

Store Japan Digest

No. 68
2023年5月号

週刊ストアジャパン ダイジェスト版

<http://www.sji.jp>



宇都宮エリアに初出店。エリア拡大を占う地方大都市モデル店舗

ヤオコー トナリエ宇都宮店 ————— 01



シースルー厨房を導入して惣菜を強化する高架下SM

そうてつローゼン 星川駅前店 ————— 05



300坪の小型店ながらも各所に最新MD導入。冷凍、惣菜は標準店並みの品揃え

ライフ 市谷薬王寺店 ————— 09



建替え増床し、鮮度と美味しさで地域一番店を目指す最新SM

エコスTAIRAYA 岡芹店 ————— 12



2011年までスーパーの三樹屋が営業、その後ゲームセンターだった地下1階に居抜き出店。売場面積は2,341㎡

宇都宮エリアに初出店。エリア拡大を占う地方大都市モデル店舗

ヤオコー トナリエ宇都宮店

栃木県宇都宮市

売場面積	駐車場	業態	階層	立地	種別
708坪	440台(共用)	SM	1層	駅前	居抜き

栃木県への出店は19年ぶり。最寄店は約40km離れた飛び地魚惣菜「漁火」の進化版「漁火 GRAND」など、新MDを各所に導入。生鮮・デリカで売上構成比62%を設定。精肉・惣菜を強化し多様な需要に応える

ヤオコーは2023年2月9日(木)、栃木県宇都宮市にヤオコー トナリエ宇都宮店をオープンした。同店はJR宇都宮駅西口から約100mに位置する複合商業施設トナリエ宇都宮の地下1階部分への出店で、ヤオコーの栃木県の出店は約19年ぶり、県内店舗数は6店舗目となる。

これまで宇都宮エリアにヤオコーの店舗はなく、南側約40kmに位置する野木店が最も近いという飛び地

への出店となり、認知度が低い地域となるが、「関東最大都市である宇都宮エリアへの出店エリア拡大」、「北関東エリアのモデル店構築」を出店目的に掲げ、新たな地で挑戦を行う。

商圏環境は1km圏内で11,000世帯21,000人、3km圏内で71,000世帯142,000人が居住。1km圏内では特に30～40代のヤングファミリーが多く、3km圏内に広がるにつれ50



1990年にロビンソン百貨店として開業、ララスクエアを経て、2020年にトナリエとして生まれ変わったトナリエ宇都宮

～60代のシニア層が多くなっていく。人口は増加傾向にあり、世帯年収も高め。近隣にはオフィス街やビジネスホテル、高校・大学などがあり、通勤・通学客も多い。さらに再開発が進んでおり、駅東口側では2023年8月に次世代型路面電車システムのLRTが開業予定、西口側でも2026年に工事着手する計画が進んでいる。

そのため商圏内の居住者だけでなく新幹線乗降客や、ビジネスホテルの宿泊客などの来店も想定し、スーパーとしての普段の品揃えに加えて、デパ地下のようなハイグレードな商



既存の魚惣菜「漁火」を「漁火 GRAND」に進化させ、最大規模の売場を展開



寿司は本マグロを強化し通常より大きいネタで「大ネタ極み握り」として販売



「大海老フライ」を新発売し、「大海老フライ巻き」「大海老天むす」など米飯商品にも使用



「寿司屋のおつまみ」シリーズからうどん入りや、かにあん、うになどこだわりの素材を使用した茶わん蒸し4品を新たに導入



いなりの皮を店内で炊き上げ、出汁たっぷりの「だし香る狐珀いなり」を大きくコーナー展開

品やセミアップの商品など、品揃えの幅を広げて売場作りを行っている。ストアコンセプトは「宇都宮に新たな『美味しさ』『豊かさ』『楽しさ』を提供するお店」で、「美味しさ」で

は鮮度や旬、「豊かさ」では高品質やハイグレード感、「楽しさ」ではイベントやクッキングサポートなどを通していつもと同じではないワクワク感を訴求していく。

MD面では特に強化した「おつまみ」、「スイーツ」、そして「高品質な商品を圧倒的な安さで提供する価格コンシャス」を3つの柱に据える。

おつまみとスイーツではヤングファミリーに向けた旗艦店として展開している和光丸山台店のMDを更に進化させており、おつまみでは駅乗降客や単身者、ホテル宿泊者に向けて日本酒に合うおつまみを各売場にちりばめる。

スイーツではヤングファミリーなどをターゲットにベーカリー部門と青果部門でスイーツステーションを共同開発し、タルトやデニッシュ生地と合わせたスイーツ、プリン、カットフルーツなどを強化する。

“価格コンシャス”では単なる安さだけでなく、グレードの高い商品や、セミアップの商品を特に圧倒的な低価格で販売。対象の商品には黒いPOPを張り出し、高級感を演出している。

