

令和5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

この度の能登半島地震により被災された皆様に心よりお見舞いを申し上げます。被災地への飲食物品等の支援活動、復旧・復興に向けた諸活動に日夜尽力されている関係者の方々に深甚の敬意を表します。一日も早い復興を祈っております。

さて、今年度で33回目を迎えた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全国の食料品小売業経営者の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。

昨年は、新型コロナが感染症上の5類に引き下げられ3年に亘ったコロナ禍からの正常化に向けて大きく前進しました。しかし、原材料・エネルギー価格の上昇、円安等を背景とした食料品価格の高騰、人口減少と労働力不足、非対面・非接触の購買行動の浸透など、食品小売店舗の皆様のご苦労の声を数多くお聞きしております。こうした中、今年度も全国の72店舗近い食品小売店舗の皆様方からこの表彰事業にご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ご理解並びに関係団体の皆様方のご支援・ご協力の賜と、改めて感謝申し上げる次第です。

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出し新たな客層を開拓していること等が挙げられます。

本年においては、コロナ禍を跳ね返しそれぞれの強みを磨きぬいた挑戦的な応募が多く、

・米穀店とは見まごう「スタイリッシュ」な店づくりで目利き商品を取りそろえ体験イベントでお米の良さをアピールする事例、こだわり商品を中心に地域の伝統食を守り上質な商品を豊富にそろえた事例、協同組合組織から運営主体を株式会社化し沈滞した食品市場全体を再生した事例など、地域の特徴や顧客ニーズ、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、食品市場の皆様の真摯な姿勢を強く実感いたしました。

・また、地域のSDGsに貢献する精肉店、顧客満足度を重視し宅配商品の魅力をアピールする牛乳販売店、おコメだけでなくパン屋・豆腐屋とのコラボ商品や青果物も取り揃える米穀店、可愛いお菓子で五感を刺激し感動を与える洋菓子店、かき氷など新たな取り組みにもチャレンジする老舗蒲鉾店、「飲む」にとどまらず様々なお茶の楽しみ方を提案するお茶小売店など、経営者の方々が工夫を凝らし、着実に成果を挙げられていることに感銘を受けました。

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・商店街のご協力により取りまとめた各店・商店街の経営概要をご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・繁栄されることを心から祈念申し上げます。

令和6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)

<応募数最多の嬉しい悲鳴>

「コロナ禍」明けの令和5年度はコロナ禍の影響を直接受けた過去3年間の経営業績が評価対象になりましたので、応募数が少ないのではと危惧しました。しかし72件の応募があり、受賞数66店と過去10年間で最多となりました。コロナ禍が始まった2020年度27店、翌21年度34店、22年度54店を大幅に上回る受賞数です。私たち審査委員にとっては嬉しい悲鳴ですが、応募者にとっては例年より厳しい選考結果につながった面もあります。応募者の真摯な日頃の経営努力とご推薦頂いた関係諸団体の皆様に感謝を申し上げます。

応募数が増えても、農林水産大臣賞(3店)、農林水産省大臣官房長賞(6店)、日本経済新聞社賞(6店)、日本政策金融公庫総裁賞(6店)の入賞枠規定は変えられません。結果的には例年よりも狭き門になってしまいました。この点にご容赦願いたく思います。

<受賞店審査に求められる審査委員の目利き力>

受賞店を選考する審査は、応募申込書と同時に提出された調査表記載内容にもとづく「書面審査」でおこない、審査員が「点数化」したうえで、審査委員会にて様々な視点からの意見を出し合い、今回の審査結果に至りました。数値化するためには、個店ごとに経営手法を物語化して理解するなど、審査委員の目利き力が必要とされます。小売店経営に目利き力が必要なと変わりません。

審査委員会の場合では長所を引き出し、加点を考慮しながら、受賞候補店を選考しました。財務面及び細かな項目ごとの経営技術面について数値評価を行います。経営の新規性、地域活性化への寄与などを考慮したうえで、賞の特性に見合う受賞店の決定に至りました。組合・商店街の評価については、財務面は不要とし全体評価で評点化しています。

コロナ禍に直面した“氷河期”ともみなせる厳しい経営環境の3年間で今回の審査・評価対象でありました。大型店との競争で疲弊してきた「地域食料品小売店」が、コロナ禍すなわち経営氷河期をどのように乗り越えてきたかを注視しながら今回の審査を進めました。

<コロナ禍・氷河期の中から創造型新・食料品小売店の芽生え>

結果的には、このような想定と危惧があてはまりませんでした。むしろ、挑戦的経営の優良経営食料品小売店、組合・商店街等の姿が今年の実績多数を占めていたことに驚いています。評価点も高い、それだけ優良な経営が多かったということになります。

逆境をばねに、地域消費者にとって必要とされる小売店の役割と存在意義を徹底的に問い直し、そこに新しい小売価値、生活価値を創造していく「攻めと深化の経営姿勢」が打ちだされる結果となったという印象を受けました。コロナ禍から「新・食料品小売店」の姿が台頭しつつあると感じました。自分らしさ(オリジナリティ性)の発揮に真摯に向き合い、経営の新規性、コミュニティ小売店としての使命感と協働事業化の取り組み、環境経営の導入、情報発信力の強化などを

組み合わせながら、顧客創造型地域小売業時代の始まりが予感できる貴重な審査の機会を得ることになりました。

<受賞店から学び取って欲しいこと>

今年の受賞店から学び取って欲しいことが沢山あります。ぜひ、本報告書「受賞店の概要」を活用しながら、お互いに学び合うことをおすすめします。

農林水産大臣賞は、『有限会社原田米店(米穀：鹿児島県)』、個人スーパーマーケットの『エスマート(総合食料品：新潟県)』、地元の味・地元のお店が活躍する食料品市場『虹のマーター株式会社生き生き市場ー(組合・商店街等：青森県)』の受賞が決定しました。この3店については訪問調査を実施し、詳しい経営手法を紹介しています。

業種的には、米穀店、総合食料品店、組合・商店街等の受賞というバランスになりました。いずれも経営環境の厳しさが続く状況下にもかかわらず、オリジナリティの追求に独自性を発揮し、顧客の熱い支持を集めている経営力、経営手法、地域貢献性などが高く評価されました。

衣料品・ファッションの分野ではセレクトショップというオリジナル業態の追求で競争・競合を避ける経営手法が定着しています。『有限会社原田米店』はこの考えを持ち込み、オリジナリティあふれる商品・サービスでライフスタイル提案店(ライススタイルショップ)としての独自性の発揮が高く評価されました。土釜でのおいしいご飯の炊飯体験など、「お米のもつチカラを存分に引き出し《食と人》の新たな喜びを広げ、ふるさとの発展と心豊かな社会の実現に貢献します」という価値創造力に共鳴しました。

