Store Japan Digest

No.62
2021年5月号
週刊ストアジャパン ダイジェスト版 http://www.sji.jp

首都圏初、ナチュラルSMの“ビオラル”が吉祥寺にオープン
ビオラル 丸井吉祥寺店 ―― 01

ライフ跡地に450坪のオーソドックスな店舗。早くも繁盛店に全開
マルハチ 新大阪店 ―― 05

広い売場「コロナ禍」で見直された24時間営業のメリットをフルに発揮
ハローズ 姫路飾磨店 ―― 09

2層タイプの都市型小型店。総菜は通常規模の品ぞろえと売場を実現
サミットストア 西荻窪駅南店 ―― 12

丸井吉祥寺店 1 階にオープンしたビオラル丸井吉祥寺店

首都圏初、ナチュラル SM の“ビオラル”が吉祥寺にオープン

ビオラル 丸井吉祥寺店

東京都武蔵野市

売場面積	駐車場	業態	階層	立地	種別
82 坪	74 台	SM	1 層	駅前	新設

靭店から約 4 年半ぶりの出店。首都圏では初
オーガニック、ローカル、ヘルシーなどがコンセプト
量り売り惣菜「サラダ＆おかず」コーナーを初導入

ライフコーポレーションは 2020 年 12 月 19 日（土）、東京都武蔵野市にビオラル丸井吉祥寺店をオープンした。

ビオラルは“素敵なナチュラルライフスタイルを通じて、心も体も健康で美しく豊かな毎日を過ごしてもらいたい”をコンセプトとする自然派食品スーパーマーケット業態。2016 年 6 月に大阪府西区に「ビオラル靭店」として第 1 号店をオープンしており、今回の出店は首都圏初出店。大阪を含めると第 2 号店となる。

ライフでは昨年からコロナ禍で高まる健康志向に応えるためビオラル事業を拡大しており、ライフ既存店でもコンセプトに沿った商品を集めビオラルコーナーを導入。12 月には PB のライフナチュラルを「BIO-RAL」ブランドに刷新し、新商品を約 40 品目投入するなどブランドの強化を図っている。

この“ビオラル”の更なる強化として子育て世代やシニア層など健康・安全への関心が高い住民が多く住む吉祥寺へ、首都圏 1 号店を約 4 年半ぶりに出店する運びとなった。

ビオラル丸井吉祥寺店は JR 中央・総武線、京王井の頭線吉祥寺駅公園口からすぐの丸井吉祥寺店の 1 階に出店。売場面積は 272㎡ と 1 号店の靭店の 964㎡ と比べると小規模ながら、約 4,000SKU を品揃え。高めの棚の導入や、通路などを狭くし、商品を最大限詰め込んでいる。

店舗から 1km 圏内は単身世帯が 56.2% と高く、さらに 2 人世帯が

惣菜では量り売りの「サラダ＆おかず」コーナーを初導入

化学調味料を出来る限り使用せず仕上げたサラダやおかずを販売

大豆ミートのメキシカンサラダ

玄米を使用したおにぎり

21.9%と1～2人世帯で全体の約8割を占める。年齢別では30歳代が16.4%と最も高く、次いで70歳代が16.1%。

ビオラルが特に重要視しているコンセプトは「オーガニック」、「ローカル」、「ヘルシー」、「サスティナビリティー」の4つ。

「オーガニック」では青果コーナーでこだわりの有機野菜や果実を農家の顔写真やコメントと共に陳列。オーガニックナッツやオーガニックドライフルーツは専用袋に詰めて購入できる。

調味料などグロサリーでもオーガニック食品を取りそろえており、スパイス、ジャム、パスタなど素材と味にこだわった商品を展開。

対面の「BIO-RAL Cafe（ビオラルカフェ）」コーナーでは旬な果実や野菜を使ったスムージーの他に、乳化剤を使用していないジェラート、オーガニックコーヒー、PBビオラルの低温殺菌牛乳を使用したソフトクリームなどを販売。

コスメでもオーガニック植物エキスを配合したコスメや自然由来の成分で作られたシャンプー、香料・着色料・防腐剤不使用の無添加洗剤などを展開する。

店のすぐ近くには井の頭恩賜公園があることなどから弁当や惣菜などを充実。「ヘルシー」のコンセプトとして、化学調味料を可能な限り使わずに作ったサラダやおかずを量り売りで販売する「サラダ＆おかず」コーナーを初導入。「からだに優しい惣菜」では国産の有機玄米を使用した弁当や、「大豆ミートのメキシカンサラダ」、腸活をテーマにした弁

