

Store Japan Digest

No. 69
2023年9月号

週刊ストアジャパン ダイジェスト版

<http://www.sji.jp>



食品売場を1.6倍に拡大。地域唯一のワンストップショッピング店
イオンスタイル 赤羽 ————— 01



「じもの」のSKUは900も。「地域に根差したスーパーを一から」
マックスバリュ 湖西新居店 / イオンタウン 湖西新居 — 05



24時間オペレーションを確立したハローズの最新標準店舗
ハローズ 野里店 ————— 09



お客目線の売場づくりを実施した「新店並み」の改装がウリの旗艦店
スーパーマルハチ 明石店 ————— 12



約 1.8 倍に拡大した惣菜売場では鉄板焼きコーナーやピザ、ハンバーガーコーナーを大きく展開

食品売場を 1.6 倍に拡大。地域唯一のワンストップショッピング店

イオンスタイル 赤羽

東京都北区

売場面積	駐車場	業態	階層	立地	種別
4,190㎡(直営)	270 台	GMS	2 層	住宅地	S&B

イオン赤羽北本通り店をスクラップ&ビルド
売上目標は旧店の 2 倍に設定。デリカ・リカーを 1.8 倍に拡大
食品、日用品が揃う“日常使いのワンストップショッピング”を実現

イオンリテールは 2023 年 7 月 28 日(金)、東京都北区の赤羽エリアにイオンスタイル赤羽をオープンした。同店は JR 赤羽駅から東に約 1km、東京メトロ南北線志茂駅から約 400m に位置。同立地では 1982 年に忠実屋赤羽店がオープンし、2016 年にイオン赤羽北本通り店に改称。建て替えのため休業した 2020 年まで約 38 年間、地域の食と生活を支えて

きた歴史ある店舗だ。

赤羽エリアは各種不動産の「住みたい街ランキング」などで上位になる人気のエリアで、池袋や新宿、大宮など都心部へのアクセスが良く、ファミリー層や単身者、更に古くから住む高齢世帯も多く住む。団地やマンション、戸建住宅などがところせましと林立し、今後もファミリー層、単身者向けの新築マンションが



3 年の時を経て、スクラップ&ビルドにより生まれ変わったイオンスタイル赤羽

多数計画されており、イオンリテールの調べでは 3,000 人以上が新たに居住する予定だという。

休業から約 3 年を経て、スクラップ&ビルドにより生まれ変わった「イオンスタイル赤羽」のコンセプトは「住みたい街、東京赤羽で近くて便利な都市型ワンストップショッピングストア」。周辺には住宅以外にも、工場、事業所などが多く稼働する一方で、コンビニエンスストア、スーパーは少なく、飲食店も少ないため昼食・惣菜のニーズも高い。生活に必要なあらゆるカテゴリーを網羅し、地域で唯一の“日常使いのワ



新たに導入した量り売り惣菜の「リワードキッチン」



目玉商品の一つ「肉の旨みあふれるチーズバーガー」



左：新発売のSサイズのピザとポテト・ナゲットがセットになった「ピッツァBOX」

右：昨年誕生した鮮魚惣菜の「魚魚炎（ととえん）」は惣菜売場で展開



左：正面入り口より広がる青果売場。食品売場は旧店より全体で1.6倍に拡大

右：青果では子育て世帯が多いことからカット野菜などの簡便商材を充実させる

ストップショッピング”を実現する店舗を目指していく。売上目標は旧店の約2倍に設定している。

直営売場は1階に食品売場、2階に生活用品などを配置。テナントには1階に丸亀製麺やドムドムバーガー、スターバックスなどが入り、2階にはヤマダデンキ、キャンドウが入る。

全体の売場面積は8,070㎡で直営売場計は4,190㎡。その内食品売場は約7割を占め、旧店の約1.6倍、特にデリカとリカーは1.8倍に大幅に拡大し食のニーズの多様化に応える売場作りを行う。

