

Store Japan Digest

No. 66
2022年9月号

週刊ストアジャパン ダイジェスト版

<http://www.sji.jp>



2層型の都市型小型店オープン。総菜とベーカリーを1階に集約

サミットストア 湯島天神南店 ————— 01



惣菜、冷食を大幅に拡大。地域ニーズに応える売場づくり

エコス TAIRAYA 美野里店 ————— 05



フードスクエア業態に転換。MiiLシリーズを各売場に導入

フードスクエアカスミ 八千代店 ————— 09



ヤングファミリーの新規顧客が増えた全面改装店舗

いなげや 厚木三田店 ————— 12



1階に総菜・ベーカリーを集約し、酒、飲料なども揃え昼食需要や夕食需要に応える

2層型の都市型小型店オープン。 総菜とベーカリーを1階に集約

サミットストア 湯島天神南店

東京都文京区

売場面積	駐車場	業態	階層	立地	種別
210坪	無し	SM	2層	駅近住宅地	新設

入口がある1階に総菜とベーカリーなど即食系をレイアウト

210坪の都市型小型店。ニューファミリー・単身世帯に向けたMD展開競合店の少ない地域。地域の「冷蔵庫」を目指す

サミットは2022年3月9日(水)、サミットストア湯島天神南店をオープンした。同店は東京メトロ千代田線湯島駅から約200m、学問の神様が祭られているとして有名で年間100万人以上の参拝客が訪れる湯島天神から約100mの距離に位置する。周辺には戸建て住宅やマンションなどが立ち並び、マンション開発や文京区の子育て支援制度などもあり人口増加を続けている地域。マンショ

ン建設の際には文京区からファミリータイプの設置が義務づけられているため今後も人口の増加が見込めるといい、同店も139戸のマンションの地下2階～地上1階部分(売場は地下1階・地上1階)への出店となる。

半径0.5km圏内の商圏人口は13,472人8,301世帯、年齢別人口比率では20～29歳が14.5%と文京区平均より2.2ポイント高く、30～39歳も19.2%と3.2ポイント高くなって



139戸のマンションの1階と地下1階部分への出店となったサミットストア湯島天神南店

おり、20～30歳の構成比が突出して高い。さらに単身世帯率が67.1%と同社平均49.3%より非常に高くなっている一方で50～70歳代は東京都平均よりも低くなっている。

サミットの文京区への出店は1978年に開店した千駄木店以来の2店舗目となり、知名度がほとんどない地域への出店となる。売場面積は210坪で地下1階と地上1階の2フロアタイプで構成。サミットでは2018年頃から小型店の売場作りを進めており、2020年には神田スクエア店をオープン。その後も300坪以下の三田店、鍋屋横丁店、西荻窪駅南店などを都市型小型店として次々

にオープンしており、湯島天神南店もこの都市型小型店として開発され、これまで成功している取り組みなどを随所に導入している。

周辺には競合店が小型店しかなく近隣住民から「複数店舗を買い回っている」との声があることから、地域の“冷蔵庫”として「毎日来たくなる」店づくりを目指す。

売場は入口のある1階に総菜とベーカリーなど即食商品を集約し、他

にはパン、酒・飲料をまとめ昼食需要や通勤帰りの夕食需要に対応したレイアウトを形成。

地下1階にその他の生鮮食品やグロスアリー、日配、生活用品をまとめており、これらの2層式の売場作りではこれまでの都市型小型店のMDを取り入れている。

アイテム数はレギュラー店が1万SKUを超えるのに対して6,218SKUと絞り込んでいるが、特に地下1階の売場は gondola を高めに設置し gondola の上にも在庫を置くなどし、品揃えの少なさを感じさせない作りになっている。

1階の総菜売場では昼食需要、単身者需要、そして増えつつあるファミリー需要に対応できるように米飯や寿司を曜日・時間帯別で品ぞろえ・内容量を変化。通常店では各部門で販売されている生鮮総菜のフレッシュサラダ&カットフルーツ、煮魚・焼魚、グリルキッチンコーナーなど



鮮魚総菜の煮魚・焼魚コーナーを総菜売場で展開



「迷ったら撮って聞いてみよう!」のPOPと共に総菜を展開



時間帯別で焼き立てを強化する桜姫鶏の焼きとり



九条ネギ入り店内手作りだし巻玉子



総菜売場で販売する鮮魚寿司

の商品も総菜売場でまとめて販売する。対面式の作業場で製造する店内手作りだし巻玉子や桜姫鶏の焼き鳥などはライブ感とシズル感を出して売り込む。

ベーカリーは総菜と連動して買い回りしやすい売場で、こちらもガラス張りの対面売場を形成。店内製造の昼食需要に対応する冷蔵サンドイッチや、夕方の主力商品の焼き立て・出来立て販売、単身世帯やファミリー層に人気のスイートドーナツもコーナー化している。

