

売場面積	駐車場	業態	階層	立地	種別
110 坪	970 台(共用)	専門店	1 層	駅前	新設

イオンスタイル品川シーサイド地下 1 階にオープン  
ご当地商品を強化。日本最大級の冷凍食品専門店誕生  
専門店の味やこだわり商品がずらり。PB で日常使いの商品も充実

イオンリテールは 11 月 16 日(木)、イオンスタイル品川シーサイド内に東京都内初出店となる、冷凍食品専門店「@FROZEN (以下:@フローズン)」をオープンした。@フローズンは昨年 8 月に「冷凍食品を通して日本の食シーンを変革し“新たな食スタイル”を創造していく」ことをコンセプトにイオンスタイル新浦安 MONA 内に 1 号店をオープン。今

年度に入ってから首都圏を中心に@フローズンの出店を加速させており、5 店舗の出店を計画。7 月にイオンスタイル横浜瀬谷、8 月にイオンスタイルレイクタウン、11 月にイオン与野とイオンスタイル品川シーサイド、来年 2 月にイオンスタイル新百合ヶ丘へ出店予定。今回のイオンスタイル品川シーサイドへの出店で合計 5 店舗目となった。

品川シーサイドの@フローズンは隣接する通常店舗の冷凍食品 800 品目と合わせて過去最多の約 2,200 品目を取り扱い、イオンリテールの店舗に限らず日本最大級クラスの冷凍食品専門店となる。

売場はイオンスタイル品川シーサイド地下 1 階の食品売場の一角、フードコートとイオンリカーに挟まれた場所に位置。売場面積は 363.66㎡で売場レイアウトは長方形のような形でリーチイン、平冷ケースを中心に展開する。

商品はこれまでの店舗同様にトップバリュやフランス発冷凍食品専門店の「ピカール」、イオンベーカリー「カンテボーレ」などイオングループ独自の商品を品揃えし、各カテゴリーに専門店の味や、ご当地のこだわり商品など新たな商品を差し込んでいる。

売場構成は「HEAT」(専門店の本格メニュー・温めてから食べられる)、「EAT」(銘店スイーツ・解凍して





日本全国ご当地スイーツ「旅する@フローズン」コーナー。全国各地のご当地スイーツが一堂に会する



和歌山のご当地ソフトクリーム「王林園 グリーンソフト」は新規導入



行列のできるラーメン専門店の味を集めた冷凍ラーメンコーナー



東京の名店「せたが屋」、「ひるがおラーメン」など人気ラーメン店の商品が勢ぞろい

そのまま食べられる)、「COOK」(便利な冷凍食材・調理の下ごしらえがされている)の3つに分類し、朝食、ランチ、ディナー、おつまみ、スイーツの5つの食シーンを提案する売場作りを基本とする。冷ケースや値

する@フローズン」コーナー」と称してリーチインケース一面でご当地スイーツを展開。関東、東北、北海道、関西など各地方ごとに冷ケースを分け、日本各地の自慢のスイーツが265品目並ぶ。和歌山の王林園の



売場面積は364㎡。通路も広く商品が買い回りしやすい長方形のレイアウト



フランス発の冷凍食品「ピカル」。オープン当日は試食販売を実施

札では分類ごとにマークを貼ることで、一目でどの商品が分かりやすいように工夫している。

売場を見ていくと、特に目立つのがご当地商品の数々。売場中央では「日本全国ご当地スイーツ「旅

「グリーンソフト」や鳥取・大山乳業の「白バラ牛乳ソフト」、岩手・芽吹き屋「黒豆塩大福」など新商品は36アイテム取り扱う。

冷凍ラーメン売場では専門店の味を集めた「ご当地ラーメン」を10品目で展開。東京・ラーメンせたが屋、青森・ひらこ屋、長野・気むずかし屋、千葉・ラーメンかいざんなど、全国各地で行列のできる人気店で製造した商品を取り扱い、新規導入は8品目。

