

平成30年度
優良経営食料品小売店等表彰事業
受賞店の概要

公益財団法人 食品等流通合理化促進機構

はじめに

優良経営食料品小売店等表彰事業は、各地域で繁盛店として優れた経営を実践されている食料品専門小売店や商店街を発掘表彰するとともに、その経営ノウハウを広く公開していただくことにより同種のお店の参考に供することを目的に実施しており、本年度が28回目となります。本年度の受賞店数は29店と例年よりやや少なくなりましたが、これは応募時期に集中豪雨や台風など多くの災害に見舞われたことが影響したものであると思います。そのような中で、例年どおり優良な経営をされているお店を表彰できますのも、応募いただいたお店の方々に本事業の意義をご理解いただくとともに関係団体の皆様方にご協力いただいた賜と、改めて感謝申し上げる次第です。

さて、少子高齢化の進展、量販店やコンビニの大量出店、消費者のライフスタイルの変化等食料品小売専門店の経営環境は厳しさを増しておりますが、本年度の受賞店の特徴の第一は、このような環境下にあっても、取り扱う食品にそのお店ならではの独自性を打ち出すことによって、他の小売店にはない魅力を発信しているお店が多かったことです。例えば、商標登録や意匠登録などの知的財産を取得し、ブランド化に結びつけているお店、地元農産物を用いた商品を開発し、他店との差別化を図っているお店、伝統の味・製法を大切に守りつつ、それを活かした新商品を開発し、新たな魅力を発信しているお店などが多かったように思います。こうした創意工夫や努力がファンとも言えるような顧客の獲得に結びついていることを強く感じました。

また、商品の美味しさやの伝え方に工夫を凝らしたお店が多いことも、本年度の受賞店の特徴であったと思います。野菜ソムリエ、お肉博士、お米マイスター等名称は様々ですが、商品についての資格を修得し、その専門知識を生かして商品の美味しさや料理方法などの情報を分かりやすく提供しているお店が目立ちました。また、対面販売を重視しつつも、同時にHP、インターネット、SNS等により商品情報を積極的に発信し、客層や販売地域の拡大に結びつけているお店が多いことも特徴的でした。

さらに、本年度は、店舗そのものを商品の品質や鮮度の維持を目的とした造りとしているお店、アレルギーフリー商品やオーダーメイド商品を提供するなど個々の顧客のニーズに細やかに対応しているお店、店舗が地域交流の場としての機能も果たしているお店なども印象的でした。

こうした各受賞店の具体的な経営内容につきましては、それぞれのお店のご協力により取りまとめた各店の経営概要をご覧頂きたいと思います。

むすびに、本表彰事業の受賞店の皆様が、この受賞を機会にますます精進され、それぞれの地域の模範的なお店としてより一層繁盛・繁栄されることを祈念いたしますとともに、その経営ノウハウが広く同種のお店や関係者の方々の参考となり、食料品専門小売店や商店街の活性化に資することを期待いたします。

平成31年2月

公益財団法人 食品等流通合理化促進機構
会 長 馬 場 久 萬 男

本年度受賞店の特徴

優良経営食料品小売店等表彰事業 審査委員長 小山周三
(西武文理大学 名誉教授)

<優良店との出会いが楽しめる審査会>

年一回開催の表彰(コンクール)事業ですが、事業理念と経営力に富む、どのような食料品小売店に出合えるのか、私たち審査委員にとっては、楽しい審査委員会です。一店一店からの応募資料を丹念に読み込み、精査したうえで、慎重な審査を行いますので、審査そのものは結構な作業を伴いますが、応募されたお店の顔が見えてくるような気持ちをもつよう努力しながら、主宰者と審査委員同士で十分に話し合い、今年度の受賞店を決めることができました。

この賞は経営の優良性を判断する賞ですので、業績評価と経営技術評価を足し合わせた上での総合評価(100点満点)がベースになります。概ね70点以上が受賞に値するお店という評価基準に基づいて受賞審査を進めました。農林水産大臣賞は90点以上を受賞対象としましたので、かなり厳しいハードルを越えなければ受賞店になれません。総合点80点以上が農林水産省食料産業局長賞に該当します。他の賞の場合には、総合点評価だけではなく、個店の強みを吟味しながら、賞別受賞店が決定されました。

<力量ある受賞店の選出>

前年度の応募店数36店に比べると今年度は29店舗とやや少なかったのですが、大臣賞3店、局長賞6店、そのほかの各受賞店を選出することが出来ました。今回も、各賞にふさわしい力量のある小売店を選ぶことができましたと思います。日本経済新聞社賞は経営の新規性・革新性、日本政策金融公庫総裁賞は地域活性化への貢献性の視点で特に優れているかどうかを見極めながらの受賞決定になりました。主催者である食品等流通合理化促進機構会長賞、同会長奨励賞は、さらに経営努力を積み上げられ、優良店から優秀店への可能性を追求して欲しいという期待を込めての受賞店であることを申し添えさせて頂きたいと思います。

<商品力とファンづくり>

大臣賞には食肉の「うらい」、酒の「ワインデマミ」、菓子の「小松屋製菓」の3店が選ばれました。いずれの店も、「ファンづくり」の上手な店という特色が際立っていたと感じました。その基には磨き抜かれた優れた商品力があります。独自の熟成技術を施した「和牛うらい」が意匠登録され、知的財産としてのブランド価値にまで高められていたのが印象的です。商品づくりへの強い思い入れがブランド価値になり、商品を通して感じられる「顧客の幸福感」が根強いファンを創りだしているのです。

ワインショップの強みは「ワインファンづくり」につきます。ワインセミナーを頻繁に開催し、試飲から販売につながっています。ワインデマミの代表者は年間120回以上のワインセミナー講師を自ら務めています。ワインの販売スタッフも全員がソムリエの資格を取得し、納得のいく説

明販売で信頼を集め、ワインファンを増やしています。

古くからある、栃の実を食べる食文化を継承し、独自の技術で現代的商品に仕立て上げ、全国の特定少数ファンを獲得しているのが小松屋製菓です。店のデザインにもこだわり、店がお客様の休憩所としても使われているようです。独自性のある商品やおしゃれな店のデザインで顧客を魅了すれば、ファン顧客が自ら SNS で情報を発信し、店の宣伝マンになってくれる時代です。地場産品というオリジナル素材を積極的に使い切った商品が増えれば、地域の産業起こしにもつながります。地域振興に貢献する小売店の重要性が認識できました。

<情報小売業の時代>

今年度の受賞店の特徴として、インターネットやブログ、フェイスブック、ツイッターなどの情報メディアを活用して、広域な地域からのファンをつかんで販路拡大に成功している共通性がみられました。局長賞受賞の魚正、まるぜん精肉、上辻豆腐店、長峰園などがそうです。この場合にも、強いオリジナル商品を持っていることが情報発信力の基にはなりません。商品のもつ魅力を上手に伝えられるネット時代が、個客ファンを顧客ファンに変える、情報小売店経営の時代が到来していることが感じられました。

局長賞に輝いた菓子店のアトリエ プール ヴーのオーダーメイドバースデーケーキによる個客開拓、アレルギー患者対応のケーキづくりなどのオリジナリティ追求にも興味を持ちました。

多店舗展開でコンビニエンスストア化を目指すフラワーショップのみかさ、観光資源として輝く、伝統を受け継ぐ渡辺酒造店、完全自家焙煎技術を昇華させている珈琲専科ヨシダなどの小売経営技術力の高さも大いに評価したいと思います。

<商品力×情報受発信力×個客とのつながり力>

食料品小売業を取り巻く経営環境は、大型スーパーを含めて、厳しい局面にあります。人口減少、高齢化の進展などにより、量的拡大は望めなくなってきました。質的深化により、「それが欲しい」「あなたのお店で買いたい」という使命買い(商品)を創出できる商品力、情報受発信力、個客とのつながり力が要求されてきています。

今回、応募された小売店の約三分の一が手作りのお菓子屋が占めていました。規模は小さくとも、その店しかない独自の味を創り出すことが出来るお菓子屋さんの経営力に差別化と生き残りのヒントは秘められているように感じました。

今回の受賞を励みに、顧客期待を上回る経営品質の向上に一層精進されることを願っております。

目 次

農林水産大臣賞受賞店の概要

有限会社うらい	〔兵庫県：食肉小売店〕	6
株式会社ワインデマミ	〔茨城県：酒類小売店〕	8
小松屋製菓	〔静岡県：菓子製造小売店〕	10

農林水産省食料産業局長賞受賞店の概要

株式会社魚正	〔富山県：鮮魚小売店〕	12
有限会社まるぜん精肉	〔富山県：食肉小売店〕	14
株式会社米匠	〔長野県：米穀小売店〕	16
アトリエ プール ヴー	〔静岡県：菓子製造小売店〕	18
上辻豆腐店	〔奈良県：豆腐製造小売店〕	20
株式会社長峰園	〔埼玉県：茶類小売店〕	22

日本経済新聞社賞受賞店の概要

フラワーショップみかさ	〔兵庫県：花き小売店〕	24
有限会社渡辺酒造店	〔岐阜県：酒類小売店〕	26
有限会社パリジャン	〔群馬県：パン製造小売店〕	28
株式会社珈琲専科ヨシダ	〔北海道：コーヒー豆小売店〕	30

日本政策金融公庫総裁賞受賞店の概要

株式会社山佐佐藤商店	〔青森県：酒類小売店〕	32
ふじや菓子舗	〔北海道：菓子製造小売店〕	34
まんじゅや	〔静岡県：菓子製造小売店〕	36
御菓子司柏屋葛城堂	〔大阪府：菓子製造小売店〕	38
有限会社赤門堂	〔佐賀県：菓子製造小売店〕	40

(公財)食品等流通合理化促進機構会長賞受賞店の概要

八百柿	〔熊本県：青果小売店〕	42
有限会社岡畜産	〔北海道：食肉小売店〕	43
伊賀精肉店	〔香川県：食肉小売店〕	44
有限会社肉のまるかつ	〔鹿児島県：食肉小売店〕	45
タカナシ東開成直売店	〔神奈川県：牛乳宅配小売店〕	46
有限会社扇屋菓子舗	〔群馬県：菓子製造小売店〕	47
株式会社嶋屋	〔大阪府：大学いも製造小売店〕	48
株式会社スイートハッピー	〔群馬県：総合食料品店〕	49

(公財)食品等流通合理化促進機構会長奨励賞受賞店の概要

フルール HanaMame	〔宮崎県：花き小売店〕	50
有限会社おき川	〔埼玉県：菓子製造小売店〕	50
Café 木の実	〔群馬県：菓子製造小売店〕	50

参考資料

業種別経営指標	52
経営指標の数値の良否について	53
平成 30 年度 第 28 回優良経営食料品小売店等表彰事業 入賞店一覧	54
優良経営食料品小売店等表彰事業 回数別入賞店数	55
平成 30 年度 第 28 回優良経営食料品小売店等表彰事業 申込要領	58
優良経営食料品小売店等表彰事業 審査委員及び主催者	64

-
- 注： 1) 売場面積の中には、事務所・作業所、倉庫などは含まれません。
- 2) 従業者数のうち、パートは8時間換算で1名とします。
- 3) 一部の経営データについては、個人企業と法人企業の均衡をとるため、事務局において数値の算出換えをしています。
- 4) 店舗概要、商品構成、売上高は希望により掲載していない店があります。

有限会社うらい <和牛うらい>

兵庫県加古川市

<http://www.wagyu-urai.jp/>



店舗概要

創業年 1950年(昭和25年)
売場面積 72.6㎡(22.0坪)
従業員 17.2人
営業時間 9:00~19:00
定休日 火曜日

商品構成

・精肉(牛、豚、鶏)	76.0%
・加工品(ハム、ソーセージ)	1.8%
・内臓肉	5.0%
・惣菜	15.0%
・その他 (調味料、外、一般食品)	2.2%

経営方針

おいしい和牛をリーズナブルな価格で提供し、顧客の幸福感を満たす。

当店独自の基準で日本全国より責任を持って買付け熟成

[リーズナブル価格の黒毛和牛と自家製惣菜の魅力であつまる車客]

昭和25年(1950年)先代が当時の村内でホルモン専門店として創業した。昭和44年(1969年)に2代目が入店。駐車場が無かったため、行商も行い商いを増やしていった。平成2年(1990年)に法人化を行い、現在の土地を購入して駐車場のある店舗をオープンさせた。和牛は雌牛の一頭買い、豚は枝肉仕入を行い、店内で一貫加工を行っている。このため、主要な部位だけでなく、希少部位や高級部位等を高品質で且つリーズナブルな価格で販売できる。和牛には独自の熟成技術(ドライエージング)を施しており、うまみ・風味を捻出しながら、軟らかな肉を提供している。

和牛精肉だけでなく、お客様が気軽に来店できるように加工品や惣菜を強化している。ローストビーフと焼豚やハンバーグは贈答用にも利用されている。長期保存し美味しさを増したじゃがいもを使用するコロッケにはいろいろな味を揃え、楽しさを演出している。お弁当やおにぎりも自家製造しており男性客にも喜ばれている。従業員が一体となって商品情報を集めており、肉巻きおにぎり等、話題の商品があれば独自に商品開発を行い販売している。

[セミセルフレジや賑やかな POP などの楽しく買いやすく安心な売場づくり]

売上の9割を店頭販売しており、対面販売を重視して広告媒体に頼らない口コミ中心の顧客拡大戦略を行っている。「お肉博士1級」の資格を持つ従業員が中心となって、調理方法やレシピ等の最新情報をお客様に伝えている。店内に牛肉に関する情報提供コーナーもあり、お客様は何時でも牛肉の情報を確認できる。牛肉に関しては個体識別番号を店頭で表示できるシステムを独自に開発し、その日販売している牛肉の個体識別番号を店頭に表示している。

プライスカードは大きな文字で手書きしており、商品の特徴を吹き出しを付けて追加説明も行っている。コロッケとミンチカツはそれぞれちょっと面白いポスターを作成し、他にも地域情報も含め、店内にはいろいろなPOPが貼られており店内を賑わしている。お買上金額の計算はレジでまとめて行うが、代金の支払いはお客様が自分で行うセミセルフレジである。販売スタッフがお金を触らないよう衛生面を配慮している。

[「和牛うらい」の価値を高めるブランド戦略]

「和牛うらい」を意匠登録し、知的財産としての価値を確保する一方で、五つ星ひょうご選定商品として認定を受け、「ひょうご五国のとっておき！」パンフに掲載されている。加古川市ふるさと納税の返礼品としても牛肉・ローストビーフ・ハンバーグが選定されている。和牛・ローストビーフ・焼豚・ハンバーグの贈答品等にはそれぞれのオリジナルパンフレットを添付して、贈られたお客様に当店の特徴をPRしている。

バックヤードでも信頼確保の取り組みが積極的に行われている。惣菜加工ではミキサー等を導入して手作業の効率化を図る上に、独自の真空自動包装機を導入して鮮度の維持を高めている。またハンバーグやコロッケ等の異物混入を防止するために、金属探知機とX線探知機を導入している。惣菜の揚げ油は毎日業務終了後に食用オイルテスターで酸化度を測り、基準値を超えたら廃棄し、業者に引き取ってもらう。使用期間は2～4日である。平成30年(2018年)8月には「知的資産経営報告書2018年版」を従業員中心で完成させた。作成することによって知財の重要性だけでなく、経営のあり方や社会的責任を全社で共有することができ、「和牛うらい」のブランド戦略が実質的にスタートした。



人気の揚げたて惣菜売り場



オリジナルパンフレットが同封される贈答品

株式会社ワインデマミ

茨城県水戸市

<http://www.wine-des-mami.com>



店舗概要

創業年 2011年(平成23年)
売場面積 89.43㎡(27.1坪)
従業員 5.2人
営業時間 10:00~20:00
定休日 日・祝日

商品構成

・ワイン	60.0%
・ビール類	18.0%
・ウイスキー類	10.0%
・焼酎類	7.0%
・飲料水類	5.0%

経営方針

＜ワインと共に幸せで心豊かな人生を＞

- ・造り手の思いやストーリーと共にワインを提供し、大切な1本に。
- ・品質管理を徹底し、美味しさをそのままお渡す。
- ・自分に関わるすべての人に感謝して、仕事も人生も目標や夢を持ち、充実した一日を！

東日本大震災で閉店した家業をワインショップで復活

〔旧店舗のスタッフが自然に集まり家業が復活〕

東日本大震災の影響で当代表者であった父親が家業の酒小売店の継続を断念し、父親に代わって現代表者が清算処理を行った。その一方で、ソムリエである代表者には個人的にワイン&チーズセミナーの依頼等があり、ワインの販売を行う必要があったため、平成23年(2011年)4月に株式会社ワインデマミを設立した。

しかし、取引先等への恩返しも必要との判断から、ソムリエの資格を活かしてワインショップを自分で経営することを決定し、平成24年(2012年)5月に泉町でワイン専門店をオープンさせた。元女性スタッフが戻ってきて、代表者と女性2人でのスタートであった。7月には、やはり元男性スタッフがビールを販売して自分で稼ぐことを条件に参加。平成26年(2014年)12月にはウイスキーの業務用販売を行っていた男性スタッフが加わった。80年間旧店舗が使っていた伝統の電話番号を引継ぎ、旧店舗の取引先との取引も引き継ぐことができた。4年後の平成28年(2016年)4月にマンション建設のために突然立ち退きを求められたが、同6月にはパン屋が使用していた現店舗を賃貸し、8月16日に新店舗をオープンさせた。

