

# STORE EVOLUTION



お客様とアリガをつなぐコミュニケーション情報誌

特集

## STORE IMPACTS !!

地方卸売市場では初となる市場内小売店舗を展開

**生鮮漁港川越** (埼玉県)

「生鮮の専門店街」として地域に愛される店作りを目指す

**新鮮市場 町屋店** (東京都)

- ・ビッグヨーサン 網島樽町店 (神奈川県)
- ・旬鮮食彩館PAONE (パオーネ) 塩屋店 (兵庫県)
- ・肉のマイ 市川シャポー店 (千葉県)





地方卸売市場では初となる市場内小売店舗を展開

# 生鮮漁港川越

埼玉県川越市大字大袋650番地



開店日：2019年4月  
営業時間：AM9:00～PM7:00  
※土曜日はAM8:30～PM7:00、定休日はありません。  
売場面積：655.02㎡  
駐車場台数：500台～  
※川越総合市場内

## “卸売市場内の小売店”という独自の魅力を活かす。

活気ある卸売市場で、仲卸の人たちが生鮮品を威勢良く盛り落とす。そんな様子をテレビ番組などで観た人は多いだろう。しかし、その新鮮さに魅力を感じても、一般の人が卸売市場で直接生鮮品を買うことは法律で禁じられていた。ところが2018年6月に成立・公布された卸売市場

仲卸が窓口を閉めると、以降は翌日までずっと開放としてしまう。でも築地・豊洲界隈を見ればわかるとおり、市場自体は消費者にとって魅力的な場所なんです。川越もどうにかしてもっと活性化できないだろうか。そう考えていた矢先に法律

の改正が決まり、私たちはすぐに出店に向け動き始めました」と山本社長は語る。話に築地の例が出たが、元々中央卸売市場では小売店は法律で認められていた。しかし地方卸売市場では前例が無く苦労は多かった、と山本社長は振り返る。

## 新鮮さをアピールし初動集客に成功。

今年で25周年を迎える川越総合市場は、川越市を中心とした周辺の市町村と民間企業が出資・運営する第三セクターだ。その内の主要企業である東都水産商の子会社が川越水産市場であり、「生鮮漁港川越」を運営している。「市場自体は周辺の市町村がバックアップしており、小売店が新規にオープンするという告知は広報誌などで行ってもらえる利点がありました。でも“卸売市場内に出店”というメリットをどうアピールするか、集客は根索の連続でした」と山本社長。

それでも4月のオープニングイベントで

は、水槽で泳ぐ鯛をその場でメメて販売したり、アサリの詰め放題販売、さらにはマグロの解体ショーなど、新鮮さを印象づける施策が功を奏し、大賑わいになったという。とりわけマグロの解体ショーは人気が高く、半年が経過した現在でも週末に継続して実施し集客に貢献している。「生鮮漁港川越」が位置する一帯は大型量販店の激戦区であり、スーパーやホームセンター、ドラッグストアなどを車で回遊して買い物を楽しむ、というライフスタイルが定着している。そのルートの主役に「生鮮漁港川越」が躍り出るのも、そう遠くはないだろう。



一尾単位で売られる「お魚」のラインナップは、卸売市場内の店舗ならではの、年配のお客様が午前に入庫されるケースが多く、その場で調理を依頼される方も少なくない。時には業者が買い付けに訪れることもあるという。



目の前で職人が削いだ刺身を購入出来るのも、対面販売の醍醐味だ。お寿司・バイキングのコーナーでは平日は1貫100円だが、日曜日は49円で販売するため大人気で、日曜1日だけで10,000貫以上が売れている。



見ているだけでも楽しくなる、生鮮販売コーナー。カワハギやアジのほか、千葉で採れたフタリガニ、さらには神奈川産のササエ、アワビ、ハマグリといった貝類も豊富だ。



卸売市場のある川越エリアは「小江戸」と呼ばれ、古くから多くの銘産品を生み出してきた。「生鮮漁港川越」の商圏は広く、川越エリア以外から訪れる人にとって、レジャー感覚で立ち寄れるコーナーだ。



店舗の半分が鮮魚で占められている「生鮮漁港川越」だが、青果の品揃えも充実している。来店者がゆっくり回遊できるよう円形と四角形を配したレイアウトは、良品を見ているだけでワクワクしてくる。