そのデリカ売場では時短・簡便以外にも、高齢世帯が多いことなどから小容量品も品揃えし、幅広いニ-

ズに応える売場作りを行う。目玉としては新たに導入された量り売り惣菜の「リワードキッチン」。希少部位トモサンカクを使用した「おつまみローストビーフ」や「国産いわしのポテロースト」など和洋中の手づくり惣菜約30種類を対面方式で提供する。

専用窯で焼き上げる本格ピッツァ



豊洲直送などの旬の丸魚を豊富に取り扱い、刺身なども丸魚から調理する



お酒のおつまみに「3種のおつまみ刺身」をワンコイン価格で販売



土用の丑の日に向けた鰻売場の展開

あきる野市や瑞穂町の地場野菜をコーナー展開。

対面式の鮮魚売場では豊洲市場などから仕入れた旬の丸魚をずらりと並べ、市場のような雰囲気醸成。接客販売員を常時配置し調理サービスを行い、活気ある売場

でお客を迎え入れる。他にも鮮魚を活用した焼魚、フライ、唐揚げなどを惣菜「魚魚炎(ととえん)」として惣菜売場で販売。鮮魚寿司も「魚屋の鮨」として惣菜売場で展開する。

精肉は国内指定農場で育てられた「トップバリュ 匠和牛」や、「トップ

の「ピッツァ ソリデラ」では名物のマルゲリータなどに加えて、Sサイズのピッツァとフライドポテト、チキンナゲットがセットになった「ピッツァ BOX」を新発売。ハンバーガーでは店内手作りで肉厚ジューシーな「肉の旨みあふれるチーズバーガー」やポテトがセットになった「チーズバーガー BOX」などを取りそろえる。

調理場が見える鉄板焼きコーナーも新たに導入し、広島風お好み焼きやだし巻き玉子、おつまみチキンの鉄板焼きなどを展開。

地場産、鮮度、簡便をテーマにする生鮮部門は青果売場では東京



左：オリジナルのタスマニアビーフをコーナー展開。焼肉・BBQ 商材を強化する精肉

右：鶏・豚でも「匠和牛」や「純輝鶏」などオリジナル商品を中心に展開する



左：1.5 倍に拡大した冷凍食品売場。水色の装飾が涼し気な雰囲気創出

右：ロイヤルデリやルフフ、すかいらーくなど専門店の味やこだわりスイーツを豊富に取りそろえる



左：リカー売場を1.8 倍に拡大。北区をホームタウンとする東京ヴェルディのオリジナルクラフトビールなど販売

右：北区で晩年を過ごした沢沢栄一のコーナーを展開。マスコットの「しぶさわくん」もオープンに駆け付けた

バリュグリーンアイナチュラル タスマニアビーフ」をコーナー展開。焼肉・BBQ 商材を強化しており、松阪牛など高級牛肉も導入し、冷凍肉も平場で豊富に取りそろえる。

トレンドの冷凍食品売場は旧店から約 1.5 倍に拡大。リーチインケースや平冷ケースを水色に装飾した涼し気な雰囲気売場に、専門店の冷凍食品やこだわりスイーツを差し込む。食材や調理にこだわった“本物の味”として「ロイヤルデリ」の商品や、「RFFF (ルフフフ)」、「神戸コロッケ」、すかいらーくグループの商品など幅広い品揃えを実現している。スイーツでは神戸元町珈琲ショップ「Evian Coffee」がプロデュースするシフォンケーキや、和菓子屋「和田又」のクレープなどこだわりの商品を販売する。

リカー売場も大きく拡大しており地元で親しまれている日本酒「丸眞正宗」や通称キンミヤ「亀甲宮焼酎」、ビールでは北区をホームタウンとしている東京ヴェルディのスタジアムなどで販売されているオリジナルクラフトビールなども導入している。

日配・グロサリーでは地元赤羽で長く愛されている「都電もなか」や、晩年北区を拠点に活動した渋沢栄一をモチーフにした「しぶさわくんコインチョコ」「しぶさわくん COFFEE」などをお土産コーナーで販売。