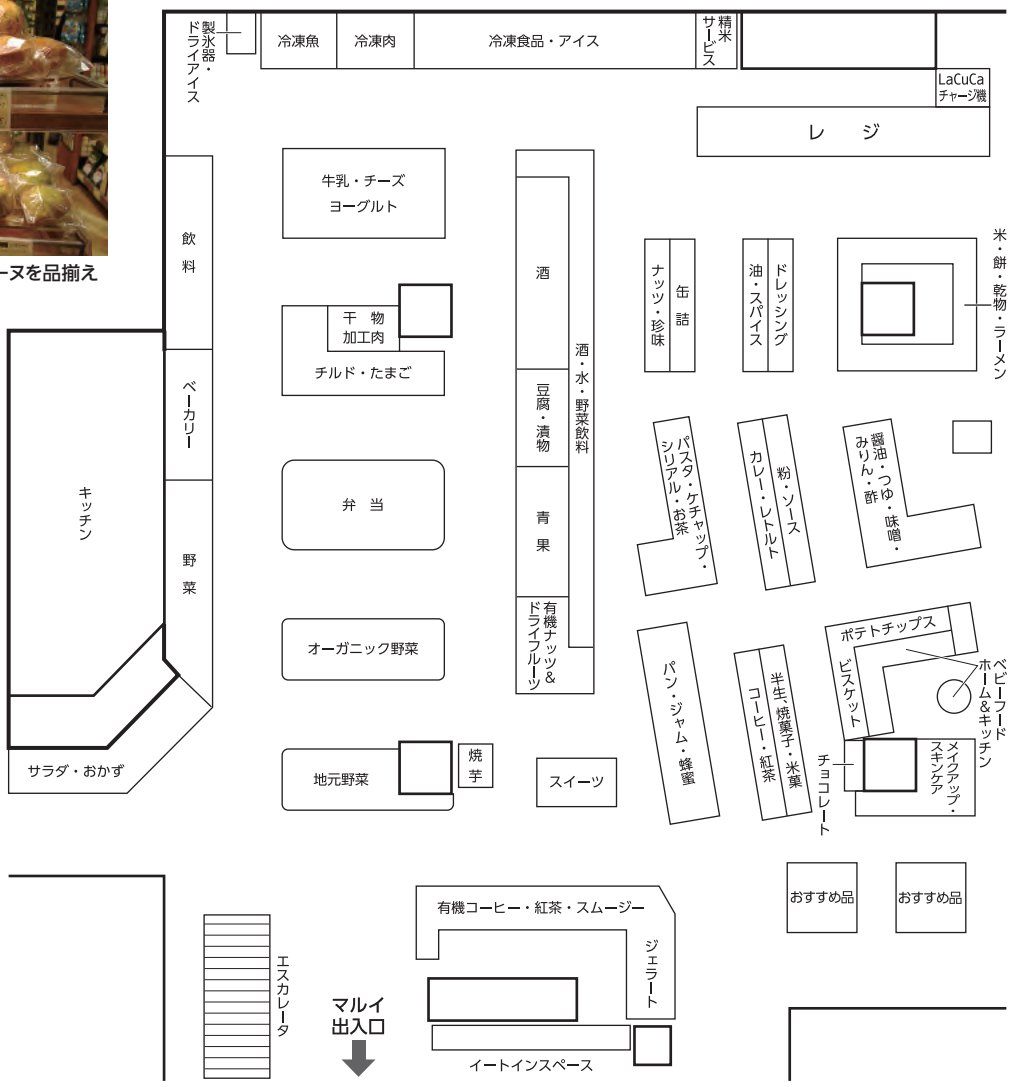
青果ではオーガニック野菜や東京野菜などを中心に品揃え

オーガニックドライフルーツ＆ナッツコーナー

旬の果物や野菜を使用したスムージーや PB を使用したソフトクリームなどを販売する「BIO-RAL Cafe」

「BIO-RAL Cafe」で販売する乳化剤をしていないジェラート

吉祥寺で有名な「パッサテンポ」の人気マドレーヌを品揃え



当、野菜たっぷりで色鮮やかなヘルシーサンドイッチなどを品揃え。

「ローカル」のコンセプトでは「東京野菜」として武蔵野市近郊でとれたて野菜を中心に東京の野菜を豊富に展開。さらに吉祥寺で有名なビストロ「パッサテンポ」の人気マドレーヌを各フレーバーで品揃えし、週替わりのスイーツコーナーでは各地の人気スイーツを展開する。

「サスティナビリティー」では環境に配慮したカトラリーとしてレジ横に木製のスプーンと紙製のストローを用意している。

また PB「BIO - RAL」は黒色のロゴが目印の POP で、「北海道の牛乳と玉子でつくっためぐみプリン」「鶏肉と塩だけでつくったサラダチキン」「無塩せき皮なしウインナー」など各売場で展開している。

コロナ感染拡大はいまだ収束の兆しが見えず、現在は緊急事態宣言の真っただ中。健康志向は今後ますます高まりを見せるのは確実で、新しい生活様式として定着していくという見方もある。ライフ岩崎高治社長は 20 年末の会見でこういった背景を踏まえて「ビオラル業態は今後

冷食コーナーでも上部にコンセプトを表示し、わかりやすく

エンドではデジタルサイネージを取り付けてPBなど販売

レジ横に環境配慮カトラリーとして木製スプーンと紙製ストローを用意

「無塩せきベーコンブロック」や「鶏肉と塩だけでつくったサラダチキン」など PB「BIO - RAL」を各所に差し込む

ヴィーガン用のミールキットなども販売

レジは対面式セミセルフレジを導入

「BIO-RAL Cafe」のソフトクリームにも使用されるPB「低温殺菌牛乳」

スキンケア・コスメコーナー。体にも環境にも優しい商品を展開する

も強化していく。将来的に売上100億円規模を目指す」と話しており、健康・安全・安心を全面で提案するビオラル業態には今後も注目していきたい。

（※画像は全てライフコーポレーション提供）

■ DATA　ビオラル 丸井吉祥寺店

所在地	東京都武蔵野市吉祥寺南町 1-7-1（丸井吉祥寺店 1 階）
電話番号	0422-46-3780
開店日	2020 年 12 月 19 日（土）
建物構造	地上 8 階建て（店舗は 1 階部分）
売場面積	272㎡
駐車場	74 台（共用）
店長	木村 順姫 氏
従業員数	17 名（社員 3 名、パート 14 名）
営業時間	10:30 ～ 20:00
休業日数	丸井吉祥店に準ずる
店舗特性	駅前商業施設内テナント
商圏特性	都心の繁華街で単身世帯が多い地域
総店舗数	278 舗
交通	JR 中央・総武線、京王井の頭線 吉祥寺駅公園口すぐ

