

令和3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公開させていただくことにより経営指針の策定や業務運営の上での参考事例として広くご活用いただくことを目的としております。

令和3年は、57年ぶりの東京オリンピック開催年となりましたが、基本的に無観客方式での開催であったためインバウンド消費への期待は叶わず、新型コロナウイルス感染の再拡大に伴う緊急事態宣言や蔓延防止重点措置が首都圏をはじめ全国各地に発令されたことにより、食品小売店舗や商店街の皆様方におかれては「新常態」の下での経営の存続や地域の活性化に向けた舵の取り方に大変な御苦勞を強いられた年ではなかったかと推測いたします。

もちろん、「巣ごもり消費」と言われる新たな消費形態の恩恵を受けたケースもございますが、非対面の購買行動の浸透による常連客減少を心配している、手土産の販売が苦戦している、従来の商店街の活性化の定番であるイベント的な手法が活用できないなどの御苦勞や御懸念の声が、いろいろな方面から聞こえてまいりました。そうした中で、本年度も全国の40店舗近い食品小売店舗の皆様方からこの表彰事業に御応募をいただきました。これも小売店舗の皆様方の本事業への御理解と御熱意並びに関係団体の皆様方の御支援・御協力の賜と、改めて感謝申し上げます。

例年、受賞店の特徴としては、①商品情報の伝え方に様々な工夫を凝らしていること、②取り扱う商品にそのお店ならではの独自性を打ち出していること、③老舗であっても伝統の技を生かしつつ新商品を創作し新たな客層を開拓していること等が挙げられますが、本年は、農繁期の地域住民のニーズを捉え、現金の持ち合わせがなくてもスマホだけで購入できるキャッシュレス決済を導入している事例、朝採れ鮮魚を比較的入手しやすい地の利を生かして四季折々の商品を製造・提供し高い顧客満足度を実現している事例、生き物好きのための菓子専門店として季節の移り変わりに応じて千変万化する生物相を意識した店内演出や品揃えに取り組んでいる事例などに、地域の特徴や消費者の嗜好、新たな商品展開の可能性を積極的に捉えて、懸命に事業を発展させていこうとする、経営者の皆様方の真摯な姿勢を強く実感いたしました。

さらに、近年の働き方改革やDX化の推進の流れの中で、タブレットレジの導入による販売・在庫情報管理の一元化やAIスピーカーによる従業員間の相互連絡の簡便化を図っている事例など、業務環境の改善や経営効率化の推進などに相当の工夫をこらしている事例が多々見られたことは印象的でありましたし、近年の環境保護意識の高まりを踏まえて、季節や天候の移り変わりに応じた地域住民の購買行動をデータ分析し、その結果をもとに製造量の調整を行って食品ロス減少を実現している事例など、経営者の方々の尽きない知恵にも驚かされました。

こうした各受賞店・商店街の具体的な経営内容につきましては、それぞれのお店・商店街の御協力により取りまとめた各店・商店街の経営概要を御覧頂きたいと思っております。本表彰事業の受賞店・商店街の皆様方が、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・商店街としてより一層繁盛・繁榮されることを心から祈念申し上げます。

令和4年2月

公益財団法人 食品等流通合理化促進機構
会長 村上 秀徳

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・さやま市民大学学長)

本年度受賞店の皆様、心から受賞のお祝いを申し上げます。日頃の精進と努力が実ったものとご理解くだされば幸いです。受賞審査の経過と受賞店の特徴を述べさせていただきます。

<コロナ下の表彰事業実施の難しさ>

新型コロナウイルス感染症の拡大が止まらず、発生から3年目に入っています。ワクチン接種が始まり、昨年の秋頃から感染拡大が収まる気配も見えてきましたが、令和4年1月に入ってから再び急拡大に転じ、第6波に入ってしまった。コロナ下の活動制約が、小売業、外食産業、観光旅行サービス産業などに暗い影を落としています。

伝統ある本優良経営食料品店等表彰事業にも影響が及び、前回30回の表彰事業は予定通りの審査を実施しましたが、残念なことに、表彰式を実施することができませんでした。受賞の喜びが体感できる表彰式なしの表彰の寂しさを、私たち審査委員も味わいました。コロナ禍の一日も早い収束を心から願っています。

<経営意欲の高い34店が受賞>

コロナ禍が続く中での第31回表彰事業募集活動が昨年7月から開始されました。その結果、審査基準を満たした34店が受賞となりました。前年が27店、前前年が32店でしたので、参加応募者が増えたこととなります。コロナ禍に負けずに立ち向かう小売店の強い経営意欲を感じ取ることができました。「コロナに負けるなセット、コロナゼロ5670円」など、攻めの販促事例もあり、頼もしく感じました。

応募店が作成した調査表及び決算資料等を精査し、5人の審査委員による審査委員会を開催し、本表彰事業の後援者である農林水産省、日本政策金融公庫、実施事業者である(公財)食品等流通合理化促進機構事務局との意見のすり合わせを図ったうえで、今年度の受賞店決定になりました。

<受賞者決定の経過～時間をかけて慎重に審議>

審査は審査要領に基づき、財務分析評価と経営技術評価を数値化(100点)したうえで評価を行いました。農林水産大臣賞3店(90点以上：総合的に優秀)、農林水産省大臣官房長賞5店(80点以上：優秀)、70点以上の受賞店の中から、経営の新規性・革新性に特に優れている店を日本経済新聞社賞3店、地域活性化への貢献度が特に高い店を日本政策金融公庫総裁賞3店、そして表彰に値する優良な経営技術を有している店を(公財)食品等流通合理化促進機構会長賞20店を受賞店とすることを決定しました。

農林水産大臣賞、農林水産省大臣官房長賞、日本経済新聞社賞、日本政策金融公庫総裁賞については決められた賞枠があり、受賞名に応じた受賞者の決定には、審査の最終段階まで悩み抜き、審査委員どうしの十分な話し合いの結果、今年度の受賞店が決まりました。

<農林水産大臣賞3店の選考理由>

今年の農林水産大臣賞には、『お菓子のニシヤマ』（菓子小売：北海道河西郡更別村）、『魚富商店』（佃煮製造小売：滋賀県大津市）、『カネギフルーツ』（果物小売：新潟県三条市）が選ばれました。3店とも、地域の住民から愛されている小売業であること、事業継承をうまく生かした経営モデルという共通の特徴が見出すことができました。

『お菓子のニシヤマ』の商圏は1,300世帯、人口約3,000人です。村唯一の菓子店としての伯父が築いた繁盛店であり、家族経営の元、先代の味と暖簾を継承しながら発展を遂げています。2012年に新築した店の建物は、商店街のランドマークとなっています。

村の世帯数は多くはないが、日本一の大規模農業の村の生活リズムに合わせた店舗運営に工夫を凝らし、予約販売によって売れ残りロスを回避、村特産の「すももケーキ」の商品開発など、買いやすい店、地域の愛される店にと育てています。村内の小中学生に菓子製造体験の場を提供し、将来、この村のお菓子屋さんになりたい、といった夢を育む種を蒔いています。小商圏高密度型小売業の経営モデルとして高い評価を得ました。

佃煮製造小売の『魚富商店』は昭和5年創業の老舗。扱うのは琵琶湖の魚「湖魚」です。現経営者は4代目としての事業を継承し、伝統の製法を守りながら現代社会に合わせて食べやすく提供する、「伝統経営の革新」に挑戦しています。鮎、エビ、ゴリの3種の湖魚の魅力を引き出し、朝採れ鮮魚を焼き上げる伝統の佃煮加工にこだわり、地域ブランドに発展させています。従業員は経営者夫婦2人。「旬の魚だけの扱い」「水揚げから一時間以内の焼き始め」「醤油炊き」「昔ながらの製法で手づくり」など、伝統へのこだわりと伝統をモダンに変える工夫に努め、デザイナーとのコラボレーションを図りながら、新鮮な老舗づくりに取り組んでいます。

フルーツサンドの『カネギフルーツ』は創業は明治36年の老舗です。バナナの輸入、熟成、問屋業からの起業。父親の4代目経営者が八百屋から高級果物店に業態を変え、イチゴを山盛りした「いちご山盛りケーキ」の開発で話題を集め、フルーツショップの基がつくられました。東京の老舗果物店での修行、卸売市場での仲卸の経験から果物生産者との人脈づくりなどを積み上げた現経営者が5代目として事業継承し、高級な果物をふんだんに使った「フルーツサンド」を人気の主力商品に押し上げました。フルーツショップにしかできないフルーツサンドやケーキに工夫を凝らし、顧客を笑顔にする「JOYFUL サンド」を経営指針に掲げ、SNS活用の情報発信で若者市場の開拓に成功している点も評価しました。

<農林水産省大臣官房長賞に5店決定>

農林水産大臣賞に準じる、優秀な経営技術を有すると認めた受賞店を農林水産省大臣官房長賞とし、以下の5店に決定しました（昨年までは局長賞であり今年度から名称変更された）。『株式会社盛栄堂-いとを菓子盛栄堂-』（菓子小売：千葉県南房総市）、『有限会社松本畜産』（食肉小売：三重県多気郡多気町）、『いきものクッキー専門店 kurimaro collection』（菓子小売：三重県桑名市）、『株式会社いまの-IMANO FRUITS FACTORY-』（果物小売：東京都中央区）、『海商株式会社<かいしょう>』（鮮魚小売：大阪府大阪市中央区）の5店です。菓子店が2店、食肉・青果・鮮魚等生鮮部門から3店が受賞となりました。いずれもユニークで味わいある経営力が発揮されています。

店名もユニークな『株式会社盛栄堂-いとを菓子盛栄堂-』は千葉県南房総市という立地特性を生かし、「さざえ最中」「くじらまんじゅう」「房総酪農ミルククッキー」など「海」をテーマにした独特の商品開発力を発揮しています。観光客が呼べる店づくりを目指し、チャレンジ精神旺盛な経営力を評価しました。

同じく菓子業種の『いきものクッキー専門店 kurimaro collection』は生き物がテーマのクッキー専門店。小売店の新しい姿を感じさせてくれました。鳥、犬、猫、爬虫類、魚、微生物に及ぶあらゆる物をモチーフにした、クッキー王国とも博物館とも思える世界が展開されています。

『有限会社松本畜産』は特産松坂牛の肥育(畜産業)からスタート。自ら販売する精肉業から拡大し、さらに食べてもらうレストラン開業にまで変化した事業内容は、6次産業化のビジネスモデルにまで行き着いています。食べて喜んで欲しいという執念、信念が伝わってきます。

『株式会社いまの-IMANO FRUITS FACTORY-』のフルーツサンドも、「こぼれそうなほどフルーツどっさり」でファンを魅力させています。カラフルで、きれい、かわいい、おいしそうを表現するカット技術の進化に磨きをかけ、見映えする商品力がSNSと一体化して市場開拓に結びついています。

『海商株式会社<かいしょう>』は、百貨店テナントとして成長し、発想力と企画力で高級鮮魚店としての評価を獲得しました。平成27年度の当表彰事業では日本経済新聞社賞受賞しており、超高齢化市場の変化に合わせた「脱・鮮魚のオリジナル商品開発」(やわらかシリーズ、レンジ食品など)で経営進化を遂げ、今回は農林水産省大臣官房長賞に選ばれました。

<日本経済新聞社賞と日本政策金融公庫総裁賞の選考経過>

日本経済新聞社賞は「革新的な経営技術」、主として「経営の新規性」が際立っているとみなされる応募店、日本政策金融公庫総裁賞は「地域活性化に貢献している」とみなされる尺度で経営力を判断し、それぞれの受賞店を選考しました。

従業員の独立開業を想定した技術・経営教育に力を入れている『有限会社ドゥーブルシェフ』(菓子小売:埼玉県久喜市)、手書きのイラストを使ったオーダーメイドのマカロン専門店『ココマカロン』(菓子小売:富山県魚津市)、テレアポ通販で十分な商品説明を行う「合同会社華の実」(地域特産品小売:福岡県大野城市)が日本経済新聞社賞を受賞しました。

日本政策金融公庫賞には、子育て応援と地域密着型100%標榜するまちのパン屋さん『小麦☆青空ベーカリー』(パン小売:京都府長岡京市)、コロナ禍でもお客様の食卓が楽しく豊かになって欲しいと「お肉屋さんのコロナに負けるなセット」を開発した『有限会社青野精肉店』(食肉小売:愛媛県西条市)、モダンなデザインの日本茶カフェの開業、地域の魅力づくりに協力する『株式会社椿茶園』(茶小売:三重県鈴鹿市)の3店が受賞されました。

<受賞を励みに、さらなる高みを目指した事業活動を>

会長賞を受賞された20店の方々を含めて、オリジナルな経営努力の発揮と地域貢献活動への取り組みが一体化した、数多くの素晴らしい食料品小売店に出会うことができました。小売業は想いを伝える「物語り業」であり、地域のお客様に愛される「地域貢献業」という側面を持つ独特の地域産業、地域資源であることを私たち審査委員に強く印象づけてくれました。

この度の受賞が励みとなり、生産者のため、消費者のため、地域社会のために、何よりも自分たちの働きがいのための後押しになってく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

カネギフルーツ	〔新潟県：青果(果物)小売店〕	8
お菓子のニシヤマ	〔北海道：菓子製造小売店〕	12
魚富商店	〔滋賀県：佃煮製造小売店〕	16

農林水産省大臣官房長賞受賞店の概要

株式会社いまの	〔東京都：青果(果物)小売店〕	20
海商株式会社	〔大阪府：鮮魚小売店〕	22
有限会社松本畜産	〔三重県：食肉小売店〕	24
株式会社盛栄堂	〔千葉県：菓子製造小売店〕	26
いきものクッキー専門店 kurimaro collection	〔三重県：菓子製造小売店〕	28

日本経済新聞社賞受賞店の概要

有限会社ドゥーブルシェフ	〔埼玉県：菓子製造小売店〕	30
ココマカロン	〔富山県：菓子製造小売店〕	32
合同会社華の実	〔福岡県：地域特産品小売〕	34

日本政策金融公庫総裁賞受賞店の概要

有限会社青野精肉店	〔愛媛県：食肉小売店〕	36
小麦☆青空ベーカリー	〔京都府：パン製造小売店〕	38
株式会社椿茶園	〔三重県：茶類小売店〕	40

(公財)食品等流通合理化促進機構会長賞受賞店の概要

有限会社ミートとみおか	〔北海道：食肉小売店〕	42
お肉ジャパン株式会社	〔新潟県：食肉小売店〕	43
株式会社オオハラ	〔愛媛県：食肉小売店〕	44
合資会社庄司屋商店	〔新潟県：酒類小売店〕	45
かいふ販売株式会社	〔新潟県：酒類小売店〕	46
田中酒店	〔滋賀県：酒類小売店〕	47
田上商店	〔鹿児島県：米穀小売店〕	48
有限会社パン工房麦穂	〔鹿児島県：パン製造小売店〕	49
有限会社ルモンド	〔北海道：菓子製造小売店〕	50
御菓子司木村屋	〔岩手県：菓子製造小売店〕	51

株式会社紅梅	〔宮城県：菓子製造小売店〕	52
有限会社クレヨン	〔群馬県：菓子製造小売店〕	53
和菓子司まるしん	〔埼玉県：菓子製造小売店〕	54
まんじゅう乃池田堂	〔熊本県：菓子製造小売店〕	55
株式会社いび茶の里	〔岐阜県：茶類小売店〕	56
おかって市場	〔群馬県：地域特産品小売〕	57
フロマーシュ・デュ・テロワール	〔東京都：チーズ製造小売店〕	58
藤右エ門	〔静岡県：弁当・惣菜小売店〕	59
花ぎょうざ	〔静岡県：ぎょうざ製造小売店〕	60
株式会社佐知'sPocket	〔滋賀県：ソウナーキ・惣菜小売店〕	61

参考資料

令和3年度 第31回優良経営食料品小売店等表彰事業 受賞店一覧	64
優良経営食料品小売店等表彰事業 回数別入賞店数	65
令和3年度 第31回優良経営食料品小売店等表彰事業 申込要領	68
優良経営食料品小売店等表彰事業 審査委員及び主催者	72

-
- 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、商品構成については店舗の希望により掲載していない項目があります。

カネギフルーツ

新潟県三条市

<http://kanegi-fruits.com/>



店舗概要

創業年 1903年(明治36年)
売場面積 31.1㎡(9.4坪)
従業員 12人
営業時間 9:30~19:00
定休日 水曜日

商品構成

・果物、フルーツサンド 60.0%
・野菜 40.0%

経営方針

- ・「果物を通じて皆さまの笑顔がもっともっと増えますように」
 - ・「果物を通じて皆さまの人生がもっともっと楽しくなりますように」
- をモットーに利益よりもお客様の笑顔を優先しております。