菓子では Z 世代に人気のグミを約 160SKU で品揃え。2 階の雑貨では



初導入のカート式レジゴー。スマホタイプより見やすく簡単に精算・登録ができる

文具の品揃えを強化している。

レジでは通常レジのほかにセミセルフレジ、お客自身がスキャンを行う「レジゴー」など多様なパターンを用意。レジゴーはこれまでスマホ

型の端末のみだったが、スキャンとタブレットが一体となったカートを実験導入。試したお客からは「簡単でわかりやすい」と好評で、他店への拡大も検討していくという。



■ DATA イオンスタイル 赤羽

店舗名	イオンスタイル 赤羽
所在地	東京都北区神谷 3 丁目 12-1
電話番号	03-5939-3550
開店日	2023 年 7 月 28 日(金)
建物構造	地上 3 階建て
売場面積	8,070㎡(2,445 坪) (直営 4,190㎡、専門店 3,880㎡)
駐車場	270 台
駐輪場	320 台
店長	増原 雄司 氏
営業時間	8:00 ~ 22:00
休業日数	年中無休
店舗特性	日常使いのワンストップショッピング店
商圏特性	人気エリア赤羽の住宅密集地域
交通	J 赤羽駅より徒歩約 18 分、東京メトロ南北線 志茂駅より徒歩 6 分

商圏特性 (2020 年現在)

1 次(徒歩 5 分圏) 2,472 世帯 4,529 人			
人口構成比	人員別世帯比率		
年少人口	9.7%	1 人世帯	53.2%
労働力人口	63.1%	2 人世帯	23.9%
高齢人口	27.3%	3 人世帯	12.2%
夜間人口比率	55.9%	4 人世帯	8.3%
昼間人口比率	44.1%	5 人以上世帯	2.4%
年齢別構成比	平均世帯人員 1.83 人		
0 ~ 19 歳	12.9%	持ち家比率	39.2%
20 ~ 29 歳	13.3%	1 戸建て比率	30.5%
30 ~ 49 歳	29.6%	共同住宅比率	69.3%
50 ~ 69 歳	22.1%		
70 歳以上	22.1%		

2 次(自転車 5 分圏) 31,447 世帯 58,048 人
3 次(車 10 分圏) 131,809 世帯 248,505 人

特性 都心へのアクセス良い住宅地

技研商事インターナショナル株式会社「MarketAnalyzer™」で作成





「じもの」野菜などが満載の特設コーナー。売場面積465坪を使って「ちゃんごはん」なども展開

「じもの」のSKUは900も。 「地域に根差したスーパーを一から」

マックスバリュ 湖西新居店 / イオンタウン 湖西新居

静岡県湖西市

売場面積	駐車場	業態	階層	立地	種別
465坪	366台	SM	1層	市街地	新設

静岡県の最西端の湖西市に、2店舗目のイオンタウン。公園と地続き海、山、湖の産品に恵まれた「湖西新居店」。「ちゃんごはん」もパートさん70人は全員が現地採用。一から学んでもらい、オープン

東海道新幹線の熱海から浜松まで150km、北には張り出しているものの、まるで名産の「うなぎ」のように東西部分が長い静岡県。その浜松市の西、愛知県豊橋市に接する湖西市に2023年4月22日、イオンタウン湖西新居店がオープンし、「マックスバリュ湖西新居店」が核店舗で

出店した。

北側に浜名湖を臨むJR東海道本線新居町駅から南西方向に徒歩10分。芝生広場と図書館がある新居文化公園を抜けると、地続きにイオンタウンがあった。まるで、公園内店舗のような、類例がないシチュエーションで、フィットネスやダイソーな



「湖西太鼓ゆめ昂(すばる)」が太鼓の演奏を披露。地域住民との連携を重視したNSCの開店を祝った

ど14店のテナントが入っている。

キーとなるマックスバリュ。「じもの」や「ちゃんごはん」が、き



生や釜揚げなど、多品目が揃う舞阪港直送の「しらす・ちりめん」



和牛は地元の「みっかび牛」が並んでいた。隣で「遠州米豚」も展開

っちり揃った売場面積 465 坪の文字通り「地域に根差した」スーパーマーケットだ。

湖西市には、イオンタウンはもう1店舗ある。新居町駅の北側にある「イオンタウン湖西」がそれで、ディスカウント業態の「ザ・ビッグ湖西店」が核店舗。「ホームプラザナフコ湖西店」も入居する。両店の直線距離は2.6kmしか離れていないが、東海道本線と新幹線で分断されているので、商圈的には「すみ分け」できている。

