

特集 こだわり店舗の顧客サービス

03

こだわりスーパーの「こだわり」とは
 ↳それぞれのHPから見る

山野薫
 (京都大学大学院農学研究科博士後期課程)

はじめに

本稿では4つの特徴あるスーパーマーケット（以下、スーパーと表記）のホームページ（以下、HPと表記）から、それぞれの品揃えや売り場づくりにおけるこだわりと、それを体現するための具体的な方法についてまとめる。紹介するのは、拠点を地方に置き、1店舗あたりの規模がさほど大きくなく、独自のこだわりを明確に持っているところである。これら4つのスーパーはどんなこだわりを設け、多様化する消費者にどのように応えているのかを見てみたい。

事例1：徹底したコスト削減で激安を実現する店～タチヤ

はじめに取り上げるのは、生鮮食材激安スーパーマーケット「タチヤ」である。愛知県名古屋市を中心に東海3県で13店舗を展開している。営業時間は10時～18時と決して長くなく、毎週水曜日は定休日であるが、独自のスタイルに基づいた運営で、1981年に現在の形態に改組して以降、33年間増収を続けている¹⁾。

タチヤでは、各店舗の仕入れ担当者が毎日早朝に卸売市場で商品の仕入れを行うが、仕入れ品目、数量、店頭での販売価格は仲買人と交渉した仕入れ担当者が決める。したがってタチヤの商品ラインナップや価格は、日ごと、店舗ごとに異なっている。

また、仕入れ担当者は商品の運送、陳列、販売も担当する。仕入れ担当者は売り場で来店者への対応も行い、その日に仕入れた商品は、適宜、値引きも行いながら9割近くを売り切る。売り場で、仕入れ担当者が来店者に品質や商品へのこだわり

1) 2010年の売上高は125億9,000万円、経常利益8億4,000万円だった。

などを直接説明できるほか、ほとんどをその日に仕入れているので、常に新鮮な商品を販売できることがタチヤの強みである。

上記のような毎日売り切る方式では、生鮮品の保管施設は必要最小限で済むため、経費や店舗スペースも節約できている。他にも、販売促進用の広告は新規店舗の開店時でさえも配布しないことや、店内設備も一般のスーパーマーケットでよく見られる多段棚は使用せず、平台に仕入れ時のダンボール箱のまま陳列したり、値札もダンボールに手書きしたものを用いたり、コスト削減を徹底している。

事例2：作る人と食べる人に 新たな関係をつくる店～福島屋

東京都羽村市に本社を置き、スーパーマーケットやレストラン、生花店など9店舗を都内に構える「株式会社福島屋」。もともとは酒屋・雑貨屋だったが、スーパーマーケットに転向し、羽村市、立川市など東京都西部で地域密着型の店舗展開を行っていた。最近では大崎や六本木など都心にも支店を出すだけでなく、インターネット販売にも力を入れて、米や有機野菜、ハム、調味料などを販売している。

福島屋が掲げるのは、「生産者とお客様の新たな関係づくり」であり、それを実現すべく様々な「プロジェクト」に取り組んできた。これまでに生産者との連携や、オリジナル商品の開発を行い、現在は14名の主婦で構成されたチームが料理教室の開催や店内ディスプレイの提案などを行っている。

契約を結ぶ生産者のひとつは岩手県のアーク牧場である。店舗では鶏肉、豚肉、鶏卵を販売しているが、インターネット販

売では無添加のハムを取り扱っている。この無添加ハムはプロジェクトで開発したオリジナル商品で、福島屋のハム工房にて、食肉加工メーカーを退職した職人が製造している。インスタペーカーの設置もプロジェクトとして行ったものである。福島屋は150坪程度の店舗が多く、その狭さから、当初はインスタペーカーの設置は難しいと考えていた。しかし、240坪の本店に小型機械を導入し、150坪でも同等のパフォーマンスを発揮できるよう創意工夫を重ねた。その結果、ソフト面でもハード面でも150坪でできるインスタペーカーのノウハウを開発した。

事例3：地域とのふれあいを大切に、 地域住民に喜ばれることを 目指す店～ぎゅーとら

「ぎゅーとら」は三重県の津、松阪、伊勢、志摩などに28店舗を展開する総合食品スーパーマーケットである。「食へのこだわり、地域へのこだわり」を目指して、「食を通じた地域との深いかかわりを大切にす」という方針を掲げている。

取り組みの柱として注目すべきことに「環境への取り組み」と「地域とのふれあい」を挙げることができる。

「環境への取り組み」の中身はレジ袋収益金の寄付、ボランティア清掃、発泡スチロールトレイ回収とリサイクルである。ぎゅーとらでは、レジ袋は希望者にのみ有料で販売しているが、レジ袋の販売で得られた収益金は、伊勢市や松阪市での地球温暖化防止など地域の環境保全活動に寄付されている。ボランティア清掃は、毎月「クリーンデー」に早朝清掃を店舗・本社前で実施する他、花火大会や地域のイベントの

後に行っている。発泡スチロールトレーの回収は毎月10・20・30日に全店で行われ、回収対象のトレーを持参した利用者には、トレー10枚につきエコポイントを5点進呈している。