売上構成比は生鮮3品が42%、グロサリー38%、デリカが20%と高く、

生鮮3品とデリカで合計62%に設定する。特に惣菜・ベーカリーと精肉には新商品や新たなMDなどを豊富に取り入れており、注目度が高い売場作りが行われている

惣菜では既存店でも導入している魚惣菜の「漁火」を進化させた新ブランド「漁火 GRAND」を初導入。特大サイズの「大海老フライ」や店内カットしたするめいかを使った「するめいかリング」など食べ応えのある商品を導入。海老フライは米飯商品にも使用し、「大海老天むす」や「大海老フライ巻き」なども販売する。

寿司ではいなりの皮を店内で炊き上げ、出汁たっぷりの滑らかな食感の「だし香る狐珀いなり」をコーナー化。定着した「寿司屋のおつまみ」コーナーでは新たにうどん入りの茶わん蒸しや、ウニやカニを使用したハイグレードの茶わん蒸しなどを新たに4品を品ぞろえ。おにぎりでは米ブランド「幸米」と有明海産海苔、そしてウニやいくらなどを使用した高級おにぎりの「ごちそう幸米」も販売する。

ベーカリーでは店内で3日間ラム



スイーツではベーカリー・青果共有の商品を多数提供。とちあいかを使用した「寄せプリン」やデニッシュ、タルトなど



店内でラム酒にレーズンを3日間漬けて作る「ラムレーズンパン」を新発売

酒に漬けたレーズンを使用したレーズン食パンや北海道小麦を使ったフォカッチャ、そして青果部門と共有

して栃木県産の苺「とちあいか」を使用したタルトやデニッシュ、プリンなどを展開。1月オープンの加須

産の尾熊牛を中心にハイグレード品として和牛を強化。さらに国産のしほろ牛を使用したローストビーフ、おつまみ・おかず商品を品揃え。豚肉では地産地消として那須高原で育った大田原ポークを取り扱う。

鮮魚では地域一番商品として本まぐろを中心に刺身を強化し、寿司部門と共有して少容量パックから大容量パックまで豊富な品揃えで展開。一部の小容量の刺身はおつまみ商材として惣菜横の平台でも取り扱い、塩辛や酒盗などの瓶詰の珍味を専門店に負けない品揃えでコーナー展開している。