旬の果物のおいしさを身近なフルーツサンドで提供

〔創業者の開拓精神を代々引き継ぎフルーツサンドに到達〕

1903年(明治36年)、初代「ギタロー」が創業、外国からバナナを輸入し熟成、バナナ問屋を始めた。未熟バナナの熟成処理を地下ガス室施設で行っていたが、地下水の湧き水等で水に浸ったことから、2代目は卸売市場仕入の八百屋に業態を変更。4代目である現在の代表者の父親は店舗で野菜を販売することを嫌い、店舗を高級果物店に業態変更。野菜の販売は継続して行っていたが一般消費者ではなく、学校給食等への小卸に限定。4代目はイチゴを山盛りした「いちご山盛りケーキ」を開発し、話題を集めた。2016年(平成28年)、移転した北越銀行の建物を購入し、納品業務用の作業場とした。2018年(平成30年)、4代目が亡くなり、現代表者が実質5代目を継承した。5代目は野球選手を目指し新潟県立新潟工業高校に入学し、野球部で活躍。卒業後はヒーターメーカーに就職したが、家業を継ぐことを決意して5年で退社。22歳から3年間京橋千疋屋で修行。高級フルーツの扱いと接客を習得。新潟に戻り中央卸売市場・仲卸に約3年勤務。卸業務と小売業務を経験した。この期間に市場に出荷している農家をまわったことが人脈づくりとなった。修行の後

店に入り、2018年先代が亡くなり実質的に5代目となった。同店が取り扱っている果物は比較的単価が高い。贈答品としての価値は高いが、お客様が自分用に購入するには手を伸ばしづらい価格帯。本当においしい果物をお客様に食べていただきたいとの思いからフルーツサンドの製造販売を開始した。

〔高価な果物を多くの方に食べてもらうフルーツサンド〕

前述のとおり、老若男女を問わずより多くのお客様に本当においしい果物を食べていただきたいとの思いがフルーツサンドの原点。楽しむエンジョイの「ジョイ」とフルーツの「フル」をくっつけて「ジョイフル(JOYFRU)サンド」と名付けた。

サンドイッチ店ではどこでも販売しているフルーツサンドであるが、フルーツショップにしかできないフルーツサンドを工夫。パンにもこだわり、近隣の5店舗に試作を依頼して、最終的に果物の味を引き立てる1社と契約。生クリームは先代がショートケーキで採用したものを使用。

「定番サンド」「こだわりの逸品」「大福サンド」「お花サンド」「贅沢シリーズ」「季節の果物」に分類されている。季節の果物を使い一日30~40種類を製造販売。ネーミングにもこだわりを持ち、切り口の見せ方を工夫し、お客様が笑顔になる愛称を付ける。大きなあまおうは「くちびる」、黄色いマンゴーは「くちばし」。お花サンドは切り口が花になるように果物を配置する。大福サンドは和菓子のイチゴ大福をイメージして餡子と求肥を入れている。

三角ではなく四角でカットすることも差別化のひとつである。市販されているフルーツサンドの多くは対角線でカットする三角形である。ベーカリー系のフルーツサンドとの差別化を意識し、パンの耳を残して食べやすさを求め、四角のカットとした。この断面をきれいに見せるのが店内に設置されている冷蔵オープンケースである。

〔金土日と祝日に販売するロールケーキも人気商品〕

季節の果物をスポンジケーキで巻いたロールケーキも人気商品の1つである。製造は地元の和菓子店に委託しており、金土日と祝日に限定して販売する。特に話題となっているのが恵方ロール。節分の時期に合わせた3日間限定の特別なJOYFRU。「JOYFRU 笑宝(えほう)ロール」として販売されている。



果物をスポンジで巻く笑宝ロール



「くちばし型」のマンゴーサンドと四角カットで断面を強調するフルーツサンド



[KARNEGIE HALL と名付けた先代が購入した銀行建物内に工場設置]

先代が購入した銀行の建物は[KARNEGIE HALL]と名付けられ、野菜の出荷場として利用されてはいたが、有効活用とは言えず同店のお荷物となっていた。(ATMは現在でも稼働しており、ATMを利用するお客様が銀行と間違えることもしばしば。)そこで5代目社長が、フルーツサンドを製造する為には加工場が必要であると考え、[KARNEGIE HALL]のほぼ中央に「キッチン」と呼ばれている加工場(製造工場)を設置、菓子製造工場の認可を得て生産を開始した。生産数量に応じて拡大しており、現在の加工場は当初の約1.5倍になっている。

左から：銀行跡がカーネギーホール / カーネギーホール内の冷蔵庫 / キッチン内部



[全国の農家、八百屋、仲間や地元農家から仕入れた果物でフルーツサンド]

仕入の8割程度は三条中央青果と新潟中央青果西部支社。しかし、市場仕入だけでは他店と扱う商品は同じであり差別化できないため、独自の仕入ルートを開拓。地場の果物である梨・桃・ぶどう・イチゴは近隣農家からの直接仕入。ミカンや国産マンゴー等はフルーツサンドを経由して知り合った全国の果樹農家から。輸入果実は輸入商社から直接購入。ルレクチェで有名な新潟であるが、イチゴや和梨等の果樹農家が多い地域でもある。地元農家が生産する果物をフルーツサンドに加工することによって、農家の収入増に貢献。フルーツサンドに加工する果物は、InstagramとFacebookで農園と生産者の紹介も行っており、フルーツサンドを通じて地元農家の知名度を高めている。

左から：インスタの地元紹介投稿 / 売場中央で地元果物販売 / 地元ぶどう農家の紹介



[店頭販売に導く SNS の活用とお客様を楽しませるフルーツサンド売場づくり]

SNSとしてInstagramとFacebookを活用。若いお客様中心のInstagramでは、フォロワーがFacebookの10倍に達している。それでもFacebookを残しているのには理由がある。Facebookは昔から当店を利用している地元のお客様が比較的多く利用しているからだ。

Instagram の閲覧数を増やし、Instagram 内での評価を上げることに役立つのが「いいね」の数。週1キャンペーンとして「いいね」をしてくれたフォロワーに抽選で季節の果物をプレゼント。当選発表も Instagram の投稿で行い、お店に取りに来てもらう。毎月1回の月1キャンペーンではプレゼントする果物等を高価にする。フォロワー数が1000単位で増える毎に「〇〇〇〇人突破感謝祭」を開催。1週間の間に来店し購入いただいた金額1000円単位で1枚の抽選券&割引券を進呈。20名程度に総額4万円以上の商品をプレゼント。当店ではフォロワーを「ジョイフレンド」と呼んでいる。

その日入荷する果物によってフルーツサンドの種類も価格も変わる。毎日、本日のメニューを店内と店外に表示する。テーマ毎に1枚ずつ作成。文字をびっしり並べ種類が豊富であることを示す。売り切れ次第終了となるため、時間帯によっては購入できない種類もある。メニューはSNSで前日に発表され、Instagram、Facebook、電話にて事前の予約も可能だ。

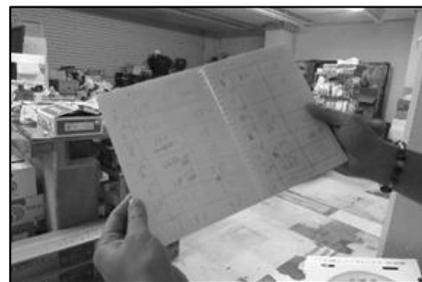


壁面に設置された、種類豊富なフルーツサンドメニュー

【キッチン担当者との共有ノートとLINEグループで16時売切り】

加工場と店舗との間には別の会社があるため、スタッフ間のコミュニケーションをリアルタイムで行うことが難しい。そこで導入したのが手書きの「共有ノート」。共有ノートには生産数量とその日の天候等が記載されている。このデータとレジの販売データを組み合わせる事によって、毎日の販売予測がある程度可能となる。夕方16時頃には売り切ることができると推定できる量を製造することによって、売れ残りを最小限に抑えている。キッチン担当者と5代目が全員参加するLINEグループも作成し、ノートの内容を登録し、担当者のスマホで何時でも確認ができる状態にしている。

また、店舗接客、SNS全般の管理を行っている5代目社長から、お客様からのご意見ご要望、「美味しかった」等の反応も逐一共有され、スタッフのやる気を向上させている。



上：手書きの共有ノート。



左：5代目社長とお母様。
中：売り切れ間近の店内は完売すると、商品ケースに「完売」の文字の札が置かれる。

お菓子のニシヤマ

北海道河西郡更別村

<https://www.okashino-nishiyama.com/>

店舗概要

創業年 1975年(昭和50年)
売場面積 26.0㎡(7.9坪)
従業員 3.5人
営業時間 9:00~19:00
9:00~18:00(日祝のみ)
定休日 月・火曜

商品構成

・生菓子 60.0%
・焼菓子 40.0%

経営方針

- ・村内の人に愛される店になる。
- ・顧客目線に立った経営を行う。とりわけ「地域住民目線」を重視する。
- ・素材の新鮮さを楽しんでもらうため、製造した生菓子は当日中に売り切る。

村民の生活リズムに合わせた商品づくりと効率的生産システム

[お菓子屋さんを村から無くさないために伯父の店舗を引き継ぐ]

1975年(昭和50年)、現在の経営者の叔父である西山氏が現駐車場の場所で創業。初代は帯広の柳月で菓子職人として勤務しており、そのノウハウを活かして40歳の時に独立した。村唯一の和・洋菓子の店として繁盛していた。創業から30年を経た2005年(平成17年)、70歳を迎え突然引退を表明。娘二人は嫁いでいたため、当時札幌の洋菓子店に勤務していた現経営者に後継を託した。

伯父から後継者の打診を受けた現経営者は更別村の生まれであり、1997年(平成9年)に函館短期大学付属調理師専門学校を卒業。母親は「お菓子のニシヤマ」を手伝っていた。更別村から菓子店が無くなる寂しさも有り、2005年(平成17年)伯父から店舗と暖簾を居抜きで買い取った。

地域に愛されてきた洋菓子店であることから、店舗名称も変えることなく全て居抜きで買取り、残されたレシピを頼りに先代の味を継承した。2012年(平成24年)、老朽化に合わせ生産性と店舗イメージアップの為に現在の店舗を新築した。

【注文を受けてからクリームを詰めるこだわりのシュークリーム】

今でこそ人気商品になっているが、2005年の発売時120円は普通のシュークリームが60円であり、高くても売ることができなかつた。それでも作り続けることによって認知され、現在180円でも人気の商品となっている。

平日100個、土日は150～200個を製造販売。売り切れ後にシュークリームを求めて来店するお客様には次回から予約していただくことを願います。1つから予約可能。

クッキーシュークリームのサクサク感を味わってもらうため、注文を受けてからクリームを詰めることが売りものとなっている。発売当初はクリームを詰めて販売を行っていた。売れ残るとシュー皮とクリームの両方が廃棄されることになり、ロス金額が大きかった。クリームを注文後に詰めることによって、売れ残っても廃棄するのはシュー皮だけですむ。原料となるバターやクリームは十勝にある工場のメーカー製を使用。

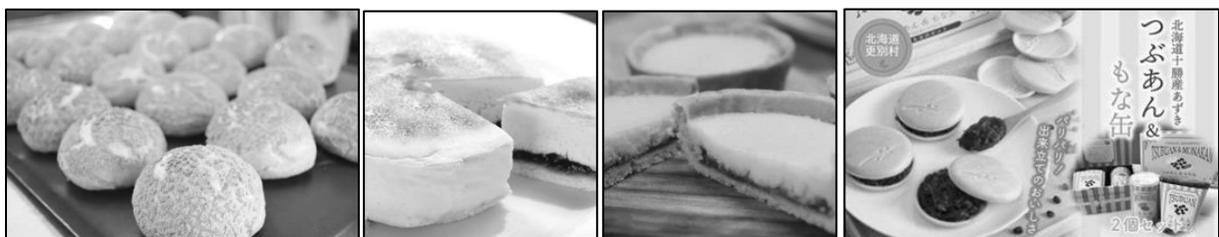


左から：注文を受けてからクリームを詰める、皮だけのシュークリーム / 正面の冷蔵ショーケース / 大きな窓が店内を明るくする

【地元更別村の産品を商品化】

村おこしとして「すもも」のオーナー制度がスタートしたのは今から30年前。村外の人も含めた200名の木1,000本が大きく育ち、期限満了となって現在は村が「すもも」の山を管理している。毎年八月半ばごろに、更別村や第3セクターのさらべつ産業振興公社、更別農業高校が収穫。当店はそれを利用して「すもも」をジャムに加工し、「すももチーズケーキ」と「すももチーズタルト」の二種類を製造。チーズは地元のさらべつチーズ工房で作られたゴダチーズ「酪佳(らくか)」を使用。村のホームページでもお土産品として紹介されている。

新型コロナによって北海道への観光客が減少し、十勝名産の小豆がだぶついてしまった。小豆を大量に使用する村内のパン製造業と連携して「北海道十勝更別村産つぶあん&もな缶」を開発。当店が販売元となり販売している。



左から：人気のシュークリーム / すももチーズケーキとすももチーズタルト / つぶあん&もな缶

[お店そのものがランドマーク]

2005年に先代から居抜きで店舗を購入して以来、売上が順調に伸び購入した店舗では手狭になってきた。2012年、隣接する土地を購入して店舗を新築。その時に重視したのが夫人のアイデア。赤と白を基調にして、ひときわ目立つ店舗とした。通りを隔てた村役場からも直ぐ目に付く店舗となっている。店の建物が商店街のランドマークにもなっている。

店に入って直ぐ左側、シュークリームショーケースの後ろには裏側がオレンジ色のオープンが目に入ってくる。4段のオープンがそれぞれタイマーで制御されており、焼いている時間帯は5分毎程度に焼き上がりを知らせるチャイムが鳴る。お客様の購買意欲を高める効果が生まれている。

店内と加工場を隔てる壁は一部ガラス張りにしている。シュークリームの後にはオープンが見える。正面冷蔵ショーケースの後には作業場が見える横長のガラス窓が設置されている。手づくりであることの安心感を提供している。

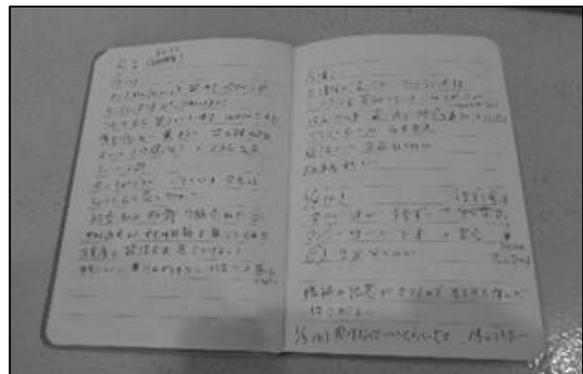


左から：村役場からまっすぐの位置に見える店舗 / 魅せるオープン / 商品作りが見える店内窓

[村民の生活リズムに合わせた生産計画で当日完売]

日本一の大規模農村であることが示すように、当店の顧客は農家を中心。更別村の農繁期である5月から10月は比較的落ち着いた商いができる。農閑期となる11月から4月までが販売のかき入れ時となる。一度に10個以上購入するお客様も多いため、農閑期には品揃えを増やし、製造数量も多くする。

毎日の生産数量を決めるときに重要な役割を担うのは夫人が毎日付けている手書きのノート。販売数量やその日の出来事、気が付いたこと、課題等が記述されている。アイテム毎の明日の生産数量は一年前の記述を参考にして夫人がアドバイスをを行う。夕方4時には売り切れる数量を製造することを、昨年の実績から決めるが、予約された数量を追加して一日の製造数量が決める。予約をしないで夕方品切れしてから来店するお客様には、お詫びをして次回からの予約をお願いする。



左：毎日付けられている夫人の手書きノート。
毎日の生産を左右する重要なノート。

[少人数での製造を実現する各種製造機械]

夫婦二人で店を運営しているが、製造は代表者だけで行い、必要に応じてパート従業員に製造を手伝ってもらっている。職人ではないパートに製造任せる為に、また代表者がマルチで作業ができるようにと各種自動機械を導入。

- ・おいしく焼き上がるバツェンの四段電気オーブン（2005年から使用）。
- ・ムース等の冷凍生菓子を作るだけでなく、焼き菓子の冷却にも使う急速冷凍機。
- ・冷凍庫の入口を冷蔵庫内に設置している、それぞれ2坪の冷蔵庫と冷凍庫。
- ・ボールや攪拌機等、製造で使用する道具を一度に洗浄できる大型洗浄機。
- ・手間と労力が必要なカスタードクリームを自動的に作るカスタードクッカー。
- ・クッキー生地を伸ばしカットするマシン。
- ・墓石で作ったタルト生地伸ばし台や手づくりの調理器具磁石台等、加工場には代表者のアイデアが盛り込まれた便利な機械や道具類が配置されている。



左から：墓石の伸ばし台 / 四段オーブン / カスタードクッカー / 磁石で張り付くホルダー

[買いやすい価格設定と原価計算に基づく健全経営]

近年生和洋菓子の金額は上昇傾向にある。当店では子供がお小遣いでも買える金額に設定することを心がけている。新製品の販売単価は原価積み上げ方式ではない。スタッフや知人に試食をしてもらい、いくらなら購入するかを確認する。試食結果を参考にして、お客様が納得できる販売単価を設定する。販売単価を決めた後に原価計算を行い、利益を確保できるように原価の構成を検討する。材料の構成だけでなく、加工の手間がかからないように製造方法を見直すこともある。手作業が中心となる製造小売であるが、多少高価であっても便利な自動機を導入することによって、生産性を大きく向上させている。数量限定で販売する特別な生シュークリームでも200円で販売することができる。比較的安価な単価で販売しているにも関わらず、高収益を上げる事業に育っている。