中華まんにおいてもご当地商品を強化しており17品目、新規導入7品目で展開。全国各地の有名店である「大阪 蓬萊本館」「横浜中華街 聘珍





ご褒美フルコース  
コーナー。箱の色  
で前菜、メイン料  
理、デザートなど  
を分かりやすくし  
ている

帝国ホテル、ロイヤルデリ、ルフフフなどこだわりの冷凍食品が並ぶ



の人気商品「なみはや寿司」、韓国系ではチーズタッカルビや餃子などをコーナーで展開する。

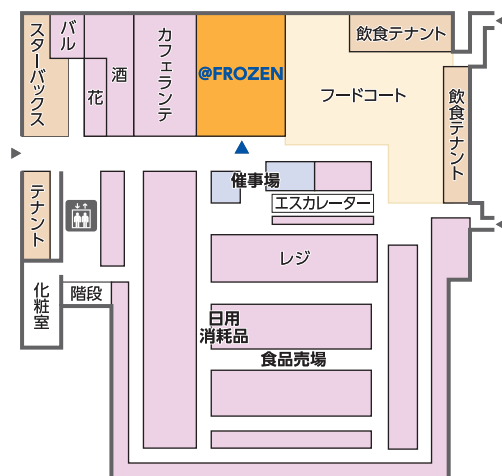
オープン当日に試食販売を行っていたオーストラリアで大人気のミートパイ「FourN ‘Twenty ビーフチーズパイ」は本州で買えるのはイオンだけとなっている。

“ワンランク上の本格レストランの味をおうちで”をコンセプトとするご褒美フルコースコーナーでは前菜、スープ、パスタ料理、メイン料理、デザート

を集めて、箱の色でカテゴリーが分  
かりやすく展開する。

一方で日常使いのできる冷凍野菜や冷凍肉、冷凍果物などはトップバリュ、トップバリュグリーンアイなどPB商品を中心に扱う。

イオンスタイル品川シーサイド B1F フロア



@FROZEN レイアウト

樓」「名古屋矢場とん」などから、オープン期間ではブラックフライデーと合わせて限定の「神楽坂 五〇番総本店」の鹿児島産黒豚を使用し、皮を竹炭で真っ黒に仕上げた限定商品なども展開。

他にも各カテゴリーに有名レストランや専門店の商品を豊富に取り扱っており、餃子では「悟空 特製肉餃子」や帝国ホテルのハッシュドビーフやカレー、クリームシチュー、森山ナポリのパエリアなど一度は食べてみたくなる商品がところせましと並んでいる。

ピザでは名古屋の名店「世界の山ちゃん」とイタリアンレストラン・「ピッツェリアマリノ」がコラボし、マリノ定番人気のマルゲリータと白雪はちみつに世界の山ちゃんの「幻のコショウ」と蒸し鶏をトッピングしたイオンリテール限定商品を販売。

レストラン品質のロック・フィール  
ドの「ルフフ」の商品や湯葉と  
豆腐の店「梅の花」グループ古市庵

	ハンバーグ	餃子	雑貨	中華	韓国系	
外食系	ペット	お好み焼き		ラーメン専門店		冷凍野菜
		和スイーツ	スナック	ラーメン・冷凍米飯	うどんそば	
洋風スイーツ 製菓材料		スナック	お好み焼き	フランク・ピザ	パスタ	冷凍精肉
		肉まん		オムライス パスタ		
レジ		アイス	スイーツ			冷凍精肉
		パイヤー厳選				
ドライアイス		すかいらく商品など	洋食	ピザ		ピカール
			(なみはや寿司 梅の花)			
		パイヤー厳選				





吉野家、すかいらーくなど外食チェーンの商品を豊富に展開



梅の花グループ古市庵の人気商品「梅の花 なみはや寿司」



クリスマスシーズンにピッタリの森山ナポリのパエリア



神楽坂の肉まん・点心中間店「神楽坂 五〇番」の冷凍肉まん。上部にデジタルサイネージで魅力を発信



イオン限定の「ピッツェリアマリノ」と名古屋の名店「世界の山ちゃん」がコラボしたピザ



解凍方法や調理方法など一目でわかるマークで確認できる



オーストラリアで人気の「FourN Twenty」ビーフチーズパイ

売場には大型のデジタルサイネージを設置し、おすすめ商品の紹介やイメージ映像を流すことで華やかな食シーンを想起、レストラン品質の商品を食べてみたいと思わせる仕掛けが各所にされている。

レジはセルフレジが3台設置。宅配サービス、ネットスーパー、保冷サービスなど利用可能。

イオンリテールでは今後も簡便・時短という価値に加えて、“食の豊かさとおしさ”を提案するために冷凍食品専門店事業を本格的に拡大していくとしている。

## ■ DATA イオンスタイル品川シーサイド @FROZEN

所在地	東京都品川区東品川 4-12-5 地下1階
電話番号	03-5715-8300(イオンスタイル品川シーサイド)
開店日	2023年11月16日(木)
売場面積	364㎡
駐車場	970台(共有)
営業時間	9:00～21:00
店舗特性	日本最大級の冷蔵専門店
商圏特性	オフィスビルやタワーマンションが林立
交通	東京臨海高速鉄道 品川シーサイド駅から徒歩4分

