

Store Japan Digest

No. 65
2022年5月号

週刊ストアジャパン ダイジェスト版

<http://www.sji.jp>



食に特化した新業態「ブランデ」2号店。対面や量り売りなど強化
BLANDE 研究学園店————— 01



単身者多い浦安駅すぐにオープン。即食と素材でゾーンを分け展開
サミットストア 浦安駅北口店————— 05



激戦地で価格対応しつつアップグレード化図る
いなげや 国分寺東恋ヶ窪店————— 09



生鮮の上質素材強化し、即食を入口近くに集めて全面改装
そうてつローゼン 葉山店————— 12



店舗中央で大きく展開する惣菜&日配ゾーン

食に特化した新業態「ブランデ」 2号店。対面や量り売りなど強化

BLANDE 研究学園店

茨城県つくば市

売場面積	駐車場	業態	階層	立地	種別
605 坪	125 台	SM	1 層	郊外住宅地	新設

フードスペシャリティストアとして新たな食体験を提供
生鮮、デリカ、グロサリーと3ゾーンで売場を構成
イートインなど充実し滞在時間を延ばす試み

カスミは2022年2月17日(木)、茨城県つくば市研究学園に新業態2号店「BLANDE 研究学園店」をオープンした。

同店のはつくばエクスプレス研究学園駅から北側に約1.5kmに位置。周辺には戸建て住宅が立ち並び、駅近くにはイーアスつくばなどの商業施設も多く営業。商圏には0～0.5km1,385世帯、0.5～1kmで2,041世帯、1～2kmで4,840世帯が居住する。

カスミの新業態「BLANDE」は1号店のつくば並木店が1月28日にオープン。1号店はドラッグストアウエルシアとの融合店舗だったが、研究学園店のコンセプトはFood Specialty Storeとして、食に特化した店舗として展開する。BLANDEの名前の由来はデンマーク語の「交ざる」から取っており、1号店が食と健康美が交ざり合うがコンセプトだったが、研究学園店では今までにな



流線的な形が特徴的な BLANDE 研究学園店。店舗横にはドッグランも設置している

い新たな食のサービス、そしてお客と従業員が交ざり合えるような売場作りを目指す。

売場面積は1,997㎡で1階に売場、テラス風の2階はイートインスペース、こだわりの器具や設備をそろえたクッキングスタジオ、有料会員「BLANDE Prime」会員限定のラウンジで構成される。

アイテム数は10,450品目を取り扱い、生活用品はほとんど取り扱わない。商品ではつくば並木店より導入しているオリジナルブランドの「Miil KASUMI」の商品を全体で1,370SKU導入。青果などでは地元商品「Miil KASUMI marche」ブランドを中心に展開し、製法や商品の

こだわりの強い商品などは「同 Premium」として展開する。

売場レイアウトは従来のSMとは大きく異なり、生鮮ゾーン、デリカゾーン、グロサリーゾーンの3ゾーンで構成。正面から見て右側に配置される生鮮ゾーンでは全売場で対面売場を設置、鮮魚では壁面ケースの裏を従業員が歩けるようになっており、お客とのコミュニケーションの場を増やしている。従業員オペレーションはつくば並木店同様に部門間の壁をなくし、製造、陳列、顧客サービスの3つに大きく分けて運営する。

生鮮ゾーンの青果売場ではカットフルーツ、カットサラダなど対面売場で提供。精肉、鮮魚と合わせて生鮮は平冷ケースでの展開が中心となっており、地元商品「Miil KASUMI marche」を豊富に展開する。水耕栽培のグリーングローワーズのレタスや、バス停に見立てた「やさいバス」売場で新鮮な地元野菜などを販売している。