鮮魚では本まぐろを地域一番商品として売り込む

店から導入されたデリカ・生鮮センターで製造し、店内でキットを完成させる「寄せプリン」では「とちあいか」を加えた「苺の寄せプリン」を導入している。

生鮮の強化部門の精肉では埼玉県



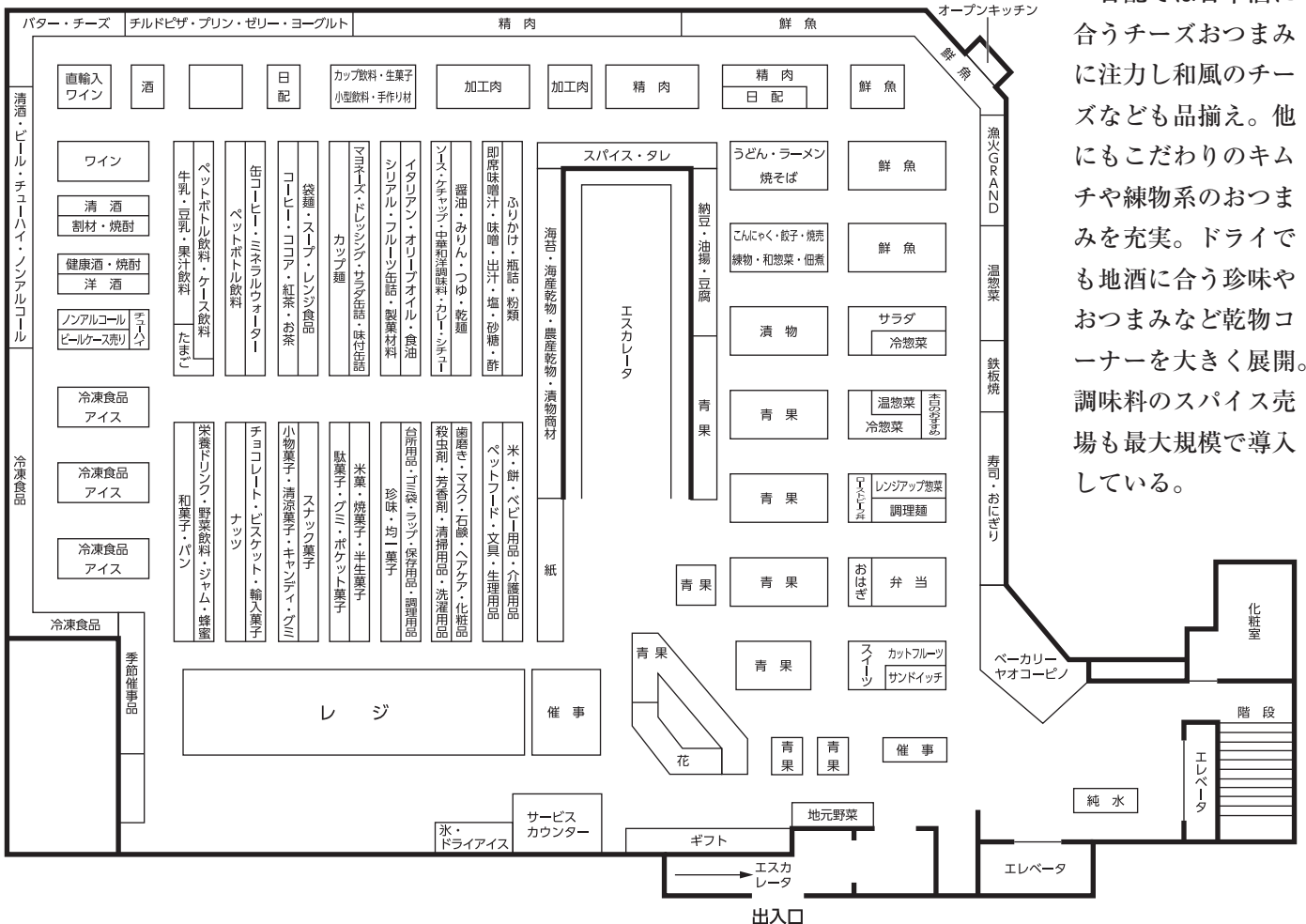
惣菜売場に隣接して鮮魚「お刺身個室盛り」などおつまみ需要に応える商品を展開



鮮魚売場に展開する珍味・瓶詰コーナー。専門店にも負けない品揃え

青果ではトマトを中心に旬の美味しさを提供し、果物も旬商品を使用したアソートギフト、カットフルーツを充実、量目や贈答まで選べる楽しい売場を提案する。

B1 F



日配では日本酒に合うチーズおつまみに注力し和風のチーズなども品揃え。他にもこだわりのキムチや練物系のおつまみを充実。ドライでも地酒に合う珍味やおつまみなど乾物コーナーを大きく展開。調味料のスパイス売場も最大規模で導入している。

強化する日本酒は和食や洋食など料理に合う商品を品揃え。ホテル利用者などを想定してワンカップなど飲みきりサイズも多めに取り扱い、ヤオコー直輸入のワインも低価格から中高価格帯をラインナップ。酒全体で約 1,500 品目を取り扱う。



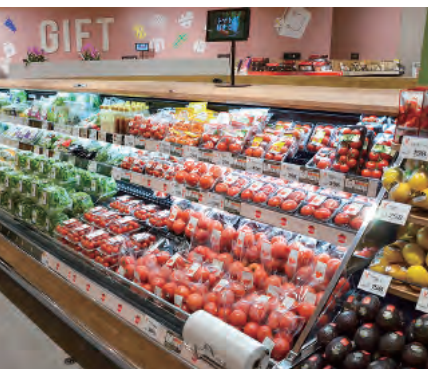
牛肉は尾熊牛を中心に展開。黒地に白文字のシックな POP はハイグレードでありつつも買い求めやすい“価格コンシャス”商品に張り付けている



国産牛のしほろ牛のローストビーフやローストポークなどおかずにもおつまみにもなる商品を充実



ハイグレードから下限商品まで幅広い品揃えで展開する精肉。豚肉には地産地消の大田原ポークを導入



青果売場ではトマトの品揃えを充実。甘さが売りの OSMIC のトマトも取り扱う

全体の SKU 数は 13,060 で内訳は生鮮 3 品 1,120、デリカ 340、グロサリー 11,600。競合店は昨年 8 月に駅東口の宇都宮テラスにオープンしたヨークベニマル宇都宮テラス店を含むヨークベニマルが 4 店舗、たいらや 3 店舗、かましん 2 店舗、そして東武宇都宮駅周辺の東武百貨店や FDK 宇都宮店など。

飛び地への出店となった同店だが、数々の新 MD を導入した今後のエリア拡大を占う大事な一手といえる店舗となっている。



日本酒の品揃えを拡大し、日本酒に合うおつまみを各所に差し込む。ホテル宿泊客や新幹線乗降客に向けてワンカップなどの飲みきりサイズを強化



洋風チーズに加えて、日本酒に合う和風チーズも多く取り扱う

■ DATA ヤオコートナリエ宇都宮店

店舗名	ヤオコートナリエ宇都宮店
所在地	栃木県宇都宮市駅前通り 1 丁目 4 番 6 号
電話番号	028-612-7555
開店日	2023 年 2 月 9 日 (木)
売場面積	2,341㎡
駐車場	440 台 (共用)
駐輪場	361 台 (共用)
店長	渡邊 幸弘 氏
従業員数	151 名 (社員 21 名、パート・アルバイト 130 名)
営業時間	9:00 ~ 21:45
休業日数	1 月 1 日・2 日、他 1 日
年商目標	19 億円
店舗特性	駅前複合商業施設の地下 1 階で営業
商圏特性	地方大都市の駅前。周辺は所得が高めで 30 ~ 40 代世帯が多い
総店舗数	182 店舗
交通	JR 宇都宮駅西口から約 100m

商圏特性 (2020 年現在)