材料・製造過程を工夫して生産性を向上させ、子供でも買いやすい金額の美味しい洋菓子をつくっている。右の設備は洗う時間に人手をとらない大型洗浄機。

魚富商店

滋賀県大津市

<https://www.biwa-uotomi.com/>



店舗概要

創業年 1930年(昭和5年)
 売場面積 30.7㎡(9.3坪)
 従業員 2人
 営業時間 9:00~17:00
 定休日 木曜日

商品構成

・ゴリ	30.5%
・鮎	28.3%
・エビ豆	16.7%
・その他	24.5%

経営方針

- ・季節ごとに、一番おいしい旬の魚だけを扱います。
- ・魚は水揚げしてから一時間以内に炊き始め、新鮮な魚ならではの旨みや香りをすばやく閉じ込めます。
- ・こだわりの醤油と砂糖で炊き上げる「醤油炊き」は、独特のやわらかさと香ばしさが自慢です。
- ・保存料は一切使用せず、昔ながらの自然な製法で手づくりの風味を大切にしています。

先人が残してくれた立地と味を時間かけて現代風にアレンジ

〔近江八景の1つ「浮御堂」の門前で手づくりの味を継承〕

1930年(昭和5年)、祖父トミキチが創業し、琵琶湖の魚「湖魚」の販売を開始。昭和20年頃、現在の駐車場に店舗を構えた。1953年(昭和28年)、二代目が現在の店舗に移転し、佃煮作りを始めた。二代目の長女が三代目を継ぎ、先代の味を継承した。2013年(平成25年)、三代目の甥が四代目を継ぎ、伝統の味を継承するとともに、立地を更に活かす店舗に改装し令和3年7月にオープンさせた。

四代目は大阪で板前を行っていた二代目長男の子供として兵庫県で育った。工業高校卒業後機械メーカーに就職。三代目に後継者がいなかったため、7年勤めた会社を退職して1998年(平成10年)、魚富商店に転職。三代目の技術を学ぶと共に現代社会に合っていないことを認識。

14年の修行後、2013年(平成25年)に四代目として事業継承。味付け等を少しずつ現代風に変化させた。地元商工会のセミナーに参加し、店舗改装の必要性を認識。コロナ禍を利用して令和3年6月に入りやすさを重視する店舗に改装。

[湖魚の獲れる季節に合わせて佃煮を製造販売]

堅田漁港で水揚げされ、代表者自ら競り落とした湖魚を一時間以内に炊き上げる。水揚げされる魚種は季節に応じてほぼ決まっており、獲れる季節に応じて、佃煮を製造販売。売切りの商いを実践。8年前に近郊の成安造形大学の学生だったイラストレーターに湖魚のイラストを依頼し、当店のメニューとしている。

魚富の佃煮

創業昭和五年

琵琶湖がもたらす旬の味の最優先した昔ながらの製法でこだわりを守り続けています。

滋賀県大津市本堅田1丁目16-14
午前9時～午後5時 木曜定休日
電話/FAX (077)572-1029
フリーダイヤル 0120-105-292
魚富商店
http://biwa-uotomi.com/

[魚種別に加工程序を動画配信]

佃煮を炊いている動画を魚種別に代表者が自ら撮影してYouTubeに掲載。その動画をホームページの商品紹介に掲載。動画はSNSにも投稿されており、当店の商品コンセプトをお客様に的確に伝えている。

琵琶湖の魚をお楽しみいただけるように、毎日愛情を込めて炊きたての魚をみなさまの元にお届けしております。

冬のモロコは脂がのって美味しいです！琵琶湖を代表する魚のひとつでもあるモロコをご賞味ください。

[観光客の目を引き入りやすい店舗への改装]

コロナ禍で観光客が減少している時期を選んで、令和3年6~7月に店舗を改装。店舗改装に際して、経営を見直して経営計画を作成。「小規模事業者持続化補助金」を使用した。入りやすい店舗にすることによる衝動買い増加をめざして、改装のポイントを4つ設定。

- ・閉鎖的な入口から開放できる入口へ改装し、足を踏み入れやすくする。
- ・LED照明とスポット照明により店内を明るくする。
- ・佃煮おにぎり店頭販売用の台を設置する。
- ・ディスプレイ棚を設置し、外からも商品が見えるようにする。

商工会青年部の活動で知り合ったグラフィックデザイナー鈴木信輔氏に目立つ暖簾のデザインを依頼。大阪の染工房仙波に製作を外注。季節の湖魚をイメージして作られた通常のデザインに加え、湖魚ピワコオオナマズのイベント用暖簾も完成している。



左から：浮御堂からの視点 / 入りやすい開放的入口 / 湖魚ピワコオオナマズを描いた暖簾

[和のイメージを大切にする木製陳列台]

商品が店外からも分かるように商品パネルを取り付けた冷蔵オープンケースを導入し、その日に生産した商品を陳列する。観光客のお土産需要に対応する為に、急速冷凍・真空パックを導入し、常温売場も設置。内装は漆喰風、陳列棚は木製で統一し、デザインは新しいものの、伝統的和のイメージを大切にしている店舗を実現。

加工場は2方向をガラス張りとした。仕入れた湖魚は全てこの加工場で佃煮に加工される。作業の様子は買物客だけではなく外を歩いている観光客も眺めることができる。写真や動画で撮影する方も多く、集客に貢献している。



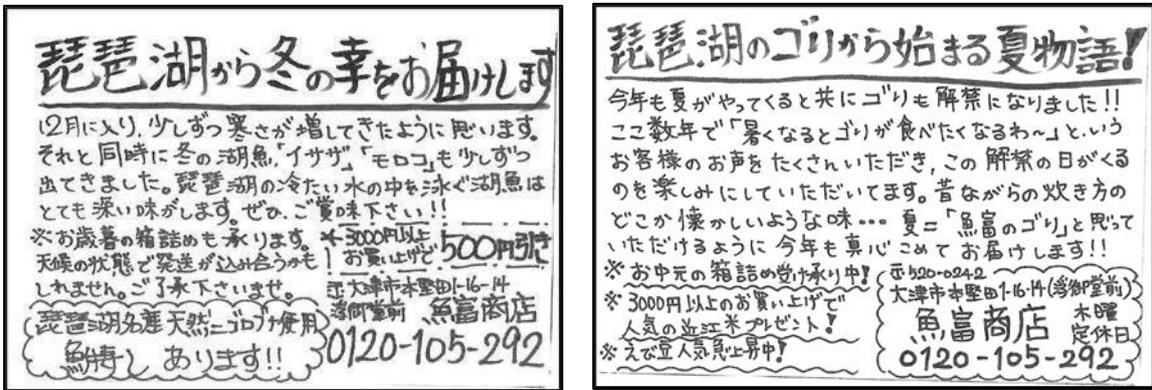
左から：正面のオープン冷蔵ケース / 真空パックの常温売場 / 外からも見える加工場

【季節のご挨拶は手書きのダイレクトメール】

商品の最新情報や定休日等の最新情報はホームページの「お知らせ」ページにその都度、写真入りでアップしている。フェイスブックとインスタでは更に細かく「今日の」情報がアップされている。インスタのフォロワーは500人を超えている。

SNS以上に重要視しているのがダイレクトメールである。代表者が店に入ってから発送のお客様は全て大学ノートに書き込んでいた。購入日・住所・名前・電話番号・購入商品を15年前にフィルメーカーを使ってデータベース化した。現在もメンテナンスしており登録者数は2,100名を超えている。

1年に3回購入履歴を検索キーにしてダイレクトメールを発送する。春は「鮎」、夏は「ゴリ」そして冬は年末の「贈答セット」を紹介する。手書きでご挨拶と商品説明を作成して葉書で郵送。毎回200通程度送るが50通反応がある効率的な販促となっている。



手書きダイレクトメール：冬の湖魚「イサザ」「モロコ」のご案内と一番人気夏の「ゴリ」

【地域経済の活性化で自店のファンを拡大】

堅田地域は琵琶湖・湖族の故郷として、町並みを残し、観光客を勧誘している。その中心が本店のある「浮御堂」周辺である。観光地といっても商店が軒を並べる賑やかな地域ではない。「浮御堂」も静かに景色を楽しむ場所であり、賑やかさを求める観光客が集まる場所ではない。本店の他にも店舗はあるが、それぞれが単独で集客できるだけの商品構成ではない。地元住民からも観光客からも認知され、地域の経済が活性化することをめざして開催されているのが「堅田湖族にぎわい市」。代表者は実行委員長としてにぎわい市を1年に2回開催している。若い力のまとめ役となり、地域全体の活性化を実現しようとしている。滋賀県が取り組む「琵琶湖八珍マイスター」に登録して湖魚の普及発展に貢献。



左から：近江八景「浮御堂」 / 店舗の一角で販売しているシーグラス / にぎわい市 / 昔ながらの堅田地域の町並み

株式会社いまの <IMANO FRUITS FACTORY>

東京都中央区

<http://imanofruits.pepper.jp/>



経営方針

- 食を通して世界を幸せにする

店舗概要

創業年 1946年(昭和21年)
 売場面積 50.0㎡(15.1坪)
 従業員 24人
 営業時間 8:00~20:00
 定休日 日曜・祝日

商品構成

• 催事売上	38.9%
• 店売上	31.8%
• 飲食	23.6%
• 委託販売	5.7%

有名百貨店の催事に引っ張りだこの元祖「フルーツサンド」

〔昭和37年サンドイッチの品揃えとしてフルーツサンド製造開始〕

1947年(昭和22年)頃に創業者がリヤカーを引いて果物販売を始めた。1950年に現在の場所に土地を購入して果物店を開店。1962年(昭和37年)には現在のビルを建設し、果物売場は1階で、2階と3階ではフルーツパーラーを営業した。果物売場ではサンドイッチも販売していた。フルーツサンドもその品揃えの1つとなっていた。1965年にはアイスクリーム工場を造り、アイスクリームの販売を開始。二代目は2004年に果物売場を大幅に改修し、「IMANO FRUITS FACTORY」が誕生。スイーツとジュースの本格的な販売がスタート。

店内にあるほとんどすべてのフルーツを、ジュースやスムージーとして販売。オーダーを受けてから作るとびきりフレッシュなジュースとスムージーが人気商品である。大きな果実がそのままのっているタルトや、フルーツがぎっしりつまったロールケーキなどの「イマノフルーツファクトリー」のスイーツは常時6種類ほど。その時期ならではの旬にこだわり、系列店のフレンチシェフが製造する逸品である。

旬のスイーツ



[有名百貨店の催事でフルーツサンドの売上拡大]

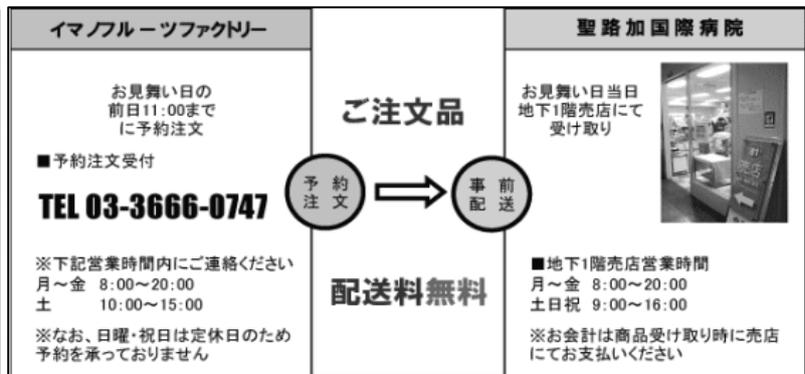
当店のフルーツサンドは果物店ならではのグレードの高い果物を材料に、果物の味を損なわないように使用するクリームของ甘さを抑えている。サンドのカット断面の見栄えを重視し、果物をパンの中央に置いて、熟練の技術でカットを行う。2017年(平成29年)に日本橋三越の催事場でフルーツサンドの販売権利を取得。催事での販売成果が認められ、全国の有名百貨店等から催事での販売要請がくるようになった。現在ではフルーツサンドが当店の主力商品となっている。



元祖フルーツサンド



渋谷ヒカリエでの催事出店



聖路加病院のお見舞に特化したお届けサービス

[贈答用に特化して高級果物販売]

果物も本店での主要商品である。茅場町という立地はビジネス街であり、近隣の証券会社からの贈答用ニーズに込えている。

また、お届けサービスを聖路加病院のお見舞に限定して行っていることも当店の特徴の1つである。事前にご注文いただいた商品を、当日聖路加国際病院地下1階売店で受け取ることができる。配送料は無料、商品代金は受取時に売店で支払う仕組みである。

[ダイレクトメールとマスコミ戦略に加えて SNS 販促開始]

当店では贈答用で地方等に発送するお客様が多く、その中から約200人のダイレクトメールリストを作成している。四季や暦に合わせて、1年に4回から5回ダイレクトメールを送っている。旬の果物等の贈答品情報を提供する。百貨店等での催事効果等によって、マスコミで取り上げられることが増えている。

BRUTSの2017年12月15日号では「日本一の手みやげはこれだ！」で紹介され、おとなの週末2021年7月号ではフルーツサンドが紹介された。出版社からの取材も多く食べログの東京フルーツサンド12選に選ばれている。若いお客様に向けたSNS発信も実施。



昭和25年当時の個人経営の店舗

海商株式会社 活魚黒門

大阪府大阪市中央区

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



店舗概要

創業年 2008年(平成20年)
 売場面積 11.6㎡(3.5坪)
 従業員 25人
 営業時間 10:00~20:00
 定休日 百貨店定休日

商品構成

・ギフト用調理済魚介類	54.5%
・加工魚介類卸	29.1%
・自社鮮魚店鮮魚販売	16.4%

経営方針

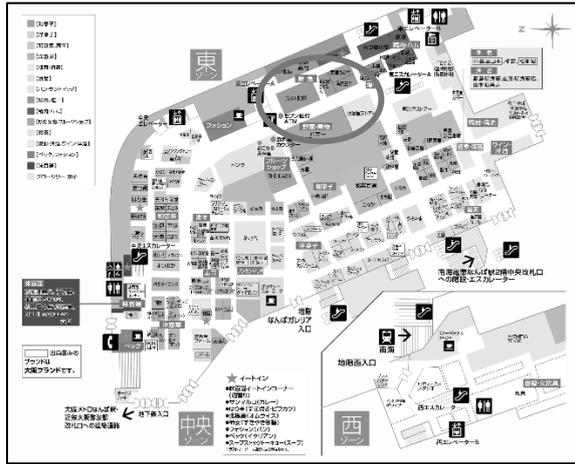
「食を通じて社会貢献を目指す」との企業理念のもと、主要顧客である「団塊の世代」に合わせた商品開発。「高級鮮魚店の味をご家庭に」のコンセプトで「活魚黒門」商品、「簡単・便利・食べきりサイズ」として「活黒」商品、「硬くて食べることを諦めない」のコンセプトでは「海商のやわらかシリーズ」を開発。

添加物を一切使わない魚介製品の常温長期保存技術で食品ロスの削減と食による地域社会への貢献を目指す。

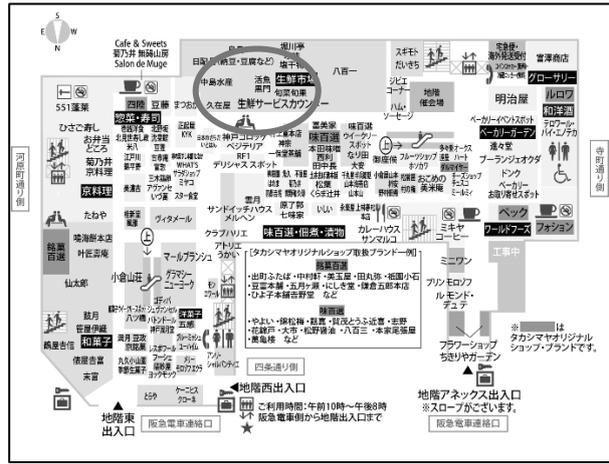
鮮魚だけでなく、超高齢社会に向けた商品開発で売場を効率利用

【こだわりの「団塊の世代」に向けた高級鮮魚店のテナント出店】

有名百貨店での販売を中心とするギフト用調理済魚介類の販売が売上の半数を占めているが、こだわりの「団塊の世代」に鮮魚を直接販売する売場を高島屋の京都店と大阪店に出店している。百貨店内ではカテゴリーキラーと呼ばれる大手と競合しても勝ち目はないため「近所の魚屋さん」として、対面販売によるオーダーメイド対応を行い「活魚黒門」があって良かったと言われる売場を作っている。大阪府中央卸売市場から、近海・国産活魚天然魚にこだわって、毎日新鮮な魚介類を仕入。仕入れ先と連携して日々のお薦め商品・旬の魚を取りそろえる。夏は鱧、冬はふぐといった高級魚介類が人気商品。造りや切り身、焼き魚、大阪店では寿司職人が握った新鮮なお寿司も販売し、テイクアウト需要にも応えている。しかし、品揃えに独自性が必要であること実感し開発したのが「活黒のまるごと煮魚」である。2005年(平成17年)に販売提案を行い、高い評価を受けた。2016年(平成28年)常温販売できる後継商品となる「海商のやわらかシリーズ」を売場に投入。