精肉では対面の量り売りコーナーを導入。アマニ成分をエサに配合して育てた「亜麻仁の恵」シリーズを鶏、豚、牛で品ぞろえし、冷凍肉などの売場も大きく設置している。

鮮魚では生鮮寿司や旬の刺身、店内干し上げ干物などを取り揃え、対面売場も設置する。

店内中心のデリカゾーンではホットデリコーナーとサラダなどのフレ



唐揚げなどフライ系惣菜を量り売り



サラダなど冷惣菜を対面販売するフレッシュデリコーナー



店舗入口から広がる青果売場。マルシェのような雰囲気を出



壁面冷ケースは背の低いものを使用



産直品などを取り扱う「やさいバス」売場。水耕栽培のグリーングローワーズのレタスも販売



青果売場で販売するフルーツサンドなどの「果じゅるスイーツ」コーナー

ッシュデリコーナーをそれぞれ対面で展開。サラダや唐揚げなどメインのおかずから食卓に一品追加したい商品の量り売りコーナーも導入している。

デリカコーナーと併設するベーカリーコーナーでは地元つくばの有名イタリアン「AMICI」監修の焼き立てピッツア、高級食パンなどを取り扱う。AMICI 監修のピザは冷凍食品でも導入しており、冷凍食品ではピカールの商品も展開している。

グロサリーゾーンでは味わいを可視化した、アプリを活用した酒売場を展開。ワインの品ぞろえを強化し、試飲ができるワインテイasting

&チーズコーナーも設置。同コーナーではチーズの対面販売なども行う。

Cafe & Dine では地元レストランなどの協力によるスイーツや焼き立てのピッツア、コーヒーなどを取り扱い、イートインスペースを2階も含めて大きく取っており、ゆっくりとくつろげる空間を創出、滞在時間を延ばす試みを各所に導入している。また店舗外からも注文・商品受け取りができる窓口を設置している。

グロサリーでは「Miil KASUMI」を含めて、他の店舗では取り扱わないこだわり商品や珍しい商品を豊富に取り扱っており、「Miil」シリーズと合わせて約61%をそれらの商品