1 次 (車 10 分圏内) 41,053 世帯 79,572 人

人口構成比	人員別世帯比率		
年少人口	11.8%	1 人世帯	51.1%
労働力人口	64.5%	2 人世帯	23.4%
高齢人口	23.7%	3 人世帯	13.4%
夜間人口比率	61.4%	4 人世帯	9.1%
昼間人口比率	38.6%	5 人以上世帯	3.0%
年齢別構成比	平均世帯人員 1.94 人		
0 ~ 19 歳	15.5%	持ち家比率	48.8%
20 ~ 29 歳	10.9%	1 戸建て比率	36.6%
30 ~ 49 歳	29.0%	共同住宅比率	62.9%
50 ~ 69 歳	26.6%		
70 歳以上	18.1%		

2 次 (車 15 分圏内) 89,796 世帯 181,808 人

3 次 (車 20 分圏内) 136,415 世帯 285,802 人

特性 オフィスや学校、商業施設などが林立する駅前

技研商事インターナショナル株式会社「MarketAnalyzer™」で作成





オープンキッチンのシースルー厨房を導入した惣菜売場、鉄板焼き機、手鍋を使って出来たての新メニューを提供

シースルー厨房を導入して惣菜を強化する高架下 SM

そうてつローゼン 星川駅前店

横浜市保土ヶ谷区

売場面積	駐車場	業態	階層	立地	種別
329 坪	53 台	SM	1 層	駅前	新設

鉄板焼き機を初導入し、厚焼き玉子などメニューを充実化
無印良品、ハックドラッグ、ジュピターなどが入る SC
急速凍結の「凍眠市場」を大型平ケースで導入

相鉄ローゼンは 2023 年 2 月 9 日 (木)、神奈川県横浜市の相鉄本線星



星川駅前の相鉄ローゼン店舗

川駅～天王町駅間の高架下商業施設「星天 qlay (ほしてん くれい)」の星川駅側に「そうてつローゼン星川駅前店」をオープンした。

同地周辺では昨年 10 月にイオンスタイル天王町が建替えて開店しており、星川駅前では長年いなげやが星川店を営業している。

星川駅を中心にした「星天 qlay」には相鉄ローゼンの他、無印良品 500、輸入専門店の「ジュピター」、



店内で販売する玉子、鶏肉を使って手鍋で作った「手鍋親子丼」を販売



葉山ボンジュールのベーカリー厨房も惣菜の厨房と隣接。売場も一体化して販売

ハックドラッグなどが出店。駐車場が両脇に設置されていて、53 台収容できる。

そうてつローゼン星川駅前店は壁面沿いの惣菜売場でシースルー厨房を導入し、入口の青果売場から惣菜



「たっぷりマグロとサーモンのポキ丼」をイラスト入り紙包装で販売



水産部門が運営する鮮魚寿司コーナー。本マグロなど生ネタを使った握り寿司が人気。惣菜売場で即食として展開



本格窯焼ナポリピザの「ピザレボ」

売場まで見通せ、高架下店舗とは思えない広がりのある店づくりだ。高架下ならではの太い柱も、うまくディスプレイされていてあまり気にならない。売場面積も 329 坪と比較的広い。

店舗の出入口は星川駅寄りに 2 か所、反対側に 1 か所の計 3 か所。駅反対側は施設内でハックドラッグと隣接、フードアンドドラッグを形成している。

2 か所の駅側出入口からは青果と惣菜がそれぞれ正面に来るようレイアウトされているが、住宅地が近くどちらかというメインになりそうな出入口には惣菜を配置。駅利用者や昼のオフィスワーカーに買い易く



1 辺 24 尺ほどの大きなスペースで展開する急速凍結の「凍眠市場」コーナー。マイナス 30℃ の液体（アルコール）で、一般的な冷凍の約 20 倍の速さで凍結。解凍すると生食品並みに味わえる



漁港で水揚げされた魚をその場で加工し凍結された刺身や切り身が並ぶ。生酒も



鮮魚素材、精肉素材の冷凍コーナーもそれぞれで展開



アイスコーナーではシャトレーゼの「チョコバッキー」も



冷凍食品売場の隣で「冷凍つくりおきトレイ」を陳列

しているようだ。この惣菜売場では、同社で初めて、鉄板焼き機を導入。店内で販売している同社オリジナルの「元気たまご」で作った「ふんわり厚焼き玉子」（プレーン、明太子、九条ネギの 3 種）、オタフクソースを使った「鉄板お好み焼」「鉄板太麺やきそば」、「2 種のソースの鉄板焼きナポリタン」などを出来たてで提供

する。
また、手鍋も導入し、店内で販売している鹿児島県産赤鶏さつまと元気たまごを使った親子丼を販売する。
惣菜売場の平場では弁当などの他、鮮魚部門の生ネタを使用した鮮魚寿司と海鮮丼を大型平冷ケースで展開。
葉山ボンジュールが運営するインスタアベーカーリーも厨房を惣菜の隣