大阪高島屋の「海魚黒門」



京都高島屋の「活魚黒門」

【まるごとシリーズを更に進化させた「海商のやわらかシリーズ」】

常連客との会話の中で「歯が弱くなったら、造りや鮑が食べられない」との声を聞いた。主要顧客である「団塊の世代」に食べることを諦めて欲しくないとの思いから開発に至ったのが「海商のやわらかシリーズ」。既に商品化されていた骨まで食べることができる「まるごとシリーズ」を更に進化させた商品であり、2015年2月に大阪府から経営革新計画の承認を得て事業化。『普通に美味しい介護食「海商のやわらかシリーズ」』を開発した。保存のための添加物は一切使用せず、常温で180日間保存可能な商品とした。京都高島屋店では冷蔵ケースとは別に常温の専用棚を設置して併売を行っている。日常の食事から介護食にまで幅広く利用できる、食べやすさに配慮した食品として、日本介護食協議会の規格に適合したユニバーサルデザインフードとしても認証されている。更に、180日の常温保存が可能であることから、「海商のやわらかシリーズ さばの塩焼き」は2019年(令和元年)に日本災害食の認証を得た。

【全社で取り組む HACCP と SDGs】

当社では事業の安定した継続発展を目指して、安全衛生とリスク管理に全社で取り組んでいる。HACCP委員会ではHACCPに基づいた衛生管理を行い製品の安全性を確保。品質保証委員会では品質安全の維持とお客様サポート機能の拡充、更に専門人材の育成を目指している。リスク管理委員会では全社的リスク管理の推進と必要情報の共有化を進めている。これらをまとめて2021年5月、海商株式会社SDGs宣言を行った。



日本災害食の認証を受けた「さばの塩焼き」は180日の常温保存が可能。



「やわらかシリーズ」は添加物を使わず、安心安全と美味しさを両立させた

有限会社松本畜産

三重県多気郡多気町

<https://www.matsusaka-ushi.com/>



店舗概要

創業年 2009年(平成21年)
 売場面積 37.9㎡(11.5坪)
 従業員 4人
 営業時間 9:00~17:00
 定休日 日曜日

商品構成

・精肉 97.2%
 ・加工品 0.7%
 ・レストラン 2.0%

経営方針

- ・松本畜産は、先人から知恵と姿勢を受け継ぎ、それを確実に次代へとつなげています。
- ・「いい環境がいい牛を育てる」「いい餌がいいお肉を育てる」をモットーにし、一頭ずつ愛情をこめ自然の恵みに守られながら育つ松阪牛本来の姿がここに 있습니다。この松阪牛たちは私たちの宝物です。

仔牛の仕入・肥育・加工・販売を一貫して行う松阪牛の産直販売

[自家肥育の特産松阪牛を期日限定販売]

明治後半より家畜商を行い、1982年に現在地で松阪牛の肥育を開始。代表者は精肉店の長女として生まれ、偶然にも松阪牛肥育農家の夫と結婚。2006年から本格的に肥育に携わってきた。実家の精肉店が閉店することがきっかけとなり、6次産業化を推進し、レストランを併設する精肉店を2012年に開店。

生後約8ヶ月の仔牛を但馬の市場から仕入れ、900日をかけて一頭ずつの状態を見ながら、地元の稲わらを中心とする自社配合の餌を与えて、のんびりと肥育するという昔ながらの肥育方法を守っている。松阪牛の中でも3.5%程度しか出荷されない「特産松阪牛」を直販している。直営店での販売は毎月29日(”にく”の日)に限定。8月と12月は世の中の夏期休暇・冬期休暇に合わせて10日間程の毎日販売を実施。レストラン利用客に精肉販売も行う。三重県多気町のふるさと納税の返礼品としても提供しており、多気町ホームページからも購入することができる。自店のECサイトも開設しており、ネットでの販売は年間を通じて行っている。



併設レストランで美味しさを実感して精肉購入につながることも多い。



地元の稲わらを中心にした餌で育つ仔牛



松阪牛証明書とGIシール付の包装は産直販売ならではのもの。

[特産松阪牛を手頃でカジュアルに提供するお肉料理カフェを併設]

松本畜産で育った特産松阪牛の美味しさを最大限に生かしたお肉料理を提供したい。肩肘張らずにゆっくり食事していただきたいとの思いから、カフェスタイルのレストランを併設している。木・金・土曜日のAM9:00~PM14:00、ランチタイムだけの営業。食事は予約制だがランチを3300円で提供している。毎週土曜日には店内で惣菜の販売を実施。お米は地元で育ったコシヒカリ・ぎんひめ、野菜はあきふゆ農園さんの無農薬有機野菜を中心に、地元産の野菜を使う等、素材にも地元産にこだわる。調味料の醤油と酒も地元醸造会社のものを使用しています。

[オリジナルビーフオイルを開発・販売して廃棄物を減少]

精肉成型時に切り落とす牛脂のほとんどが廃棄処理されていた。当社が肥育する特産松阪牛の牛脂は融点が低く旨み強い場所である。その特徴を活かして当社が開発したのが「ビーフオイル」。しかし、当初は使い方が分からないため売れなかった。そこで、レシピ集を作って配布。自社ホームページでもダウンロードできることから販売に繋がっている

[クラウドファンディングとSNSでのこだわり発信]

新型コロナで毎年行われてきた「松阪牛共進会」は中止。飲食店等への売上も減少。そこで、クラウドファンディングに挑戦。目標金額100万円に対して、325万円の支援を得ることができた。初めての方が多く、新たなファンづくりに成功。

中…オリジナルの惣菜
併設レストランのランチメニュー



ビーフオイルとレシピパンフ

株式会社盛栄堂 <いとを菓子 盛栄堂>

千葉県南房総市

<https://boso-seieido.com/>



店舗概要

創業年 1914年(大正3年)
 売場面積 83.3㎡(25.2坪)
 従業員 11人
 営業時間 9:00~18:00
 定休日 月曜日

商品構成

・和生菓子 79.0%
 ・おこわ、赤飯 21.0%

経営方針

- ・想いは手に伝わり、お菓자에伝わる。そしてお客様に伝わっていく。
- ・「いとお菓子」なお店作り

お客様の心を掴んだ「いとお菓子」な商品づくり

[2018年の移転で売上倍増]

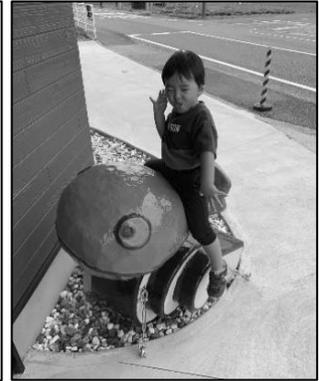
1914年(大正3年)創業。南房総で100年以上の歴史を持つ和菓子店。二代目までは仕入商品を販売する小売店であったが、三代目から製造を始めスーパーや葬儀会社への卸売に力をいれて売上を伸ばした。大型スーパーの台頭によって納品先が減り、1995年(平成7年)店舗改装によって自店での販売を強化。2007年(平成19年)製菓学校で本格的に菓子製造を学んだ四代目が家業を継いだ。四代目は2015年(平成27年)千葉県南では初めての和菓子製造技能士一級を取得、若い感性で季節の和菓子にも独自のネーミングで売上を伸ばしていった。2018年(平成30年)現在の土地に新築移転を行い、広い駐車場を確保するとともに、看板商品「さぎえ最中」と「くじらまんじゅう」のオブジェを店舗入口近くに設置した。売場ではお客様に商品を「手に取って選んでもらう」セルフ方式を採用し、お客様に選ぶ楽しみを提供した。観光客も取り込めるようになり、売上は旧店舗から倍増した。従業員のためにもお昼にゆっくり休むことができる休憩室を別棟で建造。



一番人気のさざえ最中



酪農家を支援する意味を込めて開発したクッキー



くじらまんじゅうオブジェ

[季節の和菓子と南房総をテーマにしたここにしかないお菓子づくり]

千葉県南房総といえば「海」。「海をテーマにした商品」づくりでお客さまを掴んでいる。看板商品となっている「さざえ最中」は最中をさざえの形に成型している。全国に3ヶ所しかない調査捕鯨の町であることから「くじらまんじゅう」「くじらあげまん」を開発。太平洋に面した海岸線には海ガメが産卵にくるので「海がめダックワーズ」が生まれている。それぞれの包装にもひと工夫をこらしており、全ての世代のお客さまから「かわいい」との評価を得ている。

南房総は八代將軍徳川吉宗の時代に酪農が初めて行われた場所でもある。コロナ禍で苦労している酪農家を支援する意味も込めて開発したのが「房総酪農ミルククッキー」。これらの「おいしいお菓子」を「かわいいパッケージ」で「正しい値段」で「ここにしかないお菓子」を提案し、南房総おける高級和菓子店の地位を確立。

[「経営計画書」を作って5年毎に経営を見直し]

四代目はお菓子づくりだけではなく経営面でも独自の取組を行っている。法人であっても零細企業であるために陥りがちなワンマン経営を避けるため、自主的に「経営計画」を5年毎に作成している。南房総の人口や観光客の推移、社会情勢の変化等の情報を収集・分析。5年間の決算書と営業を第三者の視点で見直して、売上高等の目標および事業計画を策定する。

[周年祭の新商品発表と割引セールに一日で1,000人が来客]

新築移転から行っているのが「周年祭」。毎年11月中旬の一日に限って「新商品発表」と「割引セール」を実施する。お客さまの関心は大きく、毎年400組1,000人以上が来店し長蛇の列となる。これらの販促情報等はSNSで楽しく配信している。



周年祭のチラシ



房総のイチゴ大福



いと お菓子な月見団子

いきものクッキー専門店 kurimaro collection

三重県桑名市

<https://shop.cookie-kurimaro.com/>



店舗概要

創業年 2016年(平成28年)
※法人化:2021年12月28日
(株式会社クリマロ)
売場面積 25.9㎡(7.8坪)
従業員 7人
営業時間 9:30~17:30
定休日 日・月曜日

商品構成

・いきものクッキー 100.0%

経営方針

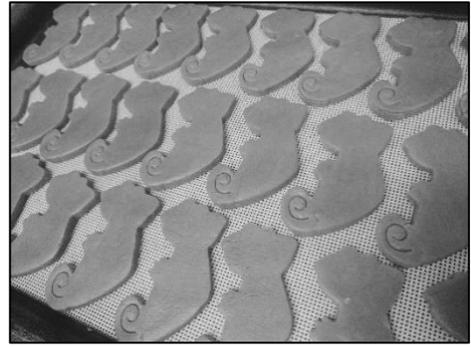
- ・個性をお菓子なカタチに
- ・地球上の生きものの可愛らしさ、面白さ、意外性、可能性を形や味に変えて伝え
- ・いきものクッキーを通じて地球のこと、生物多様性を感じる生きものクッキー王国を創造します。

約 450 種類以上のポップで可愛いクッキー迎える

「いきものクッキー王国」

[可愛いだけでなく生きものの個性に合わせたクッキーづくり]

子供の頃からずっと動物が大好き。犬、猫、うさぎ、モルモット、ハムスター、インコ、うずら、メダカに金魚に熱帯魚、オタマジャクシ、トカゲ、カブトムシなどあらゆる生き物を育ててきた経営者が、2016年、子供の頃の憧れであった動物王国で働きたいという夢をクッキーの世界で叶えようとクッキーで「どうぶつ王国」を創造。クッキーを通してその生きものの特徴を出して、好きな方が気付くカラクリを組み込む。そのために飼い主・飼育員・獣医等の専門家から直接話を聞きクッキーの形と味に落とし込む。クッキー型は創業者含む(型づくり)のクッキーアートデザイナーがオリジナル製作。オスとメスでは鼻の色が違うことから、色を変えてオスメスを選ぶことができるのがセキセイインコクッキー等、生きものの特徴を所縁のある食材使って色や味を表現する。色を大切にするため、定温で約1時間焼き上げてから顔付けし、更に9時間乾燥させる。三重県産小麦を使用する等、地産地消を優先。合成着色料は避け、野菜や果物のパウダーで色づけ。卵不使用も特徴の1つ。



生き物がリアルかつ可愛く表現されるクッキーは、水族館などのイベントでも人気だ。

実物の色を再現するため、定温で1時間焼き上げる。

[イベント販売から店売りと企業コラボへの転換]

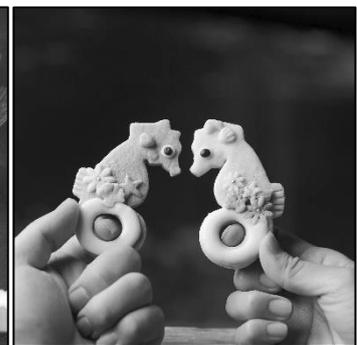
2016年桑名市寺町商店街でオープン。関東・関西各地の生き物イベントに出展して知名度を高め、売上を確保してきた。新型コロナ感染拡大によってイベントは全て中止。そこで自社ホームページでのネット販売を強化するとともに伊勢シーパラダイスや長島観光開発等の地元企業と連携した商品開発と委託販売を開始した。2021年には工房を拡大して店売りを強化した。

[季節に合わせたクッキーを限定販売]

森のどうぶつ・いぬさん・ねこさん・とりさん等、生きもの別に商品群を構成しており、常時200~300種を揃えている。更に季節に合わせて季節限定のデザインでクッキーを焼き上げる。1月であれば干支セット、2月はバレンタインのチョコレートクッキー、9月にはお月見クッキー等が登場する。

[生きものが集まる場所を店舗で表現]

明るい白を基調にして、イベント販売や納品等の作業動線を考慮した広いエントランスを持つ店舗。店内では壁面を海側と森側をイメージして装飾し、生きものが集まってくる場所を表現。型抜きして作成したコンクリートの葉っぱや魚等を壁に貼り付けて温かみを演出。店内には約200種類のクッキーが並び、お客様はカゴを持って生きものクッキーを選ぶ楽しさを体験できる。店内には本物のヘラクレスオオカブトや微生物プラナリア、フトアゴヒゲトカゲ等も展示されており来店客との会話がはずむ。壁にはブラックライトを当てると光る虫や星も仕込まれており、親が買物を楽しんでいる間、壁にどんな生きものがあるかを子ども達を楽しむことができる。大人も子供も「楽しかった」と言って下さる体験がたの店舗となっている。Line公式アカウントを利用した来店特典も提供しており、来店客の増加に繋がっている。



左から：200~300種類のクッキーが並ぶ店内 / 年末に販売した干支クッキー / 指に絡まるタツノオトシゴ

有限会社ドゥーブルシェフ

埼玉県久喜市

<https://www.double-chefs.com/>



店舗概要

創業年 2001年(平成13年)
 売場面積 75.0㎡(22.7坪)
 従業員 16.7人(飲食部門含)
 営業時間 9:00~20:00
 定休日 なし

商品構成

・生菓子 51.0%
 ・デコレーションケーキ 30.0%
 ・焼き菓子 17.0%
 ・カフェ(店内飲食) 0.5%
 ・その他 1.5%

経営方針

- ・人材の育成が中心。良い物づくりは人材づくりから始まる。
- ・人づくり、物づくり、会社づくりを通して社会へ、さらに洋菓子業界に貢献する。

ケーキは予約を受けてその場で、5分程度でデコレーションします

[その場でデコレーション！魅せる売り方]

埼玉県久喜市の洋菓子専門店、「2人のシェフ」を意味するドゥーブルシェフの店名で、本店のほか、白岡店の2店舗を展開している。

数々のコンテストで受賞経験を持つ代表の洋菓子技術を社員ひとりひとりに伝え、活かす取り組みを実践している。そのひとつの現れが、デコレーションケーキは、注文をいただいてから5分程度でお出しするというサービスだ。

デコレーションの見本となるケーキをイミテーション専用ケースに用意し、注文を受けると、5分を目安にその場ですぐに製造する。客にとってはケーキが出来上がっていくライブ感が見ることができ、作りたてを買えたという満足感につながっている。こうしたサービスができる背景には、店員の高度な洋菓子製造技術が求められる。



店内に設置されたデコレーションのイミテーション展示



Youtube 掲載「5〜10分でデコレーションケーキができるまで」

写真やイラストをプリントしたフォトプレートを作成してくれる。記念日や誕生日のためのサプライズやプレゼントとして人気である。



【高度な製造技術を身につけるシステム『学年制』】

通常、洋菓子店は、製造スタッフと販売スタッフを分けているお店が多い。その点、同社の場合は、すべてのスタッフがまずは販売から始め、製造技術まで一通り洋菓子全般の技術を身につけられるよう、独特の「学年制」というシステムを導入している。

学年制は、1年目は販売と製造補助、2年目はデコレーションの技術、3年目は仕込み・焼成というように、年度ごとに達成する具体的な目標を設定し、段階を踏むことで、洋菓子の製造販売に必要なスキルを身につけることにつなげている。