マックスバリュの店内に入ると、「じもの」や「ちゃんごはん」のPOPが目立つ。海のもの、山のもの、湖のものに恵

まれた「湖西新居店」ならではの「じもの」が約900SKU集結した。きちっとした食生活を提案する「ちゃんごはん」は、品目数は公表されていないが、商品を通して、健康の

有難さを実感させてもらえる商品群ばかりだ。店舗全体のSKUは15,500と、多い品揃えだ。

イオンタウンの駐車場と公園は、遊歩道でつながっている。間の屋外



浜名湖の「うなぎ」は全国トップクラスの生産量を誇る。開店売り出しとあって、飛ぶように売れていた



鮮魚の対面も湖西新居店のウリ。地元漁港からの近海モノを中心に、対面ならではの活気ある売場になった

タクシーも見かけなかった。だが、こうした懸念は5月8日からイオンタウン内にコミュニティバスが乗り入れたことで、やや改善された。

周辺は、比較的大家族が多く、開店時にはスイカの1個売りや、トマトの箱売りが良く売れた。外国人居住者が多く、ブラジルのお菓子もエ

ンドで展開している。デリカも即食対応で、強化している。

社員は店長も含め、地元出身ではない。逆に、パートさん70人は全員が現地採用で、スーパーの経験がない人をメインに採用し、一から学んでもらい、オープンにこぎつけた。



「北に2.6km離れているイオンタウン湖西のザ・ビッグとは客層も違い、すみ分けられる」と加藤久誠・イオンタウン社長(右)と「地域にとってなくてはならぬよう、1店舗、1店舗しっかりとやって行く」と作道政昭・マックスバリュ東海社長



「湖西市と公園を生き、地域との連携を重視した店舗を造ろうとスタートした。生活に欠かせない14店舗が集まった」と話す栢(かや)一巳・イオンタウン中部事業部長



「地域に根差したスーパーを、新居町の歴史を一からつくる」と力強く語った長倉昌彦店長

■ DATA マックスバリュ 湖西新居店 / イオンタウン 湖西新居

店舗名	マックスバリュ湖西新居店
S C名	イオンタウン湖西新居
所在地	静岡県湖西市新居町新居 250-11
電話番号	053-525-6770
開店日	2023年4月22日(土)
建物構造	鉄骨造 平屋建て
売場面積	1,534㎡(465坪) (イオンタウン 5,233㎡)
駐車場	366台
駐輪場	60台
店長	長倉 昌彦 氏
従業員数	45人(社員8人、パートタイマー 37人8時間換算)
営業時間	7:00 ~ 23:30(マックスバリュ)
休業日数	年中無休
商圏人口	車10分圏内、世帯数12,200人、29,600人
世帯人員	2.43人
店舗特性	複合商業施設内のSM核店舗
商圏特性	広域集客型
総店舗数	235店(2023年4月現在) ※静岡県内は103店舗
交通	JR東海道本線新居町駅、南西徒歩10分

商圏特性 (2020年現在)

1次(徒歩15分圏) 1,670世帯 3,848人			
人口構成比		人員別世帯比率	
年少人口	12.1%	1人世帯	23.9%
労働力人口	57.4%	2人世帯	30.0%
高齢人口	30.6%	3人世帯	19.8%
夜間人口比率	53.6%	4人世帯	15.6%
昼間人口比率	46.4%	5人以上世帯	10.7%
年齢別構成比		平均世帯人員	2.30人
0歳~19歳	17.6%	持ち家比率	83.9%
20歳~29歳	7.5%	1戸建て比率	83.4%
30歳~49歳	23.7%	共同住宅比率	6.4%
50歳~69歳	26.9%		
70歳以上	24.3%		