生鮮ゾーンは平冷ケースが中心で視認性を重視



精肉でも量り売りを導入



「亜麻仁の恵み」の牛肉。甘みのある味わいとあっさりした口付けが特徴

鶏、豚でも「亜麻仁の恵み」シリーズで展開。茨城県銘柄豚のローズポークも取り扱う



対面式の鮮魚売場。冷ケース裏に従業員が通れるスペースを確保

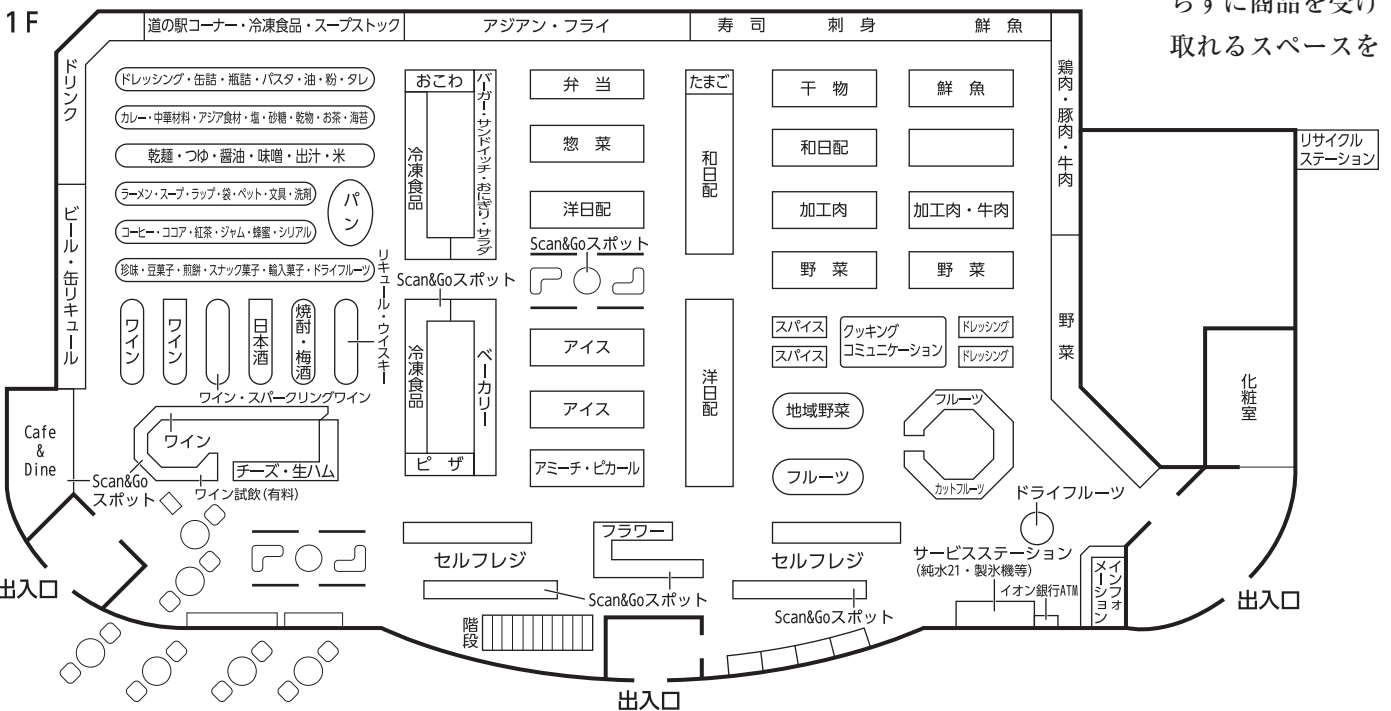


丸魚や貝類などスライド式什器で展開する

で構成する。

つくば並木店から導入しているScan & Go Ignicaアプリを利用した会員プログラム「BLANDE Prime」(ブロンズ(年会費無料)、シルバー(3,000円)、ゴールド(同5,000円))の有料会員はオンラインデリバリー無料、1日コーヒー1杯無料、ラウンジ利用などのサービスがあり、1月28日のつくば並木店開店以降で約1,400人が登録。その内ゴールドが約1,000人となっており、同社がサービス開設当初に定めた目標2,000人は突破できる見込み。

オンラインデリバリーでは店に入らずに商品を受け取れるスペースを



用意。またオンラインデリバリーのピックアップ業務にはつくば並木店同様に自律型協働ロボットの「PEER（ピア）」を導入している。

BLANDE 研究学園店の年商目標はつくば並木店の16億円より高く設定し20億円。カスミによると2月17日現在のつくば並木店の状況は予算比で約130%で推移。カスミの通常店の客単価が2,100円程だがつくば並木店は2,700円を超え、特に週末の客数が多いという。

BLANDEの今後の出店計画についてカスミ山本慎一郎社長は「今はこの2店舗をオペレーション面、商品面でも磨き上げていく。BLANDEでの成功事例などエッセンスを既存店に導入していくが、今後の出店については決まっていない」としている。



上：冷凍食品コーナーとピザ&ベーカリーコーナー。ピカールをつくば並木店に続いて導入

右上：有料でテイスティングができるワイン&チーズコーナー。チーズも対面販売

右：Cafe & Dineでは地元レストランなどの協力を受けスイーツなどを販売する



オリジナル商品の「Mil KASUMI」は1,370SKU導入



2階テラスに設置された会員サービス「BLANDE Prime」ゴールドメンバー専用のラウンジ

■ DATA BLANDE 研究学園店

所在地	茨城県つくば市研究学園 3丁目 23-3
電話番号	029-893-6336
開店日	2022年2月17日(木)
建物構造	1階建て
売場面積	1,997㎡
駐車場	125台
駐輪場	20台
店長	高野 康昭 氏
従業員数	59名(正社員17名、パート・アルバイト42名)
営業時間	10:00～21:00
商圏人口	0.5km 圏内 1,385世帯 3,689人 0.5～1km 圏内 2,041世帯 5,215人 1～2km 圏内 4,840世帯 11,565人
年商目標	20億円
商圏特性	郊外住宅地
総店舗数	189店舗
交通	つくばエクスプレス 研究学園駅から約1.5km