明るくはつらつとした対応でお客様をおもてなししている、レジ担当の皆さん。忙しい時にはサポートし合いながら、お客様の利便性を第一に考えて行動しているという。

## 新鮮で安価な一級品を、年間を通じて供給したい。

「生鮮漁港川越」の強みは、何と言っても生鮮品の新鮮さだ。とりわけ鮮魚については、東京の台所である豊洲市場にヒケをとらない、と山本社長は続ける。「ここには豊洲に入るものと同等の品が、毎日トラックで運ばれてきます。また敷地が市場内ですから、地方の漁港で水揚げされたものが直接届きます。ですからお客様は、まるで自分が仲卸になったような感覚で、活きの良い豊富な生鮮品を品

定めできるんですね。さらには仲卸を介さずダイレクトに品々が並びますから、価格的にも数段リーズナブルではないでしょうか。

毎日新鮮な品が安価で入手できれば、消費者にとってこれほど嬉しいことはない、しかし「新鮮さ」を阻む要因も多いのが現実だ。

「今年の夏は暑い日が予想外に多く、さらにはゲリラ豪雨や大型台風にも見舞わ

れました。すると交通網が遮断されて荷が入らなったり、穫れ高が少ない野菜の価格が知覚の段階から高騰します。でも私たちの店は“新鮮さ”がウリですから、妥協したくはありません。まずは1年間のサイクルを経験し、その上でどんな対策が有効か、次の一手を考えたいと思っています。

オープンして半年、課題を見出し解決しながら、「新鮮さ」の追求は続く。



法の改正で、その滞り目が変わる。地方卸売市場の活性化を目指したこの改正により、市場内での小売が解禁されたのだ。今回ご紹介する「生鮮漁港川越」は、そんな背景のもと、旗を掲げて2019年4月に川越総合市場内にオープンを果たした「市場内の小売店」だ。

「卸売市場は広い場所を有していて、駐車場もたくさんあります。でも午前10時に



## インパクトある企画で、さらなる集客を目指す。

新鮮さにこだわる「新鮮漁港川越」だが、お客様のニーズは新鮮さだけではない。「新鮮なものをより安く」という基本をキープしながら、そこにインパクトのある企画をプラスすることで、より集客力を高めることができるのではないかと、その考えから、「新鮮漁港川越」ではお客様の意見を様々な方法で収集し、実現に向けチャレンジしている。下の写真にある「コストコフェア」のコーナーも、そんな思いがカタチになった好例だ。

元々コストコは、入周年三郷に出店していることから埼玉の人々には馴染みが深く、ネームバリューも申し分ない。そして何より「卸売



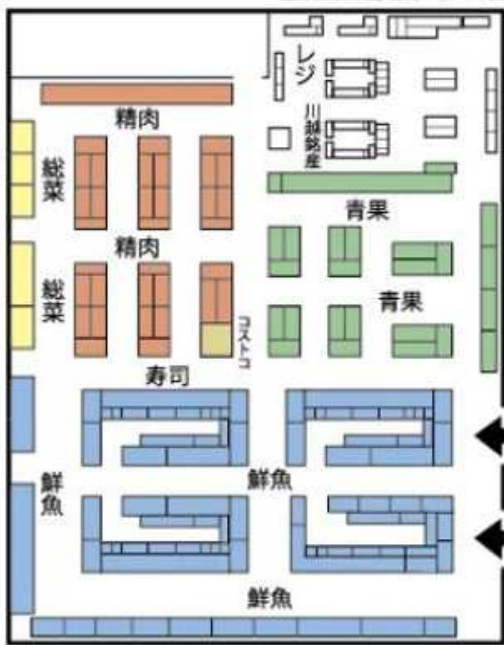
市場の店舗内に、なぜコストコのコーナーがあるのか」という驚きを提供することができる。「コストコフェアを実現させるまでには幾多のハードルがありました。こうしてコーナーを設けたところ予想以上に好評で、多くのお客様にお買い求めいただきました」と山本社長は続ける。

「今後はお客様のご意見を重視しながら、新たな企画をどんどん実現していきたいと考えています。そうして経験値を増やしていくことが、まだ駆け出しの私たちには大切ですから。」

市場の店舗内に、なぜコストコのコーナーがあるのか」という驚きを提供することができる。「コストコフェアを実現させるまでには幾多のハードルがありました。こうしてコーナーを設けたところ予想以上に好評で、多くのお客様にお買い求めいただきました」と山本社長は続ける。