[セミナーやイベントでの販売で強力なファンづくり]

水戸駅から西北に約 3km、偕楽園から約 1.5km の商店街に立地している。バス等の公共交通はあるが、本数が多くなく、車を利用しないと来店しにくい立地である。そこで、取引業者に協力してもらい、2〜3 ヶ月に一度であるが自店舗での無料試飲販売会を開催している。地元の大学の講師などが務める外国人グループによるフォークライブ演奏も行われ、来店客を喜ばせている。子供達には待っていてもらう御礼に飴をプレゼントしている。

更に、年に一度は得意先のホテルで約 250 種類のワインを揃えて試飲販売会を開催している。試飲だけのお客様を避けるため会費制とし、会費以上をご購入いただいたお客様には返金する。地域起こしにも協力しており、茨城県大子町では「奥久慈しゃもとワインのタベ」を企画して飲食店にワインを卸す等、北関東各地で催されるワインイベント講師としても参加している。

代表者はワインセミナー講師として、年間 120 回以上の講演を茨城県内外で行っており、開催場所で多くの営業情報を得ている。お花屋さんに協力していただき生まれたのが、ワインとお花のセット商品である。お客様からの依頼に応じてワインとお花のアレンジメントを造ってもらい、贈り物として届けている。

[毎日の昼食会がワインデマミの活力]

当店は飲食店への納品や店売りにスタッフが一丸となって取り組んでいる。店舗は北向きであるため、幸いにも太陽が射し込むことはない。しかし、ガラス近くでの温度上昇を防ぐため、断熱シートをガラスに貼り付けている。また、ワインの品質を保つために、店全体をワインセラーと考え、夏は冷房を強め、冬は暖房を使わない。店舗の照明も暗めに設定し、ワインに直接照明が当たらないように間接照明としている。

そして、店頭スタッフ全員が日本ソムリエ協会認定のソムリエ資格を有しており、お客様との会話の中から、好みに合ったワインやその日の食事に合うワインを提案している。スタッフそれぞれにお客様が付いている。全てのワインを POP で説明しているのもスタッフである。一言で言うならこんなワイン…という表記である。オーガニックワインにはテントウム虫をピン留めしている。

毎日スタッフ全員で一緒に昼食をとることが活力の源泉となっている。月 1 回は代表者の母親が手作り、週 1 回男性スタッフが自主的に手作りする。昼食時間を利用して、日々の報告や、様々な情報交換を行っており、年に 1〜2 回は平日日帰りで山梨県や長野県の生産地や生産者を訪問して勉強会を行う。



ワインセラーも兼ねた低温の売場



ワインの特徴を分かり易く説明する POP

小松屋製菓 <栃もち本舗 小松屋>

静岡県浜松市天竜区

<https://5028seika.com/>



店舗概要

創業年 1926年(昭和元年)
売場面積 30.0㎡(9.1坪)
従業員 2.6人
営業時間 8:30~18:30
定休日 木曜日

商品構成

・自家製品(菓子類) 80.0%
・仕入菓子 15.0%
・玩具 5.0%

経営方針

- ・可能な限り地元産食材を使用した製品づくりをするのがモットー。
- ・古くから地元に伝わる「栃を食べる」食文化。少子高齢化が加速し、若い世代には馴染みがない物となりつつあるが、先代から受け継いだ「栃の加工技術」を後世に伝えとともに、お菓子を通して「栃」の可能性を広く知っていただく活動を行っている。

栃の実を独自の技術で現代に通用する商品に仕立てることに成功

〔「栃」という食材にこだわって日本全国の特典少数ファンを獲得〕

昭和元年(1926年)初代が当地で駄菓子屋を開業した。当時は林業が盛んであり人口も多く、三輪自動車ミゼットを使って拡販も行っていた。後を継いだ二代目は家庭では作る事が少なくなっていた栃もちを効率的に自家製造する技術を開発し商品化した。そして平成9年(1997年)三代目がリターンしてきた。二代目から学んだ栃もちの技術を継承し、そこに洋菓子の技術を取り入れた商品づくりを行い、商品価値を高める事に成功した。

当店の栃もちはもち米に対して栃の実の比率が多く、味も香りも濃い事から、栃もち愛好家から高評価をいただいております、遠方からの注文も増えています。「栃の実」と言えば栃餅や栃煎餅そして栃羊羹が代表的な商品であるが、当店は餡と純生クリームを栃餅で包んだり、洋菓子風に焼き上げるなど、和風にとどまらない商品アイテムを増やしている。

現代のニーズに合わせて甘さは控えめ、自然素材の味を大切にするため、精製度が低い和三盆糖も使用している。高品質な素材にこだわる事で原価率は高くなってしまいが、和モダンな簡易包装への大胆な変更や、栃の加工作業を店主自らが全て行う事で手頃な販売価格を維持している。

〔住民や来街者が気楽に休むことができるスペースに店舗改装〕

当店は人口 2,000 人、高齢化率は 58% を超える小さな町に立地している。喫茶店のない町に、遠方からのお客様と地域の住民が集えるイートインスペースを提供するため平成 27 年(2015 年)に店舗改装した。交流の場の提供により、一人暮らしの高齢者には健康寿命の増進、認知症予防につながれたらと考えている。都市部からの若者には、地元住民との交流で地域への関心、興味を持ち、店舗だけではなく、町のファンになっていただけたらと考えている。

改装後の店内は、地元住民の趣味の作品展示や、町に関する書籍も揃え、「栃」の加工方法なども紹介している。平成 29 年(2017 年)には木のぬくもりがある店舗デザインや、おもてなし、社会貢献が評価され、静岡県が主催する「地域のお店」デザイン表彰で優秀賞を受賞する事が出来た。

また、近年増加傾向にある自転車愛好家の意見を取り入れ、店舗前にオリジナルの木製バイクスタンドを設置した事により、SNS 等、口コミによる利用者が少しずつではあるが年々増加している。

〔地元水産の農産物を住民と一緒に育てて水産の産業興しに挑戦〕

自店ホームページでは、商品紹介や販売を行っており、ブログや SNS を活用して地域での活動や最新情報なども配信している。以前から催事・イベントでの販促は行っていたが、近年は田舎に興味のある方を対象としたイベントに積極的に参加し、店舗や地域の魅力を伝える活動もしている。

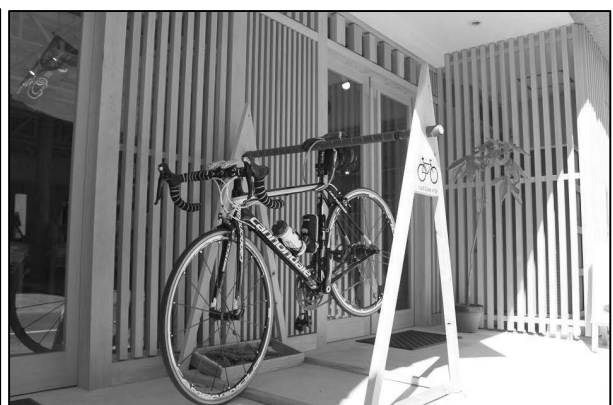
地域の小規模茶農家から市場に出回る事もない良質な有機茶葉を仕入れ、菓子材料として使用する事で茶の継続栽培に貢献している。

水産地域に伝わる在来品種の栽培や休耕地の有効利用、空き家を利用した農泊などを推進するために NPO 法人「こいねみさくぼ」を地元有志と一緒に立ち上げた。行政からの支援には頼らず、市内民間企業と共同で、耕作放棄地で粟(あわ)・黍(きび)などの雑穀を栽培し、雑穀の認知度向上と地元雇用創出を目指している。現在は雑穀と在来ジャガイモの栽培のみを行っているが、今後は、大豆や大麦などの栽培を推進して、販路確保、雇用創出、商品開発を実現したいと考えている。

NPO を立ち上げて五年が経過し、農業のノウハウも少しずつではあるが蓄積されてきた。菓子作りとの二足の草鞋は簡単ではないが、今後も継続していきたい。



広々とした店内にイートインスペースと木製のオリジナル陳列棚を設置



店の前に設置した、木製のバイクスタンド

株式会社魚正

富山県富山市



店舗概要

創業年 1981年(昭和56)
売場面積 63.0㎡(19.1坪)
従業員 5.0人
営業時間 10:30~18:00
定休日 日・水・祝日

商品構成

・鮮魚 100.0%

経営方針

- ・魚をこよなく愛し、人に愛され信頼される会社。
- ・水産物の販売を通じて、地域貢献と社会貢献に努める。
- ・地産地消による差別化戦略。

富山湾の旬のおさかな情報をネットで配信して集客

〔量販店等が手を出しにくい富山湾の珍しい魚を集めて販売〕

昭和15年(1940年)富山市大田口で初代・旭井 正が「魚正」を創業。戦時中に店が焼失したため、戦後に総曲輪3丁目で商売を再開。昭和56年(1981年)4月株式会社魚正に法人化。平成17年(2005年)7月総曲輪地区の再開発に伴い、現在の新根塚町へ移転した。創業80年、代々引き継いできた目利きの知恵を活かして「おいしい魚」を提供している。魚津・新湊・四方・氷見を巡り、県内の各漁港から鮮度の良い魚を毎日仕入れている。量販店等ではなかなかお目にかかれないような高級魚なども取り扱う。「養殖」は使用しない。身の締まり、コクのある旨味が特徴の「天然」にこだわっているのも当店の特徴である。

「天然のいけす」と称されている富山湾で漁獲される鮮魚を扱うことで差別化を図っているが、活魚の水槽を店の出入り口に置くことによって、鮮度の良さをお客様に魅せようとしている。魅せるだけではなく対面販売も当店の魅力のひとつである。お客様と会話しながらお客様の好みや興味を理解し、お客様に合った商品を紹介するのが当店流である。このために従業員とも会話をを行い、自ら健康管理することを促している。

[インターネットを活用した情報発信で当店のファンを拡大]

いわゆる繁華街では無い立地条件のため、お客様に来ていただくのを待っているだけでは店を維持することはできない。特にこれからの世代のお客様を意識して、若者に興味を持ってもらうためにインターネットをフル活用している。

ホームページではお店の姿勢や品揃えの考え方を説明し、今日の仕入等の最新情報などはブログに記述しており、過去を遡って内容を確認することができる。ブログとほぼ同じ内容をフェイスブックとツイッターにも投稿している。インスタグラムでは写真だけであるが、商品情報を積極的に流している。フォロワーも増えており、集客に貢献している。

ネット上にはそれほど多くのコメントは書き込まれていないが、来店したお客様との会話の切っ掛けとなっており、「旬の魚がわかりやすい」「今どんな魚が売られているのかが分かる」等、お客様の声を直接伺うことができている。ホームページでは全国発送できる商品も紹介している。問合せフォームに記入していただき、メールで回答するスタイルである。飲食店様用フォームもあり、ホームページは当店の営業窓口となっている。

[富山県らしい加工品を自家製造して組み合わせ販売]

鮮魚だけでなく自家製惣菜にも力を入れている。富山県の代表的加工品であるサス(カジキ)の昆布メは一人前パックから定番で販売している。イカ・鯛・平目の昆布メは時価での販売となる。バイ貝のうま煮も人気の自家製惣菜である。煮魚、焼魚も注文に応じて販売している。季節商品としては「白エビ食べ比べセット」の加工販売も行っている。この食べ比べセットは白エビのお刺身・白エビの昆布メ・白エビの唐揚げが入っており、まさに「白エビ三昧」を楽しんでいただける商品である。お中元やお歳暮の季節は、ギフトの相談にも応えている。仕入商品ではあるが富山県の産品として有名な「ます寿司」や「昆布巻きの蒲鉾」「イカの黒作り」に当店の商品である白エビの刺身や唐揚げ、バイ貝のうま煮等を組み合わせている。販売金額も高くなるので、当店の収益性向上に役立っている。ホームページで紹介されている商品の他にも季節のギフト商品は用意されており、フェイスブックとツイッターでその都度紹介を行っている。



納品時の発泡スチロールケースとガラス板を利用した陳列ケースで商品をレイアウト。



ブログで小まめに情報発信

有限会社まるぜん精肉

富山県富山市

<http://www.maruzen-shop.com/>



店舗概要

創業年 1950年(昭和25年)
売場面積 82.5㎡(25坪)
従業員 22.9人
営業時間 9:00~18:30
定休日 日・祝日
第1・3月曜日

商品構成

・精肉(牛、豚、鶏) 46.3%
・特定加工食品 7.1%
・総合食料品 7.4%
・小売(惣菜他) 39.2%

経営方針

- ・富山で肉と言えば「まるぜん」と言われるようお肉を食べる幸せをお客様と共に分かち合いたい。
- ・『かたい信用 やわらかいお肉』をスローガンとし、富山の街のお肉屋さんとして、地域の皆様に信頼され親しまれる店づくりを継承していく。
- ・確かな目利きで厳選した特選国産和牛を仕入れ、お客様に安心安全で且つ、一番美味しい状態で提供する。

地域の皆さまにお肉を食べる「口福」を提供

【働く女性の味方として豊富な自家製惣菜を品揃え】

富山県は共働き世帯率全国1位。働く女性の味方として、揚げたてのコロッケやトンカツ、旬の野菜を使った自家製惣菜を手頃な価格で豊富に揃え、売場の半分以上が惣菜で占められている。自家製コロッケは当店でNo.1の人気商品。初代考案のコロッケは、まるぜん精肉の歴史そのものであり、富山を代表するコロッケになっている。ハンバーグ・牛ステーキ・焼き豚・ローストビーフ等、食肉店定番の惣菜だけでなく、ビーフカレー・炒飯・焼きそば・スパゲッティ・サンドウィッチ等のご飯物や、チキン南蛮・肉じゃが・ひじき煮・ゴボウのきんぴら・酢豚・マーボー豆腐・鶏もつ煮等の家庭料理、運動会等のお弁当に便利なおかずセットも提供している。クリスマスのローストチキンは当店の定番商品である。高齢者向けには少量パック、複数世帯同居の家族向けには大量パック等、買いやすい量と価格での販売を行う。

閉店時間を18:30としているのも仕事帰りに寄っていただくための配慮からである。

[インターネットとFM とやまで積極的に情報発信]

毎月29日は「肉(ニク)」の特売デーであり、お得な特売企画をご用意している。このような特売情報も含めて、情報発信にはインターネットを活用している。ホームページではお店の考え方や品揃えを写真入りで紹介し、時々の商品紹介はフェイスブック・ツイッター・Instagram・LINEのSNSで行っている。特に重視しているのがツイッターである。季節の商品紹介だけでなく、お店の営業情報も流している。LINEでは友達登録をしていただくとお客様に直接、特売品・新製品・特選和牛等の案内が届くことを特典としている。

これらSNSで配信されている情報としても掲載されているが、地元のFM放送であるFMとやまのRADIOJAM(毎週金曜17:00～19:00)の中で、毎月第1木曜は「まるぜん精肉店 今夜のおかず、これに決～めたっ!」が放送されている。ラジオ放送ではあるが、放送終了後、番組ではパーソナリティが惣菜を食べている姿をSNSで配信しており、当店のSNSでもそれをシェアしている。

[取引先との連携して品揃え強化]

売上高の約6割はレストラン・食堂・焼肉店・給食・病院等への小卸である。納品先の要望に応じて必要な食肉、部位を配達しているが、何をいつまでにどのくらい必要かなど丁寧なヒアリングを重ねて、お客様が納得のいく提案を行っている。配達には「かたい信用 やわらかいお肉」のスローガンと牛のキャラクターをデザインした冷蔵車を使っている。インターネットのBtoBプラットフォームを採用し、取引先からの受注をネット上で管理できるようにしている。これらの受発注データはパソコンの販売管理システムに蓄積されており、月次では「得意先別売上順位表」、半年ごとには「売上推移表」で確認し、仕入商品の絞り込みに役立てている。

得意先であるレストラン・食堂等の飲食店とはSNSでも連携を行っている。納品先がSNSで発信したイベント情報等を当店のSNSでシェアする。納品先の商品の中で当店が販売できる商品を仕入れて店頭で販売することも行っている。来店客からも品揃えが増えることは喜ばれている。取引先とはビジネスパートナーシップを構築することができた。



種類豊富な自家製惣菜



毎月第1木曜「まるぜん精肉店 今夜のおかず、これに決～めたっ!」FMとやまで放送中

株式会社米匠

長野県長野市

<http://www.comesho.co.jp/>



店舗概要

創業年 1943年(昭和18年)
売場面積 120㎡(36.4坪)
従業員 14.1人
営業時間 11:00~19:00
定休日 年末年始のみ

商品構成

・米 100.0%

経営方針

- ・対面販売を原則にお米マイスター等の知識で、お客様にお米の特徴、各種米の銘柄特性を理解していただき、お客様の求めるお米をお届けする。
- ・全国各地の美味しいお米を探し、お客様に適切な価格購入していただく。
- ・お客様に安心安全なお米を提供する。