大型食品スーパーやコンビニの攻勢に押され、かつ人口減少化が進む条件下にもかかわらず、存在感を発揮しているのが『エスマート』です。商圏人口は400世帯、店舗面積約158㎡(加工場、事務所を含む)、惣菜、一般食品、菓子、加工食品、鮮魚、青果、精肉、酒類、雑貨、花などを扱う総合食料品店です。お客様が買って喜ぶ商品を従業員全員が考え続けてきた結果、独自のこだわり商品が全商品の3分の1(500点)を占めるなど、テーマパークのような「ワクワク感のある店」に育て上げています。

本表彰事業の対象には組合・商店街部門が含まれます。かつて日々の生活を支える食料品市場の存在が必要とされる時代がありました。各地で協同組合が設立され、買い物市場がその役割を果たしたのです。その歴史のある協同組合から株式会社組織への転換を図り、食料品市場の改革に乗り出し、100年続く「百年市場」への新たな取り組みが始められていたのが『虹のマーター株式会社生き生き市場ー』です。若手が運営を担い、若い客層に来てもらうための買い物市場の再生モデルとして評価しました。地元の味、地元のお店の元気が地域の食文化を先導する時代を切り拓いて欲しいとの期待も込められています。

<顧客価値創造業としての強さの発揮>

小売業の概念・発想の転換に挑戦する優良店に出合いことができました。『株式会社 amuse(青果：北海道)』は青果店を「アミューズマーケット」と位置づけし直し、「新しい味との出会い」にこだわり、青果店の価値の徹底追求を始めています。お米屋さんが「ライススタイルショップ」を目指すことによって、炊飯コンサルタントに変身する役割の変化が生じます。『合資会社魚ぎ(鮮魚：岐阜県)』が「食べる水族館」を目指し、「もっと魚が好きになる」ことへのきっかけをつくりだしている事例にも出合いました。花屋さん『株式会社花茂(花：千葉県)』は「花を愛でる文化提供業」と定義し直すと、若者の来店習慣を育てることにもっと力を注ぐ必要性が自覚されます。「店づくりはストーリーづくり」の大切さが再認識される転機が訪れていることに共感します。

異業者との協働・コラボレーションも、小売店の価値づくりを進化させるうえで重要です。『有限会社伊勢屋精肉店(食肉：三重県)』の例ですが、地元高校の畜産科とのコラボレーションにより、地域ブランド(あかりのぼーく)を育て上げたという商品開発に注目しました。小売店の持つ販売力が生産力を動かす製販連携のモデルで、生産支援機能という新しい価値創造の役割に期待したいと思います。『株式会社くろしえっと(パン：岩手県)』の人気商品「恋するカレーパン」はカレー専門店との開発商品であり、新たな客層を広げ価値創造を生み出しています。タテ・ヨコのつながりによる開発・協働による需要拡大も、小売販売事業者だから先導出来る大切な役割としての期待がかかります。

<小売店は顧客価値創造業>

今回の審査特徴は、「コロナ禍が小売業の体質を強くした」という見方で締めくりたいと思います。

「顧客に喜んでもらうために店がある」という「顧客満足提供業」を徹底的に追求する姿勢、王道は昔も今も変わりませんが、その徹底の仕方が優秀・優良経営を支える重要な経営力のカギを握っていることを実感させられました。コロナ禍を追い風にとらえ、おいしいものを家で楽しく食べたいという内食需要を掘り起こし、オリジナル開発商品が増大し、惣菜や菓子の製造業的な業態を合わせもつ取り組み事例などにも注目したいです。商品開発力を活かした小売業の製造業化も起こっています。

顧客に喜んでもらうための発見、工夫、改善のもと、顧客に向き合う小売現場での「日々の改善学習意欲」から生まれるという認識は極めて重要です。「どうしたらもっと喜んでもらえるかを考え続ける習慣がクセにならないと成果は実らない」など、体質改善の本質に触れる大切な示唆を受賞店の中から学び取ることができます。

顧客価値創造経営をつくり出すプロセスが現場主義から生まれる知恵や叡智の活かし方にあることなど、本審査を通じて沢山のことが発見できました。

受賞店の皆様方に感謝申し上げますとともに、受賞された皆様に心よりお祝い申し上げます。この受賞の喜びをご家族、従業員、取引先の方々と分かち合ってください。また、お客様のご愛顧のお陰であり、お客とも喜びを分かちあって頂くことをおすすめいたします。受賞を誇りにさらに顧客満足度を高める努力と工夫に磨きをかけてください。

数年前に、会長賞を受賞された洋惣菜のお店『タルタニアン(長野県軽井沢町)』の片隅に、賞状と表彰式列席の際の胸花が掲げられている素敵な光景に出会いました。お客様と共に頂戴しましたことですので、共に喜んで頂いております、との誠実さと感謝の念、そしてお客様と地域への愛の深さに感激したことがありました。

受賞された方々のこれからのますますのご発展をお祈りいたします。

目 次

農林水産大臣賞受賞店の概要

有限会社原田米店	〔鹿児島県：米穀小売店〕	8
エスマート	〔新潟県：総合食料品小売店〕	12
虹のマーケット 株式会社生き活き市場	〔青森県：組合・商店街等〕	16

農林水産省大臣官房長賞受賞店の概要

有限会社伊勢屋精肉店	〔三重県：食肉小売店〕	20
株式会社 STS	〔千葉県：牛乳宅配小売店〕	22
有限会社栄三田中米店	〔埼玉県：米穀小売店〕	24
有限会社ボヌール・ナナ	〔東京都：菓子小売店〕	26
有限会社植山かまぼこ屋	〔鹿児島県：蒲鉾製造小売店〕	28
有限会社原野製茶本舗	〔福岡県：茶製造小売店〕	30

日本経済新聞社賞受賞店の概要

株式会社 amuse	〔北海道：青果小売店〕	32
株式会社くろしゅと	〔岩手県：パン製造小売店〕	34
有限会社サンフランシスコパイハウス	〔静岡県：菓子製造小売店〕	36
合同会社 nicotto	〔鹿児島県：菓子製造小売店〕	38
和歌濱かまぼこ株式会社	〔和歌山県：蒲鉾製造小売店〕	40
AMBESSA & CO	〔千葉県：ナッツ類小売店〕	42

日本政策金融公庫総裁賞受賞店の概要

合資会社魚ぎ	〔岐阜県：鮮魚小売店〕	44
株式会社花茂	〔千葉県：花き小売店〕	46
有限会社やまえ堂	〔熊本県：菓子・栗加工品製造小売店〕	48
株式会社菓 te-ri	〔宮崎県：菓子製造小売店〕	50
株式会社南美舎	〔千葉県：地域特産品小売店〕	52
山崎糀屋株式会社	〔新潟県：味噌・糀製造小売店〕	54