「今後はお客様のご意見を重視しながら、新たな企画をどんどん実現したいと考えています。そうして経験値を増やしていくことが、まだ駆け出しの私たちには大切ですから。」

「新鮮漁港川越」店内レイアウト図



## 新鮮さをテーマに、新たな試みを具現化していく。

「新鮮漁港川越」では、IT活用のトライアル的なニュアンスで「LINE配信」をスタートさせた。いわゆるチラシを送ることで、フェアやイベントを効率よく告知しようという試みだが、その会員数はわずか半年で3,000人を超えたという。この数字からは、「新鮮漁港川越」に対する期待の高さが伺える。

一般的にはこうしたビッグデータをどう活用していくかがカギとなるが、「新鮮

漁港川越」ではITは補完的な位置づけであり、戦略の本丸はあくまでも「新鮮さ」という考えにブレはない。

その思いは、店舗に隣接しているパーベキユースペース「ばべきゅーる」からも見て取れる。新鮮な食材がいつでも調達出来る強みを活かし、「手ぶらでどうぞ」というアプローチで他との差別化を見事に演出している。

斬新なアイデアで「新鮮さ」をカタチに

していくこうしたスタイルは、今後の市場内小売のベンチマークとなるに違いない。



### Voice

#### 市場を活性化させ、次の世代につなげたい。

かつて卸売市場は、大卸、仲卸、小売業者という大きな流れがありましたが、産地直送の台頭などでその体制が崩れ始めています。その結果、地方の卸売市場の疲弊を加速させ、市場そのものの在り方を見直さざるを得なくなってきました。今回の卸売市場法改正はそうした状況に一石を投じるものであり、次の世代につながる大きな転換期を迎えたと感じています。後力ながら市場の活性化に向け、努力を重ねていく所存です。

川越水産市場株式会社 代表取締役社長 山本 巧 様



### 特集②

「新鮮の専門店街」として地域に愛される店作りを目指す

## 新鮮市場 町屋店

東京都荒川区荒川1丁目2-8



開店日：2011年2月  
営業時間：AM10:00~PM8:00  
定休日：毎週水曜日

売場面積：382.68㎡  
駐車場：無し

## 「新鮮市場」の屋号に恥じない“新鮮さ”に自信あり。

「名は体を表す」と言うが、鮮度・品質・価格で勝負する「新鮮市場」は、まさにその諺を地でいくようなスーパーマーケットだ。特に鮮度に対する取り組みは一線を超えており、従業員は手が空けば常に商品の鮮度チェックを行い、時間の経過等で少しでも劣化が認められれば売場から下げるといふ。また青果は出来るだけ冷蔵陳列を避け、採れた状態を確認でき



るよう9割を常置陳列しているという徹底ぶりだ。

今回「特集②」としてご紹介する「新鮮市場」は、㈱マルサンシステムと㈱飯田ストアが同じ屋号で首都圏に展開するスーパーマーケットで、㈱マルサンシステムが4店舗、㈱飯田ストアが8店舗を運営する。

両社の棲み分けは明確で、㈱マルサンシステムはコンサルタント会社として「新鮮市場」のマーケティングや売上の検証を担い、㈱飯田ストアは店舗そのものの運営を行う。さらに両社それぞれが運営店舗を

有することで、より実践的な情報やデータを各々の視点から分析できる。コンサルを外注している会社は多々あるが、ここまで互いに理解を深め意見を交わせる関係は、なかなか構築できるものではない。

## アイデア満載の全面リニューアル。

今回取材した「新鮮市場」町屋店は、2019年2月に全面リニューアルを実施した。㈱マルサンシステムの指導のもと、㈱アリガが設計・施工を行い、照明機器を旧FLタイプから全てLEDに取り替えたほか、空調設備や冷蔵冷凍什器も刷新。電気使用料が4割以上も削減されたというが、特に効果的だったのは通路幅が500mm広くなり、お客様の回遊がスムーズになったことだと㈱飯田ストアの飯田社長は語る。「平面図をにらみながら、㈱マルサンシステムの高級社長というらしい模索していたところ、柱と柱の間に冷蔵什器をびったり詰め込めば、500mmセットバックできることがわかったんです。すると全体的にスペースが拡がり、次はどうすればお客様

が商品を見やすくできるか、どんどんアイデアが出てきましたね。結果、鮮魚と精肉の場所をチェンジし、広くなった通路の中央に高さの低い冷蔵ケースを配することでお客様が奥まで見通せるようにしたところ、精肉は前年比150%の売上増につながった。