日本全国の美味しいお米を集めお米マイスターが販売

【代表者自ら産地にでかけておいしいお米を探索】

昭和23年(1948年)の創業以来、「お客様に美味しいお米食べていただきたい!」「日本の食卓に美味しいお米をお届けしたい!」の気持ちで米穀店を経営している。平成5年(1993年)有限会社こみやま米穀として長野市に法人設立してからは、美味しさを保つための設備導入を行ってきた。平成6年に色彩選別機を更新し、平成7年には食味計導入してお米の品質・食味の管理を強化し、同年株式会社こみやま米商に組織変更して、平成8年には新大型精米工場・低温倉庫を完成させた。平成9年に『米匠』登録商標権取得し、平成11年には株式会社米匠(こめしょう)に名称変更した。そして平成20年に玄米精選ラインを導入した。販売する商品は全て代表者が自ら産地に行き、地形・土目・水系を調査した上で、生産者の稲作についての取り組み姿勢を確認して取扱を決定している。生産者以外の第三者が栽培状況の管理を行い、農産物検査法に基づく検査を行っていることを仕入の条件としており、産地JAからの仕入を原則としている。長野県・新潟県・岩手県・秋田県を主として扱い、生産者との交流も行っている。

[玄米 1kg から販売その場で好みの精米]

店舗では 1kg からの玄米量り売りを行っている。産地からは農産物検査 1 等玄米を仕入れ、本社工場で再度精選を行った後に石抜きを行い、ガラス色彩選別機のラインを通した上で、店舗に搬入する。農作物から食品となるべく、異物混入は徹底した対策を行っている。小さなお子さんを持つお母さんからの要望に答えるため、安心安全なお米の仕入にも留意している。コシヒカリをはじめとする高級米の有機米や減農薬減化学肥料米では価格が高くなってしまったため、当店ではあきたこまち・ひとめぼれ等の減農薬減化学肥料米を仕入れて、手頃な価格で提供することに努めている。

販売する店舗は商品保管倉庫と考えており、店頭で精米を行う保存最適温度である 20℃に店内を常年保っている。店内にはこだわりのお米を説明する POP が 1 つずつ付けられている。生産方式についても「無農薬」「無化学肥料」「減農薬」「天日干し」等で説明している。販売したお米はその場で、精白米、7 分精米、5 分精米、3 分精米など、ご希望の精米を無料でサービスする。このこだわりをお客様に伝え、お客様に合ったお米や炊き方を紹介するのが「お米マイスター」を持つ販売スタッフである。「お米マイスターで無ければ職員にあらず」が経営者の口癖であり、正社員パートを問わずお米マイスター資格取得を義務づけている。

[ポイントカードとダイレクトメールで売上増進]

お客様にお買い得感を持っていただくために当店独自のスタンプポイントサービス実施している。スタンプ台紙を作成し、お米のお買上 1,000 円毎にスタンプを 1 個捺印する。50 個ある捺印欄が一杯になると次回のお米お買上時に 1,000 円を割引くサービスである。このカードは原則として店舗で預かり、購入していただいたアイテムを記入している。お客様の来店時の接客に活用する。配達のお客様にはスタンプを捺印することができないので、スタンプに相当するポイント券(匠券)を配布する。配達のお客様には受渡と集金の効率化のために、不在時の納品場所と振替口座を伺っている。満点になった台紙で支払を行う時には、お客様に氏名・住所・電話番号を記入してもらう。この情報を基に、年数回の売出時にはダイレクトメールをお客様に送付する。割引券やサービス券等は休眠客の掘り起こしに貢献している。



お米マイスターの資格を持つ販売スタッフが対応する店内。



保存最適温度に保たれた店内には、生産方式などこだわりを記した POP で商品が紹介されている。

アトリエ プール ヴー

静岡県浜松市浜北区



店舗概要

創業年 2012(平成 24 年)
売場面積 19.5 m²(5.9 坪)
従業員 2 人
営業時間 10:00~20:00
定休日 水曜日

商品構成

・生菓子	30.0%
・焼菓子	15.0%
・ホールケーキ	50.0%
・その他(雑貨)	5.0%

経営方針

フランス語で「あなたのため」を意味する「プール ヴー」を店名とし、記念日やイベント等に家族や大切な人たちに、囲んで食べていただけるような顧客本位の商品を想いを込めて製作・提供する。

オリジナルデコレーションケーキで差別化

【お客様の嗜好・趣味・手書き図案を形にするオーダーメイドメニュー】

浜松市内のホテルでパティシエとして勤務していた代表者が、「大切な方の記念日やご家族のお誕生日には特別なものを…そんなあなたのためにと、平成 24 年(2012 年)に創業した。売上高の半分をホールケーキが占めていることから分かるように、当店の売り物はデコレーションケーキである。その中でも店主が大切にしていることは「お客さま一人ひとりの想いを大切にする」ことである。お客様の好みや趣味を伺い、また、お客様の手書き図案からデコレーションの飾り付けを行っている。受取にいらっしゃるときは店舗入口にその日の該当者の名前を書き込んだ「おめでとうボード(ウェルカムボード)」を設置してお迎えする。

誕生日や記念日のケーキは誰もが一緒に食べることが必要である。アレルギーを持っている方の為にアレルゲンチェックを行い、アレルギー患者に対応するデコレーションケーキを製作している。店舗 2 階には専用の厨房設置し、グルテンフリー等、アレルギー患者対応のケーキ作りを可能としている。

[オーダーメイドバースデーケーキは写真にとって店内と SNS で掲示]

オーダーメイドバースデーケーキは当店の販売促進にも大いに役立っている。製作したケーキは全て写真として保管されている。店内には専用の掲示板を設置し、毎月代表的なケーキを掲載している。新規客にとってはデザイン例となり、オーダーしたお客様のリピートにも繋がっている。これらの一部は地元が発行している子育て情報誌が広告記事として掲載しており、販売促進に役立っている。写した全ての写真は浜松市を中心とした静岡県西部(遠州)地域の情報ポータルサイト「はまぞう」に開設しているブログでも月毎に整理されて公開されている。

販売促進の1つとしてオリジナルのポイントカードを発行している。会員カードであり、申込時にお客様の連絡先を登録する。会員には季節毎の限定商品や販売情報等をダイレクトメールで案内し、リピート率の向上を図っている。バースデーケーキを注文して下さったお客様からはお祝いする対象者を伺っており、誕生日リストを作成してウェルカムボードやDMに活用している。

[アメやチョコレートによるアート商品の開発と販売]

また、洋菓子コンテスト等で入賞多数の実績でも証明されている技術と、近隣農家で生産された農産物や卵を材料とする商品づくりも行い、ほうじ茶プリンや地元農家の苺を使ったショートケーキ等の季節商品は人気が高い。鯉のぼりや雛人形等の焼き菓子や、新茶の季節に製茶業者と連携し遠州の新茶粉末を使用した商品など、季節イベントをテーマとした限定商品も販売している。

さらに店主は一般的なデコレーションだけでなく、アメやチョコレート細工等のアートケーキを製作する技術を持っている。そこで店主が次の仕掛けとして実現を目指しているのが「年間の催事や家族の記念日をテーマにしたアメやチョコレートによるアート商品の開発と販売」である。平成28年(2016年)1月に経営革新計画が承認され、計画の実行が進められている。これによってオーダーメイドデコレーションケーキに芸術性が加わることになる。家族の需要に加えて、結婚式やお祝い等の社会的需要が拡大することが期待できる。地域のイベントでの実演販売も更に期待できることになる。



手書きデッサンを
デコレーション



オーダーメイドケーキの写真が掲載される
店内の掲示板

上辻豆腐店

奈良県五條市

<http://www.uetujitofuten.jp/>



店舗概要

創業年 1993(平成5年)
売場面積 12.0㎡(3.7坪)
従業員 6.1人
営業時間 7:00~19:00
定休日 火・水曜日

商品構成

・豆腐(木綿) 44.0%
・油揚げ 52.0%
・豆乳おからドーナツ 4.0%

経営方針

手間暇をかけ、昔ながらの手作り製法にこだわり、真心を込めて美味しい木綿豆腐をつくる。

豆腐と油揚げとドーナツの3商品に絞り込み美味しい商品づくり

[昔ながらの手間暇かける手づくり豆腐と油揚げ]

平成5年(1993年)に義父が国道168号線から少し入ったところで起業。現店主が平成22年(2010年)に事業を継承。地元の水を使い、豆腐本来の味を求めて硬めの豆腐を作り続けている。高さは約9cm、幅は約10cm四方の超ビッグサイズである。しかし、お客様からの要望に応じて、平成30年(2018年)からソフト木綿豆腐を始めている。絹ごし豆腐と木綿豆腐の間位の堅さで数量限定、週末だけの販売としている。油揚げも1種類である。「大和揚げ」の名前で地元では親しまれているが、こちらも他にはない大きさである。厚みを出すために独自の製法で生地を製造している。菜種油で二度揚げることによって独特の香ばしさと、外はカラッと中はフカフカを実現している。

そして若者向けに開発した豆乳おからドーナツである。通常はこの3アイテムに製造を絞り込み、毎日一番美味しい商品を作りあげることにも努めている。特に豆腐は季節・気温に合わせて製造する量と温度を調整しなければならない。このシンプルさが当店の特徴であり、品質と美味しさを維持する秘訣でもある。

〔若者向けに豆乳おからドーナツを開発、店頭は近隣農家にスペースを提供〕

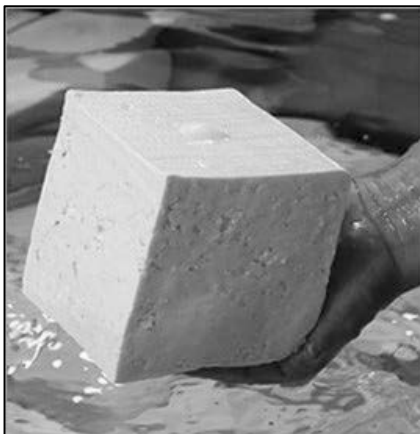
堅い豆腐とジャンボサイズの油揚げは人気商品であるが、これからのお店を支える若い世代のお客様はそれほど多くない。そこで開発したのが、豆乳でつくったドーナツである。おからを隠し味に使っており、マイルドな食感と豆乳の優しい味わいを生み出している。いくつかの商品を検討してみたが、「季節を問わない」「食べる道具を使わない」「片手で持って食べる」という点でドーナツに行き着いた。車で来る観光客の道中のおやつとしても好評である。

これら3種類の製品とともに、店頭には近隣農家に無料で店頭を提供し野菜を並べている。その日に採れた野菜が中心で小さな産直売場となっており、お客様にも好評である。当店の商品と相乗効果もあり、売場の活性化にも役立っている。

さらに、奈良県南部の生産者や加工食品の職人が集まって地域の良さを見直すイベント「食の乱反射」にも油揚げの炭火焼きで毎年参加している。油揚げの新たな食べ方を提案することによって、若者のファンが増えることを期待している。また、五條市と帝塚山大学の地域連携である道の駅学生レストランにも商品を供給しており、若者との接点を徐々に増やしている。

〔ホームページと SNS およびパンフレットを作成して新規顧客を確保〕

若者向けにドーナツを開発してはいるが、当店のお客様は高齢化が進んでいる。ドーナツだけでなく、豆腐と油揚げでもこれからの商売を支える若いお客様を増やそうとしている。このために取り組んでいるのがインターネットの活用である。ホームページは平成30年(2018年)4月にリニューアルしている。こだわりの素材として、店主が厳選したこだわりの大豆、奈良県五條市の新鮮で美味しいお水、“にがり”ではなく“すまし粉”を凝固剤として使用していることを説明している。特に大豆は何度も洗って雑菌や汚れを入念に落としていることが明記されている。SNS ではフェイスブックを活用しているが、商品の紹介よりも近隣の自然を写真で紹介することで五條市にお客様を集めることが目的で、買物はそのついでにとの位置づけである。当店のファンに対しては、当店が参加するイベント等を紹介している。そして、配布用に作成したのが三つ折りのパンフレットである。ここでも3つの商品をシンプルに紹介している。ホームページ・SNS・パンフレットが揃ったことにより、当店の存在が多くの若者に浸透することが期待される。



通常の3倍はある固めの木綿豆腐『賀名生(あのう)豆腐』
これで1丁！普通のお店の3丁近い大きさで、しっかりした食感とどんな料理にも合う万能豆腐！



若者に人気の『豆乳おからドーナツ』
隠し味に「おから」を使ったマイルドな食感で豆腐と豆乳がメインの豆腐ドーナツ。

株式会社長峰園

埼玉県鶴ヶ島市

<https://www.nagamine-en.jp/>



店舗概要

創業年 1960年(昭和35年)
売場面積 96.9㎡(29.4坪)
従業員 14.2人
営業時間 9:30~18:00
定休日 日曜日

商品構成

・狭山茶	66.0%
・狭山茶スイーツ	22.9%
・茶器等	6.9%
・カフェ	4.2%

経営方針

- ・お茶を通じてお客様にくつろぎのひと時をお届けする。
- ・生産管理を行って、安心安全なお茶をお客様に提供する。

減農薬・減化学肥料で栽培したお茶を自社工場で一貫生産

〔狭山茶を活かしたお茶とスイーツのオリジナル製品開発〕

狭山茶生産者が直営する店舗として昭和35年(1960年)に創業した。製茶工場に隣接した本店では、高級茶や業務用のお茶、ギフト用の商品からスイーツそして急須や湯呑などの各種茶道具まで豊富な商品を取り揃えている。自社農園では減農薬栽培に努めており、有機質肥料を使用し、農薬の使用も抑制している。自社工場では乾燥工程を経たお茶は熱せられた回転式ドラムの中をゆっくりと通過する。この工程では、お茶の種類・季節・天候等により、時間と温度を変えて、火入れを行なう。長峰園では、やぶきた・狭山かおり・ふくみどり・狭山みどりという品種を生産しており、これらを組み合わせたオリジナル茶を販売している。

更に積極的に取り組んでいるのが狭山茶を使用するスイーツの開発である。製造は外注であるが、抹茶・ほうじ茶・紅茶の三種それぞれの味わいにこだわり、お茶の分量が多いスイーツを企画開発している。フィナンシェやレーズンサンドに代表される洋菓子、葛餅や水ようかんを中心とする和菓子、チーズケーキやジェラードと言った冷蔵菓子にまで製品は広がっている。

〔小江戸川越一番街に狭山茶の文化を伝える札の辻店開設〕

狭山茶の文化を社会に伝えるため、平成 24 年(2012 年)に古き江戸の蔵造りの町並みを残す小江戸川越「川越一番街商店街」札の辻交差点に川越札の辻店をオープン。明治の建造物である旧呉服店をそのまま生かした造りで、1 階が店舗売店、2 階が喫茶室。通行するお客様に茶舗として認識していただくために看板横に「茶」の文字を書いた壺を設置している。店舗入口にはほうじ茶を製造する小型の機械を置き、お茶を炒るほうじ香を通りに流しているのも茶文化である。このような明治時代に建てられた歴史ある店舗が評価され、都市景観デザイン賞を受賞しているが、1 階の売店は観光客が気軽に入って、気軽に買物ができるお店としている。お茶・スイーツ・茶道具等、一通りの品揃えを行っているが、メインは狭山茶スイーツである。人気は「本日の 108 円シリーズ」。その日によって商品は異なるが、当店オリジナル狭山茶スイーツがバラで 1 個 108 円のお買得価格となる。海外からの観光客が訪れるのも「小江戸川越」の特徴である。外国人来店者の接客には英語会話が必須なため、簡単な会話のできるスタッフを配置している。

〔SNS とダイレクトメールで当店の今を情報発信〕

狭山茶は地域ブランドとなっているが、都市化の進展で茶園の維持が難しい地域も出てきている。後継者不足と茶価の低迷によって、自園・自製・自販を維持できる業者も減っている。当園は頑なにこのスタイルを貫き通し、狭山茶ブランドを次世代に引き継ぐことを使命と考えている。地域社会の中で当園の広告が掲載されたり、インターネット通じて当園の存在が社会に知れ渡ったりすることで狭山茶ブランドを維持しようとしている。ホームページでは狭山茶を紹介すると共に、狭山茶スイーツ等が購入できるネットショップを開設している。高島屋のオンラインストアでも取り扱われており、品質の良さが高く評価されていることが分かる。SNS としてはツイッターを活用している。発信元は川越札の辻店。季節の商品紹介だけでなく、近隣店舗の営業情報も掲載している。若い人を意識して、楽しく茶器の使い方を紹介することも行っている。店舗では常時 DM 会員を募集しており、年に 6 回程度は季節のイベントやお買得情報を送っている。DM を持参して買い物すると粗品も進呈される。