2次(車15分圏) 15,202世帯 36,618人	
3次(車25分圏) 58,328世帯 162,912人	
特性	市街地、大家族性

技研商事インターナショナル株式会社「MarketAnalyzer™」で作成



地元の生酒が勢揃い。中には、マックスバリュ限定商品もあり、正に「こだわりの逸品」だ



浜名湖サイクリングの休憩所、キッチンカー、公園につながる遊歩道など、「屋外広場」を備えたNSCは珍しい





フルラインで品揃えされている惣菜売場。200円～300円台(本体)の価格帯の商品をメインにズラリ並んでいる

24 時間オペレーションを確立した ハローズの最新標準店舗

ハローズ 野里店

兵庫県姫路市

売場面積	駐車場	業態	階層	立地	種別
564 坪	109 台	SM	1 層	住宅地	新設

22 時以降の夜間に品出し、クリンリネスなどを実施

生鮮は 6 時～ 21 時にインスタ加工し売り込み、品揃え、鮮度で差別化
作業をマニュアル化し、パート社員が働きやすい環境実現

中国、四国の瀬戸内を商勢圏に 100 店を超えるスーパーマーケットを展開するハローズ(本部岡山県早島町、佐藤利行社長)。3 期連続で営業利益率 5% 台を達成している優良チェーンだ。600 坪を中心にした標準店、24 時間営業、自社物流などをキーワードとする同社のビジネスモデルがその原動力となっているようだ。

兵庫県姫路市に 2023 年 4 月 6 日、600 坪型の標準店として開店した

「ハローズ野里店」を訪ねた。

野里店は JR 姫路駅から播但線で 2 駅目の野里駅から線路沿いを歩いて 10 分ほど。

野里は昔、姫路城の城下町だったところで、店舗周辺も旧市街地に当たり、団塊世代が多く、人口増加の少ない落ち着いたエリア。商圈をみると、1km 圏は 15,000 人いて密集。姫路のハローズ店の中では一番商圈人口が多い。



壁面のオープンキッチンで展開する惣菜。手前のおにぎりは自社 PC 製で、1 個 78 円(本体)と安い国産米使用で美味しい

「そのまんまリンゴデニッシュ」。2 個入り(本体 256 円)と 3 個入り(384 円)があって、よく売れている。インスタペーカリーの品揃えも充実している

店舗は売場面積 564 坪。同社としては珍しく屋上に駐車場を設置している。売場は 1 フLOOR で、左右の主通路は青果・鮮魚と日配・惣菜・ベーカリーで平台展開、奥壁面では鮮魚をオープンキッチンで対面販売。北川雅規店長は店づくりについて



インスタア加工で常時品揃えする精肉売場

肉は一部を除いてインスタア加工し、7時～21時までが作業時間となっている。17時まで製造し、以降、スライサーなどの清掃を行う。賞味期限が長いのでメイン商材は常に売場にあるようにしている。

生魚は基本、インスタア加工で、塩干はベンダー供給。惣菜はおむすび、巻寿司は自社PC供給で、握り寿司などはインスタア加工している。青果ではカットフルーツや白菜の4分の1カットなどは青果のPCから供給される。



地元の但馬どり、播州百日どりなど地元の鶏肉を販売

従業員数は111名で社員は12名。各部門1～2名でナイトマネージャーも社員。24時間営業かつ生鮮のインスタア加工が多い割には少ない。

■ DATA ハローズ 野里店

店舗名	ハローズ野里店
所在地	兵庫県姫路市西中島5番地1
電話番号	079-286-8686
開店日	2023年4月6日(木)
建物構造	地上1階建て(屋上駐車場)
売場面積	1,860㎡(564坪)
駐車場	109台(うち屋上80台)
店長	北川 雅規氏
従業員数	111名(社員12名、パート99名)
営業時間	24時間営業
休業日数	年中無休
レジ台数	通常レジ6台、フルセルフ5台
商圈	半径1km内15,000人
店舗特性	単独SM
商圈特性	住宅地
総店舗数	104店
交通	JR播但線 野里駅より徒歩10分