(公財)食品等流通合理化促進機構会長賞受賞店の概要

ベジサラ舎	〔京都府：青果小売店〕	56
フルーツショップ松美園	〔奈良県：果物小売店〕	57
株式会社立野商店	〔和歌山県：青果・果実加工品小売店〕	58
有限会社橋本青果	〔広島県：青果小売店〕	59
有限会社海鮮恵	〔千葉県：鮮魚小売店〕	60
まるよし佐藤商店	〔新潟県：鮮魚小売店〕	61
川崎鮮魚店	〔宮崎県：鮮魚小売店〕	62
精肉店 肉の政	〔宮城県：食肉小売店〕	63
有限会社有田商店	〔神奈川県：食肉小売店〕	64
特定非営利活動法人 JSB デイリーサポート	〔大阪府：牛乳宅配小売店〕	65
有限会社ニオカワ	〔千葉県：米穀小売店〕	66

有限会社戸塚正商店	〔神奈川県：米穀小売店〕	67
株式会社ピロール健康タチャ	〔福井県：米穀小売店〕	68
服部米穀店	〔愛知県：米穀小売店〕	69
ル・ピリーヌ	〔東京都：パン製造小売店〕	70
今日のおやつ noble	〔宮崎県：パン製造小売店〕	71
ケーキ職人 ちゃっきおじさん	〔宮城県：菓子製造小売店〕	72
菓子匠やまもと	〔千葉県：菓子製造小売店〕	73
モンブラン	〔新潟県：菓子製造小売店〕	74
有限会社乙まんじゅうや	〔新潟県：菓子製造小売店〕	75
有限会社羽入	〔新潟県：菓子製造小売店〕	76
icoOWL studio	〔富山県：菓子(アイソグ クッキー)製造小売店〕	77
糰 ASOBI	〔富山県：菓子製造小売店〕	78
株式会社御朱印	〔石川県：菓子製造小売店〕	79
和菓子処 ひので軒	〔静岡県：菓子製造小売店〕	80
洋菓子エクレール	〔愛知県：菓子製造小売店〕	81
有限会社三寿園	〔愛知県：菓子製造小売店〕	82
石田製菓舗	〔滋賀県：菓子製造小売店〕	83
小間安老舗	〔京都府：菓子製造小売店〕	84
ル・ノール洋菓子店	〔大阪府：菓子製造小売店〕	85
株式会社元町ケーキ	〔兵庫県：菓子製造小売店〕	86
株式会社カリーナステラ	〔兵庫県：菓子製造小売店〕	87
有限会社よしお	〔広島県：菓子(鯛焼き)製造小売店〕	88
藤六かまぼこ店	〔京都府：蒲鉾製造小売店〕	89
株式会社コーヒーローストビバーチェ	〔東京都：コーヒー豆小売店〕	90
美と健康 レンドルフ南林間	〔神奈川県：自然食品小売店〕	91
株式会社廣川	〔大阪府：佃煮製造小売店〕	92
濱口商店	〔兵庫県：農産加工物製造小売店〕	93
株式会社 Hisher	〔福岡県：ドレッシング製造小売店〕	94
三味ざぼん店	〔大分県：ざぼん漬製造小売店〕	95
産直の駅 豆穀	〔長崎県：地域特産品小売店〕	96
有限会社そうべつフレッシュプラザ	〔北海道：総合食料品小売店〕	97

(公財)食品等流通合理化促進機構会長奨励賞受賞店の概要

有限会社氏郷庵かどや	〔滋賀県：菓子製造小売店〕	98
有限会社御菓子司かつらや	〔大阪府：菓子製造小売店〕	98
有限会社菊寿堂	〔広島県：菓子製造小売店〕	99

参考資料

令和5年度 第33回優良経営食料品小売店等表彰事業 受賞店一覧	102
優良経営食料品小売店等表彰事業 回数別入賞店数	104
令和5年度 第33回優良経営食料品小売店等表彰事業 申込要領	107
優良経営食料品小売店等表彰事業 審査委員及び主催者	112

- 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) 記載内容については、店舗の希望により掲載していない事例があります。

有限会社原田米店



[創業年] 1946年(昭和21年)

[売場面積] 90.0㎡(27.3坪)

[事業従事者数] 9.3人

[営業時間] 10:00~17:00

[定休日] 日曜日

[商品構成]

・米	70.7%
・雑貨	10.0%
・体験事業	5.0%
・飲食	15.0%

[店舗所在地] 鹿児島県薩摩川内市樋脇町市比野 2454-1

[URL・SNS] <https://www.riceperformance.jp/>

[経営理念]

お米のもつチカラを存分に引き出し「食と人」の新たな喜びを広げ、ふるさとの発展と心豊かな社会の実現に貢献します。

お米の専門家があなたに合わせて提案！

新たな食の喜びを発見できる体験型店舗

[お店の概要]

当店は「市比野温泉前」から徒歩10分の温泉街通りに面する。1946年(昭和21年)現代表の祖父が周囲の農家が育てた米を精米する場所として精米業を開始したことから始まる。1989年(昭和64年)に2代目が法人化し、(有)原田米店として米の卸売業を開始。現代表は大学卒業後、他社で営業経験を積み、2005年(平成17年)に当社へ戻り、2010年(平成22年)に代表取締役就任。農産物検査員、五ツ星お米マイスター、お米ソムリエ食味鑑定士等、お米に関する知識や経験が求められる資格を取得した。業務用納めに加え、地域の住民へ小売販売を行っていたが、お客様に更にお米について伝える店舗として、2022年(令和4年8月)に新店舗ライススタイルショップハラダをオープンさせた。店舗ではランチ提供や釜土を使った炊飯体験を行う設備を設け、お客様の食生活にあった米や



お客様に寄り添った提案を理念とする代表 原田氏

水、炊き方を学ぶことができ、食にこだわりを持つお客様の来店を動機づけている。代表自身がこれまで、ただ「いいものを売る」だけでは結果として発展していかない反省を踏まえ、「食と人」を繋げる理念に基づき、顧客に提案する。相手が事業者の場合は、さらにその先の顧客の役に立つことが、後々のありがたいに繋がることを理念に提案を行う。地域の飲食店や弁当店等の事業者へは、事業者にとってメリットのあるごはんの提供方法を提案・指導し、提案型店舗として喜ばれている。温泉街に立地する当店は温泉街を歩く観光客の立ち寄りカフェとしても地域に喜ばれている。

[お店のノウハウ(1)：提案型店舗として物語のあるこだわり設備や目利き商品を陳列]

①世界観を作り出す店舗設備

店内のインテリア、陳列する商品、デザインはお客様から「スタイリッシュ」とも言われ、独特な世界観を作り出している。代表は、DJとして別の顔も持ち、その世界で繋がりも活かし、五感に訴える店舗を作り上げている。