商圏特性（2015 年現在）

1 次（徒歩 10 分圏）8,662 世帯 14,499 人

人口構成比		人員別世帯比率	
年少人口	7.9%	1 人世帯	61.1%
労働力人口	69.8%	2 人世帯	20.6%
老齢人口	22.3%	3 人世帯	10.4%
夜間人口比率	29.0%	4 人世帯	6.2%
昼間人口比率	71.0%	5 人以上世帯	1.7%
年齢別構成比		平均世帯人員	1.67 人
0 ～ 19 歳	11.4%	持ち家比率	40.5%
20 ～ 29 歳	13.4%	1 戸建て比率	24.6%
30 ～ 49 歳	34.9%	共同住宅比率	73.6%
50 ～ 69 歳	24.0%		
70 歳以上	16.3%		

2 次（車 10 分圏）66,182 世帯 122,343 人
3 次（車 20 分圏）389,393 世帯 774,422 人

特性　駅前商業地

技研商事インターナショナル株式会社「MarketAnalyzer™」で作成

「当初、スロースタートの店舗と思っていた」西店長も驚く繁盛ぶり。ようやく落ち着いた売場

ライフ跡地に 450 坪のオーソドックスな店舗。早くも繁盛店に全開

マルハチ 新大阪店

大阪市淀川区

売場面積	駐車場	業態	階層	立地	種別
452 坪	47 台	SM	1 層	市街地	新設

地下鉄御堂筋線東三国駅を西に徒歩 8 分。自転車客が多い店舗
3 階に生鮮の作業場がある変則配置。単身多く、典型的な“夜型店舗”
「いい品を、より安く」を貫く。「褒めて、伸ばす」社風に、若い力結集

比較的年齢層の若いお客が多いので、カットサラダやトマト類も多彩に品揃え

季節感を売場で。タケノコに木の芽。出合い物の春野菜が出揃った

平地なので、思いのほか自転車客が多い。目の前にドラッグストアも開店した

大阪キタの中心部・梅田から地下鉄御堂筋線で千里中央方面に乗車、新大阪の次の駅が東三国だ。乗車時間は 8 分。西に 8 分歩いた交差点角に「マルハチ新大阪店」が 2021 年 3 月 3 日にオープンした。

ここには、ライフコーポレーションの旗艦店・西三国店と近畿圏を統括する本部があったが、早くに本部が JR 新大阪駅東口に移転し、その後、南 700m にセントラルスクエア西宮原店も開店したことから、老朽化した 4 階建ての建物は取り壊され、更地になっていた。

足元商圏が濃い新大阪駅周辺で物件を探していた神戸市中央区に本部

近海物から遠洋、冷凍魚まで平ケースに揃う。近くに「イカナゴのくぎ煮」まであるのが関西ならでは

どのスーパーも対面売場が主体になったが、マルハチならではの基本をおさえた鮮魚売場

があるマルハチが地主と交渉し、新たに450坪スタイルの店舗を新設した、というのが開店までの経緯だ。

敷地は823坪。1,000坪は欲しいところだが、500m圏だけでも1万世帯を超え、2万人近い人が住む魅力には代え難く、「コンパクトにしてでも、出来るだけ売場は確保して、青果の作業場などは1階に置いた以外、2階はドライと駐車場、3階にそれ以外の生鮮作業場を持っていく形にして出店した」（開発責任者）。

2km圏には大手のライフをはじめ、スーパーナショナル、サタケなど中小のSMなど20店舗がひしめく激戦地。平地なので自転車で2kmぐらいなら「ホンのすぐ」で、「安かったら、どこまでも」という土地柄にも助けられ、開店前からお客に期待されていた。開店から1カ月半を経た今でも大にぎわいで、なかなか取材日時が決まらなかった。みてじま店（西淀川区）、野中北店（淀川区）など、近隣に店舗を構えているマルハチには認知度もあった。

東三国周辺は、新大阪や梅田に近く、駅周辺を少し歩いただけでも、不動産屋の看板が5～6社は目に留まるほど、人口の流出入が激しいところだ。空き物件があれば、すぐに中高層のマンション建築が始まる。住んでいる人は単身者が多く、2人までが7割を超える、典型的な都市居住者で構成される街だ。

買い物傾向は、勤め帰りの夕方から夜にかけて集中する。15時30分が売上の分岐点で、22時閉店なのに、21時30分頃でもレジ4台がフル稼働する典型的な“夜型店舗”になっている。

前店舗のライフに比べ、マルハチの特徴は、あまり売場の目新しさや派手さを追うのではなく、NBを中心に「シンプル・イズ・ザ・ベスト」

「肉にうるさい」牛肉文化圏の関西。山形牛を揃えたコーナーが目を引いた

「これは、安いわ」。半年ほど前、近くに生鮮に強いサタケが出店。常に買い回るお客の評価を受けている

平ケースでも展開する加工肉。冷凍食品のリーチインケースはなかった

をモットーとする。「いい品を、より安く」の至って正道スタイルで、地域によって品揃えを変えることはない。はやりのインストアベーカリーやPBもやらない。「今の商売を、きっちりと、もっともっとしっかりやっていくのが大事。コツコツやるのがウチの強み」（同）と言う。

