

## 有山青果株式会社

東京都練馬区

<http://kitaichi-nerima.com/shops/grocery/305/>



### 店舗概要

創業年	1939年(昭和14年)
売場面積	158.2㎡(47.9坪) ※本店、光が丘店合計
従業員	24.8人 ※本店、光が丘店合計
営業時間	10:00~21:00※光が丘店 10:00~18:30※本店
定休日	水・日曜日 ※本店 (光が丘店はIMA専門店街の休みに準ずる)

### 商品構成

・青果	98.0%
・不動産	2.0%

### 経営方針

- ・顧客満足度を向上するため旬の商品・こだわりの商品を提供
- ・対面販売を通じた適格な消費者ニーズの把握
- ・従業員の働きやすい職場づくり
- ・労働環境（報酬・福利厚生等）を整備して従業員満足度の向上を図る

## 旬の商品・こだわり商品を揃え対面販売で売り切る

### [競合する量販店を視野に入れ常に200アイテム以上を品揃え]

本店は旧川越街道下練馬宿の北一商店街の単独店舗、支店は光が丘 IMA の専門店エリアに出店している。本店は周辺を量販店に囲まれており、支店は同じフロアにイオンが入っている。本店・支店共に量販店との競合にさらされている。そこで当社が品揃えの基本としていることは「季節物や定番商品はもとより顧客に必要とされる商品の品揃え」である。アイテム数は常時200を超えている。相場を踏まえた上で、良い品物かつリーズナブルな価格設定「エブリデー・ロープライス」が基本であり、加えて、産地とタイアップして確保している品揃えが、量販店との差別化のポイントである。とりわけ和歌山の南高梅、博多のながなす、熊本のデコポンに関しては産地と連携した宣伝販売等を行い、お客様の関心と満足度を高めている。

また、お客様に鮮度を感じていただくため、本店では産直売場的な平台陳列、支店では更に豊富感を出すために、箱の上に商品を高く重ねる陳列も取り入れている。

### [対面販売と LINE でお客様の購買意欲を喚起]

量販店との差別化を行うために強化しているのが対面販売である。当店は産地との連携を行うなど、品揃えにはこだわりを持っている。当店の揃えている野菜・果物の特性や美味しさそして調理方法等をお客様に正しく伝えるのが対面販売の役割であり、量販店ではできない強みである。商品ばかりではなく「フレッシュ有山青果」というお店への関心が高まっていることも成果の一つである。さらに、対面販売はお客様と会話することであり、お客様のニーズや要望、そして、食生活までも汲み取ることができる。これらを次の品揃えに役立てている。当店でタイアップしている和歌山の有田みかんは年間5千箱販売している。また、車椅子のお客様や高齢者に対してはお買物のお手伝いも行っている。これらも対面販売から生まれたサービスである。

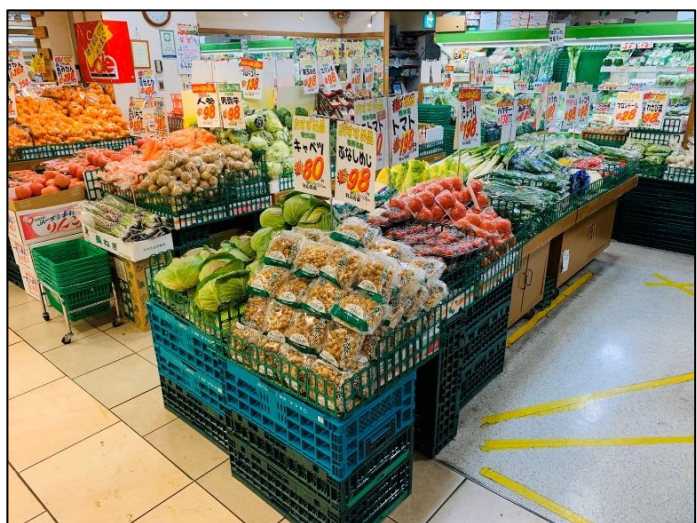
若い世代のお客様にも当店に関心を持ってもらうことが当店の課題でもあった。そこで実施しているのが SNS の LINE を活用した販売促進である。当店で単独のホームページは作成していない。しかし、お客様に直接特売情報を提供する手段として LINE を導入している。LINE では特売情報を提供しており、登録するとお客様のスマホに直接情報が届くことになる。販促としてはホームページよりも確実であるため、売り場では積極的に登録を薦めている。お客様のお買上金額を増やすために導入しているのがポイントカードである。お買上金額に応じてお客様にはポイントを進呈する。ポイントが一定数に達したらお買物時に割引サービスを行う。

### [可能な限りスタッフの意向に沿う労働条件を整備]

対面販売を徹底させるためには、スタッフが安心して働くことができる職場を作ることが重要と考えている。大きな変化は勤務のシフト制導入である。これによって週1回の休日の他に月2回の休日をスタッフが取れるようになった。働き方改革を実現することができた。制度を整えるだけでなく、可能な限りスタッフ一人ひとりに合わせて労働環境を整備するために、3か月に1回を目安に、代表者がスタッフの個人面談を行っている。仕事内容・シフト時間・労働条件等に対して、意向をくみ上げ、反映させるよう努力している。



川越街道北一商店街にある本店の産直的陳列



光が丘 IMA 店のボリューム感ある陳列