地下1階の青果売場では近隣で取り扱いの



狭い売場ながらも作業場が見えるベーカリー売場でライブ感を創出



店内製造のサンドイッチコーナー。昼食需要に冷蔵サンドイッチを充実



地下1階にエスカレーターで降りると青果売場が出迎える



近隣では取り扱いの少ない地場野菜「農家さんからの直送」コーナー



単身世帯が多いことから少量・適量商品を強化

便・半調理品の干物、塩サケ、味付け魚などは冷凍商品でも販売し、刺身は夕方の出来立て商品を強化している。

精肉売場では若いファミリー世帯に需要が高い加工肉を強化、味付け肉やレンジアップ

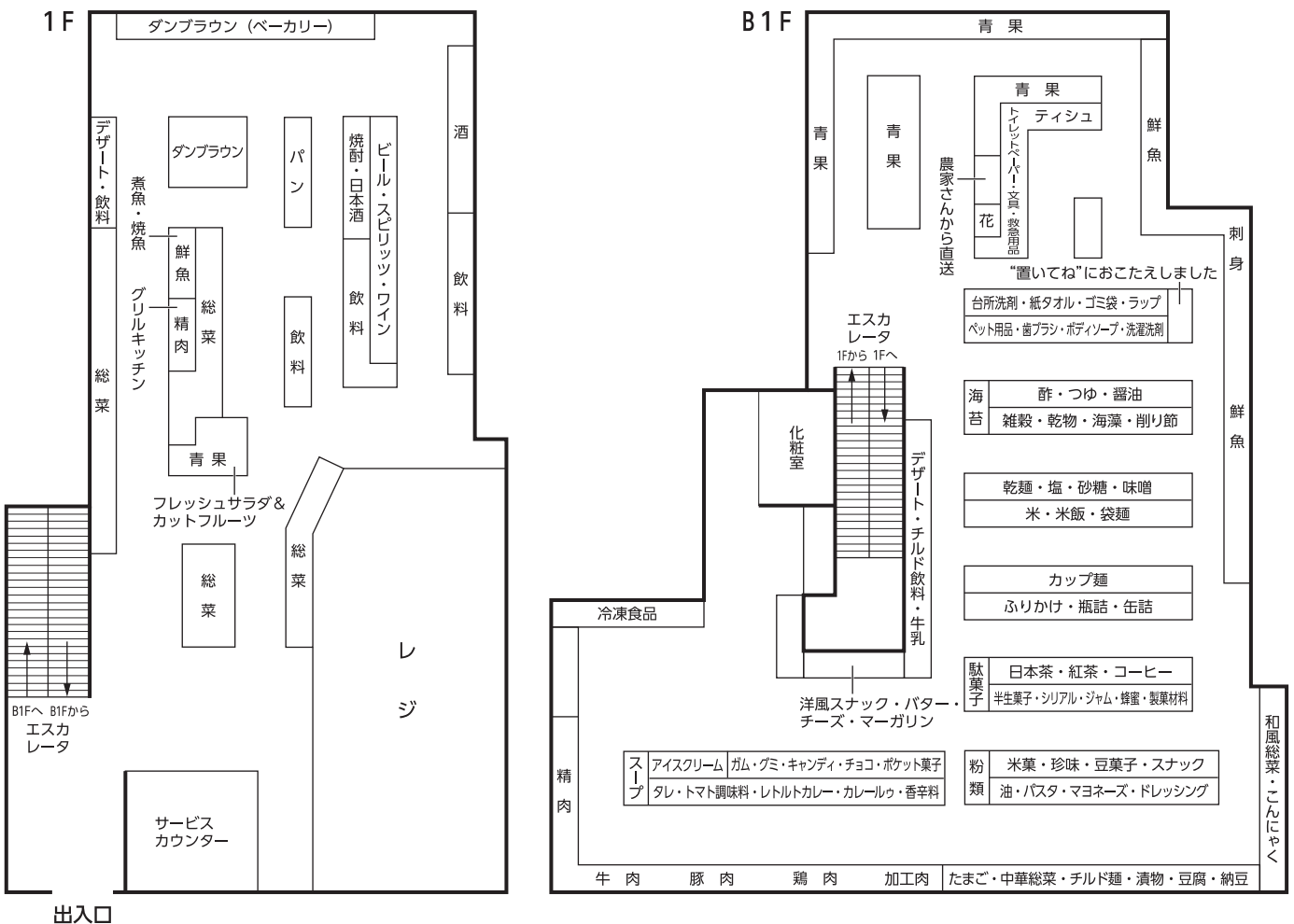
少ない生産者が明確な「農家さんから直送」コーナーを設置。単身世帯が多いことから少量・適量商品の品ぞろえも強化している。