とは言え、キャッシュレス化に応じてカードは使えるようになったし、PayPayもOKだ。セミセルフレジも全5店舗中、大半で導入済みで、お客の要望や社会のニーズに遅れているということではない。

約1万SKUの品揃えがあり、生鮮3品と惣菜の売上構成比が46%を占める新大阪店。そんな売場に過去最高の採用となった69人の新入社員の内、6人が配属される。「褒めて伸ばす」という社風なので、伸び伸びと若い力が育つことが期待されている。

5月中旬には、近鉄奈良線若江岩田駅近くの東大阪市瓜生堂（うりうどう）で新店舗がオープンの予定だ。

惣菜の売上構成比は普通の店舗では10%に届かない店舗もあるが、ここは11.3%と高い

夕方以降、品出しに追われるおにぎりや弁当。向かいの寿司コーナーも品揃えは豊富だ

カメラ式のコインパーキング方式を採用。1 品でも買い物すれば、90 分が無料になる

「インストアベーカリーもやらない」というこだわりを持っている

9 台のセミセルフレジ。1 対 1 と 1 対 2 を交互に入れているので、精算機は 13 台に

NB をまんべんなく揃え、価格が抑えられている。グロサリーの売上構成比も 29.4%と高め

■ DATA　マルハチ 新大阪店

店舗名	マルハチ 新大阪店
所在地	大阪市淀川区西三国 1-7-47
電話番号	06-6150-0800
開店日	2021 年 3 月 3 日(水)
建物構造	鉄骨造り、3 階建て(店舗は 1 階)
売場面積	1,492㎡(452 坪)
駐車場	47 台
駐輪場	78 台
店長	西 日出男 氏
従業員数	130 人(社員 22 人、パート・アルバイト 108 人　総人数)
営業時間	9:00 ～ 22:00
休業日数	2 日
年商目標	25 億円
商圏人口	500m 圏 10,848 世帯 18,831 人 1km 圏 31,869 世帯 57,788 人
世帯人員	1.74 人
店舗特性	単独 SM
商圏特性	人口密集地
総店舗数	35 店(2021 年 4 月現在)
交通	大阪メトロ御堂筋線 東三国、西へ徒歩 8 分

商圏特性 (2015 年現在)

1 次 (徒歩 15 分圏内) 31,033 世帯 56054 人

人口構成比		人員別世帯比率	
年少人口	9.9%	1 人世帯	55.3%
労働力人口	68.3%	2 人世帯	22.6%
老齢人口	21.9%	3 人世帯	12.0%
夜間人口比率	43.0%	4 人世帯	7.6%
昼間人口比率	57.0%	5 人以上世帯	2.5%
年齢別構成比		平均世帯人員	1.81 人
0 歳～ 19 歳	13.4%	持ち家比率	41.2%
20 歳～ 29 歳	14.2%	1 戸建て比率	15.6%
30 歳～ 49 歳	32.2%	共同住宅比率	81.9%
50 歳～ 69 歳	25.4%		
70 歳以上	14.7%		

2 次(自転車 15 分圏) 200,777 世帯 378,871 人
3 次(車 15 分圏) 338,387 世帯 632,856 人

特性　市街地住宅、単身世帯性

技研商事インターナショナル株式会社「MarketAnalyzer™」で作成

惣菜側正面から見た店内。随所にPBの「ハローズセレクション」が配置されている

広い売場「コロナ禍」で見直された24時間営業のメリットをフルに発揮

ハローズ 姫路飾磨店

兵庫県姫路市飾磨区

売場面積	駐車場	業態	階層	立地	種別
630坪	110台	SM	1層	臨海、住宅地	新設

スーパーの激戦地に、600坪スタイルで登場。駐車場も110台
姫路周辺で5店舗。「いつ行っても開いているという安心感」
小中学校が多く、子育て世代が中心の飾磨。秋祭も盛んな地域

白鷺城の名で知られ、世界文化遺産の姫路城から南西に5kmほど離れた沿岸部の兵庫県姫路市飾磨（しかま）区。ここに2021年2月19日、岡山県の早島町に本部があるハローズの「姫路飾磨店」がオープンした。

駐車場は110台用意。事前調査でも、アクセスの良さを重視する人が多かった

大阪から阪神線が乗り入れており、姫路と網干駅の分岐点になっている山陽電車飾磨駅が最寄り駅だ。距離にして88km。直通特急でも、1時間半かかる。飾磨駅で下車、西にしばらく行くと、イオンモール姫路リバーシティの建物が目に入る。交通量の多い国道250号線を西進すると、Googleマップでは農地のままだった表示とは違って、ハローズの鮮やかなロゴが飛び込んできた。駅から歩くと、20分ばかりかかる距離だ。