### 商圏特性 (2020年現在)

<b>1次(徒歩5分圏) 1,471世帯 3,164人</b>			
人口構成比		人員別世帯比率	
年少人口	16.5%	1人世帯	38.2%
労働力人口	68.2%	2人世帯	27.6%
高齢人口	15.2%	3人世帯	19.1%
夜間人口比率	28.8%	4人世帯	12.9%
昼間人口比率	71.2%	5人以上世帯	2.1%
年齢別構成比		平均世帯人員	2.15人
0～19歳	20.5%	持ち家比率	57.1%
20～29歳	8.5%	1戸建て比率	0.3%
30～49歳	38.3%	共同住宅比率	99.7%
50～69歳	20.8%		
70歳以上	11.9%		

**2次(自転車5分圏) 23,522世帯 44,771人**

**3次(車10分圏) 118,348世帯 218,154人**

特性 オフィスビル、高層マンションが立ち並ぶ

技研商事インターナショナル株式会社「MarketAnalyzer™」で作成







生肉を床尺 60 尺とり多段冷ケースで品揃え豊富に展開する精肉売場。牛肉はインスタ加工で差別化

## 1フロア 300 坪のオーソドックスな都市型スーパーマーケット

### ヨークフーズ 保谷店

東京都西東京市

売場面積	駐車場	業態	階層	立地	種別
294 坪	45 台	SM	1 層	住宅地	新設

ヨークと経営統合したイトーヨーカ堂、統合後初の新店を開店  
ファミリー層をターゲットに生鮮を強化、精肉、鮮魚が想定上回る  
青果のやっちゃんばを売場中間に移動して成果上がる

9月1日付けでヨークと経営統合したイトーヨーカ堂は9月20日(水)、統合後初の新店として東京都西東京市に「ヨークフーズ保谷店」をオープンした。

西武池袋線保谷駅から徒歩7分ほどのかえで通り沿い。清水建設社員寮跡地に出店したもので、周辺は住宅地。

保谷市は練馬区の隣にあって、23区に比べ不動産価格が比較的低いた

め、住みやすい街といわれ、そうした調査では4位に入っているという。

竹内和彦保谷店ストアマネジャーは「商圈調査では23区に隣接している割には世帯人員が2.3人と多く、子育てファミリーが多い。内食、素材を利用する傾向が強いことから、ファミリー層をターゲットにオーソドックスな売場で生鮮を強化する」と店づくりを説明している。

ヨーク時代に開発した店舗で1フ



新発売のトマト&チーズ味の若鶏モモ味付け

ロア・売場面積 294 坪。左右に主通路を取り、壁面を多段の冷ケースで展開、グロサリーのフロアは gondola 間を狭め、高くして、品揃えを確保するレイアウト。対面コーナーはなく、セルフ販売中心の、シンプルで「オーソドックス」な売場だ。

ただ、「魚よりは肉を強く、和風よりは洋風。菓子は駄菓子、玩具菓子を特に強化」(店長)とメリハリを付ける。生肉は床尺で 60 尺とり、多段で SKU 豊富に展開。牛肉はインスタ加工できめ細かく対応し差別化、豚肉、鶏肉は品揃え商品としてセンター供給で揃える。同社では PC をピースデリに統合していて、PC 品はピースデリに発注して、商品は杉戸セン





台の下をストックスペースにして品出しをし易くした専用台で展開するやっチャば。青果売場の中間に置いて顧客の誘引を図る

若手の生産者が集まった農産物直売場。生産者と青果担当がLINEで売場情報を共有



PCの流山キッチンで製造し供給された「海鮮しゃぶしゃぶ用」



冷凍魚はリーチンと平ケースを組み合わせさせたデュアルケース。下段で真空パックの銀鮭などを大陳



切身を大々的に展開する鮮魚売場(床尺24尺)

ター、流山キッチンから供給される。肉のバックヤードは同規模店に比べれば広く取って牛肉を加工している。

青果売場で市場からスポット品を仕入れて展開する「やっチャば」は以前とは大きく展開場所を変えている。以前は青果売場の前にあったが、この店では青果売場の中間あたりに設置している。同社では改装などこうした売り方に変えて来ているという。その狙いは「売場前面は果物などが正面に来るようにしてしっか

り季節感を出しながら売るため」で、結果として「以前はやっチャばだけで終わって中に引き込むという点では課題があった。果物は元々中に入っていたこともあるが、果物が前面に出て構成比が上がり、最も効果が出ている。青果売場への誘導もうまくいっている」と原和彦 YO 販売事業部首都圏中部ゾーンゾーンマネジャーは話している。

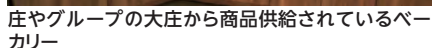
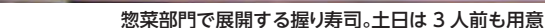
やっチャばの什器も特製している。以前はコンテナを積み重ねて台にし