## 小型店ならではの強みを活かす、テナント戦略。

昭和の時代、住宅地近くには小さな商店街があり、八百屋、肉屋、魚屋、雑貨屋といった個人商店が並び、近隣の主婦が買い物かごを手に回遊していた。「新鮮市場」の売場コンセプトは、まさにそのイメージと言えるだろう。

実は「新鮮市場」における青果・精肉・鮮魚のコーナーは、それぞれ別会社のテナント運営となっている。もちろん仕入れ

や支払い付けは「新鮮市場」のバイヤーではなく、各テナントの責任者各々が独自に行い、備付けも各社に一任されている。自らが仕入れたものを自らが販売するこの方式だと責任が重く、「新鮮な良品をより安く」という意識が高まり、鮮度・品質・価格の三拍子が揃い、大きな強みとなる。もちろんお客様との価格交渉も自在に行え、フロア全体が活気づく。

「私たちのような売場面積の狭い店舗は、徒歩圏内に在住するお客様が気軽に立ち寄りやすく買物ができる、そこに新鮮で安い商品がある、そんな店を目指すべきだと考えています。少子高齢化が進めば、その傾向はますます高まるでしょう」と副マルサシステムの高橋社長は語る。大型のチェーン店では決して出来ない、考え抜かれた戦略が垣間見える。



日に何度も商品をチェックし、少しでも痛みがあれば売場から下げ、新鮮なものに置き換えるという徹底のりは「新鮮市場」ならではの、常に目が届いているから欠品がほぼ無いのも、お客様にとってはメリットだ。



町屋店の入口には「荷物置き場外ゾーン」があり、まるで新市のような振れ立て感が楽しめる。このゾーンだけで買い物済ませるお客様がいるほど品揃えが充実しており、町屋店の強みとなっている。



町屋店は小型店のため、鮮魚と精肉のバックヤードは2階にある。対面販売が出来ないかわりに、スタッフは時間をかけながら商品・品出しを行い、売場でお客様とのコミュニケーションを図っている。



2019年2月のリニューアルで照明設備を100%入れ替え、天井からLEDへと変更した。それにより電気代が前年比で6割削減となるなど、単に店内が明るくお洒落になっただけでなく、省エネ策でも大きな成果を挙げている。



町屋店では、青果や精肉、鮮魚など各テナント毎に全権を任せているが、レジもひとつのチームとしてしっかりとまとまっているようだ。この日も新鮮を担当する4人で朝礼を行い、注意事項を確認し合ってから笑顔で持ち場へ向かった。

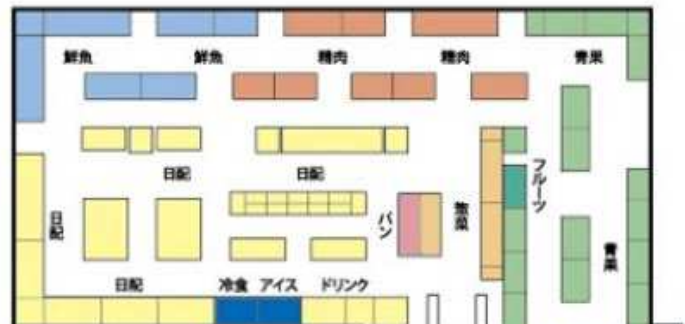
## 水曜定休を実施し、鮮度保持と労働意識の向上を果たす。

年中無休が当然のスーパーマーケット業界にあって、「新鮮市場」は毎週水曜日を定休日と定めている。また従業員の休日は週休2日制を徹底しており、年間休日は120日を超える。

「市場が休みの日だとその日の仕入れが出来ないから、どうしても新鮮さを保てない、新鮮さを徹底して追求するなら、思い切って定休日にしたらどうか、それが水曜定休のキッカケになりました」と高橋社長。この決断は功を奏し、お客様に「常に新鮮」であることをアピールできただけでなく、定休日の導入で従業員のモチベーション向上にもつながった。



また、「新鮮市場」では日本人と同等の条件で積極的に外国人労働者の採用を行っており、同時に障がい者採用も実施している。いま働き方改革やダイバーシティ経営に注目が集まっているが、「新鮮市場」でははるか以前



「新鮮市場」町屋店店内レイアウト図

からそれらへの取り組みを行っていたのだ。その根本にあるのは、「人に対する優しさ」に他ならない。従業員には、リフレッシュできる休日を、お客様には、新鮮な良品をより安く、そんな優しさが、「新鮮市場ファン」を着実に増やしているのだろう。

