

株式会社大正亭

静岡県藤枝市



経営方針

お客さんが欲しいと思う商品を提供し続けていく。
小売に限界はない。

店舗概要

創業年 1903年(明治36年)
売場面積 55.1㎡(16.69坪)
※(小売店舗25.1㎡+食堂30㎡)
従業員 13.9人
営業時間 9:00~19:00
定休日 毎週水曜日

商品構成

精肉 43.09%
(牛肉55.1%・豚肉37.8%・
鶏肉2.5%・ハム4.6%)
青果 9.90%
(野菜71.9%・果物28.1%)
惣菜 19.41%
その他食品 4.16%
料理部(食堂) 23.44%

「当店でしか買えないもの。他にないものを売る。」を コンセプトに客数を伸ばす精肉店

[積極的なイベント参加による拡散効果]

隣接する白子商店街が2か月に一度(午前10時から午後3時)行っている100円笑店街に第2回目から参加している。11月1日の開催で30回を迎える長期継続イベントであり、店頭にどんな商品でもよいので100円で販売し、集客につなげようという趣旨の元行われているものである。

初参加から今までこだわってきたことは「当店でしかない商品で常に販売しているものを100円商品にする」ということである。これまで取扱った100円商品は、ロースカツ1枚(定価298円)、ヒレカツ1枚(180円)、和牛ハンバーグ150g1個(270円)、味付き焼肉用肉100g(398円)、和牛小間切れ肉100g(298円)、自家製ポテトサラダ100g(130円)、焼き豚100g(330円)等、当店でしかない商品を毎回2品販売している。

100円笑店街は地域の名物イベントであり、集客目標を1万人としている為、市内の広域から来客がある。ハンバーグは2時間足らずで3,000個、ロースカツやヒレカツは2,500個、和牛小間切れ肉や豚肉は300kg、ポテトサラダは120kg完売する。当日は朝9時から客が並び始め、14時頃まで途切れない状態になる。折角並んで頂いた来店客を落胆させたくない(顧客を裏切りたくない)為、販売個数に制限を設けていない。毎回大赤字になるが、商品を知ってもらうための広告宣伝費であ

り、2か月間の内の59日間で取り戻せばよいと継続している。
結果として市内全域への認知度が向上した。

[戦略商品は地元産の野菜]



新鮮で低価格の野菜を店頭の数多く配置することにより顧客を店内に惹きつけ、店中の惣菜、店奥の精肉、そして一番奥のレジへとお客を誘導している。

野菜は、藤枝市の市場買参権を20年前に取得しているため、自らが地元市場に行き競りで仕入れている。また、地元農家との直接取引を行うことで、顔の見える野菜をダイレクトに販売でき鮮度をより強調できるようになった。地元の市場である為、当日又は前日に収穫された野菜が集まり新鮮である。野菜は売れ残る前に惣菜や料理部

で利用することでロスはいはほぼゼロに抑えている。

野菜の低価格販売は100円笑店街を毎日やれば良い(集客力が高まる)という発想からである。自ら市場で仕入れる野菜ならできると判断した。このことによりスーパーマーケット並の客単価を実現している。

この戦略は店舗内でじっくり選んでもらい接客しながら販売できるため、100円笑店街とは異なる客層の開拓に成功している。

[相乗効果として農家とのコラボレーション惣菜の販売に結びついた]

同社で扱う精肉を農家に販売し、農家の人達自身で育てた地元の野菜とで100%手作りの惣菜を製造してもらい、それを全て買い取り店頭で販売している。

具体的には、豚肉を販売して全て手作りの地元産の竹の子を使用した「たけのこ餃子」であり、1個45円で仕入れ、10個600円で販売し、1週間では600個程度となる。これは30年前に勤めていた従業員が地元農家を集めて「朝比奈筍の会」を結成し、竹の子料理を試行錯誤で製造するうちに「たけのこ餃子」が完成したので大正亭に売り込みに来たのが始まりである。次はたけのこ入り肉まんを新商品として売り出す予定とのこと。