ていたが、専用台の下に在庫が置けるようにして、品出しも下から台の上に上げるだけと作業が軽減され、バックルームに下がって商品を運ぶ手間が省けている。こうした専用台を各店に拡大している。

魚売場ではリーチンプラス平ケースのデュアルケースを導入。「量売る商品を下段で大量陳列できるので売りやすい売るのが明確になる」(店長)。店内に備えた真空パック機で、銀鮭や干物を真空パック化し下段で販売。堅調に動いているという。

デリカでは揚げもの、すしは店内、

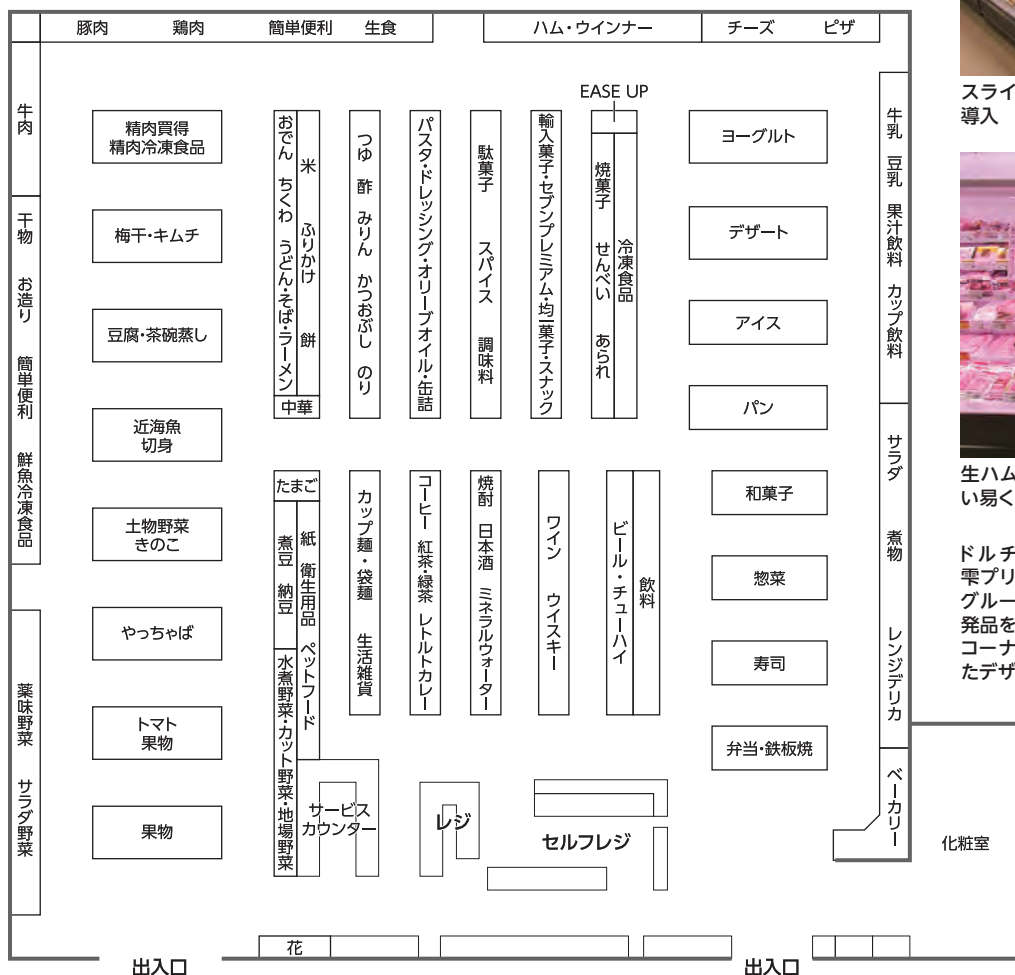
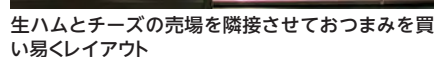
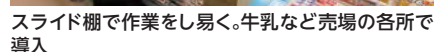
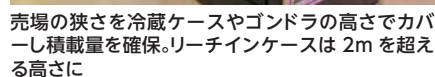