今年の夏は猛暑が続き、大型台風が列島を直撃するなか、野菜の価格も乱高下を繰り返した。品薄になれば価格が上がるのは経済の常識だ。しかし「新鮮市場」

では急な値上げは行わず、利益は二の次にして買やすい価格設定での販売を継続した。「売れなければ鮮度が下がり、お客様にご提供できなくなりますからね」と微笑む高橋社長は、鮮度へのこだわりと自信に満ちていた。

### Voice

#### 徒歩範囲を高圏と考え、次の戦略を企画中です。

少子高齢化が進むなか、台所を預かる主婦の皆さんも徐々に高齢化しています。そんな方々にとって、自宅から歩いていける場所に新鮮で良質かつ安い店があることは、ひとつの理想ではないでしょうか。その意味で、同様の商圏を有するドラッグストアとの共存も視野に入ってきました。既に1社と話を進めており、お客様のためにどのようなスタイルにするか、模索しているところでです。

株式会社マルサシステム 代表取締役 高橋英之 様



### Voice

#### 売場空間の拡がりに注力し、店の狭さを克服。

今回紹介して頂いた「新鮮市場 町屋店」は、美奈田ストアとして新鮮市場業態での7店舗目になります。他社が経営していたスーパーを譲渡して獲得したため既存設備を多く転用していましたが、今回のリニューアルにより設備やレイアウトを刷新、改めて本格的な「新鮮市場」に生まれ変わりました。狭い店なので、壁面にセミ多段ケースを多用する等、売場空間の拡がりに注力しました。

株式会社美奈田ストア 代表取締役 飯田 繁 様







開店日：1995年11月  
 改装日：2018年11月  
 売場面積：2333.07㎡

ビッグヨーサンは、横浜・町田を中心に神奈川・東京に9店舗を展開するスーパーマーケット。豊洲市場との強いパイプを活かし、鮮度・品質・価格ともに揃った生鮮品を提供しています。  
 綱島樽町店では今回大幅な改装を実施し、青果・精肉・鮮魚の売場および作業場の拡張をメインに行ったほか、43ステーキバーガー一店の新設施工を同時に行いました。これによりイトインを利用するお客様が増え、集客の新たな柱となりつつあります。新鮮で安価な商品を探して連日たくさんのお客様でにぎわう店内では、店員さんの声が響き渡り、対面で魚を捌く場面が楽しめるなど、まるで本物の市場を思わせる活気ある売場を展開しています。



綱島樽町店にはイトインとして、魚魚鮮（ととせん）寿司店と、新設した43ステーキバーガー店があります。ビッグヨーサン直営だから、新鮮さには自信あり!! もちろん価格やボリュームもお客様に大好評で、買物前に“味覚”を楽しむお客様が増えています。







旬鮮食彩館パオーネ塩屋店は忠臣蔵で知られている赤穂市にあります。高級店とは一線を画した、買い物に来て頂くお客様の食卓が笑顔であふれるように、おいしいものを食べて欲しいとの社長の熱意のもと、生鮮品は市場へ直接出向き、なぜおいしいのかをきちんと把握した上で売り場に並べられます。また、まだ知られていないおいしいものを見つけるため、社長自ら国内外の生産地を回り、生産者の話を聞き、納得したものを提供するこだわりの商品が店内で販売され、地域に密着した上質スーパーとして知られています。



店内は天井中央に圧倒される大きさのカジマグロが描かれ、売場には各部門担当の写真入りPOPで商品をアピールすることでイキイキ新鮮で、わくわく楽しいお店づくりを目指しています。



# 肉のマイ市川シャポー店



**施工内容** デザイン設計・内装/厨房工事・冷蔵ショーケース工事

生産から卸売、商品開発から販売まで創業90年の老舗精肉店。  
今回シャポー市川店のリニューアルのお手伝いをさせていただきました。  
お客様と企業が輝くお店作りを目指してデザインから施工まで手掛けました。



**冷蔵ケースメーカー**

当事業部はショーケースメーカーであり、店舗デザインから施工まで手掛けております。  
こだわりの精肉をアリガショーケースはオリジナルLEDで演出しております。

お問い合わせ

## STORE EVOLUTION

2019 autumn vol.11

株式会社アリガ 法城 徳福 保富 発行責任者：三宅 耕平  
東京都府中市北原町4-17-6 アリガビル Tel. 03-3364-2371(代)

<http://www.ariga-grp.co.jp/>

掲載写真：左から時計回りに、市川シャポー店