豚肉はやまと豚をメインに展開。肉焼売、肉春巻などにもやまと豚を使用



SKU 豊富なオリーブオイル



1,400SKU も扱う酒売場。日本酒 1 本ごとに丁寧なコト POP



宮城県内の野菜工場
で育てた「つみたてサ
ラダ」。根が付いてい
るため、台所でも育
てられ、摘んで食べら
れるので新鮮。サニー
レタス、グリーンリー
フなど 3 種類



青果売場入口でカットフルーツ・デザートを展開



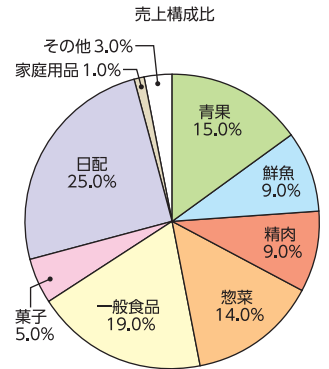
地場野菜コーナー。地元生産者 3 名が直送



切身魚中心に平台で販売

■ DATA そうてつローゼン 星川駅前店

店舗名	そうてつローゼン星川駅前店
所在地	横浜市保土ヶ谷区星川 1-1-1
開店日	2023 年 2 月 9 日(木)
建物構造	高架下 1 階
売場面積	1,085㎡(329 坪)
駐車場	53 台(共同)
店長	福井 祐紀 氏
従業員数	71 名(社員 14 名、パート・アルバイト 57 名)
営業時間	8:00 ~ 22:45
レジ台数	セミセルフ登録機 6 台(精算機 9 台)、通常 2 台
年商目標	15 億円
商圈	半径 1km 圏 21,000 世帯 40,000 人
世帯人員	1.90 人
店舗特性	高架下 SM
商圈特性	駅前
総店舗数	53 店
交通	相鉄本線 星川駅直結



商圈特性 (2020 年現在)

1 次(半径 1km 圏) 21,398 世帯 42,658 人

人口構成比		人員別世帯比率	
年少人口	10.6%	1 人世帯	46.8%
労働力人口	65.9%	2 人世帯	24.4%
高齢人口	23.5%	3 人世帯	15.6%
夜間人口比率	53.7%	4 人世帯	10.3%
昼間人口比率	46.3%	5 人以上世帯	2.9%
年齢別構成比		平均世帯人員	1.99 人
0 歳 ~ 19 歳	14.9%	持ち家比率	51.4%
20 歳 ~ 29 歳	12.6%	1 戸建て比率	29.8%
30 歳 ~ 49 歳	30.2%	共同住宅比率	69.2%
50 歳 ~ 69 歳	25.7%		
70 歳以上	16.6%		

2 次(半径 2km 圏) 76,723 世帯 155,065 人

3 次(半径 3km 圏) 157,978 世帯 325,058 人

特性 高架下駅直結

技研商事インターナショナル株式会社「MarketAnalyzer™」で作成





コンパクトながらもインスタ加工の商品を豊富に展開する惣菜売場

300 坪の小型店ながらも各所に最新 MD 導入。 冷凍、惣菜は標準店並みの品揃え

ライフ 市谷薬王寺店

東京都新宿区

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

出入口が分かれるワンウェイのレイアウトを採用

小型店ながらもインスタ加工を充実。惣菜は 290SKU を取り揃える
冷凍、ミールキットを強化。BIO - RAL 含め健康志向商品も充実

ライフコーポレーションは 2022 年 12 月 3 日 (土) にライフ市谷薬王寺店をオープンした。同店は都営大



新築マンションの 1 階部分で営業する市谷薬王寺店

江戸線牛込柳町駅から約 300m、都営新宿線曙橋駅から約 600m、賃貸マンションの 1 階に出店。

周辺は住宅密集エリアで、近隣にはオフィスや大学、防衛省庁舎があり、今後もマンション建築が多数予定されている。直近 5 年間では世帯数が 6.3% 増加しており、今後も更なる増加が見込まれるエリアとなる。

店舗は新築マンションの 1 階部分、売場面積は 997㎡ とライフの中でも特に小さい店舗となるが、コンパクト



人気の「大きな魚弁当」を 3 品目で展開



新商品の「フルーツ大福」は SNS 映えも意識した商品

トな売場ながらも最新 MD や最新コーナーを導入し、事前のアンケートでお客満足度が低かった野菜・鮮魚・精肉の品揃えと鮮度を強化。地域ニーズの高い高品質商品を取り揃えた売場作りを行い、アイテム数は 10,365SKU を取り揃え、年商目標は



青果ではカットフルーツを充実の品揃えで提供。世界の珍しいフルーツを集めたワールドフルーツなどもコーナー化



「ピピットセルフスマホ」を実験導入。貸し出し用スマホを40台用意

「ピピットセルフスマホ」を実験導入。お客様自身のスマホにアプリをインストールし、買い物を行い、専用レジで会計を行うことで、会計時間の短縮を図る。店では貸し出し用のスマホ端末40台も用意する。