合わせ酢に、おいしさの決め手がある「ハローズ自慢のにぎり寿司」

店舗周辺は30～40歳代のニューファミリー層の子育て世代が多く、乳製品の品揃えが充実している

姫路周辺は、イオンやジャスコの西の核となったフタギの出身地だ。

日本海側の「但馬どり」を入れた。兵庫県版HACCPで製造された安全・安心な鶏肉だ

牛肉は、世界三大肉用種として知られるブラック・アンガスの黒毛牛を品揃え

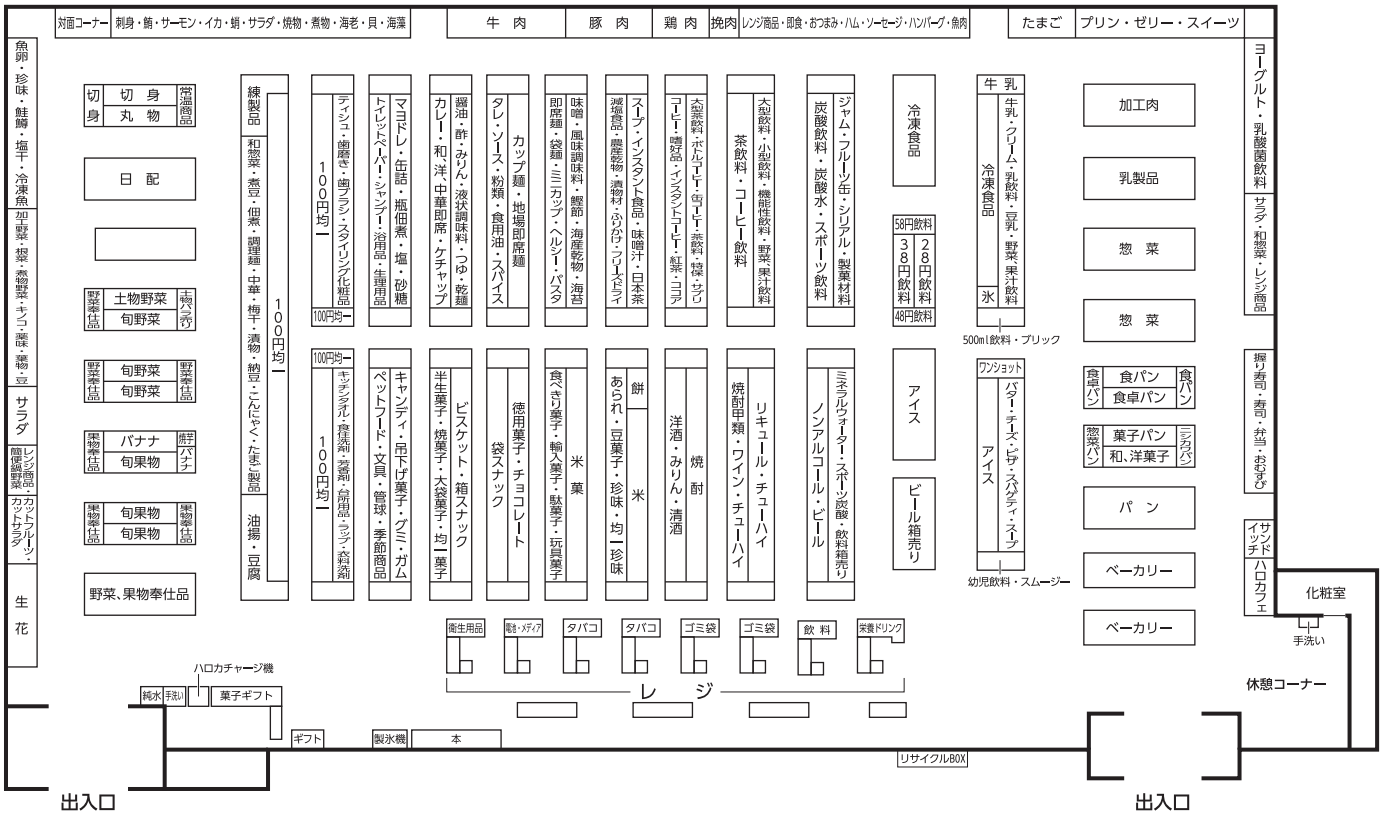
惣菜や鮮魚など複数の売場で展開されている「レンジde おいしい」コーナー

沖縄・久米島産の完熟もずくを購入することで応援するプロジェクトが実施されていた

瀬戸内や日本海産の鮮魚など、各種の刺身類も揃った鮮魚売場

高度成長期に臨海工場地帯が広がり、そこで働く人たちの住宅地が張り付いて、量販店がその購買を担う構図だった。広島に移ったマックスバリュ西日本も10年前まで本拠を構えていた。地元勢では小型店のマルアイが気を吐いている。そんな地域に出店し「ドミナント化」を進める戦略とは？

それは、ハローズの「全店24時間



青果物も 200 品目を低価格で提供する。コロナでダメージ受けた製造業に勤める人に朗報だ

働く世代に欠かせない冷凍食品は、平面とリーチインケースで展開

営業」という他ではなかなかマネのできない方針があるからだ。広島県山間部の府中市が発祥のハローズは、旧日本鋼管の企業城下町・福山市に本社・本部機能を置いていた。製鉄の街だから、3 交代勤務が当たり前。24 時間営業に何の違和感もなく、かえって重宝がられるということが、当初からあった。「いつ行っても開いているという安心感」――コンビニが社会のインフラとなり得たことをハローズはスーパーで実現した。

店舗の南に広がる播磨工業地帯は、日鉄広畑製鉄所、山陽特殊製鋼など、2 ～ 3 交代勤務の人が多く、午前中の買い物客が多いのは普通だが、その他は時間を問わず利用する人が散見される。古くからある競合店は深夜営業はしておらず、駐車台数も少ない。売場が広く、24 時間営業のハローズは「コロナ禍」で見直された勘定だ。

店舗の南側にある津田天満神社をはじめ、この地域は昔から秋祭りが盛んな地域だ。南東に 4km 離れた白浜町では、みこしや屋台がぶつかり合う「灘のけんか祭り」が有名だ。大阪南部の岸和田で、だんじり祭りが 1 年の中心となっているのと似ている。「気性は荒いがその分、人情味にあふれている」地域だ。生徒数の多い小中学校が多数あり、子育て世代が中心の飾磨。ハローズの動向から目が離せない。

