

## ファインコストメッツゲライ カタヤマ

長野県北佐久郡御代田町

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



### 店舗概要

創業年 1972年(昭和47年)  
売場面積 112.1㎡(33.9坪)  
従業員 11.8人  
営業時間 9:00~19:00  
定休日 不定休  
売上高 286,722(千円)

### 商品構成

精肉(牛・豚・鶏肉) 70.0%  
食肉加工製品 15.0%  
惣菜 10.0%  
日配品・ワイン 5.0%

### 経営方針

気持ちの込められた素材の美味しさを引き出し、皆様にお届けすることが使命と考えている。  
生産者の苦勞に思い及ばず簡単に捨てられる食べ物にピリオドを。  
気持ちのリレーが将来を担う子供達とこの土地を育てると信じている。

## 良品をリーズナブルに提供する大人気の精肉店

[眼差しというストーリー性を持った食材の品揃え]

肉の仕入れは、大半を浅間山の山麓エリア、長野県と群馬県に渡る畜産農家と契約を結び、仕入れられている。畜産農家の選定にあたり、重要視するのは、家畜を育てる環境と、どのような思いで育てているか。片山代表は「近隣の人のおもった素材だと分かれば大切に調理する。食はだれかの『眼差し』を感じられることが大切だと思います。たとえば、この地鶏は農家の方が追いかけてこしながら育てているんですよとお客さんに伝えられる、そんなストーリーがある方と契約します」と語る。

ゆったりとした環境、適切な配合飼料を与えることで、良質の肉ができる。そのことが分かる家畜農家を探すことが店主としての務めと考えている。

そして肉を通して、それを育てるひとの『眼差し』をストーリーとしてお客に伝え、食べることで、地域全体、次世代へつながることを経営戦略に据えている。

[キッチンカーを活用した出張販売]

ヨーロッパの修行中に会った移動式販売「Imbiss（インビス）」を平成20年より導入。地域のイベントや日本最大のリゾート軽井沢でのイベントなどに積極的に出向き移動販売を行っている。

また自社で使用しない時には、レンタルにより貸し出し稼働率を上げている。レンタルにより貸し出すときには、軽井沢地区のハンバーガー店やサンドイッチのお店に自社のハム・ソーセージ等の活用を条件として貸し出しを行い、年間稼働率150日を実現している。



[料理講習会の開催を通じて地域密着]

研修会やパーティで出会ったシェフに「軽井沢に遊びに来ない」と、気軽に誘いをかけることから始まる料理講習会を平成20年から始めた。

「地産料理教室」と名付けたこの料理講習会だが対象者を地元顧客中心とした。地域の「回覧板」や「店内告知」など身近なツールを使い周知・募集を行っている。同店には料理教室を行うスペースや調理設備はない。が、身近な公共施設として地域の公民館の設備を有効活用し料理講習会を行っている。1回当たり10名から15名程度をグループとしフランス料理・イタリア料理などを1回4～500円の実費により講習会を行っている。

[持続可能な経営を実現させる利益の確保]

駐車場のキャパシティー、1日に提供できる商品の量からすると現状での売上げ(約3億円弱)がマックス。これ以上売上げを伸ばそうとすると、クオリティーが下がる可能性もある。より良いクオリティーを維持するために売上げでなく、持続可能な経営を目指し、そのためには利益率の確保を重視している。

卸売会社とは毎回ぎりぎりまで交渉をする。仕入れ価格を抑えるといっても仕入れ先に無理を押しつけるということではなく、支払いを早くするなど相互にメリットのあるやり方で共存している。

[明確にすることにより店の差別化を図る]

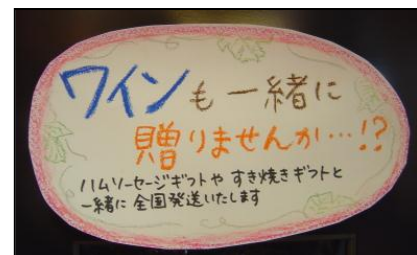
同店の売上げの70%は精肉部門(国産肉100%)が占め、粗利益は35%。それは日常的な食材として地元の顧客が利用していることを示している。

一方、ハムやソーセージなどの食肉加工品は全体の15%に過ぎないが、粗利益で70%近くあり、利益を上げる上で大きな柱となっている。

ハム・ソーセージは他社にはない独自商品が揃い、その数50種類以上、確かな品質は、地元のファン以外にも、都内からわざわざ購入にくる顧客もいるくらいである。

また、独自商品を美味しく食べてもらうために、地元ワインと合わせたギフトの提案もしている。

こうした他店との差別化を明確に主張できる食肉加工品は、確実に店のイメージアップと固定客獲得につながり、当店の安



定した経営を形づくっている。近くにスーパーマーケットがあるが競合状況にはない。



### 【店舗立地】

浅間山の南西の麓に位置し、しなの鉄道「御代田」駅から徒歩10分。

軽井沢エリアの隣町に立地。商圈は軽井沢エリアを中心に長野県東部から群馬県まで地元の方が60%

客層は女性客中心。店内床にはあずき色のテラコッタタイルを敷き詰めている。これは店周辺が畑地で地元の方が泥のついた靴でも気軽に入店してもらえるように配慮した。

### 【店舗実績】

アメリカの大学を卒業し同地において8年間滞在。帰国後の平成11年に、父の経営していた片山肉店に勤務。

片山肉店は、牛肉を中心とした卸専門だった。当時、前年の長野オリンピックを機に上信越自動車道の開通し、碓氷峠を超えて都内や近県の大手卸業者が進出することが考えられた。

そこで、卸から小売への転換を徐々に始める。平成14年オランダ食肉加工マイスターに師事し、食肉加工技術を学ぶ。平成19年食肉加工施設を建設。屋号を「ファインコストメッツグライカタヤマ」（ドイツ語で、「特選のお肉屋さん」の意味）。卸から小売へ業態転換がほぼ整う。平成23年創業者の父が亡くなり、代表取締役役に就任。



↑代表の片山 勉さん