

## フードショップヤマニシ



[創業年] 1930年(昭和5年)  
 [売場面積] 115.5㎡(34.9坪)  
 [事業従事者数] 5.3人  
 [営業時間] 9:00～19:00  
 [定休日] 第2、第4、水曜日

### [商品構成]

- ・自社惣菜(自社加工品含) 30.0%
- ・食品(グロサリー) 20.0%
- ・精肉 20.0%
- ・青果 10.0%
- ・鮮魚 10.0%
- ・酒類 10.0%

[店舗所在地] 岐阜県中津川市付知町 6951-20

[URL・SNS] <https://yamanishi4147.jimdofree.com/>

### [経営理念]

- ～付知の食に喜びを、付知の食で喜びを～(付知=当店が店舗を構える岐阜県中津川市付知町)
- ・やまにしでは、付知の地域の食を支えて、さらに食を楽しんでいただくことでお客様の幸せな生活を支えていきたいと思っています。
  - ・また、付知の食文化を守りながら、地域外の方にもこの地の食を楽しんでいただく努力をしていきます。

## 地元食材を活かした自家製地味噌・地たまり・けいちゃんど、 店長選りすぐりの“こだわり商品”を楽しみPOPが惹きつける

### [お店の概要]

当店は中津川駅からバスで約45分、付知溪谷や温泉近くのバス停「中田」から徒歩数分の場所にある。山に囲まれた平地が少し広がる付知町の商店と民家が立ち並ぶ通りに立地する。この地域は良い木材が採れたことから、過去は建具職人が多かった。現在も職人の作品を近隣の道の駅で販売している。

1930年、祖父が建具店を営む中、隣で営業していた食料品販売店の後継者がおらず引き継いだことから始まる。太平洋戦争の頃に食料品店のみの営業となり、1945年に2代目が事業を承継、青果や塩蔵品の魚、雑貨等、総合食料品を扱い始める。2015年に現代表正博氏(3代目)と後継者真朋氏(4代目)が承継し、事業を営んでいる。正博氏は主にバックヤードで魚の加工を担当し、真朋氏が店長として店舗運営を統括す

る。真朋氏は大学時代に寿司店でアルバイトを経験、寿司の握り方を身につけ、当店で人気のある寿司盛り合わせに腕を振るう。大学卒業後は名古屋の老舗百貨店の青果売場に就職し、販売のノウハウを身につけ、これらの経験が店舗に活かされている。

### 【お店の経営ノウハウ（1）】

#### ①自家製の地味噌と地たまり

付知地域では、各家庭で自家製地味噌・地たまりが製造され、近隣住民は当たり前に行っていた。真朋氏の曾祖母も毎年自家製味噌を作っていた。味噌づくりの手間からやめることも検討したが、近隣住民から辞めないで欲しい声が上がリ、継続。味噌づくりを辞めた家庭から木樽を受け継ぎ、現在、8つの木樽を保有。付知の味噌・地たまりの伝統を守り、毎年味噌づくりを行っている。



味噌蔵の味噌を毎日かき混ぜる

#### ②自家製の鶏ちゃん（けいちゃん）

「鶏ちゃん」は、地元の鶏肉を地たまりで漬け込んだものである。付知地域では、もともと各家庭で鶏を飼い、捌いて食していた。各家庭の味があったが、現在では鶏を飼う家も地たまりを作る家もなくなった。当店では地味噌とともに出来る地たまりを活かし、自家製鶏ちゃんを製造・販売。特に、当店の自家製地たまりと鶏肉の相性が良く、美味しいとの評価も高い。近隣の道の駅にも卸しており、2022年夏は2日で100袋出荷することもあった。



自家製地たまりに漬け込んだ鶏ちゃん

#### ③店長が惚れた一押し食品

テレビやLINE ニュース等で情報収集し、気になった食品を百貨店やネットショップから取り寄せ試食。店長自身が本当に美味しいと思った商品を取り寄せ販売している。本当に美味しいと思う商品だからこそお客様にしっかり伝え、買ってもらえている。

### 【お店の経営ノウハウ（2）】

#### ①お店に来たくなる取組み



毎週の新聞の折込広告では、店長コラムで近況を伝える。

当店への来店動機を持たせる宣伝媒体としては、毎週1回の新聞広告、SNSによる商品紹介の大きく2つである。新聞広告では店長こだわりで仕入れた食品の美味しさを店長コラムでPRしたり、店長自身を知ってもらう近況報告等でファンを創っている。

### ②お買い物が楽しくなる工夫

商品ひとつひとつを手書きのPOPで飾りつけている。興味を沸かせるメッセージを書き添え、お客様がつい立ち止まって読んでしまう楽しい買い物の場を創り上げている。POPは店長の配偶者のお手製。新しい商品を注文するたびに、「どうやって楽しんでもらおう？」とPOP内容の創作を楽しんでいる。



左：各地を巡ったときに会った美味しい食品を並べる。美味しさを伝えたり、問いかけるPOPがお客様を楽しませる。



右上下：陳列棚はそれぞれが際立つように色で配置を決める

陳列にも工夫がある。店長の真朋さんは、大学卒業後、名古屋松坂屋青果物売場にて勤務経験を持つ。その際、百貨店の陳列方法を学び、色で配置を決め、ひとつひとつの商品を際立たせる方法を身につける。その経験を店舗での陳列に活かし、「色」でお客様がひとつひとつを楽しめるよう配置する。

### ③手に取りたくなるデザイン

当店の目玉商品「鶏ちゃん」は、当店自家製地たまりと相性がよく、美味しい自信があったが、発売当初は透明パッケージに当店ロゴシールを貼ったのみで、ほとんど売れなかった。

そこで、5年前に小規模事業者持続化補助金を活用し、デザイナーに「鶏ちゃん」のシールをつくってもらい、シールを貼ったところ、売れるようになってきた。どんなに味が美味しくて、自信があっても、お客様が手にとりたくなるイメージづくりが販売促進には重要である。



デザイナーに依頼しパッケージを刷新！売れる商品になった！