■ DATA　ハローズ 姫路飾磨店

店舗名	ハローズ姫路飾磨店
所在地	兵庫県姫路市飾磨区加茂 241-2
電話番号	079-243-0086
開店日	2021 年 2 月 19 日(金)
建物構造	鉄骨造 平屋建て
売場面積	2,085㎡(630 坪)
駐車場	110 台
駐輪場	60 台
店長	中村 慎 氏
従業員数	75 人(社員 13 人、パート・アルバイト 62 人　8 時間換算)
営業時間	24 時間営業
休業日数	年中無休
商圏人口	1km 圏 5,720 世帯 13,422 人
	3km 圏 37,167 世帯 84,575 人
世帯人員	2.35 人
店舗特性	単独 SSM
商圏特性	住宅地
総店舗数	91 店(2021 年 3 月現在)
交通	山陽電鉄本線 飾磨駅、西 1.2km

商圏特性（2015 年現在）

1 次(徒歩 15 分圏) 4,728 世帯 11,701 人

人口構成比		人員別世帯比率	
年少人口	15.3%	1 人世帯	30.1%
労働力人口	63.9%	2 人世帯	26.6%
老齢人口	20.8%	3 人世帯	19.5%
夜間人口比率	53.0%	4 人世帯	16.0%
昼間人口比率	48.0%	5 人以上世帯	7.8%
年齢別構成比		平均世帯人員	2.47 人
0 歳～ 19 歳	21.2%	持ち家比率	58.5%
20 歳～ 29 歳	11.8%	1 戸建て比率	52.2%
30 歳～ 49 歳	29.6%	共同住宅比率	39.7%
50 歳～ 69 歳	23.3%		
70 歳以上	14.1%		

2 次(自転車 15 分圏) 37,637 世帯 91,036 人
3 次(車 15 分圏) 56,289 世帯 134,202 人

特性　臨海住宅地、ニューファミリー性

技研商事インターナショナル株式会社「MarketAnalyzer™」で作成

店舗入口すぐから始まる総菜売場。青果素材使用のカットフルーツ＆フレッシュサラダコーナーがお出迎え

2層タイプの都市型小型店。総菜は通常規模の品ぞろえと売場を実現

サミットストア 西荻窪駅南店

東京都杉並区

売場面積	駐車場	業態	階層	立地	種別
238坪	無し	SM	2層	駅前住宅地	新設

近年注力している都市型小型店を西荻窪駅近くに出店
「サミットで最も変則的なレイアウト」（服部社長）
生鮮総菜は総菜売場に集約。鮮度感、魅力を訴求

西荻窪駅南口から徒歩2分。マンション1・2階部分にオープン

サミットは2021年3月3日（水）、東京都杉並区にサミットストア西荻窪駅南店をオープンした。同店はJR西荻窪駅南口から徒歩2分ほどに立地。周辺は駅前であるがマンション、戸建て住宅、アパートなどが混在する住宅地となっており、同店は地上11階建て新築マンションの1・2階部分への出店となる。

総菜売場の壁面は天井まで届くガラス窓。調理シーンが良く見えてライブ感と鮮度感を演出

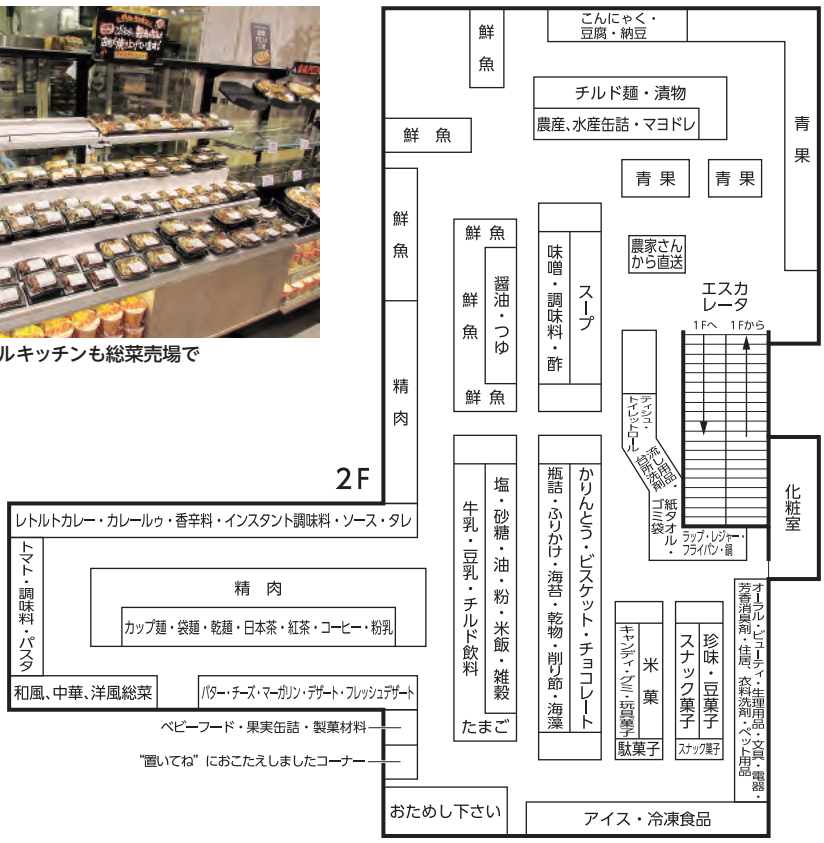
売場面積は1・2階合わせて238坪と、サミットが近年注力している都市型小型店。これまでサミットでは三田店や鍋屋横丁店など2層の都市型小型店を出店してきたが、西荻窪駅南店もその流れを引き継ぎつつ、オープン前の挨拶で服部哲也社長は「サミットでは最も変則的なレイアウトの店舗」と語るなど新たな挑戦としての店づくりになっている。