商圏特性 (2015年現在)

1次(車10分圏) 8,894世帯 17,871人			
人口構成比	人員別世帯比率		
年少人口	18.6%	1人世帯	53.4%
労働力人口	72.1%	2人世帯	16.3%
高齢人口	9.3%	3人世帯	13.7%
夜間人口比率	59.0%	4人世帯	12.2%
昼間人口比率	41.0%	5人以上世帯	4.3%
年齢別構成比	平均世帯人員 2.01人		
0～19歳	23.3%	持ち家比率	35.4%
20～29歳	17.1%	1戸建て比率	28.3%
30～49歳	38.5%	共同住宅比率	70.8%
50～69歳	14.9%		
70歳以上	6.2%		

2次(車15分圏) 37,139世帯 71,914人
3次(車20分圏) 62,008世帯 131,495人

特性 郊外型住宅地

技研商事インターナショナル株式会社「MarketAnalyzer™」で作成





駅側入口から広がる総菜売場。ベーカリー、サミ Cafe も隣接

単身者多い浦安駅すぐにオープン。 即食と素材でゾーンを分け展開

サミットストア 浦安駅北口店

千葉県浦安市

売場面積	駐車場	業態	階層	立地	種別
496 坪	51 台	SM	1 層	駅近	新設

新築マンション「プラウド浦安」内への出店

駅側で即食、住宅地側で生鮮とゾーンを分けた売場展開

平日・週末、昼食・夕食と曜日・時間帯に合わせた品揃え強化

サミットは2022年3月30日(水)、千葉県浦安市にサミットストア浦安駅北口店をオープンした。サミットの浦安市でのオープンには2010年開店の「サミットストアライフガーデン浦安富岡店」(浦安駅北口店から2.7kmに位置)以来で2店舗目。東京メトロ東西線浦安駅北口・東口から約200mの県道6号線沿い、15階建ての新築マンション「プラウド浦安」の1階(2階はバックヤード)

で営業。店舗周辺は平地で平坦なため徒歩や自転車での移動が容易で、店舗西側の旧江戸川は葛西橋通りの浦安橋で東京都方面との往来が可能となっている。

0.5km圏内の人口は16,407人10,130世帯が居住し、サミット平均の12,212人6,479世帯を大きく上回るエリア。年齢別人口比率では20～29歳が21.5%と浦安市平均の14.6%よりも多く、30歳代も18.2%



マンション1階部分に出店したサミットストア浦安駅北口店

と平均13.1%を大きく上回っており、20～30歳代の構成比が突出。そして単身世帯数も61.9%と非常に高く、2人世帯・3人世帯も多い。そのため浦安駅北口店ではメインターゲットに若いファミリー層と単身世帯を据えるMDで売場を展開する。

店舗入口は駅に近い県道沿いと脇道を入った住宅地側の3カ所。駅側の入口では総菜売場から始まる即食ゾーンが展開され、住宅地側からは青果売場がお客を出迎える素材ゾーンが広がる。売場面積は1,647㎡、売場が特殊な形をしており、総菜から始まる即食ゾーンは細長い売場で、生鮮売場などは奥行きのある売場構成になっている。



出来立て販売を強化する「桜姫鶏の焼きとり」



ベーカリー売場で展開する「冷蔵サンドイッチ」で昼食需要に応える



洗わずにそのまま食べられる生野菜やカット野菜など簡便品を充実させる青果売場



「フレッシュサラダ&カットフルーツ」コーナーでは昼・夜の時間帯で出来立て販売強化

駅側入口の総菜売場では店舗近隣に事業所も多いことから就業者の昼食ニーズに対応しつつ、単身者やファミリー世帯の需要に対応できるように曜日や時間帯によって品揃えや容量を変化。ガラス張りで調理場が見える対面式の売場を形成し、「店内手作りだし巻玉子」や「桜姫鶏の焼きとり」など人気商品を出来立てで販売する。