また、洋菓子製造技術のみだけではない。代表は社会人として必要な知識を学ぶ場も与えている。社会性と技術を持ったパティシエが育つこの店では、休業スタッフが独立し、店舗を構えたときに臨時に人出が必要になった場合など、スタッフを派遣しあい、互いに協力しあえる関係がつけられている。

【クオリティを保つ工夫は厨房にあるライブモニター】

また、2店舗でクオリティを保つために、厨房に大型モニターを設置し、お互いの画面にライブ配信し、店舗間でクオリティを保つことに役立てている。

生ケーキに注力する一方で、クッキーなどの焼き菓子は一定のクオリティを維持しながら、効率化を図るために成型機を導入。絵や文字を描く手作業で食品印刷機を使うなど効率化に努めている。



ライブ配信用の大画面

ココマカロン

富山県魚津市

<https://cocomacaron.thebase.in/>



店舗概要

創業年 2017年(平成29年)
売場面積 17.4㎡(5.3坪)
従業員 5.3人
営業時間 11:00~17:00
定休日 日・月曜日

商品構成

・マカロン(ネット販売) 47.4%
・マカロン(店頭販売) 40.8%
・マカロン(出張販売) 11.8%

経営理念

「あなたと大切な人の心をつなぐ」

ココマカロンは、オーダーメイドのマカロン専門店です。

素材にこだわったマカロンの上に、一つ一つ手書きでイラストを描いています。

ココマカロンのマカロンは、贈る人も贈られる人も笑顔になる魔法のスイーツです。

あなたと大切な人の心をつなぎます。

オーダーメイドのマカロン専門店

[趣味からスタートしたマカロン作り]

富山県魚津市のマカロン専門店。大手食品メーカーでフードコーディネーターとして働いていた女性店主が、移り住んだ魚津市で2017年に開店した。マカロンはもともと趣味だったとのことで、主に冠婚葬祭の贈答用の品として商品化。マカロンの表面にイラストを1枚ずつ丁寧に手で描いている。

開店当初は、インターネットを通して販売。冠婚葬祭の贈答品として少しずつ知られるようになった。開店から2年後の2019年に、インターネットでの販売に加え、店舗での店頭販売を週1度、金曜日にするようになった。現在は、インターネット販売、週2日(金・土)の店頭販売、さらに不定期の出張販売と販売機会を増やしなが、売上を伸ばしている。開店当初は1人だったが、現在はアルバイトスタッフに支えられながら、オーダーメイドのマカロン専門店として雑誌などでも取り上げられるようになり、知名度を高めている。



世界に1つのオリジナルギフト…熨斗イラストやメッセージが描かれたマカロン

左：結婚内祝い 15個セット/ 中：ハッピーバースデー9個セット/

右：動物マカロン+メッセージ入り8個セット

[マカロンを「のし」代わりにするアイデア]

商品をマカロンに絞ったのは、冠婚葬祭の贈答品としてまだまだ洋菓子需要が伸びると考えたことによる。マカロンの特性を活かし、贈り主の気持ちを伝えるために、1枚ずつ丁寧に描くイラストは「のし」をはじめ、誕生日、結婚、出産から長寿のお祝いなど実に様々なものを用意している。

店頭販売では、季節を感じさせる旬の草花や行事にちなんだイラスト。季節限定のフレーバーのマカロンやケーキのようなマカロンを用意。わざわざ足を運んでもらうための商品を並べる。新型コロナウイルスのなか、来店した方にくつろいでもらえるよう屋上にテラスを設置した。



マカロンを作っているところを見ながら購入できる。

[働くママ同士のネットワークづくり]

現在2人の幼子の育児中でもある店主は、地域でおなじようなフリーランスの母親として仕事をする女性たちと「ココママ」というネットワークを結成。子育てや仕事のことなど互いの悩みを語りあったり、定期的にマルシェを開くなど地域活動を展開している。マルシェには2,000人以上来場者があり、ママのみで構成されるお店はつい買いたくなるような工夫がこらされている。



2021年5月に開催されたマルシェの様子。ママたちの「美味しい!可愛い!」とアイデアが揃う。

合同会社華の実

福岡県大野城市

hananomi-llc.com



経営方針

- ・ワクワクする商品を世の中に

店舗概要

- 創業年 2016年(平成26年)
- 売場面積 30㎡(9.1坪)
- 従業員 5.5人
- 営業時間 10:00~18:00
- 定休日 土・日・祝日

商品構成

- ・辛子明太子各種 65.4%
- ・水産加工品、その他冷凍食品 25.2%
- ・地域特選品、他 9.4%

受注型テレアポ通販でそのときのニーズに合った商品を売る

[コロナ禍の中での販売転換]

福岡県大野城市にある食品販売会社。福岡県の特産品、辛子明太子を主力商品とし、水炊き、もつ鍋、地域特産品などを販売してきた。2016年に創業したが、新型コロナウイルスの感染が拡大したなか主力取引先が個人事業主だったために売上が減少。2020年に福岡県経営革新計画の認証を受け、テレホンアポイントメントによる個人客への販売に大きく舵を切った。

テレホンアポイントメントでは、県内のフリーペーパーや新聞への広告を掲載し、個人客への訴求を高めている。テレホンアポイントメントのコールセンターの一部が店舗となっており、通信販売で販売している商品や安価なアウトレット商品をはじめ地域特産品などを販売している。

現在は、テレホンアポイントメントでの通販が8割、店舗販売が1割。要となるテレホンアポイントメントの担当者へは、日々のトークロールプレイングを通じた研修を行うなど、顧客満足度を高めている。



[顧客ニーズに必要なのはスピード感]

テレホンアポイントメントで直接顧客とやりとりするなかで得られる情報をいち早く、メーカーに伝え、すぐに商品化をしたり、改良を加える「リアルタイム通販」に取り組んでいる。とくに、季節ごとのセット商品や1日だけの限定商品などメーカーとタイアップした商品づくりを行っている。

大野城市で伝統的に食べられてきた鶏肉を使った「鶏のぼっかけ」など地域の食文化に根ざした商品は、地域でも知るひとは知ると言う存在だったが、ふるさと納税品に加えられ知られるようになった。

このほか、地域青果店と組んで、早秋柿、日田豊水梨、沖縄マンゴーなど時期、食べごろ期間が短い市場が限定されるフルーツをテレホンアポイントメント最大の利点でもある「リアルタイム通販」の特性を活かし収穫から出荷、納品までを短期間で実現している。

現在は、大豆ミートの商品開発に取り組んでおり、食感、繊維までも忠実に再現した「焼鳥」「串カツ」「焼肉」のほか、大豆ミートで手軽に補食を行えるチップス型のリカバリー食「POWERCHIPS」の商品化を行い、現在、海外市場、国内市場など多方面に対しプロモーションを行っている。

フレーバーはシオ、ユズコショウ、ブラックペッパー、ニンニクショウユ、ウメの5種展開で、全てヴィーガン対応となっている。



大豆ミート「POWERCHIPS」。手軽に摂取できる形と多様な味は、国内外の商談会にて注目を集めている。



Youtubeで「POWERCHIPS」を紹介する代表の宮澤氏

従業員が本場の作り方を紹介する。



有限会社青野精肉店

愛媛県西条市

<https://aonoseiniku.com/>



店舗概要

創業年 1979年(昭和54年)
 売場面積 128.0㎡(38.8坪)
 従業員 12人
 営業時間 9:00~19:00
 定休日 日、第3木曜日

商品構成

・生肉(牛、豚、鳥) 86.6%
 ・加工品 13.4%

経営方針

『食卓に笑顔と感動をお届けする』

人は大切な人と食卓を囲み、おいしい物を食べると笑顔になります。

私たちは、お肉を通して食卓に笑顔を届けたいと願っています。

伊予牛の生産者とお肉を待っているお客様との懸け橋

【生産者とチームを組んで美味しい伊予牛「絹の味」つくる3つの秘訣】

一つ目は、当店の理念に共感してもらい30年来のお付き合いのある地元西条市の提携農家から伊予牛を直接一頭単位で仕入れていること。生産者と販売者として共に学び合いながら信頼を築き、血統やエサの配合などについて生産者と同じ目線で意見を交わすことが出来るようになった。

二つ目は、大洲市にある県内唯一の市場で社長自らが買い付け。愛媛県産伊予黒毛和牛で、格付け等級が最高クラスのA-5または、A-4以上の牛を厳選。その中から、ロース面積の大きさ、霜ふり具合、脂の質・量や付き方、霜降りのモモ抜け具合、肉色など当店の基準に合致するものを選別する。

三つ目は、美味しい牛肉を仕入れるだけでなく、生産者様と共に品質の向上にも取り組むこと。「肉のプロ」として仕入れた牛肉の評価やお客様の嗜好の変化、お客様の感想などを「牛飼いのプロ」の生産者に伝え、牛の育て方、仕上げ方に反映してもらおう。生産者と青野精肉店は、美味しい伊予牛絹の味をお届けするワンチーム。



生産者との情報交換



のどかな環境で飼育される伊予黒毛和牛



【伊予牛を使った美味しい商品開発】

忙しい主婦を応援するためにお惣菜やひと手間で美味しく焼くだけの味付け肉、揚げるだけのパン粉つきとんかつ等を販売している。「おつまみ鶏ハラミーこれだけでビール3杯飲めちゃいますー」「豚バラタレ漬けーこれだけでごはん3杯食べちゃいますー」は人気商品となっている。雑誌等にも取り上げられ当店の代表的惣菜となっているのが「伊予牛絹の味で巻いた肉巻きたまご」である。ギフトとしても利用されている。

「美味しすぎて残らない」と評判なのが「青野の残らないオードブル」。あるお祭りの打ち上げでみんなと楽しいひと時に、オードブルがイマイチで残念だ。美味しかったらもっと盛り上がったんじゃないだろうか。よし！自分の好きなお肉たっぷりの当店らしいオードブルを、そして美味しすぎて残らないオードブルを作ろう！と思い開発した青野精肉店のオールスター的なオードブルである。

【お肉屋さんのコロナに負けるなセット】

2020年4月コロナ緊急事態宣言が出たときに、お客様の食卓が楽しく豊かになって欲しいと願い開発したのが「お肉屋さんのコロナに負けるなセット」。価格はコロナゼロの5670円。伊予牛切り落とし、ハンバーグ、ロールキャベツ等の5品セット。人気商品となり、「お肉屋さんのおうちごはんセット」としてリニューアル販売されている。

【SNSを活用してお客様に美味しい情報提供】

ネット販売やギフト商品としてだけでなく、地域住民向けには季節毎の売出しイベントを開催。1月：福袋、2月：肉の日と合格ステーキ、6月：父の日ステーキ、8月：焼肉の日等。毎月29日は肉の日として人気商品をお買得価格で販売する。これらのお買得情報はフェイスブック中心にSNSで積極配信している。

ネット常連客とはLINEグループをつくり、好みを確認する等、情報を共有しリピート注文に繋げている。



左から：「残らないオードブル」「コロナに負けるなセット」「福袋」、
美味しいだけでなく楽しいも盛り込んだ商品。

小麦☆青空ベーカリー

京都府長岡京市

<https://www.instagram.com/mugizora/?hl=ja>



店舗概要

創業年 2016年(平成28年)
 売場面積 33.0㎡(10.0坪)
 従業員 2人
 営業時間 9:30~17:00
 定休日 日曜日・祝日

商品構成

・食パン 50.0%
 ・菓子パン 33.0%
 ・食事パン 17.0%

経営方針

- ・店名の子育て応援ベーカリーとして、添加物を極力控え、手作りにこだわり、安心安全で親子で楽しめるパン屋
- ・パンを通して、お客様に心の豊かさを与えられること
- ・売上の低迷や社会情勢など困難な状況にあっても、『子育て応援』コンセプトだけは忘れない事

店を訪れたお客様が必ず誰かに教えたくなる『面白い』店づくり

【一番人気の「むぎぞら食パン」は1斤302円】

創業前から店の主力商品は『食パン』であると位置づけ、家族みんなで食べて欲しいとの思いで立地を選定。『むぎぞら食パン』と名付け、毎日食べて頂きたいので、シンプルに仕上げている。使用材料は、小麦・砂糖・マーガリン・バター・脱脂粉乳・塩・イースト・水のみ！今流行の高級な蜂蜜や生クリームなどは使わない。マーガリンも食パンの釜伸びを補う為に少しだけ無添加のバターブレンドした植物性油脂を使用し、1斤に約10g、5枚切りなら1枚に2g程度で小麦の香りを邪魔しない。タマゴも添加物も使わない。小麦のブレンド、吸水・熟成・焼成時間などの技術が当店のオリジナル技術。お客様のお好みで、高級バターや蜂蜜、ハムやチーズなどの美味しい素材と合わせたり、ピザやフレンチトースト等に最終仕上げしたりして楽しんでいただく。宣伝広告費等のビジネス費用も必要ないので、価格もシンプルに1斤302円を維持。毎日食べても飽きない、ご飯の様に裏方の存在であり続けたいと考えている。



左から：一番人気むぎぞら食パン/「ニコちゃん」袋/
税込 302 円に価格改定するが売上の一部は寄附へ/子供に人気のへび型人参パン

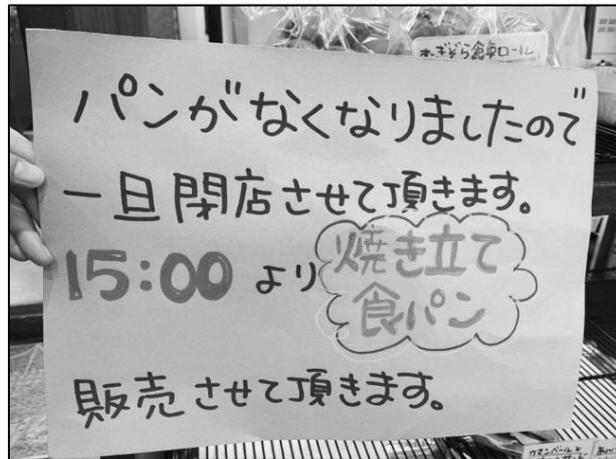
【焼きたてパンを『ライブ感覚』で提供する楽しい店舗】

夫婦二人で効率良く営業を行うために作業動線を優先する店舗設計を行い、お客様がワクワクするきれいな陳列からスタートした。オーブンを売場の直ぐ横に配置したことによって、パンをより一層美味しく『ライブ感覚』で見えていただくことができた。商品棚は対面とセルフの両方に対応できる『対面セルフハイブリッド方式』をオリジナルで開発。お客様自身で選びたい方はセルフ、年配者や赤ちゃん連れのお母さんには店員がパンを取って差し上げる対面方式。

初めて来ていただいたお客様に一瞬で良い印象を抱いていただけるように、ディスプレイにも力を入れている。視線を惹きつけるPOPや人気キャラクターをディスプレイに使い、季節の飾りを楽しく魅せている。特にハロインには力を入れており、来店客の皆さんを必ず驚かす工夫を凝らしている。

【1日中焼き続けてフードロスゼロ！！】

パン屋はフードロスが多い業種であるが、当店はロスが一切ない。特に力を入れているのが菓子パンや惣菜パンのロス対策である。お客様に楽しんでいただくよう種類は豊富だが、生産数量は少なめに設定。食パンは焼きたてにこだわっている。夕方まで1日中焼き続けることによって客足は絶えることがない。その結果、菓子パンや惣菜パンも完売する。14時以降は予約客のためにパンを焼き続ける。店頭販売用のパンが売り切れれば一般の販売は閉店とするが、予約のお客様への販売は続けている。大量生産することなく、食パンの焼き上がり回数を増やすことによってパンの廃棄ロスゼロを実現している。



右…商品がなくなった時は一旦閉店をし予約客のみの販売とする。完売ロスゼロにする取り組みである。
左…ハイブリッド方式陳列棚

株式会社椿茶園

三重県鈴鹿市

<https://tsubakisaen.co.jp>



店舗概要

創業年 2016年(平成28年)

売場面積 57.2㎡(17.3坪)

従業員 6人

営業時間 10:00~16:30(平日)

10:00~17:00(土日祝日)

定休日 火・第4水

商品構成

・日本茶 26.7%

・日本茶カフェ 21.0%

・菓子その他 52.4%

経営方針

- ・茶栽培と日本茶カフェ及び茶販売をおこなう茶業経営で地域茶業・産業、茶業界の発展に貢献。
- ・茶農家とお客様との接点を作り続けて、時代のニーズに合ったお茶の提供を続ける。
- ・茶業界だけに埋没せず、広い視野を持って新しい茶業のあり方を常に模索する。
- ・関わる方々に感謝し、地域や茶業界に貢献できる会社としていく。

茶農家が想いを込めて作り・加工・直販する「拝啓かあさん」

〔茶農家の想いを伝えるこだわりのネーミングとパッケージ〕

6次産業化認定を受けて、茶葉の栽培・加工・販売を行っている。鈴鹿市の西部に位置し、年間150万人が参拝する椿大神社の参道に店を構えている。当店を代表する商品が「拝啓かあさん」と名付けられた煎茶。減肥と減農薬やボカシ肥料に取り組み、できあがった健康で安心できるお茶。まずは両親、家族に飲んで欲しい。先祖から代々受け継がれ耕されてきた畑があったからこそ作ることができるお茶。私たちは母なる大地に生かされているのだ、という実感と感謝の気持ちも忘れてはいけないとの思いから「拝啓かあさん」と名付けられた。