全体的に売場が狭いため、壁面を多段にして扱い品目を増やせるように工夫、総尺数が増え、積載量が増

グロサリーは菓子で駄菓子を強化、開店後も動きが良いことから6尺ゴンドラ棚を増やしている。周辺に中学校、小学校2校があり子ども

IY との統合前からヨークの MD  
 の見直しが進められていて、魚惣菜  
 は「効率面と鮮魚にかかる負担を減  
 らすため」(原ゾーンマネジャー) 物





業部門に移管している。また、店内製造していたフルーツデザートはアウト商品に切り替えている。

「開店後2か月、18億円の目標はクリアする水準で推移している。週末にまとめて買われている傾向がある中でコンパクトにした鮮魚とインスタ加工の肉が想定を上回り良い」といい、売上構成比で精肉17%、青果15%、惣菜13%、鮮魚9%と生鮮4品で54%と過半を占める。

今後については、「首都圏店舗は面積が取れないが、ここは300坪で、平面できちとした形で

取れているので、生鮮を強化したオーソドックスなレイアウトで出店し

た。今後の300坪のモデル店としていく」(原マネジャー)と話している。



酒は洋酒に注力。ウイスキー、ワインの売場を広げている



駄菓子売場は開店後、6尺分 gondola 棚を広げた



スパゲッティはNBの売れ筋、輸入品、PBとポジショニングを明確にして品揃え。グロサリーは同様のコンセプトで棚割



価格訴求PB「セブンザプライス」の生ラーメン、日配の主要商品で販売



子どもが多い商圏に合わせ幼児向けフルーツゼリーなどをゴールデンラインに

スイーツ系の豆腐が並ぶ売場。女性マネジャーが担当。斬新な売り場に

## DATA ヨークフーズ 保谷店

店舗名	ヨークフーズ保谷店
所在地	東京都西東京市東町 1-11-28
電話番号	042-438-9630
開店日	2023年9月(金)
建物構造	地上1階建て
建築面積	1,594㎡
バックヤード	203㎡
売場面積	973㎡
駐車場	45台
駐輪場	100台
店長	竹内 和彦 氏
従業員数	100名(社員14名、パート・アルバイト86名)
営業時間	9:30 ~ 21:45
レジ台数	フルセルフ9台、セミセルフ2台
年商目標	18億円
商圏	半径1km圏 1万7,000世帯 約4万人
世帯人員	2.3人
店舗特性	単独 SM
商圏特性	住宅地
交通	西武池袋線 保谷駅から徒歩7分

### 商圏特性 (2020年現在)

1次(半径500m圏) 5,160世帯 10,782人			
人口構成比		人員別世帯比率	
年少人口	13.1%	1人世帯	44.6%
労働力人口	66.4%	2人世帯	24.5%
高齢人口	20.5%	3人世帯	16.0%
夜間人口比率	37.3%	4人世帯	11.7%
昼間人口比率	62.7%	5人以上世帯	3.1%
年齢別構成比		平均世帯人員	2.09人
0歳~19歳	17.4%	持ち家比率	51.5%
20歳~29歳	13.2%	1戸建て比率	37.5%
30歳~49歳	30.2%	共同住宅比率	60.9%
50歳~69歳	23.2%		
70歳以上	16.0%		

2次(半径1km圏) 18,495世帯 40,397人  
3次(半径2km圏) 78,818世帯 168,926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



生活道路沿いに開店したヨークフーズ保谷店







JR 新小岩駅直結の「シャポー新小岩」2 階にオープンしたクイーンズ伊勢丹新小岩店

## “ここでしか買えない” 商品がズラリ。再開発進む新小岩にオープン

### クイーンズ伊勢丹 新小岩店

東京都葛飾区

売場面積	駐車場	業態	階層	立地	種別
249 坪	52 台(共有)	SM	1 層	駅直結	新設

**PB、こだわり商品などここでしか買えない商品を取りそろえる**  
**精肉、鮮魚、惣菜など部門間の連動強化。夕方以降は即食系を重視**  
**ギフト商品が好調。他の SM との差別化に大きな武器**

三越伊勢丹グループ会社のエムアイフーズスタイルは10月1日（日）、東京都葛飾区・JR 総武線新小岩駅南口直結の「シャポー新小岩」2 階に「クイーンズ伊勢丹新小岩店」をオープンした。「シャポー新小岩」は同日オープンの地上 6 階建ての JR 新小岩南口ビル 1～2 階のショッピングセンターで、2 階部分にクイーンズ伊勢丹が入った。

現在新小岩駅の南口周辺は大規模

な再開発計画が進んでおり、今後多くの商業施設、マンションなどが建設予定で、2029 年竣工予定の 39 階建て、高さ 160m の大型複合施設の開発も進められている。もともと新小岩駅は乗降客数が多いが、同社では今後更なる魅力ある街へと変貌を遂げる新小岩へ白羽の矢を立てこの度出店した。