商圈特性 (2020年現在)

1次(半径1km圏) 7,222世帯 15,181人			
人口構成比		人員別世帯比率	
年少人口	11.1%	1人世帯	43.1%
労働力人口	59.1%	2人世帯	28.2%
高齢人口	29.8%	3人世帯	14.7%
夜間人口比率	53.8%	4人世帯	10.0%
昼間人口比率	46.2%	5人以上世帯	4.0%
年齢別構成比		平均世帯人員	2.10人
0歳～19歳	15.7%	持ち家比率	55.6%
20歳～29歳	10.4%	1戸建て比率	43.0%
30歳～49歳	24.0%	共同住宅比率	55.5%
50歳～69歳	26.5%		
70歳以上	23.4%		

2次(半径2km圏) 20,184世帯 44,399人	
3次(半径3km圏) 40,089世帯 89,944人	
特性	住宅・駅近

技研商事インターナショナル株式会社「MarketAnalyzer™」で作成

その理由について北川店長は「週間で売り込む商品、朝まで絶対に切らしてはいけない商品などが明確になっていて、何を残して置けばいいのかが分かりやすくなっている。誰がやってもできるような仕組みができています。そのため働き易いと言うパート社員の声を聞く」と話している。



「毎日お買い得」のEDLPで展開する冷凍食品



ハローズのPBをエンドでNBとの比較陳列で訴求

サービスカウンター。奥に店長室があって、すぐに売場に出られる



屋上駐車場のハローズ野里店。兵庫県内13店舗目、姫路市内6店舗目。香寺店、東姫路店、夢前台店の3店の間に位置しドミナントを形成





売上構成比からしても、全体のけん引役になっている青果部門

お客目線の売場づくりを実施した「新店並み」の改装がウリの旗艦店

スーパーマルハチ 明石店

兵庫県明石市

売場面積	駐車場	業態	階層	立地	種別
553 坪	680 台	SM	地下 1 層	駅前	改装

明石駅前の再開発ビル「アスピア明石」の地下 1 階に入居し 20 数年従業員の働きやすさも考慮。1 カ月休業。スケルトン状態で、大改装ゴンドラの高さを 165cm から 180cm に 15cm 引き上げ、SKU 増



魅力あるテナントを導入。3～4月にも平和堂の美容、玩具テナントが入居した

日本標準時、東経 135 度の子午線がある「時のまち」で知られる兵庫県明石市。駅南の複合商業施設「アスピア明石」地下 1 階のテナントの「スーパーマルハチ明石店」が 2023 年 3 月 16 日に改装オープンし、好調に推移している。