売場では特にニーズが高まっているミールキットや冷凍食品を充実させており、健康需要に応えるこだわり商品も豊富に展開。

21億円を設定する。

店内は入口と出口を分けており、入口から入ると青果、精肉、日配、鮮魚、惣菜と導線が敷かれ、最後にレジで会計をするワンウェイ型のレイアウトを採用。各コーナーに「順

路」と書かれた看板などを設置し、お客様を誘導することで往来が少なく、売場の狭さを感じさせない作りになっている。

スマートフォンで商品バーコードをスキャンしながら買い物ができる

農産では有機野菜や世界の珍しいフルーツ「ワールドフルーツ」コーナー、フルーツ杏仁豆腐などのデザートコーナー、ギフトコーナーなど高品質な商品を品揃え。八百屋さんのミールキットコーナーも展開する。

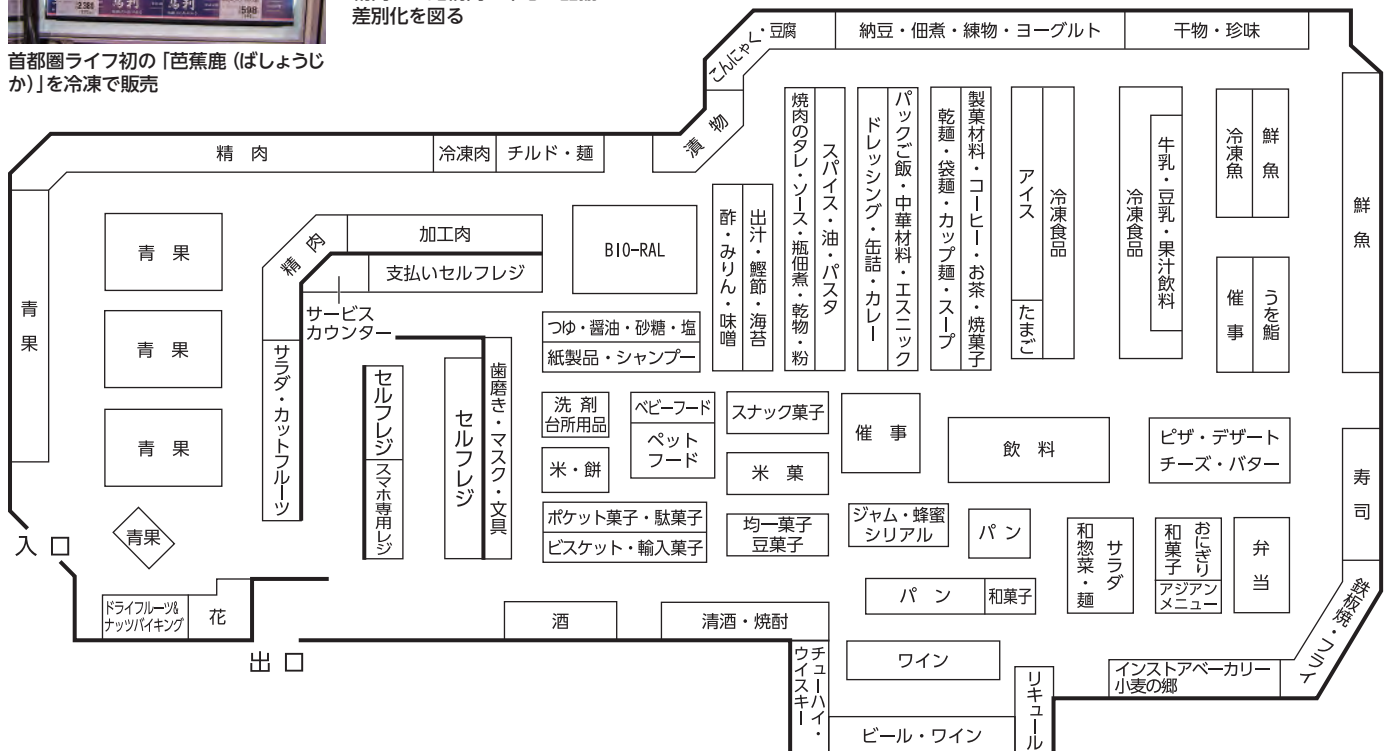
畜産では小容量品に加えて、ファミリーパックなどの大容量もしっかり取り揃え、かみふらの和牛、あまに豚、あまに鶏など銘柄肉を中心に展開。ミールキットでもあまに豚・あまに鶏を使用した商品を販売し、ローストビーフなどおつまみ商品も充実させる。冷凍肉では首都圏ライフ初となる三重県の天然鹿「芭蕉鹿」



首都圏ライフ初の「芭蕉鹿（ばしょうか）」を冷凍で販売



精肉では銘柄肉を中心に品揃えし、差別化を図る





対面売場で調理加工も行う鮮魚売場



冷凍食品売場はレギュラー店に負けない品揃えを実現。専門店の味などこだわりの商品が多数

の味、専門店の味などコンパクトな店ながらも標準店舗以上の品揃えを実現している。

アイテム数は農産 635(野菜 380、果実 220、花 35)、

水産 370(鮮魚 220、塩干 150)、畜産 500(精肉 350、加工 150)、惣菜 290(寿司 30、弁当 85、フライド 55、要冷 120)、ベーカリー 60、加工食品 5,120、日配食品 2,105、ビオラルコーナー 210、生活関連 1,075 の合計 10,365SKU。