三重県には豊富な自然があることから、三重県でとれるおいしい食材、こだわりの食材を販売し、「地域とのふれあい」を生み出すことも、ぎゅーとらの大切な役割の1つととらえている。地元産食材の販売で地域社会の発展に貢献したいという考えである。店内の直売所のようなスペースでは、契約している地元の農家が、その日に収穫した野菜を持ち込み、陳列と価格設定を行っている。また、農家の協力の下で、毎年、収穫体験イベントを実施している。利用者を生産現場に招待し、直接触れてもらうことで、地元産食材への理解と普及促進に努めている。収穫した野菜はその場で調理し、参加者に振る舞っている。

「地域とのふれあい」という点で特徴的なことを、もう1点挙げておきたい。三重県立相おう可か高校食物調理科の生徒による手作り弁当を販売していることである。相可高校食物調理科は、三重県立高校で唯一、調理師免許が取得できる。プロの料理人を目指す生徒が多く、2011年のテレビドラマ化で一躍有名になった高校生レストランを運営している。手作り弁当は個数限定な上に不定期販売だが、大変好評を博している。

事例4：厳選商品の販売を通して暮らし方を提案する店～Bi·an·can

最後に紹介するのは、「口は命の入り口・食が人をむすぶ」をコンセプトにしている静岡県浜松市のスーパーマーケット「Bi·an·can（ビ・アン・カン）」である。2013年7月開店と、比較的新しい。営業

時間は10時～20時で、毎週水曜は定休日である。生鮮品、惣菜の販売のほか、オードブルやサンドウィッチ、寿司、お弁当などのケータリングサービスも行っている。HPには仕入れ情報、農園便りなどを掲載しており、商品が店頭と並ぶまでの情報が充実している。

「Bi·an·can」とは「美味しさ・安らぎ・簡素」の頭文字をとったもので、それらの実現によって「心身豊かな暮らし方への提案」ができると考えている。店舗づくりでは「現代における『正しい食』の提案と提供を通じて、お客様の健康の創造と維持、安心を感じられる暮らしを築く」ことを目指している。

Bi·an·canのこだわり商品は3点あり、1点目は自社農園において化学肥料、除草剤、農薬を一切使用せず栽培した朝採り野菜である。収穫しているのはその時の旬のものだが、栽培の過程はホームページにて随時公開されている。今は店頭と並ぶ野菜の一部をまかなっているにすぎないが、いずれは店頭で扱う野菜のすべてを自社農園で調達したいと考えている。2点目は鮮魚である。遠州灘と浜名湖で育まれた、新鮮さが特徴の魚を揃えている。市場で仕入れる以外に、「釣りバカ」を自認する社長が毎週自ら漁に行き、釣り上げた魚を持ち帰って店で販売している。船上で血抜きや氷メにしたものは切り身や刺身にして販売するが、生きたまま持ち帰ったものは鮮魚売り場に設置された生簀に入れられる。購入希望者には、その場で魚の種類に応じた三枚おろしや活けメに調理して販売する。3点目は安価で手作りの惣菜である。販売する惣菜は、その日にスタッフが調理したものが多く。「地域に根差した店（＝地域の台所）になりたい」という思いから、毎日来てもらえるように惣菜の種類にも工夫

を凝らしている。

まとめ

以上、4つの事例を用いて、所謂、こだわりスーパーマーケットの「こだわり」の中身とそれを体現するためのツールを紹介した。どれも独創的なものばかりで大変興味深い。また、とりわけ注目すべきところは、特定の地域でなければ実現できない方法や、システム面で特殊な技術を用いているわけではなく、独自のこだわりに従うなかで自然に生まれている点である。おそらく、どんな店舗でありたいかを明確に持ち、徹底的にそれに従うことで、見えてくるものがあるのではないかと思う。

スーパーマーケット以外にもこだわり店舗は多くあり、そのうちのいくつかは本誌でもすでに紹介してきた。消費者の多様化が進む中では、それに合わせるように店舗も多様化している。今回は4つの店舗を紹介したが、これでもこだわり店舗の一部にすぎないことはいうまでもない。

参考資料

愛知県名古屋市の生鮮食材激安スーパーマーケット タチヤ (最終アクセス日: 2014年6月3日)
<http://www.tachiya.co.jp/index.html>
 FUKUSHIMAYA (最終アクセス日: 2014年6月5日)
<http://www.fukushimaya.net/>
 ふれあい・たいせつに りんご・とら (最終アクセス日: 2014年6月5日)
<http://gyutora.com/index.html>
 畑から台所へ 生鮮市場 Bi・an・can (最終アクセス日: 2014年6月4日)
<http://www.biancan.co.jp/>

各店舗の概要とこだわりの中身

	タチヤ	福島屋	ぎゅーとら	Bi・an・can
拠点	愛知県名古屋市	東京都羽村市	三重県伊勢市	静岡県浜松市
店舗数	13店舗	9店舗	28店舗	1店舗
店のコンセプト	生鮮食品激安	生産者と消費者の関係作り	食を通じた地域住民とのふれあいを大切にする	厳選商品の販売を通じた暮らし方の提案
コンセプトを体現するためのツール	仕入れから販売までの一貫担当システムなど徹底したローコスト	プロジェクトによる商品開発や企画	ボランティア清掃 レジ袋収益金の寄付 収穫体験企画 など	自社農園で生産した野菜 社長が調達する鮮魚 手作りの総菜 など

出所: 各店舗のホームページより筆者作成