

株式会社たるしえ - 駅なかマート タルシェー

北海道小樽市

<https://tarche.jp/>

店舗概要

創業年	2011年(平成23年)
売場面積	155.5㎡(47.1坪)
従業員	6.5人
営業時間	9:00~19:00
定休日	なし

商品構成

・水産品	28.1%
・農産物	2.8%
・畜産及び乳製品	21.9%
・菓子類	10.2%
・酒類	4.0%
・その他	33.0%

経営方針

「いちばん喜ばれる企業！」

「ステーキホルダー全員を豊かにする企業！」

～私たちは、小樽および後志で生産される良質な食品やクラフトの普及と郷土の食文化の豊かさを市民および観光客へ周知、媒介する架け橋となります。これにより、地域の生産者・生活者が豊かになり、結果、私たちの生活も豊かになることを目指します～

小樽・後志にこだわり管内 20 市町村の産品を発掘・商品化

[小樽駅舎改装に際して地元建設会社が新事業として出店]

2012年、JR北海道は小樽駅舎を改装。駅舎内で地場産品を販売する店舗を探したが、見つけることが出来なかった。相談を受けていた地元の建設会社である阿部建設(株)の中野社長が自ら新事業として出店することを決意し、(株)たるしえを設立。札幌市の北海道百科(百貨店丸井今井の関連会社)に新店舗責任者の紹介を依頼。百貨店丸井今井で35年の経験をもつ齊藤哲治氏を代表者に迎えた。新会社の1部門である「Nikka Bar Rita(リタ)」は阿部建設(株)がニッカとコラボして2005年にオープンしている。阿部建設(株)は余市のニッカ工場内の倉庫等の建設を行っており竹鶴家とは古くからの交流があった。また先代社長はリタ夫人の通っていた教会で交流しており、NikkaBar立ち上げに際してご夫人のお名前「Rita(リタ)」を店名にすることが出来た。

[後志地域を毎週巡り生産者と一緒に商品開発]

後志地域には海と山の食材が揃っている。しかし、小規模で営業力に欠けていて流通していない。そのような商品情報を集め、実際に現地に出掛けて生産者を訪ね、一緒に商品化を検討し販売するのが当店の特徴である。常時約1,100アイテムを揃えており、どれも希少性の高い商品である。売上高でも75%を占めている。代表者は毎週金曜日、道の駅等に納品を行うが、その足で管内の生産者を回って仕入及び商品開発を行っている。1日の走行距離は240kmを越えている。

また、当店の経営方針に賛同した取引先が集まり交流する場として「たるしえ会」が2015年に発足している。開業から3年を経て当店に出品している生産者やメーカーの間から新商品開発への要望が高まり、発足した組織である。現在会員は90社、3分の2が生産者と製造業者、残りの3分の1は支援団体や飲食店等である。小樽市内イタリアンレストランシェフが監修して生まれたのが地元のスケソウダラとニシンをミンチにして地元のトマトを使ったソースで絡めた「フィッシュボール」、ニシンを使ったパスタソースやトウモロコシスープも販売されている。

[寿司立ち食いカウンターと若鶏半身揚げ実演販売で集客力アップ]

小樽駅という立地を活かして、お客様と市内の店舗を結び付けることも当店の役割と考え、2つの店舗の出店を実現させた。2店舗とも、職人(店員)と食材は委託している店舗に出してもらい、売上高は全てタルシェの売上高として計上する。売上高の約90%を仕入として支払う仕組みとしている。

1つは、名物となっている小樽の寿司を観光客や市民に気軽に食べてもらえるように設置したにぎり寿司の立ち食いカウンターである。市内の老舗伊勢鮨に寿司職人と寿司ネタを出してもらい、本格的な握り寿司を手頃な価格で提供している。

もう1つが若鶏半身揚げ「なると屋」の揚げたて販売である。徳島県鳴門市出身の方が小樽で始め、「若鶏半身揚げ」は今や小樽のソウルフードになっている。店頭には調理ができる店舗を設置し、「若鶏半身揚げ」と「ざんぎ(唐揚げ)」をその場で揚げて、販売している。

2店舗それぞれの職人は当店に派遣されたスタッフであるが、当店が毎日行っている朝礼に参加して、状況報告や意見交換を行っている。ざんぎのバラ売りは朝礼から生まれた商品である。



市内イタリアンレストラン監修の地産商品



小樽のソウルフード「半身揚げ」を実演販売

【お客様に旬の商品をお知らせするタルシェ通信とポイントカードの連動】

販促の柱となっているのは「タルシェ」通信である。年金が支給される偶数月の15日に発行する。安売りではなく旬の商品（期間限定・数量限定）や新製品を紹介している。小樽駅マーケット内他店舗のお買得情報も人気であり、無料で掲載している。地元新聞での折り込みで小樽市内約3万3千世帯に届けている。