鮮魚売場では対面調理を行う「おさかなキッチンコーナー」は設置しないが、開き、三枚卸など調理の手間を省く商品を充実。簡

商品などの即食品も豊富に取り揃える。他にはスライスや生姜焼きなど複数コーナーを縦でくくることで限られた売場の中でも日常の買い物に不便のない売場構成を行っている。

最近各店舗で拡大が続いている冷凍食品売場は全体の売場面積が小さいこともありコンパクトな売場となるが、オリジナルのたこ焼きや唐揚げ、餃子など人気商品をしっかりと品揃えし、簡便需要に答えている。

全体のアイテム数は6,218SKUと



なり内訳は青果 324、鮮魚 280、精肉 327、総菜 320、加工食品 2,504、菓子 510、デイリー 1,233、家庭用品

662、ベーカリー 58。
レジはセミセルフが2台にセルフレジが6台。年商目標は15億円。今

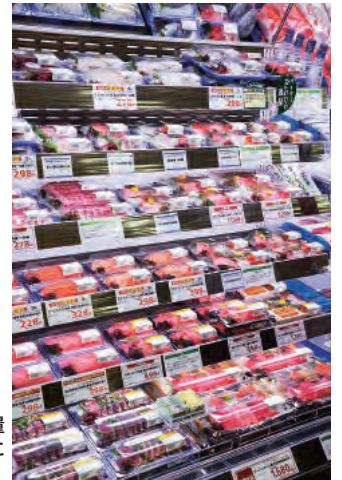
後も都市型小型店の出店は複数計画されているという。



味付け肉やレンジアップ商品を豊富に取りそろえる精肉売場



干物や味付け魚、うなぎなど冷凍商品を充実。「賢くストック」と推奨する



刺身も少量・適量で単身世帯需要に応える商品づくり



薄切りやブロック肉など部位別に縦に商品を陳列



通常店などでは拡大している冷蔵コーナーだが、小型店のためコンパクトに売場を展開

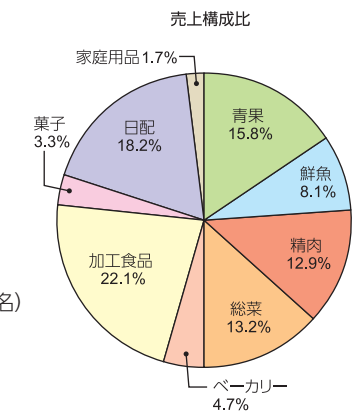


お客様のリクエストに応える「置いてね」コーナー

■ DATA サミットストア 湯島天神南店

所在地 東京都文京区湯島 3丁目 20番 12号
電話番号 03-5816-3351
開店日 2022年3月9日(水)
建物構造 地上14階・地下2階建て
(売場地上1・地下1階、バックヤード地下2階)

売場面積 695㎡
駐車場 無し
駐輪場 43台
店長 角谷 貴人氏
従業員数 80.6名(社員 22.5名、パート・アルバイト 58.1名)
営業時間 9:00～23:00
休業日数 年3日(予定)
年商目標 15億円
店舗特性 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 東京メトロ千代田線 湯島駅から徒歩0.2km、銀座線末広町駅から徒歩0.5km、都営大江戸線 上野御徒町駅から徒歩0.5km



商圏特性 (2015年現在)

1次(徒歩5分圏) 3,792世帯 5,955人

人口構成比		人員別世帯比率	
年少人口	8.1%	1人世帯	68.3%
労働力人口	71.2%	2人世帯	17.0%
高齢人口	20.8%	3人世帯	8.4%
夜間人口比率	22.0%	4人世帯	5.1%
昼間人口比率	78.0%	5人以上世帯	1.3%
年齢別構成比		平均世帯人員	1.57人
0～19歳	10.5%	持ち家比率	45.1%
20～29歳	17.2%	1戸建て比率	12.9%
30～49歳	36.1%	共同住宅比率	86.7%
50～69歳	21.1%		
70歳以上	15.1%		