総菜と隣接し入口横で展開するインスタベーカリーでは昼食対応の「冷蔵サンドイッチ」や6分の1カットのピッツアを充実。夕方以降はシヨクラ、カレーパン、ワンコインピザなどの出来立て販売を強化する。ファミリー世帯に人気のスイートドーナツはアイテム数を増やしてコーナー化して展開し、イトインの「サミ Cafe」も設置する。

飲料や酒売場も総菜売場の近くに設置することでショートタイムショッピングができる売場構成となっており、クラフトビールや輸入ビール、ワインなどの品揃えを充実させている。



売場最奥で展開するグリルキッチンコーナー

左下：平冷ケースで展開する焼肉肉材。平日でも希少部位を揃えるなど品ぞろえを充実

下：メニューに合わせたわかりやすいPOPをつけて展開する精肉売場



住宅地側入口から始まる青果売場では「フレッシュサラダ&カットフルーツ」コーナーを設置し、店内加工の即食商品の品揃えを増やして展開。千葉県産の農産物を中心に販売する「農家さんからの直送」コーナ

ーも導入し、単身者に向けた少量・適量商品の品揃えも充実させる。

売場最奥にある精肉売場ではレンジアップ商品や味付け肉など簡便品を充実。ファミリー層に向けては焼肉肉材を充実させ、平日にも希少部



専用コンベクションオープンで調理する「煮魚・焼魚」コーナー



すぐに売り切れてしまうという人気商品「いか下足のガーリック焼」



比較的大きく売場を確保した冷凍食品売場



大型店のためサミ Cafe も導入している

ー 1,943、家庭用品 1,687、ベーカリー 66 の合計 10,757SKU。年商目標は 28 億円を見込む。

競合店は駅前のウイズマート浦安本店と駅南口側の西友浦安店が至近で営業。

店舗数は千葉県で 6 店舗目となり全体で 119 店舗（4 月 6 日世田谷船橋店オープンで 120 店舗）となっている。



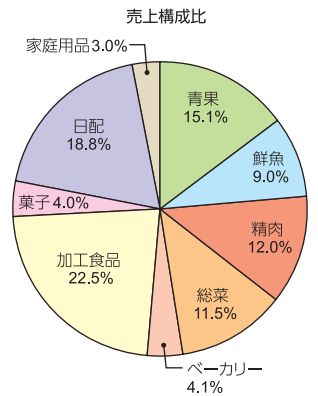
大豆ミートなど使用の「植物由来」商品コーナーを導入



単身者が多いことからカップラーメンを充実

■ DATA サミットストア 浦安駅北口店

所在地	千葉県浦安市北栄 1 丁目 10 番 20 号
電話番号	047-306-3310
開店日	2022 年 3 月 30 日(水)
建物構造	地上 15 階(売場地上 1、バックヤード 2 階)
売場面積	1,647㎡
駐車場	51 台
駐輪場	96 台
店長	久保田 誠 氏
従業員数	98.3 名(社員 23.5 名、パート・アルバイト 74.8 名)
営業時間	9:00 ~ 24:00
休業日数	年 3 日(予定)
年商目標	28 億円
店舗特性	即食・素材の両面を充実させた駅近店
商圏特性	駅近立地でマンション 1 階部分に出店
総店舗数	119 店舗(3 月 30 日現在)
交通	東京メトロ東西線浦安駅東口・北口 徒歩 4 分



商圏特性 (2015 年現在)

1 次(徒歩 5 分圏) 4,083 世帯 6,968 人

人口構成比		人員別世帯比率	
年少人口	9.8%	1 人世帯	62.0%
労働力人口	76.2%	2 人世帯	18.2%
高齢人口	14.0%	3 人世帯	10.9%
夜間人口比率	66.0%	4 人世帯	6.8%
昼間人口比率	34.0%	5 人以上世帯	2.0%
年齢別構成比		平均世帯人員	1.71 人
0 ~ 19 歳	13.4%	持ち家比率	25.2%
20 ~ 29 歳	20.2%	1 戸建て比率	13.2%
30 ~ 49 歳	36.6%	共同住宅比率	85.6%
50 ~ 69 歳	20.5%		
70 歳以上	9.2%		