小江戸川越一番街にある札の辻店



お茶だけでなくスイーツもオリジナル

フラワーショップみかさ

兵庫県神戸市東灘区



店舗概要

創業年 1983年(昭和58年)
売場面積 142.5㎡(43.2坪)
従業員 23.1人
営業時間 9:00~18:30
定休日 無休

商品構成

・墓花 37.0%
・仏花 34.0%
・菊、パックス花 24.0%
・その他 5.0%

経営方針

より安く、かんたんに、気軽に花を買えるお店に！

家庭で使いやすい花に特化した品揃えと品質を追求

〔多店舗展開で、花屋のコンビニエンスを目指す〕

経営方針に「より安く、かんたんに、気軽に花を買えるお店に！」を掲げ、花のコンビニエンスをコンセプトに、7坪の東灘区住吉の本店をはじめ、平均5~8坪の小規模の6つの支店の計7店舗で多店舗展開の経営をしている。店舗は、神戸市から芦屋市、尼崎市にかけた阪神地方の住宅地の駅前に立地している。

花屋のコンビニエンスを掲げる通り、花屋で通常行っている付加価値の高い贈答用の花や式場への花輪などの配達は基本として扱っていない。その商品のほとんどが家庭用で、日常の花として買いやすく、気軽に来店してもらう工夫をしている。商品の売上のほとんどが、仏壇や墓に飾る花が約6割を占める。

〔0℃で花を新鮮管理、家庭で利用される花に特化〕

同店の特徴のひとつは、花の品質保持にある。

仕入は、花き市場のある神戸中央卸売市場東部市場から全国各地の産地の花の仕入を行っており、住吉本店に0℃で管理する冷蔵庫を備え、花の品質保持に努めているほか、店舗での商

品保管用冷蔵庫の入口にカーテンをするなど花を新鮮に保つ工夫をこらしている。

仕入れる花は、一般社団法人日本花き生産協会などが国の補助事業として平成 28 年度 (2016 年度) から実施している「花き日持ち性向上対策実証事業」の認証制度により認証された日持ちする花きを中心に仕入れている。認証制度の花は、トレーサビリティに対応しており、産地、生産者の履歴がたどれるようになっていて、全国各地からそのときどきの状況に応じて仕入れる。小売段階でそれをさらに、低温で保管することで、お店で販売する際にも鮮度を保つことができるほか、家庭で飾る場合も長持ちさせることにつなげている。

ときに、高級品や珍しい 1 点ものを仕入れるなど商品に変化を持たせるほか、花き輸入業者などとタイアップして一年を通して季節感を感じられる店づくり、商品づくりを行っている。

〔対面販売が基本、売れ筋だけでなく花を楽しむ情報を提供〕

同店は、平成 27 年 (2015 年) に実施された「優れた生花店・園芸店を五つ星の花屋」として認定する事業 (岐阜花き流通センター農協主催) で、全 107 店舗の 1 店に選定された。同認定は、花の販売においてスタッフの対応・知識などを評価するもので、北海道から九州までの国内と海外 (香港、韓国) のなかから選ばれた。その認定証を店舗に掲げ、信用度を高めている。

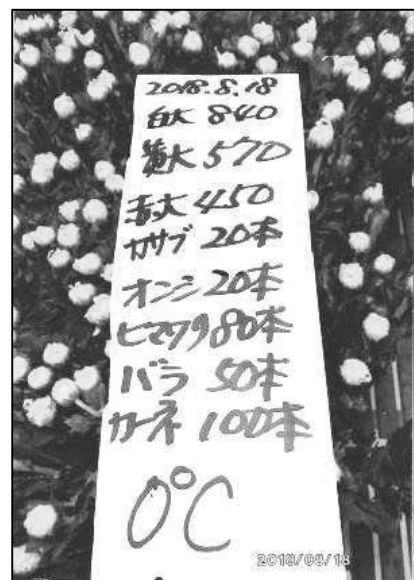
家庭用の花を主力商品としていることから、花は 1 週間単位で売れ筋の商品を決め、それをスマートフォンなどを使って、各店舗で情報を共有し、おすすめの花の提案を対面販売で行っている。

販売対応や花の知識を得るために、研修会や異業種交流会に積極的に参加し対面販売での商品に対する説明が細かく対応できるようにしている。一方で、加工などはマニュアル化しており、パートでも作業ができるようになっている。

店舗間のコミュニケーションはメールなどを活用する一方で、現場での報告などを重視し、その場で相談に乗れるように対応している。



1 週間単位で変わる品揃え



仏壇や墓前用の花をメインに仕入れる。住吉本店では品質保持のため 0 度で保冷管理される。

有限会社渡辺酒造店

岐阜県飛騨市

<http://www.sake-hourai.co.jp/>



店舗概要

創業年 1870年(明治3年)
売場面積 33.7㎡(10.2坪)
従業員 4.8人
営業時間 8:30~17:00
定休日 年末年始

商品構成

・清酒	82.0%
・焼酎	1.2%
・雑品	16.8%

経営方針

- ・日本酒を面白く楽しく、お客様が喜ぶ顔、驚く顔を徹底的に追及する。
- ・常に「新しさ」と「ユニーク」なモノコトを発信し続け、お客様に喜んでいただく。

飛騨の酒蔵の直営販売店の強みを活かし、 ここでしか味わえない酒を提供

[白壁のまち、飛騨古川に続く酒蔵を酒販店に]

同店は、岐阜県最北の飛騨市にある明治3年(1870年)創業の酒蔵、有限会社渡辺酒造店の直営販売店、渡辺久郎酒店として営業している。渡辺酒造店を代表する銘柄「蓬莱」は、飛騨の地酒のひとつ。店舗のある飛騨市古川町は、まちなかを瀬戸川が流れ、白壁の土蔵造りの景観が飛騨の伝統的なまちなとして保存、活用されている。同店の建物も、国登録有形文化財になっていて、店舗外観に酒林を吊り下げるなどまちの貴重な一景として位置づけ、伝統的なまちなみだからこそその価値を、強みとしている。

[酒蔵直営だからこそその強みを活かして]

お店は、来るたびに商品ラインナップが変わっていて、来店者がわくわくできるような売り場づくりを心がけている。飛騨地方を代表する銘柄である「蓬莱」のほか、瓶の周りを遮光のために新聞紙で覆った「蔵元の隠し酒」、高級料亭に仕込んだ限定酒を酒蔵直営のみで扱う「非売品の酒」、アニメ映画「君の名は」でロケ地を巡るマニア向けの「聖地の酒」など稀少価値の

ある銘柄をはじめ酒蔵直営店でしか買えない銘柄など少量多品種の品揃えになっている。またノンアルコール商品として「蔵元のあまぎけ」や「飛騨牛酒蔵漬け」などの商品を揃える。ただ、高級酒だけにならないよう、価格帯は幅広く設定するほか、酒瓶の少量瓶を増やすなど、お土産用、自宅用、贈答用など選択しやすい品揃えとなっている。

まち歩きマップに「無料試飲券」を付けるなど、試飲を積極的に勧め、数多い銘柄を味とともに話題性とかからめて楽しく選びやすくしている。数多く揃える酒の特徴は、店員手書きのPOPを棚にはり、はじめて商品を目にするひとでも一目でわかる工夫をしている。また、来店者の楽しみとしてユニークな「地酒ガチャ」を設置するなどして話題づくりを行っている。

こうした店舗づくりに合わせ、経営面では毎月の売上を見ながら販売計画を立案。売れ筋商品などの見直し、商品の入れ替えなど、定期的な変更を行っている。ときに、売り場づくりに関して外部の専門家や他業種の参考事例などを基に、売り場を変えている。

〔蔵まつりなど旬の話題を提供し、地元を盛り上げる〕

お店の情報は、定期的に発信するメールマガジンのほか、DM 会員向けの通信などを使ってこまめに発信している。DM は、スポーツ新聞のノリで「飛騨スポ」と名づけ、ユニークな視点から興味をもってもらえる話題を提供。チラシ・DM コンテストで大賞を受賞するなど手の込んだものとなっている。

直営店ならではの強みを活かし、酒蔵見学の予約を積極的に受けつけるほか、抽選でお酒や飛騨牛が当たる「うまいものキャンペーン」を店頭で実施するなど、参加型イベントも定期的に行っている。中でも年 1 回春に開催する「蔵まつり」は、1 万人以上が集まるイベントで、「酒かす詰め放題」や「袋しぼり酒」の販売、芸能人のショーなど伝統ある新たな酒蔵としてファンに喜ばれている。

こうした活動は、白壁土蔵のまち、飛騨古川になくてはならないお店として知られ、地域の観光資源として重要な役割を果たしている。



主力商品の「蓬萊」が並ぶ棚



オリジナルの地酒ガチャ

有限会社パリジャン

群馬県高崎市

<http://www.yoshii-sci.com/>



店舗概要

創業年 1982年(昭和57年)
売場面積 44.0㎡(13.4坪)
従業員 4.1人
営業時間 9:00~17:00
定休日 日・月曜日

商品構成

・パン 100.0%

経営方針

- ・地域密着型のパン店として地元にも愛される商品を提供する。
- ・国産素材にこだわり、徹底して低農薬の材料を利用した商品作り。
- ・安心安全で健康志向でバランスのとれた商品を提供。

厳選した素材で焼くパンで地域づくりに貢献

[手作りパンの店として 1982 年に創業]

群馬県高崎市吉井町に、昭和 57 年(1982 年)に創業した個人経営のパン屋さん。日常の生活で食するパンだからこそ、食べる人の健康から素材を選んでおり、国産小麦に自家発酵の天然酵母、沖縄産のきび糖、モンゴル産天日潮塩などを使う基本精神は、焼きあがったときの食感などにも現れ、高い評価を得ている。

定番の高い品質のパンに加え、キャラクターをかたどった子供向け用のパンから黄な粉パン、野沢菜パンや小籠包パンなど、高齢者まで味わえる商品構成となっている。

また、店内にあるイートインコーナーで、コーヒーなどのドリンクといっしょに買ったパンを食べることができるなど、身近なまちのパン屋さんとして広く利用しやすい工夫を凝らしている。

こうした日々の店舗の情報は、SNS のフェイスブックでこまめに発信し、地域の密度の濃いネットワークづくりを行っている。

〔後継者とともに、地域の世界遺産を盛り上げるパンを開発〕

店舗は、創業者に後継者の長男夫婦が加わり、新たな展開を行っている。そのひとつが、地域資源を活かした商品づくりだ。

平成 29 年(2017 年)にユネスコの「世界記憶」に登録され「上野三碑」は高崎市にある 7 世紀後半から 8 世紀前半の 3 つの石碑で、東アジアの石碑文化を伝える貴重な遺産であり、朝鮮半島から渡来してきた当時の最先端の文明を今に伝えている。同店では、この石碑のひとつ「多胡碑」をかたどり、ドイツのクリスマスのパン“シュトローレン”として販売するなど地域と一緒に上野三碑を盛り上げている。こうした試みは、地元のテレビ番組で紹介されるなど、注目を集めるようになってきた。

ほかに、地元の 6 次産業化で認定を受けた農業者とタイアップして、ブドウ、イチジク、ブルーベリーなどを仕入れ、商品化して農業者とともに販売を行うなど、双方にメリットのある持続的な販売方法を展開している。

新たな後継者のために浄水器やガス機器を入れ替えるなど時代に合わせた店舗づくりを心がけている。店内の LED 化や製造施設と販売エリアをガラス戸で遮断しパンの鮮度を保つ管理方法が評価され、平成 29 年度(2017 年度)の食品衛生優良施設として群馬県知事賞を受賞している。

〔地元企業とのコラボレーションで売上増を目指す〕

また、新たな展開として、地元の販売センターのほか、地場産の農産物や加工品を「食の駅」というブランド化で企業展開している地元企業に委託販売として商品を提供するなど販路を広げる工夫を行っている。委託販売の試みは、限られた 1 店舗である当社の販売機会増大につながり、現在では店内売上を上回るまでになっており、成果を見せている。

今後の課題として、品質を維持しながらも、よりコスト面にあった原料の新たな仕入れ先など、経営上の利益を高める努力をしている。



キノコ、長ネギ、イチゴなどの地域資源や群馬名物のゴマ味噌を使い、幅広い層の地元顧客に親しまれる商品が陳列される。



株式会社珈琲専科ヨシダ

北海道帯広市

<https://www.coffeesenka-yoshida.jp/>



店舗概要

創業年 1975 年(昭和 50 年)
売場面積 61.0 m²(18.5 坪)
従業員 16.5 人
営業時間 9:00~21:00
定休日 無休

商品構成

・コーヒー豆 65.0%
・加工食品販売 22.0%
・喫茶販売 15.0%

経営方針

—先代の教えである「明るく、真面目に、精一杯」を経営理念として、
特に次の 3 点を心掛けている—

- ①地域に愛される明るい店舗づくり
- ②他店ではマネのできない完全自家焙煎技術による商品の提供
- ③徹底した品質管理による新鮮な商品の提供

コーヒーの焙煎技術を用いて、地元北海道産野菜のスイーツを開発

〔帯広に本店を置く自家焙煎の珈琲店〕

北海道の東部、帯広市に本店を置く珈琲専科ヨシダ。創業は、昭和 50 年(1975 年)。まだ自家焙煎のコーヒー豆を販売するお店は多くなかった創業当初から生豆を仕入れ、100%自社で焙煎しコーヒー豆の販売を主としてきた。現在は、先代の経営理念を受け継いだ 2 代目により、本店のほか帯広市を中心に 5 つの支店を展開する。

焙煎技術と一言にいても、まずは農産物であるコーヒー豆の産地ごと、農場ごとの品質を知ることから始まる。そして、生豆を焙煎するときの、その日の天候や湿度により焙煎時間などを微妙に変える。そこに長年培ってきた技術が発揮される。

「おいしいコーヒーを飲むなら珈琲専科ヨシダ」といってもらえることを目標に、コーヒー文化を道内に広める努力をしてくている。

コーヒー豆の品数は、オリジナルブレンドやストレートを合わせると 40 種以上で、ときには季節ごとの豆も加わる。多店舗展開での販売は、焙煎したコーヒー豆を売る時の店頭での商品

説明も重要になってくる。そこで、産地ごと、焙煎の深さごとにどのような特性をもつか、販売員の商品知識をつけるために研修を行い、お客様への好みにあう豆をお薦めできるようにしている。

また店頭販売のスタッフはほとんどが女性のため、女性ならではの感性を活かし、どうすれば女性から受ける売り場づくりになるか、商品の陳列方法などの提案をうまく店舗づくりに反映している。

〔北海道ならではの野菜を使ったスイーツの開発〕

焙煎技術は他に負けないという自負がある。焙煎技術は、いってみれば旬の農産物のうまみや香りを最大限に引き出す技術とも考えられ、ほかの農産物にも展開できる。薬剤師の資格を有する現・代表が目をつけたのは農業王国、北海道の農産物。とくに、地元農産物で廃棄されていた野菜のうまみと栄養を活かすことだった。

ひとつは、大豆や小豆、ごぼうなどを煎ってお茶などの加工品にすること。乾燥させることで野菜本来のコクが引き出される。これを「十勝焙煎野菜」としてティーバックにしたり、また、豆などはそのままパッケージしておやつとして販売している。

もうひとつは「十勝糖彩」として販売している野菜のスイーツ。十勝産ビート(甜菜)に漬けた野菜をドライベジタブルに加工したもので、にんじん、ごぼう、ながいも、じゃがいも、そして、十勝産ならではのマッシュルームやラワンぶきなど、それぞれの野菜の特性に合わせ、乾燥させている。加工過程で、野菜本来の彩りが失われないようにし、それを中身が見えるように丁寧に瓶詰めして販売している。

こうした商品開発には、現・代表や販売に携わる女性スタッフの感性が活かされている。また、これまで主に原料として利用されてきたこうした農産物を、焙煎という技術で加工することで、野菜本来の良さを活かすことができ、地域資源の新たな価値発掘につながった。そして何より、こうしたお茶やスイーツの開発により自社の商品の幅が広がったことが成果といえ、コーヒーのギフト商品に加え、スイーツとの組み合わせなど多様な選択肢につながっている。



女性の感性で、女性の購買意識に働きかける商品陳列



十勝特産の野菜で作るスイーツ『十勝糖彩』

株式会社山佐佐藤商店 <地酒庵 さとう>

青森県青森市

<https://www.zizakean.jp/hpgen/HPB/shop/shopguide.html>



店舗概要

創業年 1912年(大正元年)
売場面積 33.0㎡(10.0坪)
従業員 7.0人
営業時間 9:30~19:30
定休日 日曜日

商品構成

・清酒 69.3%
・ビール 17.6%
・ワイン 4.0%
・その他 9.1%

経営方針

・お客様と地元に愛され、会社と社員の幸せを実現します

無濾過生原酒の美味しさを店全体で表現

[徹底した品質管理を実現するために店舗を一新]

「できたての香り良く旨い酒を、そのままお客様に飲んでもらいたい」との気持ちを実現する為、平成29年(2017年)7月には徹底した温度管理ができる店舗に生まれ変わっている。店内壁面はリーチイン冷蔵庫とし、紫外線を抑えるためUVカットフィルムが貼られている。店内の照明も全てLEDに変更し、紫外線対策としている。保管庫はマイナス3度とマイナス7度の2つを設置しており、商品の特性に合わせた保管を行っている。マイナス3度で保管していた商品をマイナス7度の保冷庫に入れ換えることによってお酒の旨みを増すことができる。これが当店独自の保管方法であり、この酒を目当てに来店するお客様も多い。