飲む人のご縁を結ぶお茶としてかぶせ茶には「結び」、柔らかな春の新芽を大切に仕上げた上級煎茶は「春よ恋」、焙じた香ばしさと煎茶の後味が特徴のほうじ茶には「月光」、煎茶のうまみと炒り米の香ばしさがきらめく上級玄米茶は「満天」、甘みのある一番茶の茎茶には「ほうき星」といったネーミングを行い、お客様にお茶への想いを伝えている。パッケージも商品名に合わせたオシャレなデザイン。



左から：「拝啓かあさん」（煎茶）、「結び」（かぶせ茶）、「満天」（上級玄米茶）
従来のお茶のイメージにとらわれないネーミングとパッケージ

[日本茶の淹れ方を分かりやすく見て覚えていただく日本茶カフェ]

お茶カフェを併設している。お好きな茶葉をお選びいただき、1杯、1杯スタッフがお客様の目の前で丁寧にお茶を淹れて提供している。スタッフによって、淹れ方のこだわりがあり、淹れる人によって、いろいろな美味しさを楽しむことができる。お茶の説明を行いながらおいしいお茶を淹れると、お客様にお茶の本当の味を理解してもらうことができ、お茶の小売販売拡大に繋がっている。お茶を提供する容器は愛知県瀬戸市の窯元で作ってもらっている陶磁器のオリジナルカップ。お茶を飲んだ後はお土産として持ち帰ってもらおう。片付けの手間を省くことにも貢献。

[女性建築士集団に依頼してゆったりとした時間が流れる空間を実現]

「お茶をゆっくり楽しんでいただける空間を作りたい」との思いから、設計を女性設計士集団に依頼。高い天井、大きなガラス窓から眺める景色は季節の移ろいを感じ、ゆったりとした時間が流れる空間とした。2017年、三重県建築賞に入選している。

この女性建築士集団「WHAIS(ワイズ)」とコラボして新しい日本茶の提案を行っている。急須が無くても手軽に茶葉で淹れたお茶を持ち運ぶことができるマイボトル「CHACHABY」を開発、販売している。



左：瀬戸焼のオリジナルカップ提供されるお茶。飲んだ後は持ち帰り可能でエコにも繋がるアイデア。
中：「お茶を手軽に美味しく」急須がなくてもお茶を入れられるボトルアイテム。
右：ほうじ茶「月光」の粉末を使った豆菓子。日本茶にあう優しい味のお茶請けとして開発された。

有限会社ミートとみおか

北海道帯広市



店舗概要

創業年 1973年(昭和48年)
売場面積 21.0㎡(6.4坪)
従業員 4.0人
営業時間 8:00~18:00
定休日 日曜日

商品構成

・精肉(牛、豚、鶏) 94.5%
・特定加工食品 4.0%
・総合食料品 1.5%

経営理念

販売する私たちが自信をもってお勧めする良い物(精肉)を扱い、お客様に提案、販売させて頂いています。

畜産のまち、帯広ならではの肉を販売

畜産のまちとして知られる、北海道帯広市で1973年に創業。現在の代表が2代目となる。2020年に店舗を移転し、駐車場を完備して新たにオープンした。

牛肉では十勝和牛、十勝ポロシリ和牛、池田牛など。豚肉では十勝黒豚、十勝長芋豚を十勝地方の食肉はじめ道内産まで地元産の肉を販売している。

また創業時に商品化した「豚井のたれ」は、肉の骨から丁寧にとったスープをベースにしたたれで、地域の食文化に根ざしたロングセラー商品だ。このほか、黒豚のチャーシュー、黒豚ハンバーグやメンチカツをはじめ豚井の南蛮漬、味噌漬、など肉加工品を幅広く取りそろえている。

こうした商品は部位ごとに切り分け冷蔵ケースに並べるほか店頭で顧客の注文に応じてスライスするなど、家族経営ならではの細かな顧客対応を行っている。

また、市内の飲食店やホテルへの卸を行い、地域全体での食肉の普及に貢献している。

お肉ジャパン株式会社

新潟県新潟市中央区

<http://www.onikujapan.com/> <https://www.facebook.com/onikujapan/>



店舗概要

創業年 2016年(平成28年)
売場面積 30.0㎡(9.1坪)
従業員 1.0人
営業時間 11:00~18:30
定休日 なし

商品構成

・食肉 99.9%
・自賠償保険料 0.1%

経営理念

- ・お肉 LOVE! みんなを笑顔に!
- ・お肉ジャパンは私たちに生きる力を与えてくれる動物たちの命に心から感謝し、お肉販売を通してみんなを元気に、幸せにします!

SNS を通して塊肉を販売

精肉店を営む場合、これまでは精肉小売店などで修業を積んで販売するというのが多かった。同店の場合、現在の代表があることをきっかけに思いついて食肉店を始めたという点で、かなり異色の存在といえる。

そのあるきっかけとは、母を亡くして落ち込んでいる時に、誤ってインターネットで塊肉を注文。当然、スライスした肉が届くと思っていたところ、大きな塊肉が届いた。そのとき、その肉の脂身や筋などを取り除いて食べたときの感動が原点となり、塊肉を取り寄せ始めた。そして、懇意にしていた肉の卸売店が、そんなに肉が好きならお店を始めてみればと声をかけられたことをきっかけに、塊肉専門の小売店を立ち上げた。

現在、注文のほとんどは SNS の Facebook を通して行っている。仕入れた肉を Facebook に写真といっしょに肉の部位名、値段など取引条件を記事で上げる。購入者は、購入希望の旨コメントする。そこから先は、個人対個人のメッセージ機能を使ってやりとりしている。現代表のパーソナリティを全面に出す信用があってこそこの商売を展開している。

株式会社オオハラ

愛媛県松山市

<https://www.iyo.ne.jp/ohara/>



店舗概要

創業年 1930年(昭和5年)
売場面積 73.5㎡(22.2坪)
従業員 13.4人
営業時間 9:00~18:00
定休日 日曜・祝日

商品構成

・精肉(牛、豚、鶏) 75.0%
・食肉加工品 25.0%

経営理念

仕事に誇りを持ち、当たり前的事を着実に実施し、地域の食文化に貢献致します。

食肉加工の衛生管理態勢を整え、地域の信頼を得る

養豚業の盛んな県として知られる愛媛県。その県都、松山市で1935(昭和5)年創業の精肉店。現代表で3代目となる。業務内容は、店舗での小売りのほか、多くは学校、ホテル、病院、介護施設に加え、飲食店へと幅広く卸を行っている。

幅広い顧客層の信頼に応えるために、2011年に品質マネジメントシステムISO9001を取得した。さらに、2015年に(社)日本食品衛生協会「食の安全安心5つ星店」の認定を受けた。また、新型コロナウイルス対策を機に、オゾンとマイナスイオンが発生する空気浄化装置を設置するほか、スタッフ間での会議を定期的実施するなど衛生面への配慮を欠かさないようにしている。

扱っている食肉商品は、伊予牛「絹の味」、ふれ愛「媛」ポーク、愛媛甘とろ豚、奥伊予地鶏などのほか地域ブランド肉を幅広く取りそろえている。

店舗での販売は、ポイントカードでの特典を付ける。とくにポイントカード情報から誕生日にポークウィンナーを1袋サービスするほか、ポイント5倍を付けるなど細かな顧客サービスを実施している。

合資会社庄司屋商店 <リカー&フード庄司屋>

新潟県佐渡市

<https://www.instagram.com/shoziyashouten>



店舗概要

創業年 1857年(昭和32年)
 売場面積 85.0㎡(25.7坪)
 従業員 2.0人
 営業時間 9:00~24:00
 定休日 なし

商品構成

・酒類 80.0%
 ・総合食品 19.0%
 ・雑貨 1.0%

経営理念

誠実、丁寧、笑顔をもットーとして接客しております。

佐渡の酒蔵の地酒を揃える島のお酒屋さん

新潟県佐渡島の港町、両津市にある酒店。その始まりは1909(明治42)年にラムネの製造販売にさかのぼる。

現在は、佐渡島にある5つの酒蔵の地酒を揃えるほか、佐渡の特産品まで幅広い。

またワインセラーを完備するなど、島外から観光で訪れる顧客のニーズにも応えている。店舗看板は、島の5つの酒蔵の銘柄を掲げ、店内の商品を紹介するPOPは看板犬のイラストを使ったり、親しみやすい書体でポイントをひとことで分かりやすく表現している。島内では珍しく海外のオーガニック商品を扱うなど幅広いニーズに応える。

島内の酒蔵の地酒は、島外の顧客が気軽に買えるようにとインターネットでの通信販売を行っている。とくに島の酒蔵のひとつ、北雪酒造とは、オリジナルラベルを貼った同店オリジナルの酒を販売。

ラベルは、新潟市の「ことだま遊書」で知られることだま千絵子さんが書いたもので、メッセージとして方言が書かれている。

かいふ販売株式会社

新潟県佐渡市

<https://sadohakko.com/>



店舗概要

創業年 2013年(平成25年)

売場面積 24.8㎡(7.5坪)

従業員 2.6人

営業時間 8:30~17:00

定休日 なし

商品構成

- ・特定加工食品 100.0%
(どぶろく、甘酒、自然発酵食品)

経営理念

日本人の身体に合った無添加の自然食品を追究する。

佐渡の風土に醸された甘酒、どぶろくを販売

2011(平成23)年に設立された佐渡発酵株式会社が醸造する甘酒やどぶろく酒などの販売を担う。同社がある新潟県佐渡市関は、佐渡島の北に位置し、かつては日本海航路の拠点でもあった。

醸造の始まりは、引退した杜氏が故郷に戻ったおり、杜氏の技を地域起こしに活かそうと仲間があつまり出資し、醸造会社、佐渡発酵を設立したことに始まる。

現在、販売しているのは甘酒が「麴のおちち飲むタイプ」、「麴のおちち食べるタイプ」。またどぶろく酒は、「佐渡のどぶろく」(アルコール度数7度)、「昔ながらの佐渡のどぶろく」(アルコール度数12度)。濁り酒として「寒元」(アルコール度数19度)などがある。そのほか、地元の棚田で採れたコシヒカリ、瀬刈ワカメ、原木椎茸などの特産品を扱っている。

店舗は2021(令和3)年にリニューアル。現在、同店を中心に、佐渡をはじめ新潟県内、さらに首都圏などにも販路を広げている。

田中酒店

滋賀県甲賀市

<https://harunomine.com>



店舗概要

創業年 1952年(昭和27年)

売場面積 58.0㎡(17.6坪)

従業員 2.3人

営業時間 9:00~19:00

定休日 水曜日

商品構成

・酒 69.0%

・飲料 5.0%

・食料品 18.0%

・特産品 5.0%

・煙草 3.0%

経営理念

- ・「一人でも多くのお客様に喜んでいただく商品、サービスを提供する」を経営理念に商いをしています。
- ・『お米と水、原料へのこだわり』『昔ながらの手作業で醸す酒造りへのこだわり』『お客様一人一人のニーズに応える商売へのこだわり』3つのこだわりを伝統ある日本酒の酒造りにおいて受け継がれてきた「和醸良酒(わじょうりょうしゅ)」の思いに込め、和(やわらぎ)をもって取り組んでいます。

日本酒の蔵をイメージした店舗で販売

1911(明治44)年創業の田中酒造の酒を販売店として設立されたのが田中酒店。滋賀県甲賀市にあり、2011(平成23)年に蔵をイメージした店舗を開設。店舗は釘を1本も使わない伝統的な日本建築の工法で建てた。陳列台として酒蔵で使用した木蓋を再利用するなど酒蔵の雰囲気演出している。

扱っているのは、田中酒造の銘柄酒「春乃峰」に加え、ビールなども扱う。また、注文により一枚ずつ手書きのオリジナルラベルの「春乃峰」を販売している。また、甲賀市特産の桃をつかったリキュール「ぴいーち」や、酒粕を使ったお菓子なども販売している。なかでも忍者の里、甲賀にちなんだ「さけかすまかろん」は手裏剣をイメージしている。

店舗の小上がりで、週末限定で、ランチを提供。塩糀や醤油麴を調味料として使い、酒粕を練り込んだハンバーグなど酒造店の強みを活かしたメニューとなっている。

田上商店

鹿児島県出水市

<https://rice-shop-tanoue.stores.jp/>



店舗概要

創業年 1949年(昭和24年)
 売場面積 12.0㎡(3.6坪)
 従業員 1.0人
 営業時間 9:00~17:00
 定休日 日曜・祝日

商品構成

・米 85.1%
 ・玄米卸売、灯油、肥料農薬、
 委託販売 14.9%

経営理念

- ・品質の良い米を提供するため、農家一軒一軒の米を確認して、納得のいく米だけを販売する。
- ・高齢者や外国人技能実習生のような車を持たない買い物弱者に寄り添った販売をする。
- ・品質を重視するため、異物を除去する機械や品質を保つ冷蔵庫などに適切に設備投資をする。

おばあちゃんから孫娘が受け継いだ！頑張るお米屋さん

ツルの飛来地で知られる鹿児島県出水市で、戦後の配給所から始まったお米屋さん。2020年1月に祖母から孫娘へ事業承継された。

農家毎に米を吟味し、納得のいく米だけを仕入・販売しており、粳摺りから精米まで一貫して当店で作業している。また色彩選別機を通すことで石や黒ずんだお米などを除去し、安全なお米を地元の給食・介護施設・お弁当屋さんなどに提供している。

また、当店では重いものを持たない、外出が難しいなどの高齢者の方や、車を持たない外国人技能実習生向けにお米の配達サービスも行っている。

栽培期間中農薬不使用のお米(毎年検査)や有機 JAS 認定の田んぼで生産されたお米など、市場にはなかなか出回らない珍しいお米も取り扱っており、お米にこだわりのあるお客様に「安心して子供に食べさせられる」と支持されている。

令和2年から出水市のふるさと納税返礼品に指定されており、全国からの注文がある。

また令和3年からは出水観光特産品協会のネットショップにも出店しており、出水のお米を全国に紹介する役割も担っている。

有限会社パン工房麦穂

鹿児島県出水市

<http://mugiho.com/>



店舗概要

創業年 1990年(平成2年)

売場面積 58.8㎡(17.8坪)

従業員 7.0人

営業時間 8:30~19:00

定休日 火曜日

商品構成

・パン 80.0%

・菓子 20.0%

経営理念

- ・添加物を入れない商品作り
- ・イーストフード、ビタミンC、乳化剤、保存料などを入れないで安心して食べていただけるパン作り

厳選した素材で時間をかけ、手間をかけ焼き上げるパン

鹿児島県出水市で1990年から食品添加物を使わないパン作りを続けている。

現代表が、マレーシアやシンガポールで製パン、製菓の技術指導に行ったとき現地にイーストフードがなかったことから、食品添加物を使わないパン作りを意識した。

帰国後にお店をオープンして以来、当時としては珍しいイーストフード、ビタミンC、乳化剤、保存料を使わないパンを作り続け販売している。

生地が発酵に欠かせない酵母に白神山地で発見された酵母を使用。パンの種類によって国産小麦を使いわけ、時間をかけて丁寧に発酵させる。さらに焼き上げも、そのパンに合わせたオーブンを使い分ける。クロワッサン、食パンに加え、自家製天然酵母パンのカンパーニュなど多様なパンは、店舗での販売が中心だが、評判を呼び、薩摩おれんじ鉄道の観光列車の食堂の朝食パンを提供する。

パン以外にも、さつまいもなど鹿児島県の特産品を使った菓子や高校生とのコラボ商品を開発するなど地域への貢献を積極的に行っている。

有限会社ルモンド

北海道留萌市

<https://www.lumond.co.jp>



店舗概要

創業年 1977(昭和52年)

売場面積 28.0㎡(8.5坪)

従業員 6.4人

営業時間 9:00~18:30

定休日 不定休

商品構成

- ・ショートケーキ 40.0%
- ・デューツョウケーキ 16.0%
- ・ジェラート 8.0%
- ・和菓子 16.0%
- ・土産菓子 16.0%

経営理念

- ・すべてはお客様の笑心(えがお)のために

自動販売機でケーキを販売するなどお菓子の笑顔を広げる

北海道の日本海に面した留萌市にある洋菓子店。現代表は、父の代に創業した洋菓子店を受けつぎ、店舗だけでなく、さまざまな販売機会を積極的に生み出し、ハッピーを届けることを目指している。

2017年に店舗の前にお菓子の自動販売機を設置。缶入り飲料などでおなじみの自動販売機をあえてなじみのないお菓子で実現したことで、話題を呼んだ。

2020年に、同店の支店として道の駅にジェラートショップを出店したが、その際に同店のお菓子以外に、数の子、ピクルスなど留萌の名産品といっしょにお菓子も販売し始めた。ガラス瓶に詰め、型崩れしないプリンなど自動販売機専用のお菓子を開発、「固すぎるプリン」など味だけでなくユニークなネーミングで注目を集めている。