店舗外観には大きく「米」の文字をデザインし通る人に印象付ける。店内の壁にはプロジェクターで米の生産風景や、調理器具の製造風景を映し店内で紹介する。

また、釜土から伸びる煙突にはアメリカのデザイナーが制作した「原田米店」のロゴが引き立ち、ロゴを見るために来店するお客様もいるという。久留米家具職人の作ったテーブルも20～30代のこだわりを持つ人たちの来店に繋げている。店内の展示一つ一つにこだわりを持ち、その背景や理由を物語として伝え、とがったファンづくりに繋げている。



米の生産風景や道具の製造風景をプロジェクターで投影



煙突にデザインされたロゴ



お米に関する道具類を展示したショーケース



釜土にくべる薪もオブジェとして飾る



当店の世界観に合わせ精米機を黒くデザイン



炊飯に使う釜土



久留米家具職人制作のテーブルもお客様が来店する目的の1つ

②目利きとして厳選した商品を選び、提案

お米の専門性から選んだ米を常時 30～50 種類用意。店頭ではお客様の普段の食生活に合う米をその特徴とともに紹介する。特徴の違う複数の米のブレンドも行い、新たな「風味」への提案が顧客（一般客・事業者）より評価されている。

米に関わる職人の造る道具も提案する。伝統的な職人が作るお米にまつわる調理器具や箸などを選んで仕入れ、展示している。鹿児島は竹林面積が日本一であり、その竹を使った箸しかつくりえない工房から仕入れた箸や、やわらかい竹からしか作れない米専用のザルや、伝統工芸師の制作した桐の米櫃など、職人の思いがある道具を紹介している。米に関わる道具と共に、生活の中の「食」のあり方を提案する。



工房から仕入れた「こだわりの箸」

[お店のノウハウ(2)：お米の知識を活かした提案型接客と継続する仕組みづくり]

①提案型の接客

飲食店や弁当店を営むお客様には、事業に活かせる米の種類や扱い方を提案する。例えば、飲食店では、お客様数を予測してお米を炊くが、予測より来店客が少ないとご飯を廃棄せざるを得ないことがある。そこで廃棄を減らすご飯の準備方法をレクチャーする。弁当店へは、利益率を確保しつつ提供する弁当に合う米を提案する。提案し米の炊き方を体験できるよう、炊飯体験・飲食スペースも活用する。

店舗を担当するスタッフは全員お米マイスターを取得し、提案型接客をスタッフ全員で実現している。お米の提案においては、パネルや動画を店頭で用意し、お客様の食生活を伺いながら提案する。味への影響が大きい水についてのレクチャーも行う。

②炊飯体験イベントで美味しさの引き出し方を伝える



都道府県別 硬度平均値

沖縄県	94	山梨県	73	栃木県	64	群馬県	58	富山県	43
千葉県	92	茨城県	71	新潟県	63	長野県	57	山形県	43
滋賀県	89	東京都	70	兵庫県	62	青森県	53	愛知県	41
熊本県	88	神奈川県	69	香川県	62	三重県	52	北海道	41
埼玉県	87	岐阜県	68	高知県	61	岩手県	51	鳥取県	40
東京都	78	長野県	68	福井県	60	鹿児島県	51	島根県	37
群馬県	77	奈良県	66	石川県	60	宮城県	49	秋田県	37
山口県	77	岡山県	66	佐賀県	60	広島県	49		
愛媛県	75	静岡県	65	岐阜県	60	福島県	48		
福岡県	74	大分県	64	大塚市	58	宮城県	45		

左上：食べ物に合うお米をグラフ

右上：精米度に合わせて調理方法を動画とともに紹介

左下：水の硬度一覧でレクチャー

休日（日曜日）以外は炊飯体験を行っている。日本古来から伝わる釜土による炊飯体験では、薪割りも店内で体験でき、お米の持つ美味しさを引き出す方法等を伝え、家庭でこだわりのお米を美味しく楽しめ

る教育の機会を提供している。店内ではランチ提供も行い、お米を味わいながら美味しく食べる情報を届ける機会となっている。

②経営理念を落とし込んだ研修の実施

「食と人」を繋げる理念に基づき、社員に伝え続けたい思いから研修を定期的（2ヶ月に1度）に実施する。当社の経営理念の基、取り組みの意味を自ら考えられる人材を育成するべく社労士と共に内容を作り、実施している。外部研修にも積極的に参加し、得られた情報を社内勉強会等で共有する。



定期的に研修を開催し自ら理念を基に考える機会を持つ

③全員で作る業務マニュアル



社員数が増える中で、ルールがあやふやになることが発生した。そのため、報連相ノート（業務マニュアル）を用意し、日々決定したことや申し送り事項等、共有すべきことを記録し、経緯を含めて確認できるようにした。当店として、いかに行動するかの意識統一に役立てている。

決まったルールは業務マニュアルに記録し、スタッフ間で共有する

エスマート



[創業年] 1960年(昭和35年)

[売場面積] 158.0㎡(47.8坪)

[事業従事者数] 11.2人

[営業時間] 10:00~18:30

[定休日] 火・水曜日

[商品構成]

・惣菜	22.0%
・一般食品	17.0%
・菓子	10.0%
・加工食品	10.0%
・鮮魚	10.0%
・青果	8.0%
・その他	23.0%

[店舗所在地] 新潟県五泉市橋田戊 389-4

[URL・SNS] <https://www.facebook.com/smartgosen>
https://www.instagram.com/s_mart_gosen

[経営理念]

「お客様の気持ち」に焦点を当てた対応をすること、地域密着型の事業経営、上質な商品を豊富に揃えるなど、常にお客さまの期待を超えていく。

地域の伝統食を守り、上質な商品を豊富に揃える、 お客様の笑顔のために改善し続ける店

[お店の概要]

1960年(昭和35年)現代表の祖父が食品・雑貨・文房具を販売する商店を創業。その後、現代表の父親が仕出し業を開始。1977年(昭和52年)に食品小売業(ミニスーパー)に業態変更。現代表は大学卒業後、関東のスーパーや鮮魚店での勤務経験を積み、2000年(平成12年)に家業に戻るも、人口減少・少子化等影響を受け、実家スーパーの経営は厳しい状況となっていた。厳しい中でも惣菜の評判は良く、近隣へ卸しを続け、地域の伝統的な家庭の味である「なんぼん味噌」を使った惣菜を出したところ、リピーターが増加。「なんぼん味噌」が売れると確信を持ち、惣菜製造業に転換を視野に入れる中、2008年「プリン事件」が起こった。