新店舗では温度・照明・保管を徹底的に管理することができるので、県内の蔵元から信頼を得ることができ「無濾過生原酒」の仕入が可能となった。県内6ヶ所の蔵元だけでなく、東北・四国・九州にまで仕入先が広がっている。リーチイン冷蔵庫の上には蔵元を紹介するディスプレイが掲示されている。「常に新たな蔵元を探す」を念頭に、代表者自身は毎年数回蔵元を訪ねる旅を続けている。

〔蔵元が大事に作っている酒を目と耳と口で現地確認して仕入〕

「どこにでもある酒は極力仕入れない」のが当店の方針。蔵元が丹精込めて製造している酒を、代表者自ら現地に出掛け、目と耳と口で実際に確認し、納得した酒を仕入れている。味と価格のバランス、お客様の顔が浮かんでくる等が納得の条件となっている。特に信頼関係を深めている7つの蔵元には、当店オリジナルの生原酒を製造してもらうことができ、当店の独自性と優位性を高めることができた。ワインに関しても東京や青森で開催される展示会に出向き、そこで試飲をして、当店らしいワインを仕入れてくる。

日本酒には銘柄・産地・アルコール度数・酸度・精米歩合・使用米など、詳細な情報を提供しているオリジナルタグを付けている。タグの他にも商品のPRを手書きした履歴書風の「日本酒ガイド」を付けている。ワインには産地・品種・特徴をプライスカードに手書きで書き込んでおり、眺めているだけでもお客様が楽しめるような内容になっている。スタッフ全員に商品知識だけではなくどのような酒なのか、自分の舌で感じてもらい、説明できるように教育を行っている。スタッフの誰もが十分な説明ができるので、来店したお客様に喜ばれている。

〔日本酒を魅せる「日本酒ギャラリー」化で日本酒のファンづくり〕

お酒という商品を販売するだけではなく、店内には来店したお客様が日本酒に興味を持つための仕掛けが随所に施されている。その1つがチョークで手書きするブラックボードである。季節毎のおすすめ日本酒とワイン、そのお酒に合う料理とその作り方をカラフルに紹介し、酒屋とは思えない雰囲気をつくり出している。

「若い人の日本酒ファンを作る」ことも当店の役割と考えている。若い人が来店したら、積極的に会話をを行い、その人に合った日本酒を紹介して試飲していただく。若い人が最初に出会う日本酒を大切に、日本酒のファンを増やしている。

店内にはお酒だけではなく、珍しい利き徳利グラスや蔵元の名人の前掛け等、地酒ファンが欲しがると小物も揃えている。購入していただいたお客様から何時でも注文がいただけるようにネット通販も開設している。モバイル決済も取り入れ、青森県の魅力を海外に伝えることにも努めている。



お酒に合う料理を黒板で紹介



店内の試飲コーナー

ふじや菓子舗

北海道北見市

<http://fujiya-confectionery.com/>



店舗概要

創業年 1913年(大正2年)
売場面積 44.7㎡(13.5坪)
従業員 5.0人
営業時間 9:00~19:00
定休日 無休

商品構成

・和洋菓子店売り 60.0%
・お土産菓子卸 40.0%

経営方針

- ・地元のお客様に愛されるお店、利用しやすいお店づくり
- ・温根湯温泉を代表するお土産としての商品づくりを心掛ける
- ・地場の特産品を利用したお菓子づくり

特産品白花豆のお菓子で温根湯温泉の地域振興

〔白花豆を中心に地元特産品を使って話題の商品づくり〕

温根湯温泉育ちの4代目が東京の製菓学校で2年学び、更に洋菓子店で3年修行した後に帰京した故郷の温根湯温泉は、過疎化が進みかつての活気は失われていた。生き残りを掛けて魅力的な菓子づくりをめざすときに注目したのが、地元の特産品の白花豆をカステラにすることであった。白花豆を餡にするのに手間取り、1年間の試行錯誤の結果誕生したのが「白花かすてら」である。商品化から15年がたった現在も観光客だけではなく地元住民に根強い人気があり、葬祭や法事等の引き出物にも使われている。温根湯温泉の代表のお土産にもなっており、水族館・道の駅・旅館でも販売されている。特に道の駅ではトップクラスの人気商品となっている。白花豆の他にも、観光の核となっている北の大地の水族館で飼育されている幻の淡水魚「イトウ」をモチーフとするおさかなパイや最中も製造販売している。地元の花であるむらさきつつじをモチーフにしたサブレや地元のカボチャパイは20年来の人気商品である。白花豆を使うお菓子の種類は拡大を続けている。

[ホームページをリニューアルして白花豆を全国にPR]

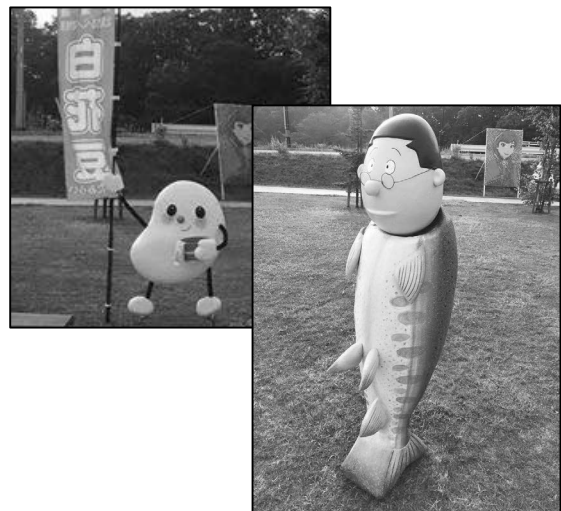
地域のイベントや札幌と首都圏で行われる催事には積極的に参加して知名度の向上に努めている。また日本全国のお客様に当店及び温根湯温泉を知ってもらうためにホームページを開設している。商品紹介とネット販売が中心ではあるが、トップページには白花豆と温泉水を使う美容効果を紹介し、白花豆の食品としての効能を説明している。白花豆生産者が中心に立ち上げた団体とのリンクも行っている。留辺蘂町や北の大地の水族館も当店のホームページから入ることが出来る。特に重点を置いているのがスタッフブログとフェイスブックである。スタッフブログはホームページとも連動しており、イベント出展等を主に紹介している。フェイスブックは「おんねゆ温泉・山の水族館のお土産・白花豆スイーツのふじや菓子舗」のタイトルが付けられていることから分かるように、自店だけでなく温泉や水族館、更には地域のイベント情報にまで広がっている。トップページで比較的広いスペースを割いているのが「創作」ケーキである。世界に一つだけの創作ケーキを作り、誕生日や記念・祝い事などを盛り上げている。ホームページやフェイスブックでも面白い創作ケーキを紹介している。

[地元住民と一緒に「白花豆むーす」を商品化]

当店人気商品のひとつであり、商品化に際して地元との絆を高めたのが「白花豆むーす」である。この商品は地元の女性グループが開発したオリジナル商品である。当店も参加しているが、白花豆の消費拡大とまちおこしを目的に設立された団体である「るべしべ白花豆くらぶ」が冬のイベント「おんねゆ温泉郷雪物語」で限定販売して人気を集めた商品である。イベント終了後に、どこで買えるかの問合せが相次いだことから、当店がレシピに手を加えて商品化し販売を始めた。地元住民と一緒に開発したまちおこしの商品となった。自店で販売するだけでなく、地元小学校の授業にも取り上げられ、白花豆ムース作りの指導を当店4代目が務めている。また、白花豆の花から採れるはちみつを入手できるルートも確保しており、白花豆を原料とするお菓子づくりの幅が広がっている。商品開発に当たり店主の自己満足を排除することが必要と考え、るべしべ白花豆くらぶのメンバーや地域住民に試食を依頼し、地域との絆を一層深めるとともに地元のファンを増やしている。



一番人気の白花かすてら



SNS とブログで積極的に情報発信

まんじゅや

静岡県湖西市

<http://akw48.com/Shops/file/mannjyuya>



店舗概要

創業年 1926 年(昭和元年)
売場面積 86.4 m²(26.2 坪)
従業員 4.0 人
営業時間 9:00~18:00
定休日 火曜日

商品構成

・和菓子 70.0%
・洋菓子 10.0%
・かき氷 5.0%
・仕入菓子 15.0%

経営方針

- ・良い材料を使用しておいしい物をつくることを変わらない基本姿勢としている
- ・お客様や地域の人たちとのコミュニケーションを大切にしている
- ・<https://www.youtube.com/watch?v=oPi54S-Gdps&t=42s><投稿 Youtube>

良い材料を使っておいしいお菓子を創造して差別化

〔地元の特産品や文化を取り入れた新製品を常に開発〕

湖西市新居町は日本で唯一現存する関所がある町であり、江戸時代の面影を残す町並みの一角で当店は昭和元年から和菓子屋を営んできた。開業当初は「万寿屋」を屋号としていたが、仏事等では万寿という縁起の良い名称では利用しにくいとの住民の声に応じて「まんじゅや」に変更した。現在は3代目が事業を継承しているが、4代目も既に店を手伝っており、当店の将来は安定している。地域の和菓子店として季節の朝生菓子や慶弔時の引き出物はなんでも引き受けている。新居町の伝統菓子である「鯛餅」の製造も続けており、建前・七五三・えびす講などいろいろな行事に利用されている。桃の節句の代表的なお菓子である新居名物「すあま」も当店を代表する和生菓子である。その一方で、端午の節句の柏餅は普通の2倍~10倍の大きさに進化している。新居町の手筒花火に因んで2代目が命名し、3代目が完成させたお菓子が「花火野郎」というホイル焼き菓子である。遠州地方で採れるシラスや落花生を使ったお菓子も創作している。伝統のお菓子を守りながら、常に話題の銘菓を作り出すことが当店最大の武器となっている。

〔お客様目線で分かり易く買いやすい店づくり〕

4代目となる長女が中心となり、平成28年(2016年)2月、古いイメージを残しつつ、店舗改装を行っている。年配者が入りやすいように店内はバリアフリーとした。住宅密集地であるため店内に光を取り組むことが難しい。そこで、和風庭園を店舗中央に造り採光とお客様の目を楽しませることの両者を実現している。店内にウォーターサーバーを設置し、コーヒー・紅茶・日本茶はお客様にセルフサービスして貰うことにした。これによってスタッフは全員菓子の製造に携わることができるので生産性が向上している。

店内POPにもお客様が見て分かる工夫を行っている。プライスカードとは別に写真入りで商品説明を行うPOPを作成している。さらに商品説明のPOPとプライスカードの両方に英語表示がなされており、インバウンド客への準備も整っている。新居のマンガ家ダイモン次郎さんのイラストがついたピンクの小袋を作成した。チョットかわいいのでお菓子を詰めてお土産に利用するお客様も多い。店内の飾り付けや陳列やPOPは季節に応じて変えており、お客様が入りやすく買いやすい店となった。

〔商工会等と連携して歴史あるまちづくり〕

日本で現存する唯一の関所を観光の目玉としている新居町では、江戸時代から続くたずまいが売り物である。当店は店舗改装するにあたって昭和のレトロな雰囲気をそのまま残す店構えとしている。そして、新居町商工会が実施している「臨店研修」に地域に根差し地元の方々から愛されている老舗として登場し、移り変わりゆく時代の中で、変わるべきことと変わらず受け継いでいくべきことを模索する店主の姿を描いたノンフィクションVTRを作成している。これはYoutubeに投稿されており、全世界からアクセスが可能である。地元小売店の老舗モデルとして地元の産業振興に貢献している。当店の販路拡大にも繋がっている。

湖西市内には自動車関連の工場が集積しており、静岡県内外に出張する社員が多くいる。「湖西の土産が欲しい」との要請を受け、新居町商工会が音頭をとって「手土産プロジェクト」を発足させた。当店もプロジェクトに参加し、地元の5店とチームを組んで湖西市内5つの菓子店の味を1つの箱に揃えた「湖西味めぐり」を完成させた。



花火好きの2代目が命名し3代目製作



地元漫画家のイラスト入り袋

御菓子司 柏屋葛城堂

大阪府富田林市

<https://etizu.net/0721/25/2210/>



店舗概要

創業年 1840 年代(天保年間)
売場面積 60.0 m²(18.2 坪)
従業員 11.0 人
営業時間 9:00~18:00
定休日 火曜日

商品構成

・贈答用菓子	47.0%
・お茶席用上生菓子	20.0%
・季節の和生菓子	31.0%
・慶弔和菓子	2.0%

経営方針

「小さな和菓子にまごころ込めて」

私たちは美味しい和菓子と心あたたまるおもてなしを創造し、お客様の暮らしに小さな喜びと幸せを提供いたします

創業 180 年の歴史を現代に伝える店づくり

〔富田林独自の風習や文化と季節の風物詩に因んだ和菓子づくり〕

当店の創業は江戸の末期である天保年間。創業以来 180 年が経過している。現在は富田林駅前で店を構えているが、創業時は今でも江戸時代の面影を残している寺内町で和菓子づくりを行っていた。現在の店主は 8 代目に当たる。先代から受け継いでいる製法を厳格に引き継いでおり、極力国内産の原材料を使い、酸化防止材等の保存料は使わない昔ながらの和菓子づくりを続けている。季節の朝生菓子は地元住民から愛されており売上の 3 割を占めている。お茶席用の上生菓子が売上の 2 割を占めて入りことから分かるように、地元からの信頼は厚い。店内に展示されている木型の種類が豊富なことも伝統を物語っている。贈答品として長く利用されているのは、地元から親しまれている金剛山を表現した「ごごせの里」と室町から江戸時代にかけて栄えた寺内町をモチーフにした「寺内町せんべい」である。伝統の和菓子に加えて、富田林の風習や文化や伝統を題材にした新たなお菓子づくりを続けている。

〔富田林で上質な和菓子と接客を提供する一番店をめざす店づくり〕

180年の伝統を大切にしているが決してそこに留まっていることはない。平成18年(2006年)に店舗改装を行い、店内には生け花等、季節の飾り付けを行い、お客様を楽しませている。高齢のお客様がゆっくり買物できるように、店内にはベンチを設置している。店内には筆で書かれたPOPが効果的に掲示されており、上質感を演出している。販売スタッフは定期的に販売ミーティングを行い季節のおすすめ商品を確認し、説明の仕方等のアイデアを出し合っている。ポイントカードも発行しており、登録されているお客様のお名前、好みを理解し、上質な接客を提供できるよう努力している。

そして、平成29年(2017年)3月当店の3ヶ年計画を策定した。この中で家族経営から家族的企業へ発展させることを明記している。新たな挑戦の一步として、同年4月にはニュータウン地区のショッピングセンター「エコール・ロゼ」に出店した。店舗面積33㎡(10坪)の新しい感覚の和菓子専門店である。

〔地元素材を活かした和菓子の新たな提案〕

180年の伝統を大切にしている当店ではあるが、時代に合わせた新しい和菓子を地域住民に提供することを続けている。寺内町の旧家を焼き付けた「寺内町せんべい」は先々代の配合を守りながら作りあげたソフトな卵せんべいである。この「寺内町せんべい」と同様に富田林ブランドに認定されているのが「河内ぼん大福」である。富田林のみかん農家のご理解とご協力を得て完成させることができた。日頃、和菓子に慣れ親しんでいないお子様から、あまり甘いものが苦手な方にも満足して頂ける甘酸っぱい大福に仕上がり、季節限定で販売している。みかんの他にも苺・シャインマスカット等を地元の農家は生産しており、農家の皆さんとタイアップして「フルーツ大福」を期間限定で継続販売する予定である。伝統の和菓子生産技術を地元産品や歴史と融合させることは、当店の販路拡大に繋がるだけでなく、富田林の更なる産業振興にも貢献できることになる。



富田林の文化、新しい時代に合わせたもの、
それぞれをイメージした和菓子。

左上：ござせの里

右上：寺内町せんべい

左：河内ぼん大福

有限会社赤門堂

佐賀県鹿島市

<https://www.akamondo.com/>



店舗概要

創業年 1949年(昭和24年)
売場面積 93.7㎡(28.4坪)
従業員 5.0人
営業時間 9:00~19:00
定休日 水曜日

商品構成

・製造菓子 93.0%
・仕入菓子 7.0%

経営方針

人は願います 我が身の 家族の 大切な人の幸せを・・・
お客様も願います お祝い・御礼・非礼の気持ちが伝わることを・・・

赤門堂の創り手も願います

この手仕事がお客様に幸せや喜びを感じてもらえることを
どうかそんな願い事がかないますように

発酵文化の香る肥前鹿島を商品と手づくり看板で PR

[酒粕・麴・味噌などの地元発酵食品と地元農産物で体にやさしいお菓子づくり]