BIO-RAL コーナー。「有機果汁で造った飲むお酢 りんご」など新商品も投入

の肉を取り扱う。

対面コーナーを設けた水産売場では新鮮な魚を種類豊富に取り揃え、調理サービスも行う。小容量から取り揃える刺身も充実の品揃えで、「真鯛の生ハム」や「ふぐスモーク生ハム風」、「燻製カキ」など高品質なおつまみ商品も展開する。寿司では惣菜の寿司と共に鮮魚寿司の「うを鮓」を導入している。

惣菜でも対面式の調理場を設置し「ライブキッチン」として展開。調理場と売場を隔てるガラスを設置しないことでよりライブ感を演出しており、鉄板を使用した名物のだし巻玉子など店内加工商品を中心にレギュラー店並みの 290SKU を品揃え。ピエラ蒔田店から導入している「大きな魚弁当」を導入し、ニーズが高まっているアジアメニューでは弁当「カオマンガイ」を新たに導入している。

強化部門の冷凍食品売場では日常使いできる商品に加えて、こだわり商品も豊富な品揃えを実現。餃子食べ比べ、ワンプレート、ファミレス

■ DATA ライフ 市谷薬王寺店

店舗名	ライフ 市谷薬王寺店
所在地	東京都新宿区市谷薬王寺 80-1
電話番号	03-3268-6700
開店日	2022年12月3日(土)
売場面積	997㎡
駐車場	無し
店長	浅見 和義 氏
従業員数	93名(正社員 18名、パート・アルバイト 75名)
営業時間	9:30 ~ 24:00
年商目標	21億円
商圏特性	駅近の住宅地
総店舗数	296店舗(2022年12月現在)
交通	都営大江戸線 牛込柳町駅から徒歩約300m、都営新宿線 曙橋駅から徒歩約600m

商圏特性 (2020年現在)

1次(徒歩5分圏内) 4,412世帯 7,528人			
人口構成比	人員別世帯比率		
年少人口	11.2%	1人世帯	63.4%
労働力人口	74.0%	2人世帯	18.5%
高齢人口	14.8%	3人世帯	9.9%
夜間人口比率	42.8%	4人世帯	6.8%
昼間人口比率	57.2%	5人以上世帯	1.3%
年齢別構成比	平均世帯人員 1.71人		
0~19歳	14.9%	持ち家比率	38.4%
20~29歳	15.4%	1戸建て比率	8.4%
30~49歳	37.5%	共同住宅比率	90.6%
50~69歳	20.5%		
70歳以上	11.7%		

2次(徒歩10分圏内) 15,749世帯 26,595人	
3次(自転車5分圏内) 43,514世帯 72,077人	
特性	オフィスビルや商業施設が混在する都心型住宅地

技研商事インターナショナル株式会社「MarketAnalyzer™」で作成





主通路には平台を置かないで多段冷ケースでの商品回転を重視する生鮮3品。写真は青果売場

建替え増床し、鮮度と美味しさで地域一番店を目指す最新 SM

エコス TAIKAYA 岡芹店

茨城県筑西市

売場面積	駐車場	業態	階層	立地	種別
504 坪	171 台	SM	1 層	駅近、住宅地	建替え

水戸線で分断される北側商圈を深耕する戦略店舗
旧店より 200 坪拡大し、駐車場も間口を広げ来店し易く
生鮮は定番中心の展開で商品回転率を高める

エコスは 2023 年 2 月 17 日（金）、茨城県筑西市に「TAIKAYA 岡芹店」を開店した。旧店を昨年 5 月に閉店して 9 か月余りの休業期間を経て、新店としてオープンしたもの。

JR 水戸線の下館駅から真岡鐵道に乗り換えて 1 つ目の「下館二高前駅」から徒歩 4 分ほど、鉄道沿線にあり、下館市の中心街からは少し離れた郊外に当る。

店舗は、周辺の土地を整備し敷地の間口を広げたため、店の前を走る旧国道 294 号線から入店しやすくなった。また、テナント棟も撤去したことにより駐車台数も 171 台と 3 割ほど増え広々としている。

新店は売場面積 504 坪で旧店より 200 坪ほど広がっている。冷凍食品、惣菜売場は平台・平ケースのスペースを広くとり見通し良く広々と



青果売場の近くにはその日のスポット商品を売り込む

している。一方で青果、精肉、鮮魚のコンコースには平台、平ケースはなく壁面沿いでの多段ケースのみの陳列だ。

同社ではチラシのない EDLP の販売戦略をとっているため、平台は必要ないというロジックになり、例えば、青果では多段冷ケースのみで定番商品を展開している。

「平台は置き場になってしまいがち。定番プラス平台だと、在庫として持っておくアイテムが増えたり、物量も増える。本来 1 日 10 個しか動かないものが平台に置くからと 20 個並べる。それを切らさないためさらにバックヤードに 10 個持つと 3～