1階は総菜、ベーカリー、飲料、酒売場で構成。2階に生鮮3品、加工

通常であれば鮮魚売場で展開される煮魚・焼魚コーナーは総菜売場で展開

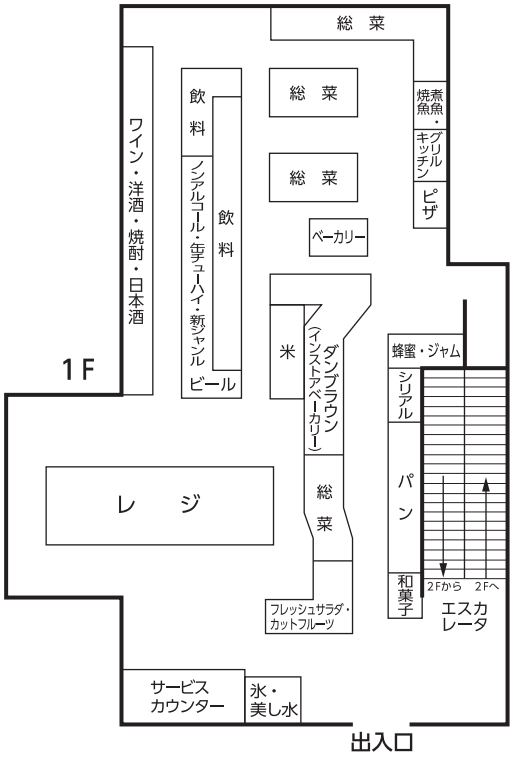
精肉総菜のグリルキッチンも総菜売場で

総菜サラダ売場横にはカットサラダもコーナー化



食品、菓子、調味料などを揃え、「おためし下さい」コーナーも設置。

1階の入口から店舗奥まで一直線に伸びる総菜売場は、売場の狭さを感じさせないほどの売場と品揃えで展開。入口付近に青果部門が製造する「フレッシュサラダ・カットフルーツ」コーナーを配置し、鮮度感を訴求。そのまま動線を進むとインストアベーカリーのダン・ブラウンの商品が並び、弁当や揚げ物などのコーナーに繋がる。総菜の商品数は320品目、ベーカリー60品目と小型店ながら標準店舗と変わらぬ品ぞろえで提供。総菜売場壁面は天井まで届くガラス窓を設置し、作業場が良く見える作りでライブ感を演出。



炒めるだけ、など簡便商品を充実

単身世帯が多いことから少量品の売場比率を高めている

調理スペースも標準店並みに大きく設けていることから、これらの品ぞろえが実現できている。

また標準店であれば生鮮素材を使った「生鮮総菜」は各生鮮売場で提供することが主となるが、2階の生鮮売場のスペースの関係や総菜売場の魅力アップのために、同店では総菜売場に精肉総菜「グリルキッチン」、鮮魚総菜の煮魚・焼魚などを集約している。

2階の青果売場では単身世帯が多

鮮魚売場でも簡単＆時短などの POP とともに簡便商材を展開

精肉売場はメニュー別に区切りわかりやすいコーナーを展開

干物や塩さけ、うなぎなど冷凍商材を強化

い地域であることから少量の売場比率を広げて展開。大容量品は最低限の品ぞろえを行っている。

鮮魚売場では多段ケースを 6 段仕様にすることで品ぞろえを確保。干物や塩さけ、うなぎなどの冷凍販売を強化し、通常店で展開しているおさかなキッチンコーナーがスペース上設置できないため、まあじ3枚卸・開き、するめいか輪切りなど調理の手間が省ける商品を定番で展開する。

精肉売場では簡便、時短を強化しレンジアップ商品を拡充。単身世帯向けに少量商品を通常店より多く導入している。また秋田牛などを中心に高質系の商品も充実させている。

「おためし下さい」コーナーも限られたスペースであるが設置。同コーナーに隣接してお客からリクエストの多かった商品を取りそろえた「“置いてね”におこたえしました」というコーナーを展開している。冷凍食品ではミールキットや夕食のメイン商品にもなる簡便商材を強化。

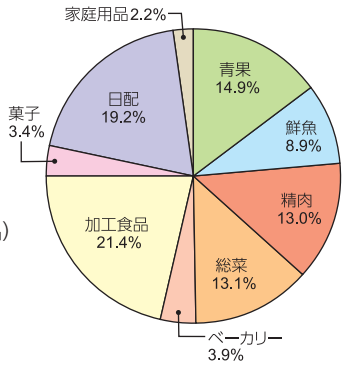
アイテム数は 6,781 品目で内訳は青果 310、鮮魚 260、精肉 368、総菜 320、加工食品 2,862、菓子 691、日配 1,281、家庭用品 632、ベーカリー 57。