昭和24年(1949年)、先代が創業し郷土銘菓を中心に商ってきた。2代目である現店主は地域資源「発酵」に着目し、地元の農産物(みかん・エゴマ等)と食文化である酒粕・麴・味噌等の発酵食品を原材料として組み合わせ、オンリーワンの商品を作り続けている。一番人気は「肥前鹿島兄弟ぼうろ」である。兄の奴黒兵衛は黒糖生地には醤油こうじを練りこみ黒糖の粒々をのせて焼き、弟の奴白兵衛はぼうろ生地には生姜と蜂蜜や醤油こうじや白みりんを練りこんで焼き上げ、鹿島産の生姜入り白蜜をかけている。鹿島産みかんの果汁を練り込んだぼうろ生地を焼き上げ、みかん蜜を表面に塗ったのが「みかん娘」である。鹿島産いちごを使用したカットパウンドケーキ「いちご畑」もあり、お客様を楽しませている。数多くの製品を販売しているが、人気の中心は奴黒兵衛と奴白兵衛の兄弟ぼうろであり、店のキャラクターとして活躍している。毎月15日は「15の市」とし、ぼうろ類は全て15%引きにするサービスまで行っている。店主は鹿島発酵研究会会長(現在は事務局長)として発酵まつりを盛り上げ、TVやラジオにも出演して発酵文化の香る街鹿島のPRに努めた。

〔手づくり POP でお店だけでなく鹿島全体を活性化〕

ネット販売全盛の時代に実店舗での買物を楽しく演出したい、寂しくなった商店街を明るくしたいという2つの思いから、現店主は手づくりの看板やPOPに力を入れている。兄弟ぼうろの看板のように定番化している看板もあるが、季節毎に作り直すことを基本としている。また、新製品を販売する時は店頭や店内を立体の看板やPOPで飾っている。自店のホームページには「店主の手づくり看板ギャラリー」があり、これまで制作した代表的な看板とPOPが紹介されている。店内を飾る季節のディスプレイも全て店主が手作りしており、来店客だけでなく地域住民の楽しみにもなっている。営業用の車輛にもマグネット式手づくりPOPのラッピングが施されており、動く広告塔の役割を果たしている。様々なイベントにも出店するが、その時の屋台等も店主が手作りしている。店主の手づくりPOPや看板は地域の集客にも一役買っている。毎年9月に開催される各地区の敬老会でお菓子の注文を受けているが、敬老会のためにオリジナルの立体看板を作成して提供している。鹿島市の産業活性化施設である「海道しるべ」に対しても、より多くのお客様が訪れるように、途中の坂道に立体看板6枚を進呈している。この看板が今では施設のランドマークになっている。

〔地元の高校・大学・行政と連携して積極的に新製品開発〕

地元農産物と発酵食品を組み合わせる新たなお菓子を創造することが当店発展の原動力となっているが、鹿島市の産業振興の強化を更に推進しているのが地元の高校や大学との共同商品開発と鹿島市産業活性化室「海道しるべ」との連携である。鹿島実業高校商業科3年生と共同開発したお菓子の1つが、鹿島産のはるかとなつみゼリーを二重にした「肥前鹿島みかん姉妹」である。ラベルのデザインとキャラクターも高校生自ら製作した。当店のネット販売で出店しているサイトは近隣の嬉野高校が管理運営を行っている。県内の大学と2年をかけて共同開発したのが「食べるえごま」シリーズである。カリカリ棒、えごまづくし、味噌サブレ、味噌ぼうろの4種類が完成し当店の主力商品に育っている。鹿島市産業活性化施設「海道しるべ」の販売コーナーには共同開発した商品が置かれ、体験教室でのお菓子づくりの講師としても協力している。市内のお菓子業者と共同で開発した鹿島市のふるさと納税返礼品である焼き菓子セットにも奴黒兵衛等の当店のお菓子を取り上げられている。



店主手作りの看板が店内に季節と賑やかさをもたらす。



人気の肥前鹿島兄弟ぼうろ

八百柿

熊本県熊本市中央区

<http://portal.ntn81.jp/lib2/vc.do?id=22504>



店舗概要

創業年 1943年(昭和18年)

売場面積 —

従業員 5.6人

営業時間 9:00~19:00

定休日 日・祝日

商品構成

・野菜、果物 80.0%

・総合食料品 20.0%

経営方針

- ・毎朝市場に出向き、新鮮な野菜果物を仕入れる。
- ・仕入れてきた商品は必ず味見をして確かめる。

熊本の城下の商店街で、必要とされる八百屋に

熊本市の市街地、熊本城下の商店街で、親子3代の家族経営で八百屋を営む。店舗外観も城下町の景観にすっとなじむ。その看板に掲げるのは「地域密着商」。

高齢化が進むなかで、待っているだけでなく、困っている方のニーズに応えようと、近隣のお客には配達サービスをしている。どうしても重くなりがちな野菜に加え、ときに惣菜類まで配達。地域になくてはならないお店を目指している。

仕入れは毎朝市場に出向き、仕入れた野菜や果物は必ず味見をする。野菜ソムリエの資格のほか、バーベキューインストラクターの資格を持ち、店頭での対面販売や卸し先の飲食店に、最適の商品を提案する。ときに、農家に直接出向き、生産者がどのような農産物を栽培しているかをヒアリングする。こうした知見は、この野菜は焼きものか煮物か、それとも天ぷらなのかという調理の提案にもつながる。

地道で、ひたむきな野菜に対する努力は、スーパーの野菜に満足できないお客を引きつけ、根強いファンとして取り込んでいる。

市街地の商店街の悩みとして駐車場問題があるが、近くのコインパーキングを利用したお客に100円のキャッシュバックのサービスをしている。

有限会社岡畜産

北海道札幌市北区

<https://oka-chikusan.stores.jp/>



店舗概要

創業年 1970年(昭和45年)
売場面積 10.8㎡(3.3坪)
従業員 5.6人
営業時間 9:00~17:30
定休日 日曜日

商品構成

・精肉 (鶏、豚、牛、羊)	98.0%
・雑貨	2.0%

経営方針

・安全安心をモットーに、地域密着の店舗として地元で愛される商品を作る。

卸ならではのノウハウを活かして、店頭での小売を強化

北海道札幌市で、卸市場内の精肉小売店として開業したのが始まり。現在は、売上の約8割が病院や高齢者施設、飲食店への卸だが、卸ならではの肉の鮮度、価格を売りに店舗販売や物産展などの催事販売を強化している。

「サッポロ屯田の味」をキャッチフレーズに、ジンギスカンにすぐ使える味付けラムを筆頭に、ホルモン、豚ロースなどの味付けした肉商品がメインであるが、その他にもすぐにジンギスカンができるように便利な肉セットや黒毛和牛の精肉商品などを扱う。

加工場に店舗を併設しているため、お客から注文をもらってからバックヤードで商品を調達する仕組みになっているが、店舗では売れ筋商品がすぐ選べるように冷凍オープンケースを設置した。量販店に比べ商品のアイテム数は限られるものの、人気商品を絞りこみ、卸売価格に合わせて安価に提供していることから、肉の質とともに評価され、広い範囲からのリピーターも多い。また、リピーターのためにSNSを使ってこまめに情報発信し、インターネット販売を少しずつ強化している。

地元のブラジリアン柔術のスポンサーになるなど、地域のイベントにも積極的に参加している。

伊賀精肉店

香川県綾歌郡綾川町

<http://igaseiniku.com/>



店舗概要

創業年 2014年(平成26年)
売場面積 64.0㎡(19.4坪)
従業員 2.0人
営業時間 9:00~18:30
定休日 日曜日

商品構成

・精肉(牛、豚、鶏) 85.0%
・特定加工食品(惣菜) 15.0%

経営方針

- ・地域密着を徹底し、お客様に寄り添う。
- ・差別化を図るために高くても良いものを提供する。
- ・ニーズに合わせ、柔軟な対応で加工や販売を行う。

香川のブランド牛をはじめ、地域ニーズに応える

平成26年(2014年)に第三者事業継承により新規オープンした、地域の家族経営の精肉店。香川県の住宅地に店舗を構え、小売と卸を半々の割合で行っている。

店舗での販売は対面販売の良さを活かし、お客様との対話から家族構成などを把握し、ひとりひとりのニーズに合わせた肉の品選び、加工を行っている。店主自らお肉博士1級の認定とともに、バーベキューインストラクターの資格を持ち、多様なニーズに応えられるようにしている。

取り扱う肉は、香川県のブランド牛「オリーブ牛(オリーブの搾りかすを餌として肥育)」を中心に、きめ細かな肉質が特徴の「鳥取県大山のもち豚」など特定品種を仕入れ、量販店との差別化を図っている。価格は量販店などに比べ割高となるが、肉のおいしさを適正価格で提供し、リピーターを取り込むことにつなげている。

平成28年(2016年)からは惣菜をはじめオープンケースで温かい惣菜を提供するほか、自動販売機の少ない地域のためにジュースを販売。どんな小さな地域ニーズを逃さないように努めている。店主は、地元、綾川町商工会青年部に属し、ことでん(琴平電鉄)琴平線の車両をラッピング広告や車内吊り広告で占める「ことでんジャック広告」に参加。地域の商店主と一体となって地域おこしに取り組んでいる。

有限会社肉のまるかつ

鹿児島県出水市

<https://nikunomarukatsu.wixsite.com/marukatsu/>



店舗概要

創業年 2001年(平成13年)
売場面積 13.2㎡(4.0坪)
従業員 7.0人(飲食部門2名含)
営業時間 9:00~18:30
定休日 元旦のみ

商品構成

・牛肉	35.0%
・豚肉	35.0%
・鶏肉	5.0%
・加工肉	5.0%
・惣菜	20.0%

経営方針

・俺たちにしかやれないことをやる！ 世のため、人のために頑張る！

国産肉を中心に肉のおいしさを追究し、発信

鹿児島県出水市で、平成13年(2001年)に創業。国産の牛肉、豚肉、鶏肉など「国産肉オンリーのこだわりの店」として、安全で安心なおいしい肉をPRしてきた。

量販店にはなかなかできないお客からの注文に応じて行うオーダーカットなど細かな注文に対応する。また、精肉店のほかに「ステーキまるかつ」を経営している。

お肉の特売情報などはインターネットで発信、約1,500人のモバイル会員のほか、LINEを活用。そのほかに手書きチラシを店舗周辺に新聞折込で配布している。

平成29年(2017年)に、生精肉の保存処理方法で特許を取得、その特許技術を使った「プリッとミート」を商標登録し、販売し始めた。この保存技術は、生肉を真空パックし、スチームコンベクションを使って一定時間加熱。これにより肉に含まれる一般細菌を減菌できること。半調理状態のため、パッケージを開封した後の肉を調理するときに過熱時間を短縮できる利点がある。とくに、厚切りの肉で中まで火が通っていないかどうか心配することなく、手軽に調理できる。また、あらかじめ加熱してあるため肉汁が必要以上に出ないので肉本来のおいしさが保たれるなどの特徴がある。

現在は、特許を使った肉の調理の仕方、食べ方を広めている段階で、今後の展開が期待される。

タカナシ東開成直売店 <株式会社力ヤマ>

神奈川県足柄上郡開成町



店舗概要

創業年 1960年(昭和35年)
売場面積 ※宅配のため売場無
従業員 3.6人
営業時間 2:00~17:00
定休日 日曜日

商品構成

・乳製品 10.0%

経営方針

- ・時間厳守。
- ・県内産の商品の販売。
- ・地域密着の商売をする。

小さな町の牛乳屋さん、ロスを少なくし、販路を広める

神奈川県内で一番面積の小さな開成町で、住民ひとりひとりの距離が近い地域密着型の営業をしている。神奈川県に本社を有するタカナシ乳業株式会社の宅配である。

朝が早い宅配は、配達マニュアルをつくりロスやミスを防いでいる。マニュアルで作業工程ごとに、出発時に商品内容と数・保冷材のチェック、配達時の騒音への配慮、誤配や遅配のチェック、帰社後の品質管理などを工程ごとに見える化している。顧客管理は解約防止が課題のひとつで、宅配利用者をパートさんとして雇い、密な地域コミュニケーションを図っている。

また、地域の商工会や交通安全協会などの活動に積極的に参加し、地域の方々との関係づくりを行っている。地元産商品を広めるとにも積極的で、神奈川県産 100%の認証マーク「カナミルくん」が付いた商品「きんたろう牛乳」を勧めている。

牛乳の発注や請求書発行に、専用ソフトを使うなど作業効率のアップを図ると同時に、無駄をなくすなどロスの削減に努めている。

現・代表の2人の息子が後継者として事業を継承。個人ユーザーだけでなく、保育園など法人客の取り込みを行い、販路を広げている。

有限会社扇屋菓子舗

群馬県富岡市



店舗概要

創業年 1897年(明治30年)
売場面積 40.0㎡(12.1坪)
従業員 6.1人
営業時間 9:00~18:30
定休日 水曜日

商品構成

・焼菓子	60.0%
・生クリーム大福(12種)	15.0%
・かりんとう饅頭(5種)	10.0%
・シルクサブレ	10.0%
・仕入れ商品(煎餅等)	5.0%

経営方針

- ・世界遺産のある街にふさわしい商品を製造し、美味しさへの追及。
- ・赤字を出さない経営に努める。

世界遺産のまち、富岡を菓子で盛り上げる

明治時代にわが国で初めての近代的な製糸業が興った富岡市。その市街地での明治30年(1897年)創業の菓子店として数多くの関連商品の製造販売を行っている。

ひとつは、繭から取り出したタンパク質、シルクフィibroインを液化したシルクタンパク液の利用。市内の関連事業者で立ち上げた「富岡シルクブランド協議会」に参加し、シルクタンパク液を使ったお菓子を商品化し販売することにより、地域ブランドづくりに一役買っている。シルクタンパク液入りのお菓子として、「富岡シルクポテト」「富岡絹(シルク)かぼちゃ」はじめ、ドーナッツやカステラ、サブレなど多様だ。こうした富岡の土産物品は、富岡製糸場の売店をはじめ富岡市営直売所、道の駅などで委託販売している。このほか、看板商品として「カリントまんじゅう」などがあり、アイテム数は和洋あわせ50を数える。

近年、異業種交流会で知り合った近隣農家のイチゴを使った「いちご大福」を期間限定で販売するなど、地域との連携を深めている。

歴史のある店として店舗内には昭和18年(1943年)頃の旧店舗写真を飾るなど、世界遺産の街ならではの店作りを心がけている。

株式会社嶋屋

大阪府大阪市阿倍野区

<http://www.simaya.com/>



店舗概要

創業年 1948年(昭和23年)
売場面積 10.0㎡(3.0坪)
※本店のみ
従業員 4.0人 ※本店のみ
営業時間 9:30~20:00
定休日 無休

商品構成

・さつまいも加工品 100.0%

経営方針

先憂後楽-せんゆうこうらく-

いものおいしさをシンプルに極める

大阪阿倍野区に「芋菓子匠」の看板を掲げ、大学芋をはじめ、芋けんぴなどさつまいもに特化したお店として知られる。阿倍野の本店と支店3店舗のほか、インターネットの楽天で販売している。

素材がシンプルなだけに、品質と味、価格を一定に保持し続けることに心を砕く。インターネットでの販売も美味しかったという口コミが多い。その素材は、系列会社の鹿児島県の直営農場で土壌からこだわって生産している。揚げたさつまいもにからめる蜜は、さつまいもの甘み、ほくほく感を引き出すよう同店のオリジナルだ。こうした売場では、さつまいもをすべて手で切るところから始める。手切りすることでさつまいもの良し悪しを確かめることができるほか、目の前で揚げたてのほくほく感を伝えることができる。

近年力を入れているのがデパートなどでの実演販売だ。実演販売においては、さつまいもを手で切るところからという条件があり、かつては人手が割けないことで実現できなかったが、後継者の息子の1人が担うことになり実演販売が可能となった。その結果、催事販売での売上が伸び、同時にファンの増大につながっている。支店での販売は主にパートタイム社員が担当が、長く勤められるよう査定を客観的にを行い、給与に反映している。

株式会社スイートハッピー

群馬県甘楽郡甘楽町



店舗概要

創業年 1996年(平成8年)
売場面積 1398.4㎡(423.6坪)
従業員 12.4人
営業時間 9:30~20:00
定休日 無休

商品構成

・調味料、飲料等の食品	19.5%
・牛乳、豆腐、漬物等の日配	19.8%
・惣菜	12.0%
・畜産	11.0%
・水産	9.1%
・菓子、パン	9.8%
・酒等、その他	18.8%

経営方針

常に感謝の気持ちを込めて、地元のお客様が安心して買い物ができる品の提供を心掛けている。

惣菜のおいしい食品スーパー

群馬県甘楽郡甘楽町の食品スーパー。系列をもたず単独店として経営を続けてきた。

創業は、平成8年(1996年)。トリチューの店名だったが、平成12年(2000年)に現店名のスイートハッピーに変更した。

青果、鮮魚、食肉など食品全般を扱うが、とくに力を入れているのが惣菜部門だ。惣菜は熟練したスタッフが作る。働く女性や高齢者世帯向けに栄養価などを考慮し、地元食材を使った惣菜など、地元目線となるべく温かい状態で店に出すようにしている。こうした惣菜は好評で、各種団体から仕出し弁当の注文が相次いでいる。

また、鮮魚部門では魚の加工に気軽に応じている。高齢化しつつある地域のために、電話申し込みで商品を宅配サービスをしたり、車いすでも買い物できるように通路を広めにとるなど配慮している。