2次(徒歩10分圏) 21,867世帯 35,405人

3次(自転車10分圏) 119,392世帯 206,049人

特性 20代～30代と単身世帯が多い

技研商事インターナショナル株式会社「MarketAnalyzer™」で作成





大きく売場を拡大した惣菜売場

惣菜、冷食を大幅に拡大。 地域ニーズに応える売場づくり

エコス TAIRAYA 美野里店

茨城県小美玉市

売場面積	駐車場	業態	階層	立地	種別
427 坪	150 台	SM	1 層	郊外住宅地	改装

サンドイッチコーナーを新設。洋風惣菜を強化
冷凍刺身を初導入。精肉は簡便と質の両面で展開
冷食売場を大幅に拡大。こだわり商品など品揃えを充実

エコスは2022年5月31日（火）、茨城県小美玉市羽鳥のTAIRAYA美野里店をリニューアルオープンした。同店はJR常磐線羽鳥駅東口から伸びる櫛通り沿いで営業。駅からは徒歩で約20分の距離にあるが、美野里店までの通り沿いにはコンビニやスーパーなどの店舗はなく、周辺住民にとってなくてはならない店舗だ。周辺は新たに分譲住宅が増えて

きており、若い世代のファミリーなどが増えている地域となる。

改装のための閉店は4月11日。併設して営業している100円ショップのセリアも改装を実施しており、新店のようなたたずまい。約1か月半の休業期間中、周辺住民からは「いつ開店するのか」という声も多く寄せられており、待望のリニューアルオープンとなった。



外観を塗りなおし生まれ変わった美野里店。併設してセリアも営業している

売場面積は改装前とほとんど変わらず427坪。特に大きく変わった惣菜売場は面積を拡大し、ハンバーグやパスタなどの洋風惣菜やワンコインピザを導入。専用調理室を新設したサンドイッチコーナーも新たに導入し、フルーツサンド、ホットサンドなどをバリエーション豊富に取り扱う。近隣に茨城県立中央高校もあることから昼食需要に応える商品や軽食などの品揃えを強化しており、実際に改装前に比べて学生や若い客層が増えたという。

弁当類でも「メガ盛り肉弁当」や「油淋鶏弁当」、「生姜焼き弁当」など若い客層にマッチする商品を品揃え



近隣に高校などもあることからメガ盛りなどガッツリ系の商品を充実



新たに導入したサンドイッチコーナー。フルーツサンドからホットサンドまで幅広く品揃え

し、高齢の近隣住民に人気の高い和惣菜なども充実させている。

青果売場では平台をなくし、通路を広く取り回遊性の良さを重視。新鮮な地場野菜や果物を品揃えするとともに、カットサラダやカットフルーツなど簡便商材も強化し販売。

精肉売場ではこれまで和日配が入

っていた売場を惣菜側の洋日配とまとめたことで、売場が拡大。特に加工品が広がり、ハムやウインナー、生ハムなどのこだわり商品から価格対応商品まで幅広い品揃えで展開する。

精肉では和牛の常陸牛を中心に、焼肉商材やステーキなどコーナーで展開。鶏肉では「桜姫鶏」、豚肉では「匠味麦豚」などの銘柄肉を中心に品揃え。大パック商品も充実させ、さら

に味付け肉やレンジアップ商品、冷凍肉などを強化している。

鮮魚では旧店ではセミ多段ケースで展開していたが、多段ケースに切り替え、品揃えを増やした。特に冷凍売場を拡大しており、冷凍の干物やウナギなどを展開。そして注目なのが同社初で試験的に導入した冷凍の刺身。イカ、サーモン、まぐろ、かんぱち、真鯛、ひらめ、甘エビなどをSKU豊富に品揃えする。同店の倉持知幸店長は「あまり見たことがない商品だと思いますので、



牛肉では常陸牛を中心に高質商品売り込む



大容量商品など強化する焼肉コーナー



味付け肉やレンジアップ商品を新たに増やした



和日配を移動し、大きく拡大した加工肉売場



平台をなくし回遊性を重視した売場に刷新した青果売場



カットサラダなどの簡便商材を豊富に取りそろえる



リーチインコーナーを新設し、売場を拡大した冷凍食品売場



アイスなどこだわりの商品を各所に導入

含む生鮮構成比も目標に近づいてきており、倉持店長は「手応えを感じている」と話す。

競合店はヨークベニマル、タイヨー、セイミヤ、少し離れてカスミなどがあるが、装い新たに生まれ変わった美野里店で地域の支持獲得を目指していく。

大容量商品も取り扱う。

グロスアリー売場ではグループ全体で取り組んでいるEDLPで展開。生活雑貨については隣にドラッグストアや併設しているセリアがあることから大幅に減らし、レジ前のエンドで取り扱うのみ。