冷凍食品では夕食おかずになる商品からデザートまで取りそろえる

■ DATA　サミットストア 西荻窪駅南店

所在地	東京都杉並区西荻南 3 丁目 8 番 17 号
電話番号	03-5344-3310
開店日	2021 年 3 月 3 日(水)
建物構造	11 階建て(売場は 1・2 階)
売場面積	788㎡
駐車場	無し
駐輪場	80 台
店長	奥野 英男 氏
従業員数	96.9 名(社員 22.5 名、パート・アルバイト 74.4 名)
営業時間	9:00 ～ 23:00
休業日数	年 3 日(予定)
年商目標	19 億円
店舗特性	1.2 層タイプの都市型小型店
商圏特性	駅前立地でマンション、アパートが混在。単身世帯が多い
総店舗数	119 店舗
交通	JR 西荻窪駅より徒歩約 2 分

売上構成比



商圏特性（2015 年現在）

1 次(徒歩 10 分圏) 17,167 世帯 29,690 人

人口構成比		人員別世帯比率	
年少人口	9.0%	1 人世帯	58.5%
労働力人口	69.3%	2 人世帯	21.4%
老齢人口	21.7%	3 人世帯	11.4%
夜間人口比率	62.0%	4 人世帯	6.9%
昼間人口比率	37.0%	5 人以上世帯	1.8%
年齢別構成比		平均世帯人員	1.73 人
0 ～ 19 歳	12.3%	持ち家比率	42.4%
20 ～ 29 歳	13.0%	1 戸建て比率	27.9%
30 ～ 49 歳	35.3%	共同住宅比率	70.7%
50 ～ 69 歳	23.9%		
70 歳以上	15.5%		

2 次(自転車 10 分圏) 125,543 世帯 236,057 人
3 次(自転車 20 分圏) 499,825 世帯 958,286 人

特性　単身世帯の多い駅前住宅地

技研商事インターナショナル株式会社「MarketAnalyzer™」で作成

Store Japan Digest
2021
5
No. 62
週刊ストアジャパン ダイジェスト版
2021年5月1日発行 通巻62号 発行人 和田國男 発行所 株式会社ストアジャパン社
〒151-0053 東京都渋谷区代々木1-37-8向陽ビル4F tel. 03-5350-2671 mail. info@sji.gr.jp
定価1500円（税込）

省エネ
高鮮度保持
EPシリーズ
演出性
省力化

性能改善と多彩な機能により、省エネ・高鮮度保持・省力化・演出性の４つのニーズに対応した新しいシリーズです。お客様の省エネ活動と環境対策に加え、様々な売場づくりもサポートします。

- 新型コントローラーの採用と温度センサの追加により、温度監視を強化。安定した品温の維持を提供します。
- 人手不足を背景とした省力化に対応。多彩な機能によって業務効率の向上を実現します。

省エネ

安定した庫内温度の維持

▶省エネ性の向上を目指し、エアカーテンを改良することによって温度のバラつきが小さくなりました。

2010年 fGシリーズより 約30%

2017年 ES3シリーズ（LED）より 約5%

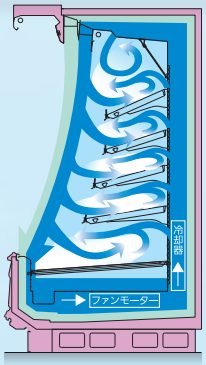
省エネになります。

※当社比（日配多段ケース前高56Hでの対比。セミハイは1350Hタイプでの対比となります）

高鮮度保持

冷却構造の改良

▶ダクトの改善を図り、背面からも十分な冷気を送ることによって安定した品温の維持を提供します。



安心・安全の追求

▶適正な温度監視・冷却システム制御に対応した新型コントローラーにより、温度監視を強化します。

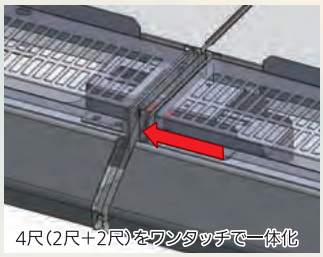
省力化

商品陳列の簡易化

●スライドデッキ機種のラインナップ

▶EPシリーズではスライドデッキ標準化機種をラインナップ。

▶デッキを跨ぐ陳列では、デッキを連結しての引き出しが可能。



演出性

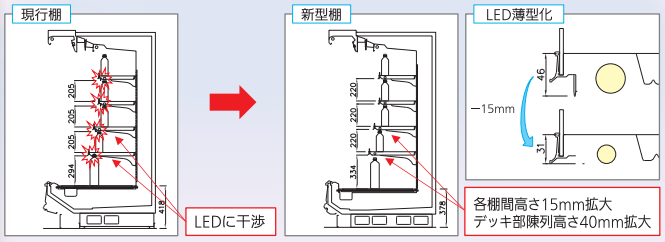
商品陳列量拡大

●デッキ部陳列拡大

▶設計の見直しにより、デッキ部の有効陳列高さが40mm拡大しました。

●棚間高さ開口拡大

▶LED薄型化により棚下有効寸法が7%アップ。500mlペットボトルが各棚陳列可能になります。



中野冷機株式会社

本社 〒108-8543 東京都港区芝浦2丁目15番4号 ☎(03)3455-1311〈大代表〉
大阪支店 〒564-0044 大阪府吹田市南金田2丁目29番6号 ☎(06)6385-4711〈代表〉
東北営業所 〒020-0835 岩手県盛岡市津志田14地割124 ☎(019)632-6080〈代表〉
結城工場 〒307-0015 茨城県結城市大字鹿窪1474番1 ☎(0296)32-2335〈代表〉

ナカノ製品の仕様および価格等につきましては、お気軽に担当セールスマンにお問い合わせください。

ホームページアドレス https://nakano-reiki.com