2 次(自転車 5 分圏) 32,285 世帯 58,110 人

3 次(車 10 分圏) 191,425 世帯 381,085 人

特性 20 代 ~ 30 代の単身世帯、2 ~ 3 人世帯が多い

技研商事インターナショナル株式会社「MarketAnalyzer™」で作成





牛肉は仙台牛をメインに展開。競合店対策からも全体的に上質品に力を入れる

激戦地で価格対応しつつアップグレード化図る

いなげや 国分寺東恋ヶ窪店

東京都国分寺市

売場面積	駐車場	業態	階層	立地	種別
490坪	73台	SM	1層	住宅地	新設

仙台牛、完全養殖生本鮪、エコポークなど上質品強化
惣菜の寿司、弁当の店内炊飯米に産地銘柄米を使用
冷凍食品売場、冷凍魚売場を最大規模で展開

いなげやは2021年12月16日(木)、東京都国分寺市内の駐車場・アパート跡地に「いなげや国分寺東恋ヶ窪店」をオープンした。国分寺市内への出店は2店舗目。

JR中央線国分寺駅から北へ1.2km、西武国分寺線恋ヶ窪駅からは徒歩12分ほどの連雀通り沿いに位置。商圏は半径500m圏で約5,900世帯と多く、高齢者人口が20%弱と低く、30～40歳代の子育て世代の多い立地で、同じ連雀通り沿い近くには西松屋が営業している。

また、店舗前にはけやき公園があって、週末にはスポーツ公園として賑わう。同店へ徒歩1分の場所に「けやき公園前」というバス停があり、国分寺駅からだとバス便が便利だ。

店舗は売場面積490坪で1フロア。長方形の売場で、道路側入口からの主通路を広く取り青果、鮮魚で構成。奥の壁面沿いに精肉、和日配を展開し、右側出入口近くの主通路は、惣菜部門の寿司、米飯、和洋冷惣菜、パンなどを配置し、テナントでインスタアベーカリーを展開している。



精肉の「大きい〜なパック」。子育て世代が多く、大容量品にも注力



いなげやから出る余剰食材を使った食品リサイクルループで育てられた「エコポーク」を販売

鮮魚、惣菜を含め直営売場はすべてセルフ販売方式。

ただ、商品は味を重視したマーチャンダイジングを行っている。鮮魚売場では、本鮪など生ネタを使った「鮮魚鮪」コーナーを床尺6尺ほどで展開。惣菜売場の寿司は10℃帯での温度管理だが、鮮魚鮪は4℃帯と低い温度での管理が必要になりノウハウが必要になるが、それが確立されたとして、改装店などへの導入を



食卓応援セレクト「さくらいろたまご」を使用した鉄板玉子焼セット



同社最大規模の冷凍食品売場



生ハムロールなど、肉寿司を始める



唐揚げなど鶏関連の集めた「鶏三昧」コーナー



洋風惣菜コーナーの「W-style-Deli」

尺平冷ケース4台と、同社最大規模で展開している。

精肉売場でも子育て世代対応として、800g以上の商品を中心に大容量品を買い得価格で提供する。

扱いSKUは、青果370、鮮魚・塩干320、精肉310、日配・パン2,200、惣菜・寿司260、加工食品（酒、米含む）6,500、雑貨3,200、合計13,000。（写真はいなげや提供）

■ DATA いなげや 国分寺東恋ヶ窪店

店舗名	いなげや国分寺東恋ヶ窪店
所在地	東京都国分寺市東恋ヶ窪 2-33-15
電話番号	042-329-5083
開店日	2021年12月16日(木)
建物構造	地上1階建て
延床面積	2,767㎡
売場面積	1,621㎡
駐車場	73台
駐輪場	86台
店長	井上 雅義 氏
従業員数	63名(社員15名、パート48名)
営業時間	9:30～21:30
レジ台数	セミセルフレジ7台(精算機14台)
年商目標	20億円
商圏	半径500m圏 5,873世帯 12,959人 半径1km圏 19,127世帯 39,777人
世帯人員	2.21人
店舗特性	単独SM
商圏特性	住宅地
総店舗数	133店
交通	西武国分寺線 恋ヶ窪駅より徒歩12分