それ以外では旧店では店舗外に置いていたリサイクルステーションを風除室に移動している。

6月中旬現在、客数は改装前に比べて約220%、売上も約230%と順調にきている。50%を目標にする惣菜



改装前は外に設置していたリサイクルステーションを店内の風除室に移動

■ DATA エコス TAIRAYA 美野里店

所在地 茨城県小美玉市羽鳥 2908-1
 電話番号 0299-36-9500
 改装開店日 2022年5月31日(火)
 建物構造 地上1階建て
 売場面積 1,409㎡
 駐車場 150台
 店長 倉持 知幸氏
 従業員数 63名(社員13名、パート・アルバイト50名)
 営業時間 9:00～21:00
 店舗特性 惣菜・冷食売場を拡大
 商圏特性 郊外型住宅地
 交通 JR常磐線羽鳥駅から徒歩で約20分

商圏特性 (2015年現在)

1次(自転車5分圏) 1,658世帯 4,476人			
人口構成比		人員別世帯比率	
年少人口	17.7%	1人世帯	22.5%
労働力人口	62.0%	2人世帯	28.5%
高齢人口	20.3%	3人世帯	22.2%
夜間人口比率	61.2%	4人世帯	17.2%
昼間人口比率	38.8%	5人以上世帯	9.5%
年齢別構成比		平均世帯人員	2.70人
0～19歳	23.0%	持ち家比率	68.4%
20～29歳	9.9%	1戸建て比率	75.0%
30～49歳	32.3%	共同住宅比率	23.6%
50～69歳	20.6%		
70歳以上	14.2%		

2次(車5分圏) 1,430世帯 3,736人

3次(車10分圏) 3,562世帯 9,692人

特性 高齢者世帯が多い郊外住宅地

技研商事インターナショナル株式会社「MarketAnalyzer™」で作成





平冷ケースや平台を多く導入し視認性の良い売場を形成

フードスクエア業態に転換。 Miil シリーズを各売場に導入

フードスクエアカスミ 八千代店

茨城県結城郡八千代町

売場面積	駐車場	業態	階層	立地	種別
657 坪	139 台	SM	1 層	郊外住宅地	改装

2003 年オープンのカスミ八千代店をフードスクエアに業態転換
新業態 BLANDE で初導入のオリジナル商品「Miil」シリーズを展開
惣菜、冷食売場を強化。充実の品揃えでニーズに応える売場づくり

カスミは 2022 年 6 月 23 日（木）、茨城県結城郡八千代町のカスミ八千代店をフードスクエアカスミ八千代店に業態転換しリニューアルオープンした。

同店は関東鉄道常総線下妻駅から西に約 7.5km、八千代町役場のほど近くに位置。改装前のカスミ八千代店は 2003 年に開店し、19 年に亘り営業。より地域のニーズに合った店づくりを行うためフードスクエア業態に転換することとなった。

フードスクエアカスミ八千代店は「良い日常は、良い生活から」がテーマ。特に注目はカスミの新業態である「BLANDE」で初導入したオリジ



新たに導入したパン工房エミーノ



フードスクエア業態に生まれ変わった八千代店

ナル商品の「Miil KASUMI」を各売場に導入。地域のニーズにあった品揃えと、ライフスタイルに応え、豊かで楽しい日常の食生活を提案、地域で一番愛される店づくりを目指していく。

店内入口は 2 ヶ所、青果側の入口を入ると平台で旬のおすすめ野菜や果物を大きく展開。地元農家の「ま



専用窯で焼き上げた本格的なピザ



BLANDE セレクションの「魚河岸の鮭」コーナー



保管に便利な Miil ブランドの「真空包装商品」を強化

恵み鶏など銘柄鶏を品ぞろえ。焼肉商材なども豊富に取りそろえ、簡便ニーズにも対応し味付け商品や冷凍保存可能な冷凍簡単調理キット、健康を意識したサラダチキンの品揃えなども強化している。

惣菜コーナーでは国産生原料を使用して店内で1本ずつ焼き上げる焼鳥の品揃えを強化。他にも中華コンセの「第一楼」を新規に導入し中華メニューやアジアエスニックメニューなどを強化。

八千代町役場が近くにあるため昼食需要に弁当などの米飯類

も強化して展開している。

ベーカリーではインスタベーカリーのパン工房エミーノを新たに導入。ビーフカレーパンなどの人気商品のほかに、高温の窯で焼き上げる本格的なピザやサクサクなデニッシュなど作り立て・出来立てにこだわる売場づくり。