当時、美味しいと話題のプリンを試そうと4つ発注したところ、誤って4ケース発注。96個のプリンを入荷してしまい、「間違えて仕入れてしまって、助けて」とお客様

に協力いただき売り切った。すると「孫が美味しいと言うのだけど、次はいつ入るの」と言われ、「お客様は値段だけで選ぶのではなく、美味しいものが欲しい」ことに気づく。その後、お客様が喜ぶ商品は何かを考え、新たな商品へのチャレンジを繰り返す。安価な商品と、こだわって仕入れた商品を並べると、価格が高くともこだわりの商品が売れていく。徐々にこだわりの商品を増やし、1,500点あるアイテムのうち、500点は当店こだわりの商品として店頭へ並び、お客様に日本各地の美味しい食材を提案する独自の売場を作り上げている。地域の伝統の味を残したい声にも応え、集まるお客様に伝統の味を伝承する店舗にもなっている。



経営者家族とスタッフの皆さんで
美味しいものを厳選

【お店の経営ノウハウ(1)：売上増のためではなく、「お客様のために」が結果を出す】

当店は「お客様の笑顔のために何をするか」に集中し、様々な取組みにチャレンジし、売上増につなげている。いくつかの取組みを紹介する。

①ノルマを与えない

当店の経営方針である「誠実 Seijitsu、清潔 Seiketu、親切 Sinsetu」の3つの『S』を軸とし、「ノルマを設けない・与えない」販売戦略をとっている。当社は売上や利益の目標を意識的に設けず、スタッフにもノルマを与えない。ノルマは上司の顔色を伺い、お客様に寄り添えなくなってしまうという、代表の小売店勤務時の反面教師となる経験から取り組んでいる。3つのSを軸とし、お客様に寄り添えているか、お客様が帰るときに楽しかった、来てよかったと思ってもらえるかを大切に考えて行動する。結果として、毎年わずかであるが売上を伸ばさせ続けている。

②毎日の朝礼で PDCA

当店では毎日、朝に朝礼の時間を設け、前日の情報を共有。この朝礼はスタッフからの「情報共有してほしい」との申し出から始まった。「毎日必ずひとつは改善する」をテーマに、前日の出来事や、作業場の改善点、効率化の気づきや店内外の不備等、気づいたことを共有し、改善方法のアイデア出しを行っている。朝礼は10年以上継続し、常に改善し続け、スタッフ自らが常に考える習慣を生み出す場となっている。



毎日の朝礼のPDCAでスタッフ
自ら考える風土に

③お客様のニーズの把握

常に店頭でお客様と会話をし、お客様の要望を聞いている。スタッフはノルマがないことから、お客様とお友達のように接している。目の前のお客様に徹底的に喜んで

いただくことに取り組み、売れなくても気にしない接客がおお客様の心を開かせている。おお客様の様子を日々の朝礼で共有し、店舗づくりや仕入れに活かしている。

④スタッフ全員で取扱う商品を決める

当店の特徴のひとつとして、日本各地の高品質な食品を積極的に取り扱っている点がある。お客様のニーズや、仕入先からの情報等から検討したい食材情報が常に入り、スタッフ全員で試食し、お客様に喜ばれる商品かを検討している。

また、商品毎に担当するスタッフを決めている。取扱いを決定した商品の仕入れ・陳列・販売促進は担当スタッフが自ら考えて決定する。スタッフは自身が担当する商品に誇りを持ち、愛情をもってお客様に紹介している。

⑤お友達に話しかけるような POP

陳列する商品にはお薦めの言葉を載せる。POP 作成のコツは、LINE 口調で仲のいい友達に語り掛けるように書くこと。また、お客様からの質問があれば、POP にも反映する。例えば、バターチキンカレーの瓶詰は、お客様から「何人前なの？」と質問されたことをきっかけに「3人前です」の POP を追加。すると飛ぶように売れるようになった。お客様が商品決定の際のちょっとした悩むポイントを解決することで売れるか売れないかが変わるのであれば、悩むポイントを解決する POP は、売上増の一つのコツである。



お客様からの質問を POP にしたら売れる商品に！

⑥週に1日の店舗販促のための準備日を設ける

当初は年中無休であったが、週休1日制へ、週休2日制へと徐々に店舗の定休日を増やした。休みを増やすことで売上減少のリスクも考えられたが、逆に売上が増加した。店舗は毎週火・水を定休日とし、火曜日は全員休み、水曜日は翌日からの営業準備を行う。店内をしっかりと準備しお客様が喜ぶ店舗づくりを行うことで、スタッフ一人一人が自信を持ってお客様を迎えられる。こうした充実した店舗づくりが売上に繋がっている。

[お店の経営ノウハウ (2)：地域の伝統を伝承し、地域の道の駅のような存在に]

当店は地域の昔ながらの伝統の味を伝え続けることにも積極的に取り組んでいる。地域の味が集まり、お客様に伝え、地域の道の駅のような存在になりつつある。

①当店オリジナル商品・地域の伝統食品である「越後なんばん味噌」

当店の復活の原点にもなった地域の伝統食であり、当店オリジナル商品である「越後なんばん味噌」は、SNSでも「美味しい」と人気である。使用するみそは、今では貴重な木桶仕込み味噌であり、その他の材料もこだわって仕入れている。すべて代表

が手で漉し、年間5トン分を製造している。仕入れ販売を行う小売業に留まらず、地域の伝統であり当店の独自の味である「越後なんばん味噌」を製造していることが当店のコアな強みとなっている。



代表(上)と、代表の作る「越後なんばん味噌」(右)

②地域の正月の伝統食「にしんの糍漬け」の復活に寄与する

「にしんの糍漬け」は、地域の正月の伝統食である。漬けてから食べられるまで3週間要し、地域では作る家庭が少なくなっていた。2010年に隣町の麴屋さんから「地域の伝統食を残したい」と当店の麴の販売の相談があった。接客で作り方を伝え続けたところ、「懐かしい」と購入する客が現れた。食べた人が「懐かしい」「美味しい」と口コミが広まり、年々販売量が増えた。現在では麴屋が当店へ卸せる最大量である800kgを12月の1か月間だけで売り切っている。



「にしんの糍漬け」は作り方(左)を伝えることでヒット商品に!