商圏特性 (2015年現在)

1次(半径500m圏) 5,205世帯 11,393人			
人口構成比	人員別世帯比率		
年少人口	13.6%	1人世帯	40.7%
労働力人口	66.8%	2人世帯	24.6%
高齢人口	19.6%	3人世帯	17.7%
夜間人口比率	58.0%	4人世帯	13.5%
昼間人口比率	42.0%	5人以上世帯	3.5%
年齢別構成比	平均世帯人員 2.19人		
0歳～19歳	18.5%	持ち家比率	57.7%
20歳～29歳	12.8%	1戸建て比率	33.6%
30歳～49歳	31.5%	共同住宅比率	65.9%
50歳～69歳	23.2%		
70歳以上	14.0%		

2次(半径1km圏)	18,588世帯 39,998人
3次(半径2km圏)	67,112世帯 139,728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



連雀通り沿いに位置するいなげや国分寺東恋ヶ窪店





ベーカリー、惣菜、鮮魚寿司などの即食を入口正面に記して成功

生鮮の上質素材強化し、 即食を入口近くに集めて全面改装

そうてつローゼン 葉山店

神奈川県三浦郡葉山町

売場面積	駐車場	業態	階層	立地	種別
471 坪	56 台	SM	1 層	住宅地	改装

惣菜、ベーカリー、鮮魚寿司を即食でゾーニング
大豆ミートをハンバーガー、精肉、冷凍などで販売
鮮魚、精肉、青果で上質素材の品揃え拡大

相鉄ローゼンは「そうてつローゼン葉山店」を2022年2月23日(水)に大改装。上質素材を具に使ったパン、惣菜類や、上質品を強化した生鮮品が高い支持を受け、好調に推移している。

1995年に開店した店舗で、今回27年ぶりに大改装した。NHK大河ドラマ「鎌倉殿の13人」に登場する三浦一族が支配した三浦半島の一面、葉山町の住宅地に立地する。JR横

須賀線で鎌倉駅の隣駅、逗子駅から車で15分ほど。葉山の御用邸も近い。

店舗は、屋上駐車場の1階建て。売場面積は471坪で、山坂が多い立地環境の中では大きい方。

今回の改装では、店舗右側の主通路・壁面にあった惣菜売場を、左側の入口近くに移動。店舗に入っすぐに惣菜が始まるようにした。以前はイトインがあって、インスタア



専用窯を新たに導入して焼き立てピザを提供



大豆ミートを使用したハンバーガー。加工肉、冷凍精肉などでも大豆ミートを展開



デカイ具が特徴のそうてつローゼンの鮮魚寿司。惣菜売場で展開

主通路内には、平冷ケースコーナーを設置し、刺身、切身などチルド販売する他、冷凍で漬魚、干物、切身、むきエビなどを「お手軽便利」のキャッチコピーで展開している。

精肉でも鮮魚と同じように主通路内に平冷ケースを置き、葉山牛をケースの半分ほどを取って売り込む。その裏面の冷凍ケースでは大豆ミート、ベーコン、焼き鶏などの冷凍肉を「お手軽便利」として販売。

生肉は、葉山牛を中心に扱い、水曜日と週末には横浜牛、松阪牛などの銘柄牛も販売する。豚肉はやまと豚、鶏肉は桜姫鶏、赤鶏さつまなど上質品の扱いが多い。

惣菜では、精肉部門で扱う上質素材を使った商品化を進めていて、葉山牛、横浜牛、松阪牛を使った「牛・焼肉弁当」、やまと豚を使った「生姜焼き弁当」などの弁当を曜日・数量限定で販売する。