アイテム数は青果 622 (野菜 382、果物 240)、鮮魚 395、精肉 460、惣菜 350、一般食品 3,653、日配 1,878 (和日配 588、洋日配 1,290)、菓子 2,453、酒 1,985、ベーカリー 65、日用雑貨 2,743 の計 14,604 アイテム。オリジナル商品の「Miil」は各売場に合計 344 アイテム導入している。

としてコーナー展開。新鮮な生ネタを使用した寿司や海鮮丼を豊富に品ぞろえする。

精肉は筑西ブランドに認証された銘柄豚「キングポーク」や「ローズポーク」の品揃えを充実。牛肉では黒毛和牛や国産牛の品揃えを強化し、鶏肉は桜姫鶏、つくば鶏、亜麻仁の



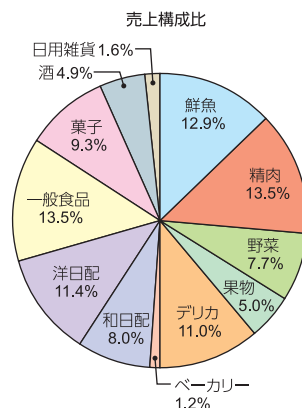
充実のスイーツコーナー。植物性ヨーグルトなど健康志向商品も導入



BLANDE で初導入の有名店アミーチ監修の冷凍ピザ

■ DATA フードスクエアカスミ 八千代店

所在地	茨城県結城郡八千代町菅谷 56 街区-1
電話番号	0296-48-3338
開店日	2022年6月23日(木)
建物構造	1階建て
売場面積	2,169㎡
駐車場	139台
店長	上野 征司氏
従業員数	41名(正社員13名、パート・アルバイト28名)
営業時間	9:00～21:45
商圏人口	1km圏内 887世帯 1～2km圏内 1,119世帯 2～3km圏内 1,928世帯
年商目標	21億円
商圏特性	郊外住宅地
総店舗数	189店舗(6月23日現在)
交通	関東鉄道常総線 下妻駅より約7.5km



商圏特性 (2015年現在)

1次(自転車5分圏) 569世帯 1,809人			
人口構成比	人員別世帯比率		
年少人口	16.5%	1人世帯	22.7%
労働力人口	60.1%	2人世帯	21.2%
高齢人口	23.4%	3人世帯	20.3%
夜間人口比率	49.3%	4人世帯	15.1%
昼間人口比率	50.7%	5人以上世帯	20.6%
年齢別構成比	平均世帯人員 3.18人		
0～19歳	21.5%	持ち家比率	71.0%
20～29歳	10.3%	1戸建て比率	74.4%
30～49歳	26.2%	共同住宅比率	24.3%
50～69歳	24.9%		
70歳以上	17.2%		

2次(車5分圏) 741世帯 2,319人
3次(車10分圏) 2,671世帯 8,282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





インスタペーパーを合わせたデリカの売上構成比が17%近くもあって、昔からデリカが良く売れる店

ヤングファミリーの新規顧客が増えた全面改装店舗

いなげや 厚木三田店

神奈川県厚木市

売場面積	駐車場	業態	階層	立地	種別
561 坪	155 台	SM	1 層	住宅地	改装

3 コンコースの広い売場に生鮮3品をゾーンング
鮮魚鮭を新規導入し、惣菜寿司と併せて即食強化
チーズケーキなど店内製造品を増やし、動画でもアピール

いなげやは2022年6月17日(金)、神奈川県厚木市の郊外に立地する「いなげや厚木三田店」を全面改装オープン、狙い通りヤングファミリー層の新規客の開拓に成功している。

同店は1999年2月に開店した周辺では古い店舗で、同店が開店後、スポーツデポ、パチンコ店が近くに開業し、商業集積度が高まっている。

登戸店店長から同店の店長に着任して丸1年間で改装に漕ぎつけた山岡範宏店長は改装のポイントについて

「改装前の昨年8月から照明を全部LEDに変更して店内を明るくし、今年3月からオーナーさんが外壁を塗装してくれた。5月初めに仮囲いして売場を3分の2に縮小して14日間営業し、6月3日から14日間休んで6月17日にオープンした。冷蔵冷凍ケースを全て入れ替え、バックヤードもシャッフルして一から作り直した。惣菜はガラス張りにして作業場を一からやり直した。鮮魚は売場側に作業場を持ってきて、鮮魚の作業場のあったとこ