店舗販売のほか甘楽町保育園や給食センターなどにも納品するなど地域にとってかけがえのないスーパーとなっている。

花き：フルール HanaMame

宮崎県宮崎市

宮崎市内にある個人経営のフラワーショップ。現・店主は花の仲卸から、平成 24 年(2012 年)に独立開業した。1 級フラワー装飾技能士の資格を有し、平成 25 年(2013 年)にジャパンフラワーネットワーク九州・沖縄大会で優勝した実績を持つ。お客のニーズに応じ、高いフラワーデザイン技術を活かしたアレンジメントを提供する。

また、売上の上には店舗売りのほか、葬祭場に納めることで経営の安定を図っている。近く、2 号店を出店予定。

菓子：有限会社おき川

埼玉県桶川市

<https://item.rakuten.co.jp/okikawa/c/0000000139/>

埼玉県桶川市にある大正 4 年(1915 年)創業の菓子店。店名は、桶川の古い呼び名「興川(おきかわ)」から取った。地域の顧客向けに店独自のポイントカードを発行している。

和菓子から洋菓子まで幅広く扱うが、メインは和菓子ギフト。そのため、ギフト商品のパッケージデザインなどに力を入れる予定。数多いアイテムのなかから、あえて洋菓子店ではまねできない「和モダンな和菓子」に特化した商品開発を模索している。

菓子：Café 木の実

群馬県高崎市

<http://cafe-kinomi.com>

平成 26 年(2014 年)に開業した、高崎市でチーズタルトなど焼き菓子を中心に、夫婦で営むカフェ。「本当に体に優しい食事を提供する」の考えから素材選びには気を配り、鶏卵は地元産の榛名山麓で飼育されたものを使用し砂糖は甜菜(てんさい)糖を使う。

妻が野菜ソムリエの資格をもち、無化学・無農薬の地場産野菜を使った商品開発を行っている。野菜だけの水分で煮込んだカレーはランチメニューで人気。

参 考 資 料

業種別経営指標

		安全性		収益性		生産性			
		流動比率 (%)	固定長期適合率 (%)	売上高総利益率 (%)	売上高営業利益率 (%)	売従業 上者一人 総一人当 た利益 (千円)	対売 人上 件総 費利 率益 (%)	売従業 上者一人 当 た 高 り (千円)	売三 ・ 三 上㎡ 当 た 高 り (千円)
1	野菜小売業	127.3	113.5	30.4	△ 0.9	9,208	43.8	30,288	3,527
2	果実小売業	108.0	411.4	34.0	△ 3.4	7,282	48.9	21,419	2,255
3	鮮魚小売業	136.1	157.2	34.7	△ 1.7	8,393	40.3	24,188	5,759
4	食肉小売業	168.6	136.5	37.8	△ 1.1	8,639	46.8	22,854	4,794
5	酒小売業	244.2	85.3	22.1	△ 2.0	6,438	45.7	29,130	3,599
6	牛乳小売業	177.7	82.5	41.0	△ 1.5	7,207	53.2	17,578	3,540
7	米穀小売業	297.9	125.7	32.3	△ 1.9	6,767	48.4	20,951	3,803
8	パン製造小売業	149.7	118.0	53.9	△ 2.4	7,504	60.9	13,922	2,817
9	菓子製造小売業	191.0	120.9	58.1	△ 2.0	6,964	59.3	11,987	3,466
10	豆腐製造小売業	271.1	230.6	47.3	△ 1.6	4,441	78.0	9,389	1,404
11	惣菜小売業	247.5	241.8	51.0	△ 2.0	8,574	51.3	16,812	3,876
12	蒲鉾製造小売業	173.7	84.1	37.9	△ 1.7	7,031	69.5	18,551	3,755
13	茶小売業	371.3	98.8	48.2	△ 0.2	8,397	44.3	17,421	3,462
14	総合食品小売業	160.8	177.9	27.0	△ 1.1	8,011	45.1	29,669	4,235
15	花き小売業	203.1	95.0	52.1	△ 2.0	7,500	50.5	14,395	3,293

注)この指標は「小企業の経営指標(2018)日本政策金融公庫総合研究所編」の平均指標を掲載。
 なお、この指標にない従業者1人当たり売上総利益は、従業者1人当たり売上高に売上高総利益率を乗じて算出。
 また、売上総利益対人件費率は従業者1人当たり売上総利益(前記)で従業者1人当たり人件費を除いて算出した。

経営指標の数値の良否について

財務比率		算式	経営数値の説明	良	否
成長性	売上高増加率(%)	$\frac{\text{当期売上高}}{\text{前期売上高}} \times 100$	経営の業績を示すもので高いほど成長性が強い。	比率大	比率
	売上総利益増加率(%)	$\frac{\text{当期売上総利益}}{\text{前期売上総利益}} \times 100$	経営の収益業績を示すもので高いほど成長性が強い。	比率大	比率
安全性	流動比率(%)	$\frac{\text{流動資産}}{\text{流動負債}} \times 100$	短期負債(返済期間1年以内)に対する返事財源を示す。 120%以上が望ましい。	比率大	比率小
	固定長期適合比率(%)	$\frac{\text{固定資産}}{\text{自己資本} + \text{長期借入金}} \times 100$	長期資本(自己資本+長期借入金)と固定資産の比率。 特に高すぎるものは過剰設備を示す。	比率小	比率大
収益性	売上高総利益率(%)	$\frac{\text{売上総利益}}{\text{売上高}} \times 100$	売上高に対する粗利益を示す。 純仕入原価に対する売上高によるもので企業の基本比率である。	比率大	比率小
	売上高営業利益率(%)	$\frac{\text{営業利益}}{\text{売上高}} \times 100$	売上総利益から営業費(人件費+営業経費)を差し引いたもので、企業の重要な比率である。	比率大	比率小
生産性	従業員1人当たり売上総利益(円)	$\frac{\text{売上総利益}}{\text{従業員数(期末)}}$	従業員1人当たりの販売効率を示す。 高額なほど従業員の経営への貢献度が高い。	高額	低額
	売上総利益対人件費率(%)	$\frac{\text{人件費}}{\text{売上総利益}} \times 100$	労働配分率を示す。50%程度が望ましい比率とされている。	比率小	比率大
	従業員1人当たり売上高(円)	$\frac{\text{売上高}}{\text{従業員数(期末)}}$	従業員1人当たりの販売能率を示す。高額なほど良い。	高額	低額
	3.3㎡当たり売上高(円)	$\frac{\text{売上高}}{\text{売場面積(㎡)}}$	売場面積3.3㎡当たりの効率を示すもので、高額なほど良い。	高額	低額

第28回優良経営食料品小売店等表彰事業 受賞店一覧(賞別)

◎農林水産大臣賞(3店)

業種	店舗名	代表者名	店舗所在地
生鮮食品等小売業(食肉)	有限会社うらい	浦井 正	兵庫県加古川市
専門食料品小売業(酒)	株式会社ワインデマリ	植田 真未	茨城県水戸市
専門食料品小売業(菓子)	小松屋製菓	小松 裕勤	静岡県浜松市天竜区

◎農林水産省食料産業局長賞(6店)

業種	店舗名	代表者名	店舗所在地
生鮮食品等小売業(鮮魚)	株式会社魚正	旭井 正博	富山県富山市
生鮮食品等小売業(食肉)	有限会社まるぜん精肉	梅田 清一	富山県富山市
専門食料品小売業(米穀)	株式会社米匠	小宮山浩志	長野県長野市
専門食料品小売業(菓子)	アトリエ プール ヴー	鈴木 哲雄	静岡県浜松市浜北区
専門食料品小売業(豆腐)	上辻豆腐店	植村 昌弘	奈良県五條市
専門食料品小売業(茶類)	株式会社社長峰園	長峰 秀和	埼玉県鶴ヶ島市

◎日本経済新聞社賞(4店)

業種	店舗名	代表者名	店舗所在地
生鮮食品等小売業(花き)	フラワーショップみかさ	三笠 好明	兵庫県神戸市東灘区
専門食料品小売業(酒)	有限会社渡辺酒造店	渡邊 久憲	岐阜県飛騨市
専門食料品小売業(パン)	有限会社パリジャン	大澤 猛秀	群馬県高崎市
専門食料品小売業(珈琲豆)	株式会社珈琲専科コシダ	三野宮厚子	北海道帯広市

◎日本政策金融公庫総裁賞(5店)

業種	店舗名	代表者名	店舗所在地
専門食料品小売業(酒)	株式会社山佐 佐藤商店	佐藤 隆夫	青森県青森市
専門食料品小売業(菓子)	ふじや菓子舗	藤田 照	北海道北見市
専門食料品小売業(菓子)	まんじゅや	疋田 実男	静岡県湖西市
専門食料品小売業(菓子)	御菓子司 柏屋葛城堂	森 貞夫	大阪府富田林市
専門食料品小売業(菓子)	有限会社赤門堂	福山 暢生	佐賀県鹿島市

◎(公財)食品等流通合理化促進機構会長賞(8店)

業種	店舗名	代表者名	店舗所在地
生鮮食品等小売業(青果)	八百柿	柿山 博史	熊本県熊本市中央区
生鮮食品等小売業(食肉)	有限会社岡畜産	岡 勉	北海道札幌市北区
生鮮食品等小売業(食肉)	伊賀精肉店	福西 礼	香川県綾歌郡綾川町
生鮮食品等小売業(食肉)	有限会社肉のまるかつ	篠原 勝広	鹿児島県出水市
専門食料品小売業(牛乳)	タカナシ東開成直売店	嘉山 由之	神奈川県足柄上郡開成町
専門食料品小売業(菓子)	有限会社扇屋菓子舗	影森 茂正	群馬県富岡市
専門食料品小売業(大学いも)	株式会社嶋屋	佐々木敏彦	大阪府大阪市阿倍野区
総合食料品小売業	株式会社スイートハッピー	中島 忠彦	群馬県甘楽郡甘楽町

◎(公財)食品等流通合理化促進機構会長奨励賞(3店)

業種	店舗名	代表者名	店舗所在地
生鮮食品等小売業(花き)	フルールHanaMame(はなまめ)	日高 誠	宮城県宮崎市
専門食料品小売業(菓子)	有限会社おき川	森 俊明	埼玉県桶川市
専門食料品小売業(菓子)	Café 木の実	豊田 勇	群馬県高崎市

優良経営食料品小売店等表彰事業 回数別入賞店数

賞 別

回数（年度）	入賞店数	農林水産 大臣賞	農林水産省 食料産業局長賞 (注1)	日本経済 新聞社賞 (注6)	日本政策金融 公庫総裁賞 (注5)	(公財)食流機構 会長賞	(公財)食流機構 会長奨励賞 (注2)
1回（1977年度）	37	5	8	4	—	6	14
2回（1978年度）	30	3	7	2	—	9	9
3回（1979年度）	103	6	10	4	—	14	69
4回（1980年度）	104	6	9	5	—	21	63
5回（1981年度）	90	5	10	6	—	21	48
6回（1982年度）	112	4	12	6	—	20	70
7回（1983年度）	69	5	10	4	—	15	35
8回（1984年度）	63	6	8	4	—	15	30
9回（1985年度）	51	5	6	6	—	11	23
10回（1986年度）	55	5	8	6	—	12	24
11回（1987年度）	47	5	8	6	—	9	19
12回（1988年度）	45	4	8	5	—	11	17
13回（1989年度）	47	5	10	6	—	8	18
14回（1990年度）	43	4	10	6	—	8	15
1回（1991年度）	43	4	9	6	—	8	16
2回（1992年度）	55	5	8	6	—	10	26
3回（1993年度）	46	3	5	5	—	12	21
4回（1994年度）	41	4	9	4	—	11	13
5回（1995年度）	44	4	8	3	—	9	20
6回（1996年度）	34	1	4	3	—	12	14
7回（1997年度）	31	2	4	2	—	11	12
8回（1998年度）	39	4	7	4	—	15	9
9回（1999年度）	33	2	7	3	—	12	9
10回（2000年度）	29	3	7	3	—	13	3
11回（2001年度）	32	4	7	5	—	7	9
12回（2002年度）	39	4	11	4	—	14	6
13回（2003年度）	31	3	6	3	—	15	4
14回（2004年度）	25	3	6	3	—	12	1
15回（2005年度）	21	3	5	4	—	8	1
16回（2006年度）	34	3	6	5	—	19(注3)	1
17回（2007年度）	31	3	6	5	—	12	5
18回（2008年度）	36	3	6	5	—	13	9
19回（2009年度）	34	3	6	6	—	13	6
20回（2010年度）	16	3	3	5	—	5	—(注4)
21回（2011年度）	15	3	6	4	—	2	—(注4)
22回（2012年度）	44	3	5	5	6	25	—(注4)
23回（2013年度）	33	3	6	6	5	11	2
24回（2014年度）	29	2	4	4	6	12	1
25回（2015年度）	38	3	6	4	6	17	2
26回（2016年度）	60	3	6	4	6	19	22
27回（2017年度）	36	3	6	5	6	8	8
28回（2018年度）	29	3	6	4	5	8	3
合 計	1874	155	299	190	40	513	677

※1977～1990年度は、前身の（社）食料品流通改善協会の主催。

（注1） 第9回(1999年度)まで食品流通局長賞 / 第10回(2000年度)～第20回(2010年度)まで総合食料局長賞

（注2） 第5回(1995年度)より、名誉会長賞から会長奨励賞に賞名変更。

（注3） 第16回(2006年度)通算第30回記念特別賞を1店含む。

（注4） 第20回(2010年度)より優良経営食料品小売店等表彰事業と名称が変わり奨励賞廃止。第23回(2013年度)より復活。

（注5） 第22回(2012年度)より日本政策金融公庫総裁賞創設

（注6） 第26回(2016年度)より、日本経済新聞社社長賞から日本経済新聞社賞に賞名変更。

優良経営食料品小売店等表彰事業 回数別入賞店数

業 種 別

回数（年度）	青果小売業 (果物店含)	鮮魚小売業	食肉小売業	宅配小売業	製造小売業	総合食料品	花き小売業 (注5)	商店街等活性化
				特定加工食品小売業(注4)		小売業		活動部門(注6)
1回（1977年度）	8	4	7	2	10	6		
2回（1978年度）	5	6	－	9	3	7		
3回（1979年度）	13	15	22	24	6	23		
4回（1980年度）	17	22	19	24	2	20		
5回（1981年度）	11	15	20	21	5	18		
6回（1982年度）	11	11	12	24	27	27		
7回（1983年度）	12	7	13	17	3	17		
8回（1984年度）	5	5	4	16	7	26		
9回（1985年度）	3	9	6	13	6	14		
10回（1986年度）	8	6	8	10	9	14		
11回（1987年度）	7	4	3	12	5	16		
12回（1988年度）	6	5	6	10	9	9		
13回（1989年度）	5	6	5	10	12	9		
14回（1990年度）	3	6	7	6	6	15		
1回（1991年度）	5	5	7	6	10	10	2	
2回（1992年度）	4	5	9	14	15	8		
3回（1993年度）	4	4	3	10	19	4		
4回（1994年度）	3	4	2	5	14	6		
5回（1995年度）	3	5	4	9	16	3		
6回（1996年度）	6	5	1	4	13	5		
7回（1997年度）	2	2	5	4	10	6		
8回（1998年度）	6	1	2	10	15	3		
9回（1999年度）	4	2	3	9	11	3		
10回（2000年度）	4	－	2	17		2		
11回（2001年度）	3	－	3	22		2		
12回（2002年度）	4	3	2	20		3		
13回（2003年度）	3	0	1	24		1		
14回（2004年度）	2	6	1	15		0		
15回（2005年度）	2	1	2	13		1		
16回（2006年度）	5	6	2	16		0		
17回（2007年度）	1	3	2	21		0		
18回（2008年度）	3	0	3	27		1		
19回（2009年度）	2	2	3	22		2		
20回（2010年度）	1	2	0	11		0		
21回（2011年度）	0	1	2	9		2		
22回（2012年度）	1	1	4	34		1		
23回（2013年度）	1	3	1	25		1		
24回（2014年度）	0	1	3	23		1		
25回（2015年度）	1	3	3	31		0		
26回（2016年度）	0	5	3	44		3		
27回（2017年度）	1	3	5	25		0		
28回（2018年度）	1	1	5	19		1		
合 計	186	195	215	920		290	38	31