販促のもう一つの柱となっているのが「タルシェポイントカード」である。単純な押印型のカードであり、お買上金額500円から1,000円までで1個、1,001円を超えると1,000円毎に1個を押印する。10個単位で特典を設定しているが、30個を満点として1,000円の割引券と交換している。毎月15日前後はポイント2倍デーとし、「タルシェ」通信の発行日と連動させている。

会員制であり、ポイントカードの申込用紙に氏名・住所・電話番号・生年月日の記入を依頼している。登録会員数は約3,000人、1割程度の会員には「タルシェ」通信をハガキに印刷してダイレクトメールを送っている。新型コロナで観光客やインバウンド客が来店できなくなっても、売上高は4割減で留まっており、カード会員で買い支えられていることが確認できた。

2ヶ月に1回の「タルシェ」通信を補っているのが、店長が担当しているフェイスブックでの情報発信である。毎日1回以上その日のお薦め商品や入荷情報をコメント付けて紹介している。フォロワーは1,400人を越えており、毎日1,200~1,300のアクセスがある。「いいね」も1300程度あり、固定客が多いことが確認できる。

【店舗スタッフが楽しみながら作成する店内POPと掲示版】

来店客が楽しみにしているPOPの1つが、レジカウンターの背壁面を利用した黒板POPである。8枚の黒板を並べており、商品紹介やお客様へのメッセージを店舗スタッフがチョークで手書きしている。インバウンド客が多いときは外国語（タイ・中国・ハンゲル等）で売れ筋情報等を表記している。専門家に依頼すること無く、翻訳ソフトを使用して文書を作成する。正確に記載されているかどうかは、来店した外国人観光客に確認する。そこから会話が生まれる。

商品の販売を決めるときはスタッフ全員が試食を行い、可否を判断している。棚札にはもれなく商品の特徴が示されており、興味をそそられる売場となっている。店内POPも全て店舗スタッフが作成している。



偶数月の15日に発行する「タルシェ通信」



レジカウンターの手書き黒板販促ボード

[移動販売車で小樽市民の日常生活支援]

創業時の借入金を完済し、次の投資として選択したのが移動販売車である。小樽市の高齢化比率は40%を越えており、市内には坂道が多く、今後は買い物弱者が増加することが確実である。常温・冷蔵・冷凍の三温度帯のショーケースを装備した軽自動車「タルシェ号」を導入し、隔週の火曜日に市内7箇所（1箇所約30分）を回っている。約200アイテムを揃え、代表者と販売スタッフの二人で移動販売。リクエストにも応えている。

2018年に始めた移動販売であり、当初は専任者を付けて1週間4日の営業を行っていた。担当者が退職したため、代表者と販売スタッフの二人で隔週火曜日に限定して運行を続けている。1日5万円から10万円の売上であるが、採算が合っているとは言えない。しかし、高齢者や障害者の為に今後も継続させる決意を示している。雪と凍結のため冬期は休止するが、それに変わる宅配の仕組みを燃料事業者と検討している。タルシェ号販売会の開催日程と場所はホームページ等にも掲載されている。

[管内の食品産業と駅から離れた食品店を店舗で連携]

管内で製造小売を行っている店舗の商品も期間限定で販売している。年末はクリスマス需要に合わせて市内5店舗のクリスマスケーキをカタログ受注・店頭渡しは毎年恒例化している。この他、スイーツまつり等を企画し、賛同する店舗の商品を「タルシェ」通信に掲載し、店頭で販売する。

2020年は新型コロナで「食」に関するイベントの中止や後志の産品が販売できない状況となった。「小樽水産加工グランプリ」も今年は第4回目を予定していたが、新型コロナで中止された。本店ではこの活動を応援する為、過去3回の受賞商品9品目の中からセット商品を作成し「小樽水産加工の頂点 受賞ギフトセット」を販売している。「おこわと海鮮鍋のセット（冷凍便）」と「小樽を楽しむ5品セット（冷蔵便）」の2種類である。5月から発売しており、約300セットが利用されている。コロナ禍で観光需要が減少した管内生産者の商品の「緊急販売会」も実施した。観光や物産展を当てにしていた物産メーカーは在庫を抱えることになってしまった。「たるしえ会」会員企業の商品を特別価格で販売する緊急販売会（3月～4月）を店頭で実施した。地域の連携を一層高めることに繋がっている。



坂が多く買物に出にくい地域への移動販売



小樽駅から離れている店の商品も積極販売