隣がウエルパークのいなげや厚木三田店

ろに精肉の作業場を持ってきた。ミートデリカの作業場を完全にやめてそっくり鮮魚鮭の作業場にした」と説明。

売場は右側の主通路を3コンコースにして、青果、精肉、鮮魚の平台・平ケースを2列に広げ、回遊性を良くした。壁面も生鮮3品で構成し、



粉の配合からこだわった店内製造の「窯出しチーズケーキ」。一晩寝かせ、コクがあって美味しいと評判。製造工程を店長がビデオ撮影し、売場で流している



本鮪の握り寿司で差別化を図る鮮魚鮓

オープンキッチンで展開し比較的売上げ構成比の高い鮮魚売場。その一画に鮮魚鮓を新しく導入

毎日解体する本鮪の握り寿司が大きな差別化になっていて、週末は朝どれの魚をスライスして寿司に握る。

鮮魚部の社員は6名で主に魚を捌き、パートが握るが、改装前に研修に行き、全員が握れるようになっている。

惣菜の寿司は平ケースを横12尺、縦6尺ほどに拡大、肉寿司も新たに導入している。

結果、鮮魚鮓は開店初日55万円ほど売り、今も週末は20万円くらい売れる。惣菜寿司も以前より売上げが伸びており、「理由はわからないが、新規のお客様が鮮魚鮓を買ってくだ



デリカ部門の惣菜寿司のコーナー。平ケースを大きく広げた



馬刺しを初導入し、非常に良く売れている、という。スキンパックで提供

即食系のヒットで象徴的なのが寿司。寿司は鮮魚部門で生ネタを使った「鮮魚鮓」と惣菜部門の「寿司」を2か所で展開。鮮魚鮓は新たに始め、惣菜の寿司は売場を大きく拡大した。

鮮魚鮓は鮮魚売場の一画で床尺6尺ほどで展開、鮮魚チーフが寿司も担当していて、鮮魚で扱う魚を刺身用と寿司用に捌き、パート社員が握って盛り付ける。



ハレの日には仙台牛などを売り込む精肉売場

生鮮3品がこのゾーンで何でも揃うようにレイアウトされている。

一方、左側のゾーンは平台・平冷ケースを広く取り、惣菜、冷凍食品、アイス、ベーカリーなどで構成、即食系でまとめている。

「30代～40代のヤングファミリーを狙って、即食系、惣菜、冷凍食品などの洋風提案を増やす」(山岡店長)という店づくりを進めている。



青果から始まる右側主通路はコンコースを3つにして平台を増やして生鮮3品の回遊性を高める

カットフルーツコーナー。中央のすいかステイクツメが人気



さっているもの
と思う」と店長
の顔も綻ぶ。

惣菜は、コン
クールで金賞を
受賞した塩から
揚げの他、店内
製造のチーズケ
ーキ、窯焼ピザ
などが人気商品
になっている。
チーズケーキ、
窯焼ピザは店長
自ら粉を混ぜる
ところから出来
上がるまでを動
画撮影し、売場