また同じシャポー新小岩 1 階に成城石井もオープン。他の競合店は駅



フルーツはギフト需要も兼ねた高質商品がズラリと並び

南口側の西友と北口のサミットが最も至近で、他にもピカソや業務スーパーなども営業する。

新小岩店ではこれらの SM との差別化としてギフト需要に対応する商品の強化を打ち出しており、フルーツや菓子、酒など贈り物として需要の高い商品を豊富に取り扱う。もともと高質系の商品は得意分野であるが、他の同社店舗に比べてもギフト系の商品の構成比が高くなっているという。

売場面積は 248 坪。MD 面では地域の物産フェアや新商品フェアなど、イベント・フェアを月の約半分ほど





ブランド肉を中心に扱う精肉売場



オリジナルブランドの「あまみ和ぶた」を定番で販売



精肉部門の素材を使用した惣菜。夕方以降は特に注力する

で開催。店全体でテーマに沿った売場を形成し、例えば香川県フェアであれば精肉でオリーブ牛、オリーブ豚を販売し、その素材を使った牛めしを惣菜で販売するなど各部門を連動させる取り組みを行う。フェアでは販促物も重要視し、商品へのシール、POP などでお客に一目で商品の特徴が伝わるようにぎわいのある雰囲気を出している。

さらに近年差別化としても注力している「ISETAN MITSUKOSHI THEFOOD」などのオリジナル商品

を生鮮、惣菜、グロスリーワン問わず各所に散りばめる。商品パッケージやPOP、値札などで一目でPB とわかるように売場に配置してあり、売場を回ると意識せずとも商品のバリエーションの豊かさ、商品の魅力が伝わってくる売場作りになっている。

各売場を見ていくと駅前ということもあり午前中は素材への需要が高いが、夕方以降は通勤帰りなどのお客が中心となり即食系に一気に需要がシフト。青果ではフルーツの品揃えを強化しフルーツ詰め合わせやギフト需要にも対応する高質商品が並ぶ。野菜では新小岩店独自として「自家製の漬物」を導入。前日の夕方以降に作業場で漬けて翌日販売するもので、竹内店長は「果物には強みがあるが、野菜にも何か強みを出したい。ここでしか買えない商品を作りたいと導入した」と説明。価格だけではなく来店動機に繋げる取り組みを重視している。

精肉ではブランド肉を中心に販売。豚肉ではサイボクゴールデンポーク、PB のあまみ和ぶたなどを定番で展開し、さらにフェア対応商品を組み合わせる売場を作る。夕方からは精肉素材を使用した惣菜を特設平台などで精肉売場にて販売。駅前立地で夕方以降の需要が高い

惣菜での提供、ロス対策など惣菜化には多くの利点があるが、何よりブランド肉などの素材の味を知ってもらい、素材の購買にもつなげる狙いがある。そのため新小岩店では通常店舗よりも惣菜のバックヤードを広めに設計、フライヤーを3台から5台に増加している。また商品を精肉売場で陳列する事でより素材の良さが伝わるように工夫している。

鮮魚では旬の魚を使った刺身や切り身、丸魚を取りそろえ、精肉同様に夕方以降は惣菜化の比重を上げて展開。

惣菜売場ではフェアとの紐づけを重視し、インストア商品とPC 供給の商品で展開。比率はインストア9割、PC1割ほどだが、PC 商品も国産原料など素材にこだわり高品質の商品をしっかりと取りそろえる。また販促物に注意を凝らし、フェアなどに合わせてPOP、パッケージで商品の魅力を伝える売場作り。生鮮素材を使用した牛めしや焼魚なども定番で販売する。



鮮魚売場は珍味、おつまみ商品を充実。刺身は小〜中容量パックが中心



ぶり・甘海老・かたい昆布メが入った「冬旬刺身盛合せ」



冷食売場は店全体の面積に対して大きく売場を確保し、全てリーチイ

ンケースで展開。需要が高まる冷食市場だが、同社でも大きく伸びてき

ており、新小岩店でも注力カテゴリとして取り組む。こだわり商品を中心に品揃えし、PBの冷凍スープはリーチインケースをほぼ1本使って品揃えするなど“ここでしか買えない”商品を豊富に取りそろえる。

ギフト需要の高い酒売場では日本酒の品揃えを充実。高価格帯の商品だけでなく、日常使いできる商品など松・竹・梅をしっかりと揃え、多様な生活シーンに対応。菓子では1,000～2,000円のギフト向けの商品から試してみたくなるような珍しい商品、PBと豊富な品揃えで展開している。