刺身も回転がよく、本マグロをしっかり扱う一方で量販できるものも扱い、メリハリを付けていくという売場作りを行っている。また、この店で初めて、生魚を店内で加工したミールキットのフライパンメニューを開発し、6尺多段で展開。えび、ボイルイカ、帆立などをセットにした「海鮮アヒージョ」などが良く売れていて、他店での水平展開も検討するほど。

この店のテーマは「いかに20～30歳代の若いお客様に継続して来て頂けるか」。そのため、フローズンデザート、デリカでの新たな商品展開に力を入れている。冷凍ケースのエンドは同社で鉄板アイテムになっているシュークリーム、ロールケーキに加え、チーズケーキが最近加わり、フローズンデザートのコーナーを充実させている。

デリカも次々と商品開発していてお客様の目線を変える方向で取り組んでいると言い、新たなカテゴリーも開発している。桜姫鶏のささみ唐揚げは鉄板商品だが、同様の作り方で粉を変えてスパイシーなものにし

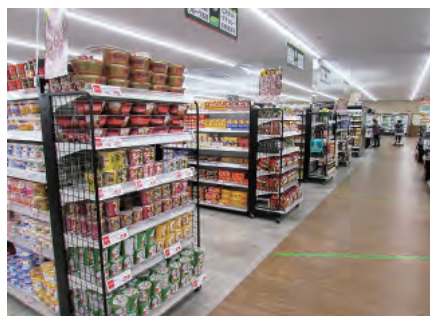
たり、唐揚げもこれまでの醤油系に旨辛なフレーバーを加え、味を変えて選べる楽しさを提供する。この店ではごはんとおかずを別々で販売したり、コッペパンも新たに導入している。インスタベーカリー感覚で柔らかく、食べて頂いたお客様からは柔らかくて美味しいと好評という。



鮮魚のえび、イカ、帆立などを調味液とパックした「フライパンでかんたん! 海鮮アヒージョ」など生魚のミールキットが良く売れている



飲料はアクリル扉のリーチイン冷ケースで省エネ



エンドはキャスター付き直立什器で作業効率を考慮した売場作り

■ DATA エコス TAIRAYA 岡芹店

店舗名	エコス TAIRAYA 岡芹店
所在地	茨城県筑西市岡芹 332
開店日	2023年2月17日(金)
建物構造	地上1階建て
売場面積	1,665㎡(504坪)
駐車場	171台
駐輪場	25台
店長	久保 孝典 氏
従業員数	64名
営業時間	9:30～21:00
レジ台数	6台(レーン5台、サービスカウンター1台)
年商目標	15億円
店舗特性	単独 SM
商圏特性	住宅地
総店舗数	75店(グループ130店)
交通	真岡鐵道 下館二高前駅から徒歩4分

商圏特性 (2020年現在)

1次(半径1km圏) 2,252世帯 5,333人			
人口構成比	人員別世帯比率		
年少人口 10.9%	1人世帯	34.7%	
労働力人口 56.5%	2人世帯	29.6%	
高齢人口 32.7%	3人世帯	16.9%	
夜間人口比率 41.6%	4人世帯	11.9%	
昼間人口比率 58.4%	5人以上世帯	6.9%	
年齢別構成比	平均世帯人員	2.37人	
0歳～19歳 15.1%	持ち家比率	66.9%	
20歳～29歳 8.5%	1戸建て比率	71.9%	
30歳～49歳 23.7%	共同住宅比率	26.7%	
50歳～69歳 27.6%			
70歳以上 25.1%			

2次(半径2km圏) 6,793世帯 16,665人
3次(半径3km圏) 10,957世帯 27,355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



更地化し、駐車場も拡張した TAIRAYA 岡芹店



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)

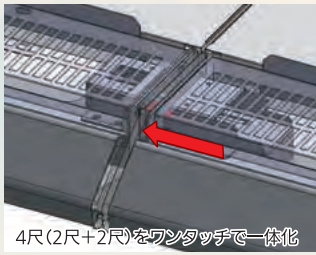
省力化

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



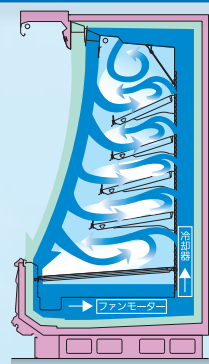
高鮮度保持

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

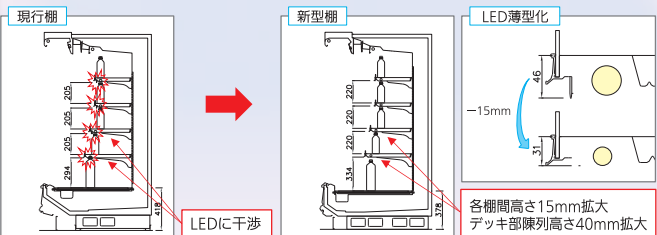
- ▶ 適正な温度監視・冷却システム制御に対応した新型コントローラーにより、温度監視を強化します。



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>