複々線の JR 神戸線と山陽電鉄が並行して走る明石駅前の東



右側部分が増床スペース。アクセントのある売場を実現



今回の改装は「新店並み」が大きなウリになった

仲ノ町商店街が 20 数年前に明石市など行政主体の再開発で生まれ変わったもので、マルハチは 2001 年から



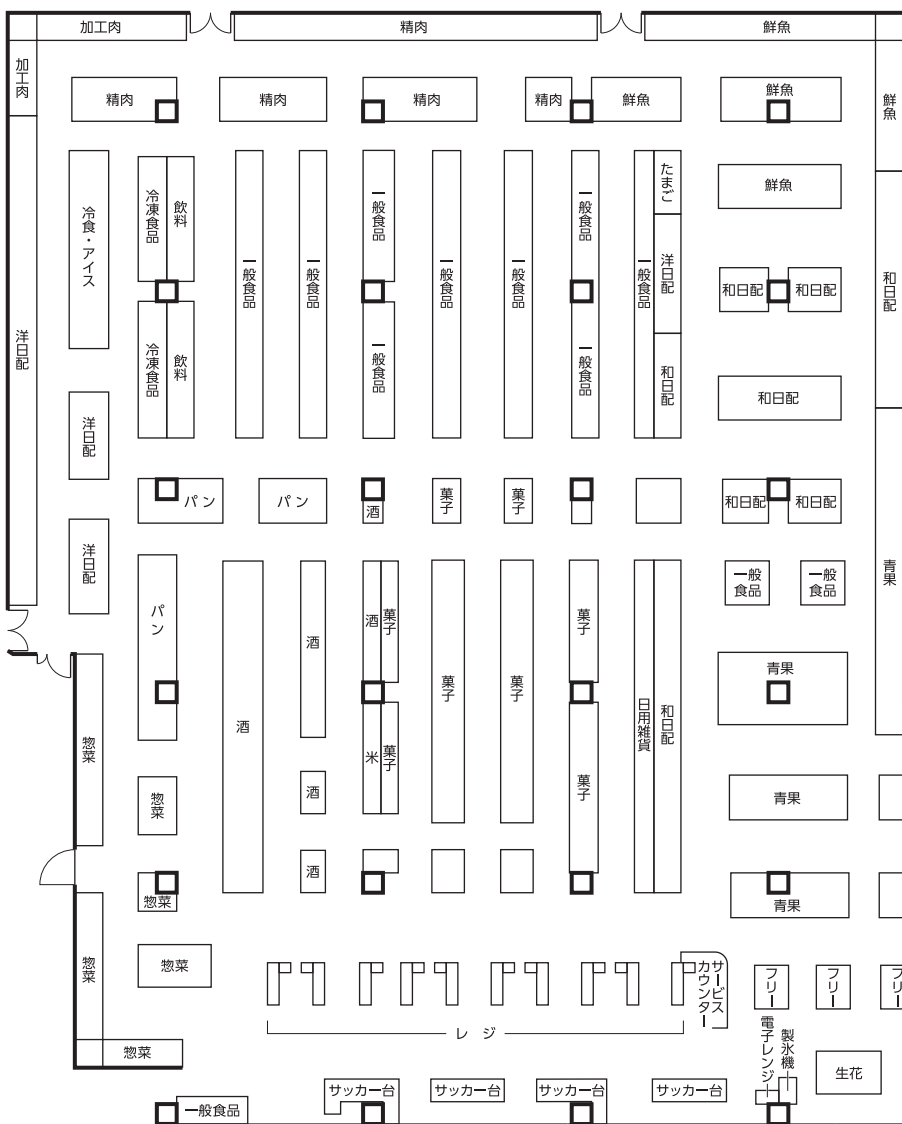
鮮魚と和日記の冷ケース平台を、仕切りのないラウンド型に



明石近海で水揚げされる瀬戸内の小魚も豊富だ



ブランド牛だけではない、その時入る銘柄を厳選



gondラが高くなったのは、時代のすう勢でもある



時代の流れに沿って、販促アプリも導入

入居していた。
 駅の真南には、全盛期のダイエーがあった頃で、当初は知名度も低く苦戦したが、2005年にダイエーが撤退し、新規のテナントで固めたアスピア明石が存在感を高め、マルハチの売上も伸びていった。

今では神戸市灘区の王子公園店と並ぶ同社の旗艦店にまで成長した。10数年前にも改装はしたが、今回は約1カ月間休んでの大改装だった。店内の什器もすべて撤去。スケ



今回明石店に初導入のリーチインケース。SKUも74から205と激増

毎週水曜日は冷食10%オフなど、曜日販促を取り入れている



ルトン状態にして、床からやり直した。

売場面積は553坪で、PCを持たず、インスタ加工が主体の同社のバックヤードは238坪もあり、広々としている。従業員の働きやすさを考慮した改装でもあった。

エスカレーターを降りて、青果の正面に立って感じたのは、圧迫感がない事だった。レイアウト図を見ても分かるように、15坪ほどポコッと出ている部分がある。7～8年前にテナントが撤退したところを増床した。売場にアクセントが付き、全店では12.7%の青果の売上構成比は16.2%と跳ね上がり、けん引役となっている。

一方、タコやタイで有名な明石のため、水産の比率も高いと思っていたが、そうではない。力を落としてきたとは言え、近くに魚の棚商店街があるので、水産部門の同比率は6.7%（全店計7.1%）と意外に低い。