レジはセミセルフレジを4台（精算機6台）を設置。オペレーション面で初の取り組みとしてレジ担当のサービス部門と食品部門を食品・サ



店内中央にレイアウトする惣菜売場。原料にこだわった商品が多い



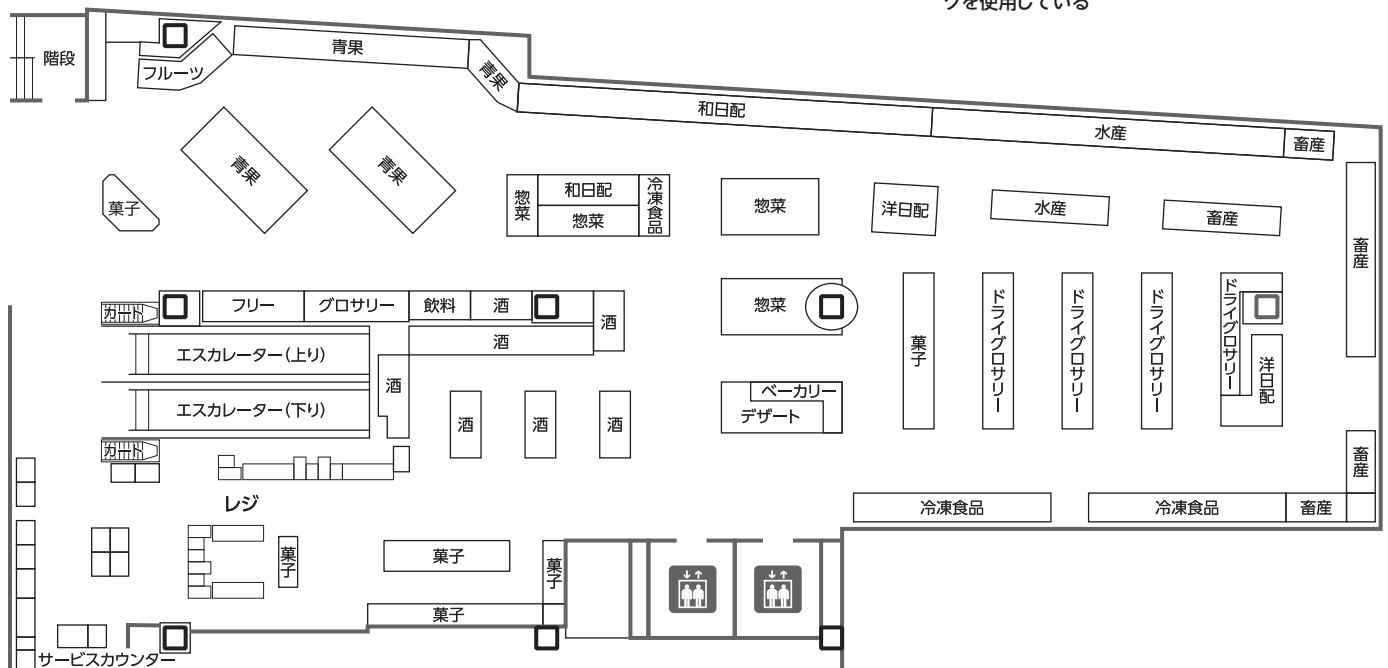
旬の魚をふんだんに盛り込んだ握り寿司



「広島県産かき飯重」。旬の食材を使用していることを示す“旬小岩”のシールを貼ってアピール



お弁当・惣菜大賞 2023 で最優秀賞を獲得した「ジュレ仕立ての洋風お肉ちらし」。精肉部のローストポークを使用している







リーチインケースで大きく売場を確保した冷食売場。曇らない冷ケースなので扉を開けなくても商品が良く見える



ギフト需要、普段使いなど幅広い価格帯の商品を揃えた日本酒売場

ービス部門として統合。マルチジョブにする新たな取り組みとして実験的に導入しているが、効果は大きく今後の新店でも導入していく予定だとしている。

オープン2か月の部門売上構成比は青果 14.8%、精肉 11%、鮮魚 10%、

惣菜 21%、その他食品 43.2%となり、惣菜の売上構成比がかなり高い。年商目標は13.6億円となっている。クイーンズ伊勢丹の店舗は同店で18店舗となり、来年3月に中野マルイに新店をオープンする予定だ。



こだわりのインスタント麺「だし麺」シリーズを7SKUで展開

#### ■ DATA クイーンズ伊勢丹 新小岩店



天井まで積み上げて集合陳列するPB「ISETAN MITSUKOSHI THE FOOD」



クイーンズ伊勢丹の中でもギフト系商品の構成比が高い

所在地 東京都葛飾区新小岩一丁目45番1号 シャポー新小岩2階  
 電話番号 03-4330-7888  
 開店日 2023年10月1日(日)  
 売場面積 820㎡  
 駐車場 52台(共有)  
 店長 竹内 亮平 氏  
 従業員数 70名(社員8名、パート・アルバイト62名)  
 営業時間 9:00～22:00(土日祝 10:00～21:00)  
 店舗特性 駅直結商業ビルへの出店  
 商圈特性 再開発進む葛飾区有数の人気エリア  
 交通 JR 総武線 新小岩駅直結