「当店でしか買えないもの。他にないものを売る」が商品政策の根幹である。肉の品質や品揃え、野菜、惣菜は勿論のこと、一般食品も他店にない商品を仕入れるようにしている。欲しい商品が当店にしかなければお客様は来店してくれるはずであるという信念がある。

良いと思った商品はとりあえず売ってみることが商品政策の近道だと感じているという。ステーキ肉の種類は10種類と豊富であり、当店の一押しである。専務入社当初はあまり特徴のない品揃えであったが、「ステーキ肉だけは県内一品揃えしよう」という発想から10種類のアイテムを品揃えするようになった。



[店作りのポイントは出やすさ]

入口付近はガラス張りにし中にお客さんはいるのかいないのか、店員は何人いるのか、何を売っているのか分かるようにし、少しでも入店しやすく、買わなくても退店しやすい環境づくりを心がけた。

入り口2か所の自動ドアの電源は切り、一年中開け放している。自動ドアの音により店員と視線が合い、入店したものの買わないとお店から出られないのではという恐怖心を和らげる為の工夫である。これらが功を奏し、平均来店客数 250 人を達成している。

店舗自体は昭和 45 年完成した 40 年を経た建物であるが定期的に改装と工夫を行っている。平成 24 年 25 年には隣地を購入し、20 台分の駐車スペースを確保し、車での来店客が増加させた。

[POP の活用]

商品説明を書いた POP を作り、色々な商品前に掲示している。

専門的なことはあまり書かず、誰にでもわかりやすく、親しみのおけるように手書きにこだわっている。

また、屋外看板は、縦 120cm、横 45cm の A 型看板を 4 枚設置し、カラフルなビニールテープで来店誘導の看板広告を行っている。お客様の立場に立てば、税込表示の方が分かりやすいとの判断から精肉部及び料理部共に全て消費税込の表示にしている。



左：商品前に掲示される手書きの商品説明 POP 中・右：来店誘導のためのビニールテープ看板広告

【店舗立地】

JR 藤枝駅の北東部約 3km、藤枝市の旧市街地である旧街道(東海道 53 次・22 番目の宿場町藤枝宿)沿いの商店街内に位置している。

藤枝地区の人口は 22,099 人(藤枝市 146,621 人)、世帯数は 8,589 世帯(55,731 世帯)であり、人口・世帯数共に増加傾向にある。中心客層は 60 歳～70 歳代の女性を中心となるが、近年は 30 歳～40 歳代の比較的若い世代層が増加。

商圈は市内一円及び県外。生鮮品(精肉・青果)、惣菜、一般食料品を扱っている為、競合店はスーパーマーケットとなる。同業態の専門店はないが、周辺には 500m から 1,500m の範囲で競合のスーパーマーケットが 4 店位置している。

【店舗実績】

代表の村松直観氏は 1993 年東京都葛飾区相原牛肉舎にて勤務の後、1996 年有限会社大正亭入社。飲食店の板前修業の傍ら、精肉店の肉裁き、青果の市場仕入れなど複数の業務をこなす。調理士免許所持。

2010 年有限会社から株式会社に組織変更と同時に代表取締役就任、現在に至る。

専務取締役の村松達氏は、大学卒業後、地元の金融機関(焼津信用金庫)に入社、8 年間勤務後、茨城県の竹岸食肉専門学校で半年間食肉に関して学んだ後、兄である現社長に請われ、有限会社大正亭に入社(社歴 7 年)、現在に至る。第 1 回お肉検定にて合格率 30%のお肉博士 1 級を取得している。

1903 年(明治 36 年)に村松精肉店として創業 100 年を超える老舗。大正期に入り大正亭と社名変更を行い現在に至る。



左：代表取締役社長の村松直観さん

右：専務取締役の村松 達さん