③地域の名物和菓子承継

地域では、明治10年創業の和菓子店の閉業により、ロングセラーであった「五泉名物きなせや饅頭」の承継が危ぶまれていた。何人もの承継希望者が手を上げるも、元店主が承諾しない状況が続いた。地元商工会議所が当店を紹介すると、「エスマートさんなら、ちゃんと売ってくれる」と、元店主は饅頭の承継を快諾。地域から当店が信頼を得られている様子が窺える。「五泉名物きなせや饅頭」を当店で引き継ぐこととなり、2024年春の販売開始に向け菓子工房増設中である。



「五泉名物きなせや饅頭」を承継、地域の伝統の味を守る

虹のマーケット -株式会社 生き生き市場-



[発足年] 1956年(昭和31年)

[総面積] 1,799㎡(544.2坪)

[活動員数] 56.0人

[商圈] 10~16km

[構成]

- ・青果 1店
- ・鮮魚 2店
- ・食肉 2店
- ・その他食品 15店
- ・花き 1店
- ・非食品 2店

[所在地] 青森県弘前市駅前町 12-1

[URL] <https://www.nijinomart.com/>

地元の味・地元のお店の活躍をバックアップ！ 地元のお客様と会話が弾むお買い物市場

[組合・商店街等共同活動の概要]

■組合の危機に立ち上がったある組合員の勇気が市場の賑わいの再来へ

当市場は、1956年（昭和31年）に弘前で商売を行う事業者37名が集まり、「弘前食料品市場協同組合」を組織し、「弘前駅前食料品市場」として開場した。1994年（平成6年）に駅前の再開発により現在地に移転、「人々の暮らしに虹をかける」想いのもと、名称を「虹のマーケット」とした。その後、郊外の大型商業施設の出店や、お客様のニーズの変化の中、売上不振や後継者不足で退店も続き、変化への対応を迫られるも、組合内での意見がまとまりづらく、迅速な対応ができない状況であった。

その中で、2010年（平成22年）、組合員である浜田健三氏が立ち上がり、お客様が喜んでもらえる市場にするためにはお客様のニーズの変化に合わせて対応しやすい運営形態にしなければならないと訴えた。同氏の言葉を当初はなかなか受け入れてもらえなかった。しかし、訴え続けて10年、2020年（令和2年）、同氏の出資とともに協同組合の運営業務を株式会社で行う形態に変更。かつ、翌年には同氏の子息である浜田大豊氏（当時20代後半）が株式会社生き生き市場の専務



運営を担う浜田大豊氏

取締役となり運営を担うことで、積極的にお客様のニーズに対応できる体制を整えることに成功した。東京で就職していた大豊氏は、Uターンして新会社の運営に当たることになったため、組合員であった父とは別に、これまで市場とは関わっていない広い視野を持った第三者的な視点から、また各組合員に対し中立的な立場から市場の再活性化について率直な意見交換に努めることができた。その結果、各組合員も建設的な議論を次第にはじめ、沈滞していた市場の雰囲気は徐々に変化していった。

[組合・商店街等共同活動のノウハウ(1)：市場全体で協力しあう土壌づくり]

①全店舗で清潔な市場づくりのための清掃活動

このような市場の再活性化の第一歩は、市場としての清掃活動の実施であった。これまで市場では清掃業者が入り清掃をするものの、協同組合時代は清掃業者を管理する人材が不在で、行き届いた清掃に至れずにいた。そのため、通路に出ている店舗の陳列棚が排水溝をふさいでいると、清掃できずにいたこともあり、結果、臭い等が発生し、市場の雰囲気にも影響していた。

2021年に大豊氏が就任後、市場内の各店舗との関係性を丁寧に構築し、全員に声をかけ、市場全員で場内側溝清掃を行った。清掃業者も変更し、運営する株式会社で管理、市場の清潔な環境を継続し、「清潔な市場」として市場再活性化のための基礎を固めることができた。

②各店舗の協力による共同配送で効率化・集客力アップ

市場内店舗の「青果いした食品」では500円以上購入のお客様へ弘前市内無料配送サービスを提供。別店舗で購入した商品も一緒に配送を行う。「海産食品ハマダ」では、注文商品発送時に市場内他店の注文商品の同梱サービスを提供。このような従来からの各店舗の協力に基づく取組みは、市場全体の集客力アップに貢献している。



市場内で共同配送取り組みを行う「青果いした食品」(左)と「海産食品ハマダ」(右)

③市場内共同仕入れで効率化

当市場には惣菜店や飲食店も入居しており、市場内で購入できるものは市場内で仕入れを行っている。市場として仕入れの取り決めはないものの、店舗同士で仕入れを行う自発的な取組みにより、惣菜店や飲食店は在庫を持つ必要はなく、安価な仕入れによる各店舗の収益改善、ひいてはお客様還元による市場全体の優位性向上に寄与している。

【組合・商店街等共同活動のノウハウ(2)：お客様に喜んでもらえる市場を形にする】

①新店舗の誘致やイベント企画・開催で新しいファンづくり

当市場では、市場にお客様を呼び込むために、市内の食品小売店へ積極的に営業し、誘致を働き掛けている。市内の別市場の閉場に伴い、そこに入居していた「小川鮮魚店」に



地元ファンの多い「焼き鳥美加美」



他市場閉場の機会に入居した「小川鮮魚店」

声をかけ当市場に移転、当店舗のお客様は継続して購入

できるようになった。また、弘前でファンの多い焼き鳥店「焼き鳥 美加美」へ積極的に出店を依頼し、オープンを実現させた。これらの誘致により店舗のファンを新たに市場に呼び込んでいる。

月数回、市内他事業者の出張催事販売イベントを実施している。イベント開催により、市場に入ったことがない客層へ認知を拡大。該当の事業者目当てで市場に来る新規顧客、特に 20～30 代の客層、子連れの家族等、新たな顧客の来場を増やした。

新たな店舗が入ることで新たな顧客の入場を実現させたことにより、各店舗が自ら変化した。梱包材を扱う「桜紙業包装用品」は店名を「KONOHA」とし、若い世代のお客様が喜ぶ店構えにリニューアル。店舗の変化がお客様を呼び、更に店舗が変化する相乗効果が生まれている。



来場するお客様に合わせてリニューアルした店舗

②チャレンジ出店制度で新規出店（創業）の場を提供し弘前市内の創業活性化

「新規創業の問い合わせが増えているが、スキルや経験のないチャレンジ創業者への支援制度がない」という悩みを受けたことから、当市場を活用したチャレンジ出店制度を企画した。一般的な店舗出店と比較し費用を抑え、創業しやすい環境を市内創業希望者に提供する。（条件：家賃は固定費＋歩合制、初期費用補助あり、最長 1 年間、市場の営業日・営業時間厳守）。

初めてのチャレンジ出店は、26 歳デザイナーによるコーヒーショップ「れいんぼうかふえ」。2023



卒業したチャレンジ出店 1 号店

年9月に満1年を迎え卒業し、当市場の建物内に正式に新たな事業所として入居したところ。市内の創業へのチャレンジを後押しし、市場全体の集客力も強化する取組となっている。

③積極的にメディアやネットでPR

弘前市民がよく見ている情報媒体「弘前経済新聞」等、積極的にメディア掲載に働きかけを行う。2021年2月にはInstagramを開始し、市場の様子やイベント告知を行う。

また、2023年6月にホームページを開設、丁寧な店内イラストマップや各店舗の紹介は当市場へ「行ってみたい」の動機付けになっている。



市場内のお店の取り扱いがわかる市場マップ

④近隣大型商業施設とのWIN-WIN関係の構築

一般的な商品を扱う近隣大型商業施設と地場もの中心の虹のマーケットとの間で棲み分け関係を構築し、お互いにそれぞれの施設の利用をし両者を行き交う買い物客を集め共に受益している。