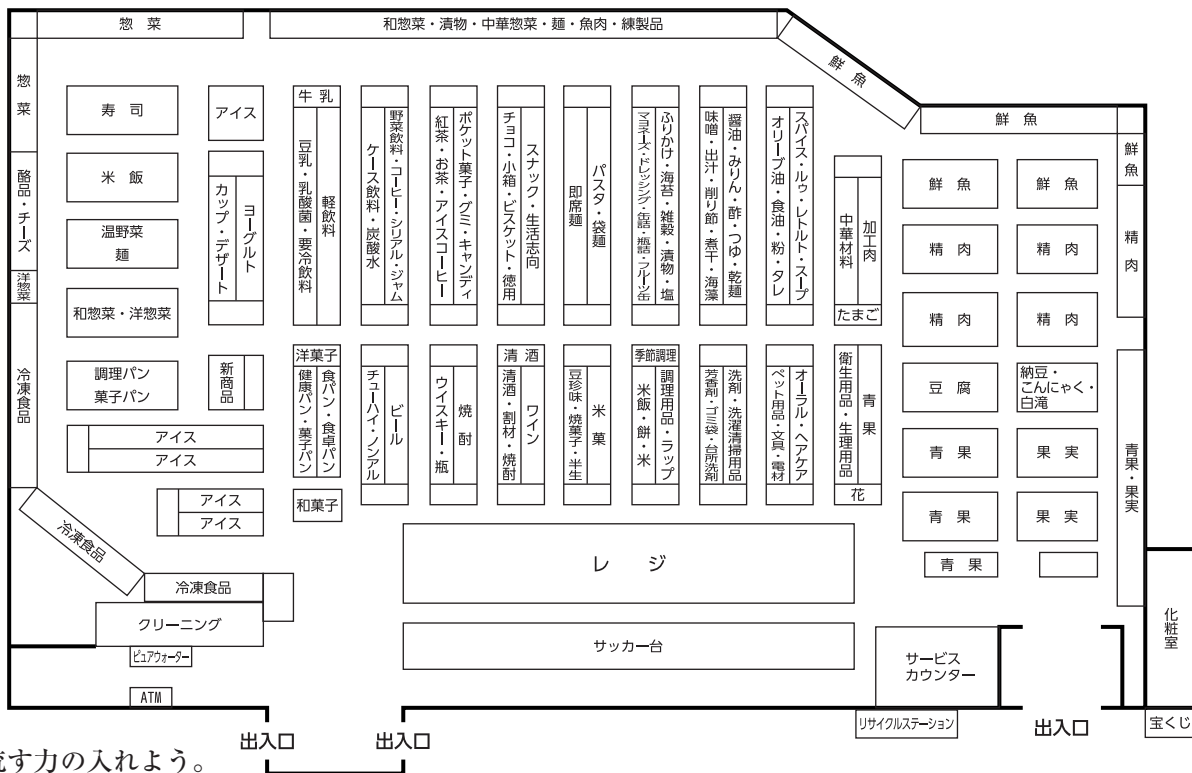
の小型モニターで流す力の入れよう。

こうしたこともあって、惣菜の売
上構成比は14%と同社では断トツ
の1位だとか。インスタペーカリー
の2.5%を含めると16~17%にも
なる。鮮魚の構成比も塩干を入れて
10%と同社の中では高く、精肉13%、
青果12.5%と続く。青果は周辺が農
村地帯で、米農家があり、軒先の直
売もあって、厳しいが、地場野菜と、
フルーツはよく売れている。

店全体では改装後、客数が7%ほ
ど伸び、売上げも7~8%伸びてい
る。「今までのお客様はそのままに
来てくれているので新規客の分が乗
っている感じ」とし、今後は若い人
が多い南側を中心にスマホチラシと
ポスティングでさらなる顧客開拓を
行っていく考えだ。



左側入口近くから展開する冷凍食品売場



■ DATA いなげや 厚木三田店

店舗名	いなげや厚木三田店
所在地	神奈川県厚木市三田 2-2-18
電話番号	046-242-8781
改装開店日	2022年6月17日(金)
建物構造	地上1階建て
売場面積	1,851㎡
駐車場	155台
店長	山岡 範宏 氏
従業員数	95名(社員22名、パートアルバイト73名)
営業時間	9:30~21:30
店舗特性	ウエルパークとコンボ
商圏特性	住宅地
総店舗数	132店
交通	小田急小田原線 本厚木駅より半原行きバスで宿原入口下車3分

商圏特性 (2015年現在)

1次(半径1km圏) 6,781世帯 15,307人			
人口構成比	人員別世帯比率		
年少人口	12.6%	1人世帯	40.0%
労働力人口	65.0%	2人世帯	23.7%
高齢人口	22.5%	3人世帯	17.2%
夜間人口比率	43.0%	4人世帯	13.2%
昼間人口比率	57.0%	5人以上世帯	5.9%
年齢別構成比	平均世帯人員 2.26人		
0歳~19歳	20.0%	持ち家比率	53.9%
20歳~29歳	13.8%	1戸建て比率	52.9%
30歳~49歳	27.5%	共同住宅比率	45.1%
50歳~69歳	23.9%		
70歳以上	14.8%		
2次(半径2km圏) 17,041世帯 40,502人			
3次(半径3km圏) 38,336世帯 90,965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



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)

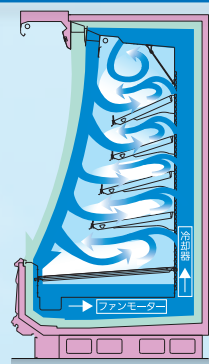
高鮮度保持

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。



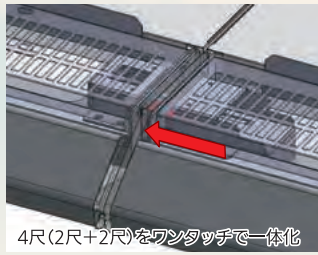
省力化

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

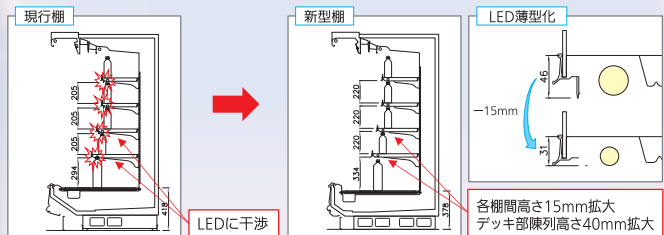


4尺(2尺+2尺)をワンタッチで一体化

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>