#### 商圈特性 (2020年現在)

1次(徒歩5分圏) 1,363世帯 2,370人			
人口構成比		人員別世帯比率	
年少人口	9.5%	1人世帯	57.5%
労働力人口	68.5%	2人世帯	22.6%
高齢人口	22.0%	3人世帯	11.1%
夜間人口比率	40.9%	4人世帯	6.7%
昼間人口比率	59.1%	5人以上世帯	2.0%
年齢別構成比		平均世帯人員	
0～19歳	12.6%	持ち家比率	39.2%
20～29歳	14.0%	1戸建て比率	21.8%
30～49歳	33.0%	共同住宅比率	76.5%
50～69歳	23.7%		
70歳以上	16.7%		

2次(自転車5分圏) 23,722世帯 45,070人

3次(車10分圏) 113,277世帯 238,502人

特性 駅直結、単身世帯が多い

技研商事インターナショナル株式会社「MarketAnalyzer™」で作成







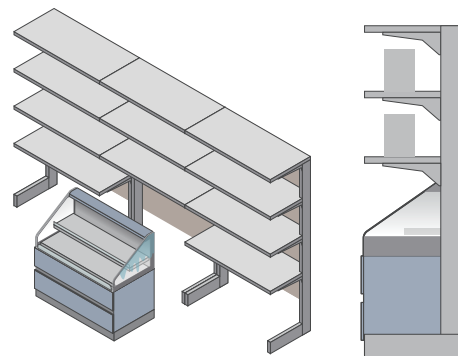
## GOOD DESIGN AWARD 2023

冷蔵食品販売の新たな可能性  
インバータ冷凍機内蔵型 冷蔵ショーケース MEG シリーズ

### あらゆるタイプの店舗にマッチ 食品とのクロスマーチャライジングに

スーパーマーケットやドラッグストアの Gondola 什器内への設置が可能なコンパクトなサイズの冷蔵ショーケースです。機器のサイズを店舗の Gondola 什器に合わせることでさまざまな場所に設置が可能になりました。

酒類コーナーではおつまみの組み合わせや、要冷蔵と常温保存の酒類を同じコーナーに陳列できます。さらに新たな活用方法として、アウトドアショップではキャンプに使う食材、雑貨ストアでは日用品と組み合わせた販売、書店では地域の特集と特産品の組み合わせや読書のお供になるお菓子やドリンクなど、これまで要冷商品を扱っていなかった店舗にも可能性が広がります。



■ 高さ1,500mmと高さ850mmの2タイプ

■ 様々な売り場の条件を考慮した吸排気/冷熱技術

■ 地球温暖化係数が低い冷媒「R448A」を採用







**GOOD EARTH**  
環境のために、今できること

▶ 環境にやさしい  
省エネ・省人化につながるショーケースを多数提案

- ◎ ガラス扉のラインナップ比較
- ◎ ストックスペース付ショーケース
- ◎ 1台で冷蔵・冷凍商品の陳列が可能な2温度帯ショーケース  
更に脱フロンやZEBに繋がる提案も展示いたします。



SMTS2023の様子

▶ ノンフロン製品デビュー

- ◎ ノンフロン冷媒R1234yf採用 業務用冷蔵庫
- ◎ CO2冷媒を採用 ショーケース  
フクシマガリレイではグリーン冷媒  
への転換を通じ、地球温暖化防止に  
貢献します。



▶ グッドデザイン賞受賞  
コンパクトインショーケース  
 Gondola一体提案

GOOD DESIGN AWARD  
2023年度受賞



▶ コロナ禍にて需要拡大中  
ブラスト・アルコール凍結実演

ブラストチラーを活用した計画生産・惣菜提案や  
アルコール凍結機を活用した鮮魚の凍結提案を  
予定しています。



**SMTS2024**  
SUPERMARKET TRADE SHOW  
スーパーマーケット・トレードショー

【会期】2024年2月14日(水)～16日(金)

10:00～17:00(最終日16:00迄)

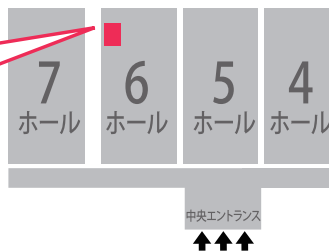
【会場】幕張メッセ 全館

【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



※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。  
(登録に際しては、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>