⑤公的機関との丁寧な連携づくり

当市場では株式会社で運営を行う体制へ変更した直後から、自治体、中央会、商工会議所等への働きかけを大切にし、公的機関と情報交換を行っている。連携することで活動のチャンスを広げている。当市場でのチャレンジ出店者に対しても公的機関との橋渡しの支援を行っている。

公的機関と繋がりを持つことで、公的機関とともに新たな取組みを発想する機会に繋がっている。具体的には、当市場に隣接する歩行者用公道は、現状ほとんど歩行者がいない状況である。広いスペースをイベント会場として活用を企画し、市内から更なる集客を計画している。

このような市場各店舗の取組の結果、「市場に行ってみよう」の気持ちを沸き立たせ、昔から馴染みのお客様だけではなく、20~30代の若い家族の来店も目立つようになった。若い世代のお客様が増えることで各店舗も活気を取り戻し、若者向けに改装する店舗や、新たな出店希望も現れ、賑わいの創出拠点となっている。

有限会社 伊勢屋精肉店



[創業年] 1986年(昭和61年)

[売場面積] 3.3㎡(1坪)

[事業従事者数] 3.0人

[営業時間] 9:00~17:00

[定休日] 日曜・第3土曜日

[商品構成]

- | | |
|------------|-------|
| ・牛肉 | 15.0% |
| ・豚肉 | 45.0% |
| ・鶏肉 | 20.0% |
| ・食肉加工品 | 5.0% |
| ・伊勢あかりのぼーく | 15.0% |

[店舗所在地] 三重県伊勢市小俣町宮前 115-2

[URL・SNS] <https://iseya-meat.com/>

[経営理念]

人と人を繋げる商いを目指し、地域で必要とされる企業を目指す。

地域ブランド「伊勢あかりのぼーく」を高校生と共に生み出し、 地域の課題解決に向けて取り組む精肉店

[お店の概要]

当店は伊勢市小俣町に所在する業務用おさめを主体とする食肉小売店であり、牛・豚・鶏肉・食肉加工品を扱う。中でも特徴的なのは、地域の高校生が育てた「伊勢あかりのぼーく」の販売店となっていること、そしてその地域の主要ブランドを生み出すのに協力し、高校生と共に育て上げたことである。当店は、1986年(昭和61年)、現代表の父が「牛六」として食肉販売業を創業。現代表は食肉の専門的な知識を学校で学び、他社で経験を積み、1997年(平成9年)家業に戻る。

2005年(平成17年)に有限会社伊勢屋精肉店として法人化し、2011年(平成23年)に代表取締役就任した。法人化後の2008年(平成20年)、「地域で必要とされる企業になるためには?」「地域企業として生き残っていくには?」を必死で考えていたときに高校での養豚の状況を知り、地域ブランドとなる豚肉「伊勢あかりのぼーく」を高校生とともに実現させ、高校生による商品開発を支援、様々な企業とのコラボにも取

り組んでいる。また、地域の食品事業者からの食品廃棄物を活用したエコフィード研究を高校生とともに進め、地域のSDGsにも貢献している。

【お店の経営ノウハウ】

当店は、「地域で必要とされる企業になるために」を想い続け、地域の問題に取り組んだ。近隣の三重県立明野高等学校で取り組む養豚で育てた豚の存在を知り、生徒たちのモチベーションのためにも、「地域ブランドとして育てたい!」と決意。その想いは高校や教育委員会への何度にもなる説明を乗り越えさせ、代表の「地域のためになりたい」想いが地域ブランド「伊勢あかりのぼーく」を作り上げた。

それは、同校の生徒が自ら育てた豚肉を活用した様々な商品開発への機会提供・支援にも繋がっている。また、サステナブルが重視される中、地域の食品関連企業の食品廃棄物の存在を知り、エコフィードとしての活用に向け、企業と高校の繋がりを構築した。



三重県立明野高等学校生産科学科畜産専攻の生徒さんたち。JGAP 認証農場で育てる「伊勢あかりのぼーく」のブランド化やエコフィード活用を当店が支援する。

結果、三重県立明野高等学校でのエコフィード研究事業に繋げ、全国学校農業クラブのプロジェクト発表大会において初出場で優秀賞（全国2位）の快挙に導いた。高校生との研究・開発は、高校生が「卒業後、自分たちがしてもらったように三重県で貢献していきたい」という声にも繋がっている。以前は「臭いがつくから」と嫌がられていた畜産専攻は、現在では一番希望者数が多い科となったという。

事業の枠にとらわれない地域課題への解決は、前例がないことで進みづらい場合もあるが、その解決が新たな道を切り開き、地域の中の新たな精肉店のあり方を示した。



株式会社 S T S



[創業年] 1996年(平成8年)
 [売場面積] 1,243㎡(376.0坪)
 ※本店支店合計
 [事業従事者数] 55.3人
 ※本店支店合計
 [営業時間] 9:00～17:00
 [定休日] 日曜日

[商品構成]

- ・乳製品 95.0%
- ・一般食品 5.0%

[店舗所在地] 千葉県成田市伊能 2985-58
 [URL・SNS] <https://sts369.geo.jp>

[経営理念]

儲け第一主義ではなく、顧客満足度、及び従業員満足度を高めることを目指し、日々改善に取り組む。

宅配商品の素晴らしさを伝え、届け続ける道を開拓する販売店

[お店の概要]

当店は千葉県成田市の本店を中心に、千葉県内5店舗・茨城県内1店舗の6店舗を運営する森永ブランドを中心に扱う牛乳販売店である。代表は、東京の森永販売店での配達員・訪問セールスの経験から、その経験を活かしセールススタッフを派遣する会社株式会社シンシアリティーを立ち上げ、牛乳販売店のサポートとコンサルティングも行う。

牛乳販売店の経営者を支援する中、更に寄り添える自身になりたいと販売店経営を考える。ちょうど知人の牛乳販売店が承継者不在な状況となり、仲間と出資しあい、2008年(平成20年)に株式会社STSを設立した。株式会社STSは出資した同志3人の頭文字である。近隣の廃業店を引き継ぐなどし、現在6店舗体制で運営する。スタート当初は森永乳業の専売店であったが、2017年にフルヤ乳業の廃業店を引継ぎ、併売店となる。昨今、牛乳販売店経営者の高齢化による廃業が続く中、メーカー担当者と連携し、お客様に突然商品が届かなくなる事態が発生しないよう対策を講じている。

また、廃業を考えながらも廃業したくない想いを持つ店舗について、当社傘下に入

ることを勧め、仲間として加わってもらい、お互いのメリットを生かし、配達可能エリアを広げている。

【お店の経営ノウハウ】

一般的な牛乳販売店は、値上げすると顧客が離れると考え、サービスを削る選択を行う場合が多くある。当社は、他店より10円～20円高い価格設定を行い、顧客満足度を上げる対策を講じている。具体的には、宅配専用商品を毎月1品プレゼントし、お客様に1年で12品を試食してもらい、購入点数を増やす機会をつくっている。デザートの特典も提供し、お客様の満足度を高めている。