(注4) 第10回（2000年度）より統合。

(注5) 花きは、第3回（1993年）より追加。

(注6) 組合・商店街等共同活動部門は、第10回（2000年）より追加。

（第13回（2003年）より部門名変更。それ以前は、商店街等活性化活動部門。）

優良経営食料品小売店等表彰事業 回数別入賞店数

地域別

回数（年度）	北海道 東 北	関 東 甲信越	東 海	北 陸	近 畿	四国・中国	九州・沖縄
1回（1977年度）	4	14	3	3	11	1	1
2回（1978年度）	1	24	2	—	3	—	—
3回（1979年度）	8	34	14	3	21	16	7
4回（1980年度）	18	35	13	2	15	12	9
5回（1981年度）	9	40	15	3	11	5	7
6回（1982年度）	13	41	36	5	10	4	3
7回（1983年度）	8	27	15	3	4	7	5
8回（1984年度）	12	20	6	3	6	8	8
9回（1985年度）	5	21	9	3	3	6	4
10回（1986年度）	8	15	12	—	7	8	5
11回（1987年度）	5	12	13	3	7	6	1
12回（1988年度）	8	12	8	2	6	5	4
13回（1989年度）	6	18	8	2	6	4	3
14回（1990年度）	5	14	7	—	10	3	4
1回（1991年度）	5	14	7	1	9	4	3
2回（1992年度）	7	15	10	2	10	6	5
3回（1993年度）	8	10	6	5	12	3	2
4回（1994年度）	6	12	8	5	4	5	1
5回（1995年度）	3	12	4	3	4	8	10
6回（1996年度）	5	9	3	2	5	5	5
7回（1997年度）	7	10	3	2	4	1	4
8回（1998年度）	3	11	4	3	10	4	4
9回（1999年度）	3	10	3	2	9	3	3
10回（2000年度）	3	8	2	3	6	1	6
11回（2001年度）	8	12	3	2	1	4	2
12回（2002年度）	5	6	4	6	11	2	5
13回（2003年度）	6	10	3	3	3	4	2
14回（2004年度）	5	10	—	2	4	2	2
15回（2005年度）	5	9	1	2	2	2	—
16回（2006年度）	9	8	5	2	4	4	2
17回（2007年度）	4	15	5	2	3	1	1
18回（2008年度）	4	18	7	0	5	0	2
19回（2009年度）	7	10	4	4	6	3	0
20回（2010年度）	3	4	2	1	5	1	0
21回（2011年度）	3	4	1	1	—	3	3
22回（2012年度）	9	15	2	3	8	3	4
23回（2013年度）	6	6	5	1	4	3	8
24回（2014年度）	5	11	3	2	5	0	3
25回（2015年度）	5	10	3	4	12	1	3
26回（2016年度）	6	26	3	2	15	4	4
27回（2017年度）	4	8	8	2	8	2	4
28回（2018年度）	4	9	4	2	5	1	4
合 計	258	629	274	101	294	165	153

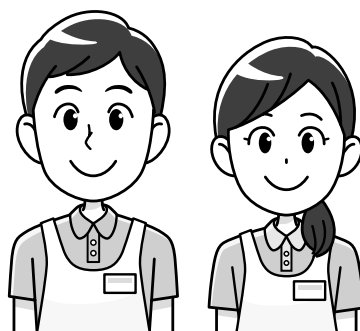
<農林水産大臣表彰>

第28回

優良経営食料品小売店等表彰

募集期間 平成30年6月25日～平成30年8月10日

魅力や活気にあふれた食料品店、
商店街を大募集！



詳細についてはホームページもご覧ください。

食流機構

検索



- 主催 公益財団法人 食品流通構造改善促進機構
- 後援 農林水産省 日本経済新聞社 日本政策金融公庫

趣旨

独創的な経営技術を駆使し、優れた経営成績を上げている全国の中小の食料品小売店、花き小売店および食品流通の効率化、環境対策、地域活性化等を共同で展開する組合等を発掘し表彰することにより、食料品小売事業者等の意欲の向上と食料品小売業界の発展に寄与することを目的として本表彰事業を実施します。

募集対象

<小売業部門>

- ・専門食料品小売業（生鮮食品、加工食品及び花き）
- ・総合食料品小売業

<組合・商店街等共同活動部門>

食品流通の効率化、環境対策、地域活性化等のために共同事業に取り組んでいる組合など。

各賞の紹介

- | | | |
|--------------------|-------|-----------------------|
| ■農林水産大臣賞 | | 総合的に優秀な経営技術と経営成績であること |
| ■農林水産省食料産業局長賞 | | 優秀な経営技術と経営成績であること |
| ■日本経済新聞社賞 | | 革新的な経営技術であること |
| ■日本政策金融公庫総裁賞 | | 地域活性化に貢献していること |
| ■食品流通構造改善促進機構会長賞 | | 優良な経営技術と経営成績であること |
| ■食品流通構造改善促進機構会長奨励賞 | | 良好な経営技術と経営成績であること |

応募のメリット

- ・農林水産大臣賞をはじめとした**各賞の栄誉**を受けるチャンスです。
- ・日経 MJ（流通新聞）紙面等において結果が発表されます。受賞の実績は**対外的な PR**につながります。

審査方法

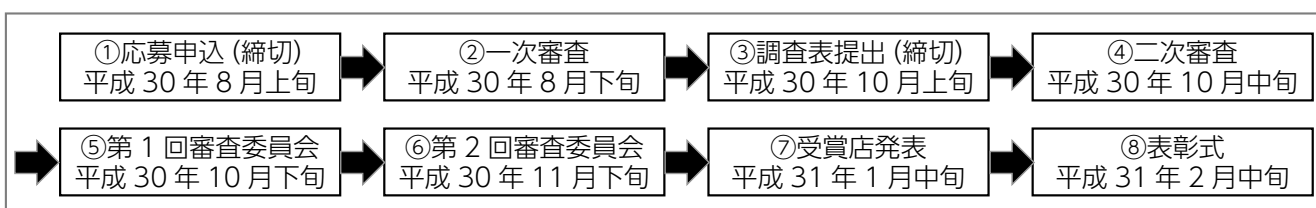
- ・応募申込書による一次審査に合格した店舗等には、二次審査書類（調査表）を提出していただき、審査委員会において書面審査を行います。
- ・一次、二次審査に合格した店舗等については、必要に応じて現地訪問調査を行います。

審査の視点

店舗設備の工夫、販売促進の手法、人材教育の取組、コストの削減策などの経営ノウハウを次の基準で審査します。

1. 業績向上に貢献しているか。
2. 独創性に富み、仕組みとして確立されているか。
3. 広く普及できるビジネスモデルであるか。

スケジュール (予定)



応募を希望される方は、下記チェックリストで応募資格をご確認の上、ご応募ください。

>>小売業部門応募資格チェックリスト

☐	①法人または個人が経営する独立店舗である
☐	②専門食料品小売業（青果・鮮魚・食肉・花き・酒・米・惣菜・茶・菓子・パン等）及び総合食料品小売業営業許可の届出がなされている。
☐	③小売業（対面販売）の実店舗がある。
☐	④従業員数がおおむね 50 人以下である。 ※パート・アルバイトは 8 時間で 1 人とする。
☐	⑤食料品及び花きの売上が総売上の 50%を上回っている。 ①『小売売上』に含まれるもの ●実店舗における、対面販売、通信販売、催事販売、移動販売、宅配等 ●青果・鮮魚・酒類・食肉等の小売店が行う、飲食店や宿泊施設への納め ②『小売売上』に含まれないもの ●農業、漁業、製造業、卸売業、飲食店（イートインコーナー含）、宿泊施設、不動産、燃料、百貨店やスーパー等への委託、雑貨等の売上
☐	⑥フランチャイズチェーンまたはボランティアチェーンに加盟していない。 ※ただし、チェーン本部からノウハウ指導を受けていない場合は応募資格があります。
☐	⑦同一商圏内での営業経歴が 3 年以上である。
☐	⑧過去 3 年間に食品関係法令（食品衛生法・JAS 法・容器包装リサイクル法等）で行政的処分を受けていない。また、過去 3 年間に刑事罰に処せられたことがないこと。 ※上記違反が判明した場合は、審査経過中又は受賞決定後であっても資格を取り消します。
☐	⑨当表彰へ再応募の場合は、農林水産大臣賞の受賞経験がないこと。

>>組合・商店街等共同活動部門応募資格チェックリスト

☐	①運営組織が関係法令に基づき組織化された協同組合又は定款・構成員名簿・収支予算書等を備えているグループ等である。
☐	②運営組織設立 3 年以上経過している。
☐	③運営組織の構成店が 5 店以上で構成されている。
☐	④構成店の中に『小売店応募資格チェックリスト②』に該当する食料品を扱う店舗がある。
☐	⑤運営組織の主要な活動範囲が単一の商店街または同一都道府県（都道府県をまたぐ場合は半径 20km 以内）である。
☐	⑥過去 3 年間に食品関係法令（食品衛生法・JAS 法・容器包装リサイクル法等）で行政的処分を受けていない。また、過去 3 年間に刑事罰に処せられたことがないこと。 ※上記違反が判明した場合は、審査経過中又は受賞決定後であっても資格を取り消します。
☐	⑦当表彰へ再応募の場合は、農林水産大臣賞の受賞経験がないこと。

申込書送付先および問い合わせ先

下記書類を募集期間中に事務局まで送付して下さい

■小売業部門 ・応募申込書（小売業部門） ・写真 2 種類（店舗正面全景、店内）※電子データ可 ・決算書 2 期分（貸借対照表、損益計算書、販売管理費及び一般管理費内訳、製造原価報告書、損益処分計算書）	■組合・商店街等共同活動部門 ・応募申込書（組合商店街等部門） ・写真 2 種類（商店街、イベント風景等）※電子データ可 ・事業計画書及び収支予算書 2 期分 ・組合等の定款または組合同規約 ・構成員名簿
--	---

公益財団法人 食品流通構造改善促進機構 総務部 担当 穴見（あなみ）

〒101-0032 東京都千代田区岩本町 3-4-5 第 1 東ビル 6F

TEL 03-5809-2175 FAX 03-5809-2183 e-mail anami@ofsi.or.jp

<平成 29 年度 農林水産大臣賞受賞店の紹介>

[食肉] あしや竹園 (兵庫県芦屋市)

芦屋からこだわりのお肉を手頃な価格で提供する昭和の精肉店



- ・但馬牛専門店として芦屋で創業し、お客様が買いやすい商品としてコロッケとミンチカツの販売を開始した。コロッケはシンプルながら年間 150 万個を売り上げる人気商品である。
- ・血統の良い高級品と普段使い用を取り揃え、料理に合わせた分類陳列を行う。高級品ゆえに量販店よりも若干高い価格設定ではあるが、「切り落とし」や「合わせスライス」などで買いやすいラインナップを提供する。
- ・作業場と売場の動線をぶつからないようにすることと、プライスカードに付けられた商品番号で、混雑と注文の混乱を防いでいる。
- ・3,000 円以上のお買い上げでできるガチャガチャを子供用大人用と設置しており、販促として活躍する一方で、大人にも子供にも喜んで貰えるものとなっている。

[酒] だわり屋・株式会社 A-UN (愛知県新城市)

お店に行くのが楽しいお酒のテーマパーク



- ・店舗内をディスカウント売場の酒のリカプラと、こだわり売場のだわり屋に分割している。リカプラでは大量陳列を行っているが、だわり屋では内装も変え、ゆったりとした陳列で手作りのこだわり POP が付けられている。高く売れる酒ではなく、経営者が気に入った酒を販売する。
- ・店内にはフリースペースがあり、お酒をテーマにしたセミナー等が開催される他、有料の貸出も行っている。また大きなスクリーンとプロジェクターが設置されており、常時蔵元や商品が紹介される映像が流れ、イベント時にも活躍するとのことである。
- ・商品を視覚だけでなく、味覚でも選ぶことができるのがバーカウンターをイメージした試飲コーナーである。試飲は有料と無料がありメニューは 1 週間単位で変更する。

[米穀] 株式会社金井米穀店 (東京都武蔵野市)

オシャレな大正の店舗とこだわりのお米とおむすびが人気



- ・大正時代に建てられた店舗は、来店されたお客様だけでなく通る人の印象に残るよう改装を施されている。どこか懐かしい雰囲気を感じ、夜間ライトアップされる店舗は外国人観光客が撮影する姿も見受けられる。
- ・「減農・減化学栽培」を中心に品揃えをし、生産地の環境保全への取り組みや独自ブレンド米の生産など、生産地との関係も密接である。
- ・お米の店頭販売だけではお米の良さを伝えきれないとの思いから、おむすびの製造販売を始めた。店内で炊き出しと具の調理を行い、お米は毎月産地品種を変え、具はその日によって変わる。おむすびのショーケースを中央におき、黒板を利用して PR したところ、お米を購入しないお客様も気軽に入店してくれるようになった。

公益財団法人 食品流通構造改善促進機構の紹介

食品流通構造改善促進法に基づき、食品流通の構造改善を民間サイドから支援する団体として、農林水産大臣の指定を受け、幅広い視野に立って、皆様の食品流通に関する構造改善への取組を支援する各種の事業を推進しています。

第28回優良経営食料品小売店等表彰事業 応募申込書

第28回優良経営食料品小売店等表彰事業 応募申込書										
店舗・組合等の名称					推薦団体名					
当該表彰事業の趣旨に賛同し、参加を申し込みます。					左記の小売店または組合・商店街等は当該表彰事業の趣旨に合致すると認められるので推薦します。					
平成 年 月 日					平成 年 月 日					
(ふりがな) _____ 店舗名・組合等名 _____ 〒 _____ 店舗・事務所所在地 _____ TEL _____ FAX _____ ホームページ _____ E-mail _____ (ふりがな) _____ 代表者 _____ 役職・氏名 _____ (ふりがな) _____ 担当者 _____ 役職・氏名 _____					(ふりがな) _____ 団体名 _____ (ふりがな) _____ 代表者 _____ 役職・氏名 _____ (ふりがな) _____ 担当者 _____ 役職・氏名 _____ 〒 _____ 住 所 _____ TEL _____ FAX _____ E-mail _____					
小売業部門 (組合・商店街部門の方は記載不要です)										
業種	☐ ①専門食料品小売業 ☐ 1.青果 ☐ 2.鮮魚 ☐ 3.食肉 ☐ 4.花き ☐ 5.酒類 ☐ 6.牛乳 ☐ 7.米穀 ☐ 8.パン ☐ 9.和・洋菓子 ☐ 10.麺 ☐ 11.豆腐 ☐ 12.蒲鉾 ☐ 13.惣菜 ☐ 14.米菓 ☐ 15.漬物 ☐ 16.茶等 ☐ 17.その他 ()									
	☐ ②総合食料品小売業									
業務形態	①食料品小売上 (花き、業務用納め含む) %				②食料品以外の売上 (農業・漁業・製造業・卸売業・飲食店・イトイン・煙草・燃料・雑貨品等) %					
	②における詳細 →業種名 ()				経営形態 ☐ 1.同一会社 ☐ 2.別会計					
許可業種の場合の営業許可等	☐ 有 → 該当業種(品目) ☐ 1.魚介類 ☐ 2.食肉 ☐ 3.乳類 ☐ 4.生菓子 ☐ 5.惣菜 ☐ 6.弁当 ☐ 7.米									
	☐ 無 ☐ 8.酒 ☐ 9.食品製造 ☐ 10.移動販売 ☐ 11.その他()									
過去3年以内の行政的制裁処分有無(JAS法・容器包装リサイクル法・食品衛生法など) ☐ 有 () ☐ 無										
従業員数内訳		店主・専従 役員	家族 従業員	雇用 従業員	パート (注)	計	創業年月	(西暦又は元号) 年	過去3年以内の行政的制裁処分有無(JAS法・容器包装リサイクル法・食品衛生法など)	
	男						過去の受賞履歴 (当表彰事業及び他団体)	(西暦又は元号) 年		
	女							(表彰名又は賞名)		
	計									
↑支店がある場合は、本支店合計の人数を記入して下さい。 (注)パートは8時間勤務で1人として計算 例:1日4時間勤務のパート2名でパート1人として換算										
組合・商店街等共同活動部門 (小売業部門の方は記載不要です)										
設立年	(西暦及び元号) 年	当機構からの文書送付先(連絡が取れるところ)				☐ 1.組合等事務所 ☐ 2.代表者店舗 ☐ 3.担当者店舗				
組織の種類	☐ 1.事業協同組合 ☐ 2.企業組合 ☐ 3.協同組合 ☐ 4.商工組合 ☐ 5.商店街振興組合 ☐ 6.その他 ()									
代表者 店舗住所	〒 _____					TEL	_____			業種
	_____					FAX	_____			
担当者 店舗住所	〒 _____					TEL	_____			業種
	_____					FAX	_____			
組員等の業種内訳										
	①青果	②鮮魚	③食肉	④その他食料品 (①②③以外)	⑤花き	⑥総合食料品	⑦その他	合計		
設立時	店	店	店	店	店	店	店	店		
現在	店	店	店	店	店	店	店	店		
※「④その他食料品」とは、酒類・牛乳・米穀・パン・菓子・麺・蒲鉾・煮豆・惣菜・茶等を指す。										
過去の受賞履歴(当表彰事業及び他団体)		(西暦又は元号) 年 (表彰名又は賞名)								

平成30年度 優良経営食料品小売店等表彰事業 審査委員及び主催者

審査委員	委員長	小山 周三	西武文理大学 サービス経営学部名誉教授
	委員	大木 美智子	一般財団法人 消費科学センター 代表理事
	委員	宗 靖久	日本政策金融公庫 国民生活事業本部 融資企画部長
	委員	野末 たく二	有限会社 結エディット 代表取締役
	委員	佐藤 卓	General Manegement Office
主 催 者		馬場 久萬男	公益財団法人 食品等流通合理化促進機構 会長

＜敬称略＞

平成30年度 優良経営食料品小売店等表彰事業 受賞店の概要

無断転載・コピーを禁じます。

平成31年2月18日印刷 初版

発行 / 公益財団法人 食品等流通合理化促進機構

発行人 / 馬場久萬男

〒101-0032 東京都千代田区岩本町3-4-5 第1東ビル6F

TEL 03-5809-2175 FAX 03-5809-2183