新型コロナウイルスで観光客の減少に苦しむなか、北海道にある酒造メーカーと開発したチーズケーキ「酒粕みるくチーズ」など地域を活性化する商品開発も行っている。

御菓子司 木村屋 <おかし工房木村屋>

岩手県陸前高田市

<http://okashitsukasa-kimuraya.com/>



店舗概要

創業年 1926年(大正15年)
売場面積 115.5㎡(34.9坪)
従業員 一-人
営業時間 10:00~18:30
定休日 水曜日

商品構成

・洋菓子	48.7%
・和菓子	8.3%
・生菓子	18.2%
・パン	10.5%
・ギフト	14.3%

経営理念

常にお客様の笑顔のために仕事に従事する

陸前高田の素材を活かした和洋菓子を製造、販売

東日本大震災で被災を受けた陸前高田市にある洋菓子店。創業は1926(昭和1)年。津波の被害で、本店と道の駅にあった2店舗が流されたが、2015年に新店舗で再起した。

現在、同店代表が陸前高田市の観光物産協会の会長を務め、市全体の観光業の指導的立場にある。

新店舗「おかし工房木村屋」は、製造の効率を考慮した製造ラインや機器を揃え、洋菓子から和菓子まで効率良く提供している。被災地からの復興を感じつつあったが、ここ2年は新型コロナウイルスの感染拡大により観光業が大きな影響を受け、地域全体で周囲の状況を共有化し、ギフトを中心に持ちこたえている。

現在は、陸前高田市の地元産米「たかたのゆめ」の米粉を使ったカステラ「たかたのゆめ」。さらに岩手県産小麦と地場の有精卵を使ったバームクーヘン「夢の木バウム」をはじめ地元素材を活かした商品を製造・販売している。夢の木は、津波にも耐えて残った高田松原の「奇跡の一本松」をイメージしている。

株式会社紅梅 <亀の子もなか本舗紅梅>

宮城県気仙沼市

<https://kasi-koubai.com/>



店舗概要

創業年 1952年(昭和27年)

売場面積 63.0㎡(19.1坪)

従業員 8.6人

営業時間 9:00~18:00

定休日 日曜日

商品構成

・菓子 100.0%

経営理念

お菓子の向こうに、お客様の笑顔が見える菓子作りに専念しております。

看板商品、亀の子もなかなど和菓子を製造販売

三陸海岸に面した宮城県気仙沼市にある菓子製造販売店。

創業1952(昭和27)年、東日本大震災で本社工場、店舗が被災したが2016(平成28)年、新店舗にて営業再開をした。

和菓子の命である餡は、小豆、大手亡、共に北海道十勝産、また胡麻は国産を使用し和菓子作りに専念している。紅梅の看板商品に成っている「亀の子もなか」は味もさることながら皮は亀の型3色餡になっていて、縁起の良い商品として今も昔も変わらぬ人気を誇っている。

このほかにも獺師町の気仙沼で昔から親しまれている「揚げパン」はこしあんを生地で包み米油で揚げたパンで、地方の方はもとより遠方のお客様にも好評な人気商品である。

また気仙沼湾を見おろす「安波山」にちなみ、渋皮付栗の甘露煮をパイ生地で包んだ「安波栗」をはじめ「酒粕ミルクサンドクッキー」は、地元の高校生が商品開発に加わっている。これはアルゼンチンで食べられているお菓子『アルファフォーレス』を基に地元酒蔵の酒粕を使い地元の牧場で採れたミルクを練り込んだクッキーで、気仙沼地域全体で生み出した新たな商品である。

有限会社クレヨン <クレヨン伊香保ファクトリー>

群馬県渋川市

<https://ikaho-crayon.jp/>



店舗概要

創業年 1971年(昭和46年)
売場面積 50.0㎡(15.1坪)
従業員 5.9人
営業時間 10:00~17:00
定休日 3~12月:なし
1・2月:水曜

商品構成

・洋生菓子 90.0%
・焼菓子、ドリンク等 10.0%

経営理念

- ・徹底した衛生管理で安心を届けよう! / ・最高の笑顔と元気を人々に与えよう!
- ・仲間のベストを引き出そう! / ・常に前進し、自己成長を図ろう!

伊香保温泉のふもとにあるプリン専門店

群馬県渋川市にあるプリン専門店。もともとは、現代表がシェフを務めるフランス料理店だったが、そこで人気となったデザートに的を絞り常時12種類をそろえる「プリン専門店クレヨン」を2007(平成19)年に開店した。

2010(平成22)年、伊香保温泉のふもとという立地を活かして、屋号を「クレヨン伊香保ファクトリー」と改め、「伊香保プリン」を発売。伊香保温泉のレトロなイメージとリンクさせた同プリンは、観光客のお土産需要とマッチし人気商品となった。一方「伊香保プレミアムプリン」は、黒糖・黒蜜を使用し、茶褐色が特徴の伊香保温泉黄金の湯をイメージ。これがお土産の看板商品となった。

県道沿いの野立て看板や、全宿泊施設に配布されるテレビ欄広告には、これら2つのプリンの写真を掲載し、視覚的誘致を図っている。この他にもカスタード、チョコレート、抹茶、かぼちゃ、濃厚ミルクなど常に10種類以上の品ぞろえがあり、詰め合わせギフトとしても好評を得ている。

また、渋川市は漫画「頭文字D(イニシャル)D」の聖地であることから、姉妹店として市内に「レーシングカフェディーズガレージ」を2016(平成28)年にオープン。ライセンス契約を結び、漫画に登場する車のカラーに合わせたプリンをロゴ印刷した瓶に入れて販売している。

和菓子司 まるしん

埼玉県吉川市

<https://marushin-wagashi.com>



店舗概要

創業年 1961年(昭和36年)

売場面積 23.1㎡(7.0坪)

従業員 2.7人

営業時間 9:00~18:00

定休日 火曜日

商品構成

・和菓子 100.0%

経営理念

- ・創業以来、よい商品を提供し、お客様からの信頼を大事にしている。
- ・和菓子の命：こだわりの自家製餡
- ・一菓一笑～一つのお菓子で一つの笑顔～

なまずのまち、吉川の和菓子店

埼玉県吉川市に1961(昭和36)年創業の和菓子店。先代が79歳のときに、孫の現代表が店を継ぐことになり、新店舗をオープンさせた。現代表は20代で、先代の店舗で使用していた木材を新店舗の長椅子や商品棚に作り変えて使用するなど、お店の伝統を大切に受けついでいる。

店舗のある吉川市は、江戸川と中川にかこまれた平野部のまちで、川魚料理としてなまずが古くから名物だったことから、市のイメージキャラクターになまずを用いている。同店の看板商品も、なまず饅頭、なまず最中をはじめ、吉川大吉ブランド認定対象商品として地元のまちとタイアップした商品づくりをしている。

6次化産業・農商工連携にも取り組み、地元の養鶏農家の卵、米や麦、きなこを使った吉川マドレーヌ、網焼きあられ、かすてらなどを開発、販売している。

高齢者を対象として注文を受けた商品は配達するなど、買い物弱者への配慮を欠かせないが、代替わりして若いファミリー層にも親しまれる和菓子づくりを心がけている。

まんじゅう乃池田堂

熊本県玉名市

<https://ikedadou.com/>



店舗概要

創業年 1984年(昭和59年)
 売場面積 56.0㎡(17.0坪)
 従業員 4.0人
 営業時間 8:00~17:00
 定休日 水曜日

商品構成

・玉名甘酒まんじゅう 77.0%
 ・熊本いきなり団子 22.5%
 ・その他 0.5%

経営理念

「無添加」という安心・安全をおてもとに

シンプルに無添加まんじゅうを作り続ける

熊本県玉名市にある和菓子店。店名の通り、商品の主力は「玉名甘酒まんじゅう」と「熊本いきなり団子」。シンプルな素材だけに、餡はもちろん、外皮にも食紅などの食品添加物を使わないで製造している。

特に、紅白のお祝い用に使われる「玉名甘酒まんじゅう」は、特注の赤い包装シートを使っている。

熊本県地方の郷土の菓子として広く作られている「熊本いきなり団子」は、輪切りにしたさつまいもの上に餡をのせ、小麦粉の皮で包んで蒸して作る。2019(令和元)年に県観光連盟やJR九州などが観光ピーアールの一環として行った「いきなり団子選手権」で、同店の「熊本いきなり団子」が1位を獲得。味や風味に加え、着色料や防腐剤を使わず、無添加にこだわり、原材料にもこだわって少量を手作り生産している点が評価された。

現在は、急速冷凍機を導入したことにより、商品は全国発送が可能となった。

株式会社いび茶の里

岐阜県揖斐郡揖斐川町

<http://ibiicha-tea.shop/>



店舗概要

創業年 2006年(平成18年)
 売場面積 10.0㎡(3.1坪)
 ※販売コーナーのみ
 従業員 5.8人
 営業時間 10:00~17:00
 定休日 水曜日

商品構成

・茶 100.0%

経営理念

会社として利益を上げる事は大事な事であるが、それ以上に産地を守り多くの人に『いび茶』を知って頂けるようにするために他産地からの仕入れをせず、地元の農産物だけを専門で扱い、産地元詰、生産直売を一番にアピールすること。

お客様目線いわゆる主婦目線の商品アイテムを増やし、体の不自由な方でも来店しやすい店づくりを行っていく。

稀少な産地のお茶を女性の視点で販売

「いび茶の里」は岐阜県揖斐郡揖斐川町にある茶専門店で、従業員・経営をすべて女性でまかなっている。そもそもは、専業農家に嫁いだ現代表が嫁ぎ先で生産されていた日本茶に興味を抱いたのが始まり。地元の女性グループを立ち上げ地元産の日本茶「美濃いび茶」の販売店を茶工場の片隅のコンテナで始めた。目標年間1000万円の達成後に法人化。合同会社を経て、2015(平成27)年に株式会社へと発展し新店舗を構えた。

「美濃いび茶」は雪の土地柄で香りの高い茶が生産される。その茶の特徴と良さを知ってもらうために店舗にカフェを併設し、抹茶あんみつなどを提供。女性の視点から香りや味、淹れ方を説明しながら販売している。

仕入れている茶葉は、揖斐川町の桂茶生産組合で生産した物を中心に使用。同組合はGAPのなかでもより厳しい認証(アジアGAPno2)を取得していることから、安全性をアピールするほか、賞味期限を通常より短く設定するなど鮮度を重視している。

日本茶のほか、紅茶やフレーバーティなども商品化し、若い世代にもお茶に興味をもってもらえるような店づくりを、女性ならではの視点で行っている。

おかって市場

群馬県富岡市

<https://www.instagram.com/okatteichiba/>



店舗概要

創業年 2010年(平成22年)
 売場面積 271.6㎡(82.1坪)
 従業員 2.2人
 営業時間 9:00~19:00
 定休日 なし

商品構成

・農産物(受託販売)	20.0%
・食料品	35.0%
・食料品(受託販売)	30.0%
・日用品、雑貨	5.0%
・日用品、雑貨(受託販売)	5.0%
・イートインスペース	5.0%

経営理念<一部抜粋>

「富岡市内中心市街地の活性化」、「生活基盤の整備」、「地産地消の推進」、「若い作家の発表の場の提供」を目的としている。

笑顔が集う地域の台所を目指して

世界遺産の富岡製糸場近くにある平成22年に創業した食品・雑貨販売店。大正期の建物を改修し、当時使われていた椅子や机を再利用した店内は、懐かしく落ち着いた雰囲気となっている。

地域の高齢者のために基本的な食材や日用品、季節行事の商品(月見団子、おはぎ、冬至のカボチャ料理など)を販売する一方、下仁田ネギや朝採りトウモロコシなどの地元特産品も取り揃えている。また、市民団体「ジョウモウ大学」とコラボした「上毛富岡サイダー」や地元生産者と商品開発した干しぶどう商品、厳選されたオーガニック調味料等、他にはない商品の品ぞろえを意識し、「見ているだけで楽しい場所」を提供している。

「つきいちマルシェ」(手作り商品や若手生産者の農産物が並ぶ青空市)、「動楽市」(クラフト作家、菓子工房、ベーカリー等が出店する春と秋のイベント)、「春のパン祭り」など、独自に開催しているイベントには県内外から多くの来場があり、地域の交流拠点となっている。

環境対策にも注力しており、和ぼうき、布ぞうり、木製の市場カゴなどのエコ商品を販売。職人がつくる耐久性が高い商品、使い勝手が良い商品をセレクトしておりファンも多い。

フロマージュ・デュ・テロワール

東京都青梅市

<https://www.fromagesduterroir.jp>



店舗概要

創業年 2014年(平成26年)

売場面積 16.0㎡(4.8坪)

従業員 1.0人

営業時間 13:00~17:00

定休日 月・火・木・土曜日

商品構成

・チーズ 100.0%

経営理念

「フランス発 和のチーズ」

店名『フロマージュ・デュ・テロワール』はフランス語で『地域に根ざしたチーズ』という意味。

フランスの製法で地元(青梅)に根ざしたチーズ作り。

フランス発の地元に根ざしたチーズ製造・小売店

幼少期から抱えていたチーズ作りへの情熱に燃えて、40代になってフランスの乳製品専門学校に留学、帰国後に牛乳生産者が多い西多摩地区の青梅市で製造所併設の小売店舗を創業した。白カビ専用の熟成庫を設けるなど、完成したチーズの熟成、温度・湿度管理の徹底に拘っている。

レンネット(チーズを固める酵素)以外は、地元青梅産の牛乳、ブルーベリー、酒粕などの国産原材料を使用し、常時20種類の商品を揃えている。主要商品は、①フロマージュ・ドーム(「青梅のチーズ」の意味。地元酒造メーカーの生酏酒を使用したウォッシュタイプのチーズ)、②「ドーム」(クリームを加えた円やかなチーズ)、③「アリゴ」(フランスの郷土肉料理。当店では地元産有機ジャガイモ、ガーリックオイル、塩などの食材と混ぜ合わせて調理・提供している人気商品)である。

創業直後より、独自のテキスト・実習プログラムをもって、後継者の確保やチーズの魅力の伝承を目的とした「チーズ塾」を開講しているほか、地元市の「青梅まちゼミ」の講師としてチーズ作りの面白さをアピールしている。

藤右エ門

静岡県湖西市



店舗概要

創業年 1985年(昭和60年)
売場面積 33.0㎡(3.0坪)
従業員 3.8人
営業時間 10:00~20:00
定休日 木曜日、第3・4水曜

商品構成

・弁当 70.0%
・惣菜 20.0%
・寿司 10.0%

経営理念

地域密着と手作りをモットーに、地域住民から愛される店づくりをする。

季節や旬に合わせ、地元産魚介類をベースとした弁当・惣菜を展開

昭和60年創業の寿司店から、現在の場所への移転を契機として地元産魚介類をベースとしたお弁当・惣菜店を平成2年に開業した。

季節や旬に合わせて、地元浜名湖や遠州灘から獲れる魚介類、地元養鶏場から仕入れた鶏卵などを使用した商品(牡蠣フライなど)を揃えている。

タレやソースなどの調味料は手作りであるため、顧客の味覚や気候の変化に合わせて商品の味付けを調整しており、「焼肉弁当」が一番人気の商品となっている。また、近年の共働き世帯や独身世帯の増加に伴い、①魚料理や煮物料理などの手間のかかる商品や②栄養バランスに配慮した商品メニューを拡大している。なお、寿司については、ネタを市場や生産者からの直接仕入れることにより、天然物の刺身など、コンビニエンスストアなどの競合店にない商品の提供に努めている。

地元商工会主催の産業まつり「あらいじゃん」においては、地元浜名湖産のしらすや青のりを使用した「じゃこのりポテトコロッケ」など地産地消商品の美味しさをPRしているところ。

花ぎょうざ

静岡県周智郡森町

<https://hana-gyoza.com>



店舗概要

創業年 1997年(平成9年)

売場面積 13.0㎡(3.9坪)

従業員 3.4人

営業時間 10:00~19:00

定休日 水曜日

商品構成

・ぎょうざ 100.0%

経営理念

- ・新鮮な野菜と豚肉を主原料に選び、調味料の塩はこだわりの天然塩。
- ・餃子のタレも自家製店仕込み、皮も共同開発した当店専用の皮を使用し、安心・安全のおいしさを皆さまの食卓にお届けするため手作りにこだわっております。

小ぶりでシャキシャキ感があってとても美味しい手作り餃子

平成9年に冷凍手作り餃子のテイクアウト専門店として開業した。当店の主力商品は冷凍餃子であり、「小ぶりでシャキシャキ感があってとても美味しい」商品とするため、仕入れたキャベツをカット後に冷蔵庫に1日寝かせることでキャベツの含水率を下げる独自の手法を研究・開発してきた。餃子のタレも自家製、皮も共同開発した当店専用のものを使用している。

また、主力商品であるキャベツ+豚肉の餃子のほか、①店頭限定での「ニラ餃子」、②アンテナショップや委託販売先のJA販売店での顧客の反応などから生まれた地元産とうもろこし「甘々娘」を使った期間限定の「もろこし餃子」など、新たな商品開発も展開している。