SKU数は、青果 420、鮮魚 350、精肉 250、惣菜 350、一般食品 4,300、

酒 1,300、菓子 1,600、日配 2,200、衣料品・家庭用品 2,500、合計 13,270。



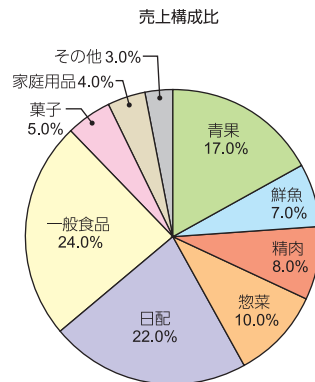
青果を柱に惣菜、精肉、鮮魚の売場を集合させて、賑わいを醸し出す



サラダパック、パッケージサラダなどの簡便野菜コーナー

■ DATA そうてつローゼン 葉山店

店舗名	そうてつローゼン葉山店
所在地	神奈川県三浦郡葉山町一色 988-1
電話番号	046-876-3711
改装開店日	2022年2月23日(水)
建物構造	地上1階建て屋上駐車場
売場面積	1,554㎡(470.9坪)
駐車場	56台
店長	藤城 毅郎 氏
従業員数	56名(社員11名、パート45名)
営業時間	8:00～22:00
休業日数	正月2日間休
レジ台数	セミセルフレジ4台(精算機6台)、通常レジ1台
商圏	半径1km圏 3,400世帯 8,800人 2km圏 9,150世帯 23,400人
世帯人員	2.59人
店舗特性	単独SM
商圏特性	住宅地
総店舗数	53店
交通	JR横須賀線 逗子駅より車で15分



ワイン売場に近くに生ハム、ナチュラルチーズのコーナーを移設



冷凍スープのスープストックコーナーを新たに導入

商圏特性 (2015年現在)

1次(半径1km圏) 3,966世帯 10,357人

人口構成比		人員別世帯比率	
年少人口	14.6%	1人世帯	21.1%
労働力人口	55.2%	2人世帯	33.6%
高齢人口	30.2%	3人世帯	22.2%
夜間人口比率	60.0%	4人世帯	16.2%
昼間人口比率	40.0%	5人以上世帯	6.9%
年齢別構成比		平均世帯人員	2.61人
0歳～19歳	19.4%	持ち家比率	84.4%
20歳～29歳	5.9%	1戸建て比率	83.9%
30歳～49歳	26.7%	共同住宅比率	13.8%
50歳～69歳	26.3%		
70歳以上	21.7%		

2次(半径2km圏) 8,186世帯 21,064人

3次(半径3km圏) 14,300世帯 36,137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



屋上が駐車場のそうてつローゼン葉山店



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)

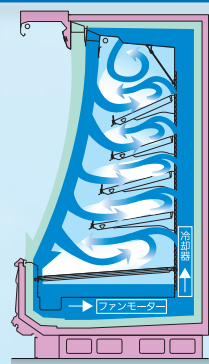
高鮮度保持

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。



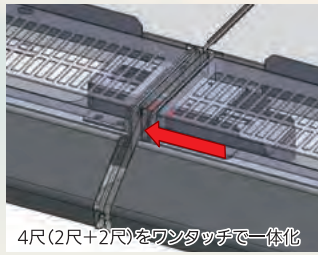
省力化

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。

特許出願中

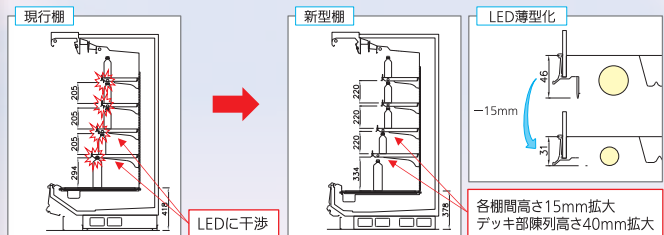


4尺(2尺+2尺)をワンタッチで一体化

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>