今回の改装のポイントはMDの強化よりも、レイアウトの変更や什器の刷新に重きを置いた。グロサリーでは、165cmだった Gondola の高さを180cmに、15cm引き上げた。SKUは6,200から7,600に、1,400も増加した。

売場全体では1,700SKU増の11,000SKUとなり、商品選択の幅が広がった。PBはなく、NBで勝負する同社としては、当然の選択だ。

また、今回の改装では平冷ケース

などは、低くして、お客が見やすいように入れ替えた。

お客目線のお店づくりによりマル

ハチは売上高1,000億円が見えてきた。11月にはさくら夙川（兵庫県西宮市）でも、新店を予定している。

■ DATA スーパーマルハチ 明石店

店舗名	スーパーマルハチ 明石店
所在地	兵庫県明石市東仲ノ町6-1 アスピア明石 B1F
電話番号	078-915-5331
改装開店日	2023年3月16日(木) (新規開店 2001年11月)
建物構造	商業区画は B1F～3F (マルハチ店舗は B1F)
売場面積	1,828㎡ (553坪)
駐車場	680台 (施設全体)
駐輪場	186台 (別途バイク180台) (施設全体)
店長	脇村 公孝氏
従業員数	171人 (社員20人、パート・アルバイト151人) ※2023年6月現在
営業時間	9:00～21:00
休業日数	2日/年
年商目標	35億円
商圏人口	1km圏 10,760世帯 21,131人 3km圏 58,311世帯 121,193人
世帯人員	2.1人
店舗特性	複合商業施設の SM 核店舗
商圏特性	駅前、商業密集地
総店舗数	42店 (2023年6月現在)
交通	JR 神戸線明石駅、東へ240m 徒歩3分

商圏特性 (2020年現在)

1次 (徒歩15分圏内) 9,735世帯 19,400人

人口構成比		人員別世帯比率	
年少人口	13.2%	1人世帯	45.8%
労働力人口	60.8%	2人世帯	26.2%
高齢人口	26.1%	3人世帯	14.4%
夜間人口比率	45.7%	4人世帯	10.8%
昼間人口比率	54.3%	5人以上世帯	2.8%
年齢別構成比		平均世帯人員	1.99人
0歳～19歳	17.0%	持ち家比率	64.2%
20歳～29歳	9.1%	1戸建て比率	28.7%
30歳～49歳	28.8%	共同住宅比率	69.1%
50歳～69歳	24.9%		
70歳以上	20.1%		

2次 (自転車15分圏) 65,646世帯 140,528人

3次 (車20分圏) 165,999世帯 356,745人

特性 市街地、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



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

2017年
ES3シリーズ(LED)より

約30%

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)

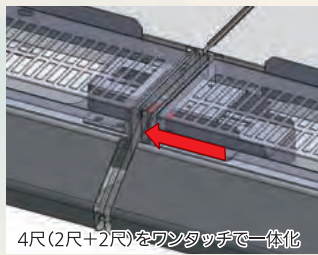
省力化

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



4尺(2尺+2尺)をワンタッチで一体化

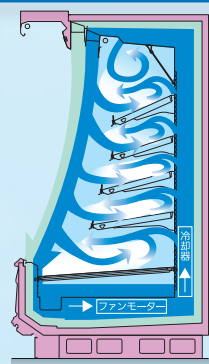
高鮮度保持

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

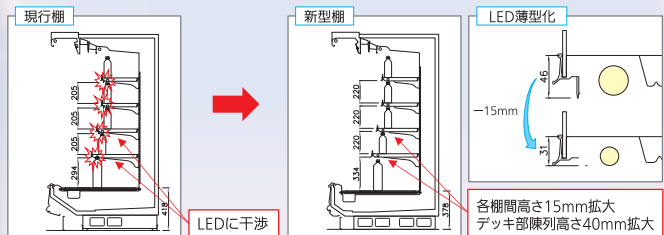
- ▶ 適正な温度監視・冷却システム制御に対応した新型コントローラーにより、温度監視を強化します。



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>