競合店には、より安価な冷凍餃子も置かれているが、当店の中心的な顧客は、児童のいる家庭が中心であり、小ぶりな食べやすさと美味しさが評価されている。

地元森町の「ふるさと納税返礼品」にも選定されている。

株式会社佐知's Pocket

滋賀県大津市

<https://sachis-pocket.com>



店舗概要

創業年 1996年(平成8年)
売場面積 30.0㎡(9.1坪)
従業員 3.0人
営業時間 9:00~18:00
定休日 不定休

商品構成

・洋菓子、惣菜	45.0%
・会席料理	20.0%
・お弁当、オードブル	29.0%
・カフェ	6.0%

経営理念

身体に優しい美味しいものを。

～美味しいものが飛び出してくる素敵なポケット…のように～

お寺の境内の店舗で味わい豊かな洋菓子・惣菜・オードブルを提供

創立 850 年の寺院境内において、「身体に優しい美味しいものを～美味しいものが飛び出してくる素敵なポケットのように～」をモットーに、食材が持っている本来の風味や甘さ、栄養成分が損なわれないよう、賞味期限が短くても添加物を使わない調理方法で製造した商品を店頭に揃えている。店主は長年にわたり料理専門学校で講師を務めてきたキャリアの持ち主である。

看板商品は①「キャラメルシフォンケーキ」(キャラメルで焼き上げた生地を生クリームと特製キャラメルで仕上げたビターなケーキ)や②「チョコレートキャラメルシフォンケーキ」。イベントや百貨店での出店の際にも売切れ必至の商品である。

惣菜については、オーガニック野菜や地元の素材を使用し、冷凍保存も効く真空パックでの提供をしているほか、地元産米と大豆を原料とした無添加の「近江のさち(お寺の万能味噌)」などの地産販売商品も製造・販売している。なお、当該商品は天津百町百福物語ブランド(大津市固有の素材や歴史、文化などに深くかかわりを持ち、高品質であると地元商工会に認められた逸品)に認定されている。

参 考 资 料

第31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(敬称略)	店舗所在地
専門食料品小売業(青果(果物))	カネギフルーツ	信賀 康宏	新潟県三条市
専門食料品小売業(菓子)	お菓子のニシヤマ	今井 良幸	北海道河西郡更別村
専門食料品小売業(その他(佃煮))	魚富商店	竹端 尚	滋賀県大津市

◎農林水産省大臣官房長賞(5店)

業種	店舗名	代表者名(敬称略)	店舗所在地
専門食料品小売業(青果(果物))	株式会社いまの<IMANO FRUITS FACTORY>	今野 州彦	東京都中央区
専門食料品小売業(鮮魚)	かいしょう 海商株式会社<活魚黒門>	高橋 宏和	大阪府大阪市中央区
専門食料品小売業(食肉)	有限会社松本畜産	松本 しのぶ	三重県多気郡多気町
専門食料品小売業(菓子)	株式会社せいえいどう 盛栄堂<いとを菓子盛栄堂>	長谷川 浩司	千葉県南房総市
専門食料品小売業(菓子(クッキー専門))	いきものクッキー専門店 クリマロコレクション kurimaro collection	栗田 こずえ	三重県桑名市

◎日本経済新聞社賞(3店)

業種	店舗名	代表者名(敬称略)	店舗所在地
専門食料品小売業(菓子)	有限会社ドゥーブルシェフ	山本 正隆	埼玉県久喜市
専門食料品小売業(菓子(マカロン専門))	ココマカロン	大島 恵	富山県魚津市
専門食料品小売業(その他(地域特産品))	合同会社華の実	宮澤 芳人	福岡県大野城市

◎日本政策金融公庫総裁賞(3店)

業種	店舗名	代表者名(敬称略)	店舗所在地
専門食料品小売業(食肉)	有限会社青野精肉店	青野 純也	愛媛県西条市
専門食料品小売業(パン)	むぎぞら 小麦☆青空ベーカリー	久保田 昌希	京都府長岡京市
専門食料品小売業(茶)	つばきさえん 株式会社椿茶園	市川 晃	三重県鈴鹿市

◎(公財)食品等流通合理化促進機構会長賞(20店)

業種	店舗名	代表者名(敬称略)	店舗所在地
専門食料品小売業(食肉)	有限会社ミートとみおか	富岡 克也	北海道帯広市
専門食料品小売業(食肉)	お肉ジャパン株式会社	片根 淳子	新潟県新潟市中央区
専門食料品小売業(食肉)	株式会社オオハラ	大原 理延	愛媛県松山市
専門食料品小売業(酒)	合資会社庄司屋商店<リカー&フード庄司屋>	庄司 裕三郎	新潟県佐渡市
専門食料品小売業(酒)	かいふ販売株式会社	浜田 正敏	新潟県佐渡市
専門食料品小売業(酒)	田中酒店	田中 重哉	滋賀県甲賀市
専門食料品小売業(米穀)	たのうえ 田上商店	木村 仁美	鹿児島県出水市
専門食料品小売業(パン)	有限会社パン工房麦穂	淵上 淳二	鹿児島県出水市
専門食料品小売業(菓子)	有限会社ルモンド	松村 泰年	北海道留萌市
専門食料品小売業(菓子)	御菓子司 木村屋<おかし工房木村屋>	木村 昌之	岩手県陸前高田市
専門食料品小売業(菓子)	株式会社紅梅<亀の子もなか本舗紅梅>	千葉 洋平	宮城県気仙沼市
専門食料品小売業(菓子(プリン専門))	有限会社クレヨン<クレヨン伊香保ファクトリー>	岡田 誠	群馬県渋川市
専門食料品小売業(菓子)	和菓子司 まるしん	鈴木 辰男	埼玉県吉川市
専門食料品小売業(菓子)	まんじゅう乃池田堂	池田 武	熊本県玉名市
専門食料品小売業(茶)	株式会社いび茶の里	太田 由紀子	岐阜県揖斐郡揖斐川町
専門食料品小売業(その他(地域特産品))	おかつて市場	高橋 公子	群馬県富岡市
専門食料品小売業(その他(チーズ))	フロマージュ・デュ・テロワール	鶴見 和子	東京都青梅市
専門食料品小売業(その他(弁当・惣菜))	とうえもん 藤石エ門	堀野 秀幸	静岡県湖西市
専門食料品小売業(その他(餃子))	花ぎょうざ	花嶋 祐明	静岡県周智郡森町
専門食料品小売業(その他(シフォンケーキ・惣菜))	株式会社佐知'sPocket	石原 佐知	滋賀県大津市

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	農林水産省大臣官房長賞 (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
29回(2019年度)	32	3	6	3	6	14	0
30回(2020年度)	27	3	4	5	5	8	2
31回(2021年度)	34	3	5	3	3	20	0
合 計	1967	164	314	201	54	535	679

※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)総合食料局長賞

第21回(2011年度)～第30回(2020年度)食料産業局長賞

(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 小売業	花き小売業 （注2）	組合・商店街等 共同活動部門 （注3）
				専門食料品小売業（注1）				
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回（1992年度）	4	5	9	14	15	8		
3回（1993年度）	4	4	3	10	19	4	2	
4回（1994年度）	3	4	2	5	14	6	7	
5回（1995年度）	3	5	4	9	16	3	4	
6回（1996年度）	6	5	1	4	13	5	—	
7回（1997年度）	2	2	5	4	10	6	2	
8回（1998年度）	6	1	2	10	15	3	2	
9回（1999年度）	4	2	3	9	11	3	1	
10回（2000年度）	4	—	2	17		2	1	3
11回（2001年度）	3	—	3	22		2	—	2
12回（2002年度）	4	3	2	20		3	3	4
13回（2003年度）	3	0	1	24		1	1	1
14回（2004年度）	2	6	1	15		0	0	1
15回（2005年度）	2	1	2	13		1	1	1
16回（2006年度）	5	6	2	16		0	1	4
17回（2007年度）	1	3	2	21		0	1	3
18回（2008年度）	3	0	3	27		1	0	3
19回（2009年度）	2	2	3	22		2	1	2
20回（2010年度）	1	2	0	11		0	1	1
21回（2011年度）	0	1	2	9		2	0	1
22回（2012年度）	1	1	4	34		1	2	1
23回（2013年度）	1	3	1	25		1	2	0
24回（2014年度）	0	1	3	23		1	1	0
25回（2015年度）	1	3	3	31		0	0	0
26回（2016年度）	0	5	3	44		3	2	3
27回（2017年度）	1	3	5	25		0	1	1
28回（2018年度）	1	1	5	19		1	2	0
29回（2019年度）	1	2	1	26		1	1	0
30回（2020年度）	2	0	2	21		1	0	1
31回（2021年度）	2	1	5	26		0	0	0
合 計	191	198	223	967		292	39	32

（注1）第10回（2000年度）より統合。第26回（2016年度）より「特定加工食品小売業」から「専門食料品小売業」に表記変更

（注2）花きは、第3回（1993年）より追加。

（注3）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

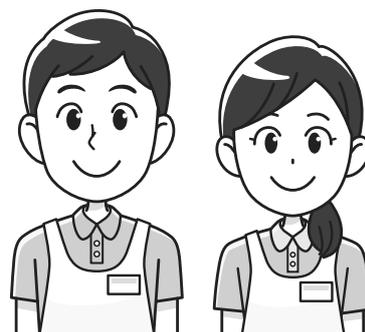
地域別							
回数（年度）	北海道 東北	関東 甲信越	東海	北陸	近畿	四国・中国	九州・沖縄
1回（1977年度）	4	14	3	3	11	1	1
2回（1978年度）	1	24	2	—	3	—	—
3回（1979年度）	8	34	14	3	21	16	7
4回（1980年度）	18	35	13	2	15	12	9
5回（1981年度）	9	40	15	3	11	5	7
6回（1982年度）	13	41	36	5	10	4	3
7回（1983年度）	8	27	15	3	4	7	5
8回（1984年度）	12	20	6	3	6	8	8
9回（1985年度）	5	21	9	3	3	6	4
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
29回（2019年度）	4	14	5	3	2	1	3
30回（2020年度）	8	8	2	1	4	2	2
31回（2021年度）	5	9	4	5	5	2	4
合計	275	660	285	110	305	170	162

第31回

優良経営食料品小売店等表彰

募集期間 令和3年6月7日～令和3年7月20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

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。

■主催 公益財団法人 食品等流通合理化促進機構

■後援 農林水産省 日本経済新聞社 日本政策金融公庫

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
- 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
- 食品等流通合理化促進機構会長賞 …………… 優良な経営技術と経営成績であること
- 食品等流通合理化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

審査方法

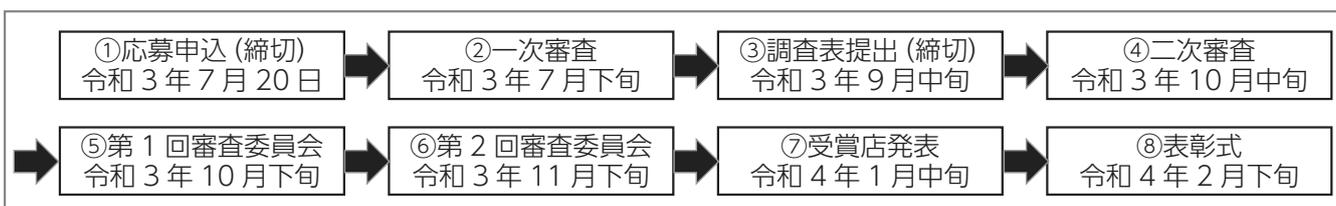
- ・応募申込書による一次審査に合格した店舗等には、二次審査書類（調査表）を提出していただき、審査委員会において書面審査を行います。
- ・一次、二次審査に合格した店舗等については、必要に応じて現地訪問調査を行います。

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)



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。(電子データでのメール添付可)
応募申込書は裏面の用紙、又はホームページに入力用データがありますので、どちらでもお使い下さい。

■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)
- ・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、損益処分計算書の内、該当するもの)

■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)
- ・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 食品等流通合理化促進機構 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

公益財団法人 食品等流通合理化促進機構の紹介

食品等の流通の合理化及び取引の適正化に関する法律に基づき、食品等の流通の合理化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、皆様の食品等の流通に関する取組を支援する各種の事業を推進しています。

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

<input type="checkbox"/>	①法人または個人が経営する独立店舗であること。
<input type="checkbox"/>	②営業許認可又は販売の届出が必要な業種にあつては、当該許認可及び販売届出の手続きをとっていること。
<input type="checkbox"/>	③対面販売をしている小売業の実店舗があること。
<input type="checkbox"/>	④従業員数がおおむね 50 人以下であること。 ※パート・アルバイトは 8 時間で 1 人とする。
<input type="checkbox"/>	⑤食料品及び花きの小売売上が総売上の 50% を上回っていること。 ①『食料品及び花きの小売売上』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『食料品及び花きの小売売上』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
<input type="checkbox"/>	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こと。 ※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。
<input type="checkbox"/>	⑦同一商圏内での営業経歴が 3 年以上であること。
<input type="checkbox"/>	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。
<input type="checkbox"/>	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

<input type="checkbox"/>	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こと。
<input type="checkbox"/>	②運営組織設立 3 年以上経過していること。
<input type="checkbox"/>	③運営組織の構成店が 5 店以上で構成されていること。
<input type="checkbox"/>	④構成店の中に『小売店応募資格チェックリスト』に該当する食料品を扱う店舗があること。
<input type="checkbox"/>	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）であること。
<input type="checkbox"/>	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。
<input type="checkbox"/>	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。

<令和 2 年度 農林水産大臣賞受賞店の紹介>

<p>[菓子] 有限会社湖月庵（茨城県筑西市）</p>	<p>[総合食料品] 株式会社たるしえ（北海道小樽市）</p>	<p>[組合・商店街] 十条銀座商店街振興組合（東京都北区）</p>
 <p>古民具へのこだわりと素材へのこだわりと鉄道の聖地へのこだわり</p>	 <p>小樽・後志にこだわり管内 20 市町村の産品を発掘・商品化</p>	 <p>日常的な食品や生活用品が何でも揃う全蓋アーケードの商店街</p>

<http://www.ofsi.or.jp/concours/rireki/> に過去受賞店の詳細を掲載しています。

第31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。 令和 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 _____	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。 令和 年 月 日 (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	<input type="checkbox"/> ①専門食料品小売業 <input type="checkbox"/> 1.青果 <input type="checkbox"/> 2.鮮魚 <input type="checkbox"/> 3.食肉 <input type="checkbox"/> 4.花き <input type="checkbox"/> 5.酒類 <input type="checkbox"/> 6.牛乳 <input type="checkbox"/> 7.米穀 <input type="checkbox"/> 8.パン <input type="checkbox"/> 9.和・洋菓子 <input type="checkbox"/> 10.麺 <input type="checkbox"/> 11.豆腐 <input type="checkbox"/> 12.蒲鉾 <input type="checkbox"/> 13.惣菜 <input type="checkbox"/> 14.米菓 <input type="checkbox"/> 15.漬物 <input type="checkbox"/> 16.茶等 <input type="checkbox"/> 17.その他 ()										
業務形態	<input type="checkbox"/> ①食料品小売上 (花き、業務用納め含む・②は除く) %					<input type="checkbox"/> ②農業・漁業・製造業・卸売業・飲食店・イトイン・委託販売・煙草・燃料・雑貨品等 %					
許可業種の場合の営業許可等	<input type="checkbox"/> 有 → 該当業種(品目) <input type="checkbox"/> 1.魚介類 <input type="checkbox"/> 2.食肉 <input type="checkbox"/> 3.乳類 <input type="checkbox"/> 4.生菓子 <input type="checkbox"/> 5.惣菜 <input type="checkbox"/> 6.弁当 <input type="checkbox"/> 7.米 <input type="checkbox"/> 無 <input type="checkbox"/> 8.酒 <input type="checkbox"/> 9.食品製造 <input type="checkbox"/> 10.移動販売 <input type="checkbox"/> 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)										<input type="checkbox"/> 有 () <input type="checkbox"/> 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	過去の受賞履歴 (当表彰事業及び他団体)		
男											
女											
計									(表彰名又は賞名)		
↑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	(西暦又は元号) 年	当機構からの文書送付先(連絡が取れるところ)	<input type="checkbox"/> 1.組合等事務所 <input type="checkbox"/> 2.代表者店舗 <input type="checkbox"/> 3.担当者店舗				
組織の種類	<input type="checkbox"/> 1.事業協同組合 <input type="checkbox"/> 2.企業組合 <input type="checkbox"/> 3.協同組合 <input type="checkbox"/> 4.商工組合 <input type="checkbox"/> 5.商店街振興組合 <input type="checkbox"/> 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	_____			

組合員等の業種内訳								
	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)
---------------------	------------	-----------

切り取り線 お手元に控えを必ず残して下さい。またはコピー提出可。

令和3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	水谷 亨俊	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 Management Office
主催者		村上 秀徳	公益財団法人 食品等流通合理化促進機構 会長

<敬称略>

令和3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。

令和4年2月22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 / 村上秀徳

〒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