新規顧客開拓は、スーパーやショッピングモール、郵便局等でイベントを行い、普段知るきっかけのない共働き家庭等、顧客が広がる機会となっている。配達エリア外からの注文はゆうパックを活用した宅配を可能とした。郵便局と交渉し、年間ノルマ達成を条件に送料を下げてください、採算がとれる仕組みとした。この考え方に共感していただいた他販売店にもゆうパック宅配を勧めている。全国統一条件とすることで、注文のあったお客様の近くのゆうパック宅配店にお客様を移譲し、効率の良い配送を行っている。

また、コロナ禍では、働いている人の役に立ちたいと、免疫力を強化する宅配専用商品をいかに必要とする人に届けるかを考え、職場に届け持ち帰ってもらう方法を開拓。まとまった人数分を届けることで単価を下げた配達を可能とし、2,000名のお客様を開拓した。千葉県佐倉市市役所には2,500名の職員・保育士に4種類のサンプルプレゼントを提案し、200人以上の注文をいただいた。宅配商品を必要とする人にいかに届け続けるかを考え、新たな取組みが顧客開拓に繋がっている。



代表の三溝さんと牛さん模様の配達車



郵便局に持ち込み、注文分をゆうパック発送



佐倉市市役所にサンプル提供の撮影

有限会社 栄三田中米店



[創業年] 1928年(昭和3年)

[売場面積] 25.0㎡(7.6坪)

[事業従事者数] 3.9人

[営業時間] 10:00~19:00

[定休日] 日曜・祝日・月曜

[商品構成]

・米穀 90.0%

・総合食料品 10.0%

[店舗所在地] 埼玉県川口市栄町 3-10-8

[URL・SNS] https://www.instagram.com/eisan_tanaka/

[経営理念]

美味しいお米をお客さまに食べていただきたい。

日本各地の厳選されたお米(ほぼ一等米)を、常時20種類以上仕入れ、清潔でおいしい状態で販売します。お客さまに、お米を選ぶ楽しさを感じていただけるよう、わくわくする品揃え、丁寧な接客をしていきます。

毎週土曜のマルシェが行列！好みのお米を紹介するお米屋さん

[お店の概要]

当店はJR川口駅近くで創業90年を超える米穀店である。1930年(昭和5年)に店主の祖父が「栄三販売所」として米・炭・薪を販売する店として創業し、1964年に(有)栄三田中米店として法人成りした。現在の店主が3代目となる。1959年(昭和34)年に建てられた昔ながらの店構えであったが、2023年5月に内装をリニューアルし、「入りやすい」と言われる店舗へ刷新した。リノベーションの様子をInstagramで紹介するなど、SNSを積極的に活用し日々の活動や商品の提案を掲載している。店主は、子どもの頃から家業の米屋を手伝い、「三つ星お米マイスター」の資格を取得。店頭には常時20種類以上のお米(玄米)を並べ、お米選びのアドバイスや美味しい炊き方を伝え、専門店でお米を買うことの有益性をお客さまに感じてもらえるよう働きかけている。

店舗では、特別栽培米(減農薬や減化学肥料のお米)や完全無農薬米も扱い、農薬や添加物を気にするお客さまのニーズにも答えている。毎週土曜日にはマルシェを開催し、

お米を米屋で購入する機会の無いお客様でも気軽に立ち寄れる機会を提供している。米ぬかを活用した「自家製ぬか漬け」もファン獲得に一役買っている。

【お店の経営ノウハウ】



左・中：店内では常時 20 種類以上の米を陳列し、紹介する
右：米ぬかを使った自家製ぬか漬けも人気

米の消費が落ち、ネットやスーパーで米が購入できる時代になり、「米屋で米を買うことにハードルがある」という声を聞くようになった。そこで当店に足を運びたいくなる、入りたくなる工夫をした。自身が美味しいと思い、お客様にお薦めしたい「麴屋さんの米麴味噌」や、カレー仲間からレトルトカレーを取り寄せ、カレーフェアを行いカレーに合うお米を紹介。毎週土曜日にはマルシェを開催し、様々なこだわりの商品を並べる。特別栽培のもち米と国産ささげを使ったお赤飯や、天然酵母のパン屋とコラボして作った「雑穀米入りおにぎりパン」や、無農薬の米ぬか入りシフォンケーキ、マフィン、グラノーラ等が楽しませてくれる。知り合った豆腐屋からは「豆乳おからドーナツ」や「おぼろ豆腐」を仕入れる。配達先で知り合った農家の「木で熟した木熟トマト」は大人気である。一切の抗生物質を与えずに自然飼料で育てた鶏卵や旬の果物等、様々な食品を陳列することで話題を呼び、「行列のできるお米屋さん」として地域の話題を呼んでいる。



来店したお客様にはお米は1kgからその場で精米して買えることや、精米したてのお米の美味しさを伝え、気軽



にお米を試食し食べ比べできる機会だと好評をいただいている。

上：お薦めの味噌が紹介され、試飲もできる。
下：毎週土曜日はマルシェを開催。天然酵母パンや地域の野菜・果物・卵を並べ、行列ができています。

有限会社ポヌール・ナナ -洋菓子のプルミエール-



[創業年] 1991年(平成3年)
 [売場面積] 16.0㎡(4.8坪)
 [事業従事者数] 20.0人
 [営業時間] 11:00~16:00
 [定休日] 月・火・水・木曜日

[商品構成]
 ・焼き菓子 99.0%
 ・生菓子 1.0%

[店舗所在地] 東京都立川市西砂町
 1-36-11
 [URL] <https://premiere-7.com>

[経営理念]

「五感が震えるお菓子を提供することにより、

プルミエールに関わる全ての人の生活を豊かにします。」

お菓子は味覚(味や食感)や嗅覚(素材本来の持つ独特で魅力ある香り)のみならず、視覚(包装や箱を開けた時の魅力、お菓子の配列)、聴覚(名前の響き、包装を開けた音、お菓子を食べる際の音)、触覚(お菓子を手に取った時の温もり)も大切であり、買う人の五感すべてを刺激し感動を与えるものでなくてはならない。その感動を通じて、購入者のみならず生産者や地域、ひいては社会全体を豊かにできる一番(「プルミエール」は、フランス語で「第一の」という意味)の存在になりたい。

可愛いお菓子を届け続ける設備投資と働きやすい職場づくり

[お店の概要]

「ようこそ可愛いお菓子のお家へ」がコンセプトの住宅街の中にあるメルヘンの世界に飛び込んだようなイギリス風建築の洋菓子店。西武立川駅の近くに立地する。1991年(平成3年)に現代表の父が創業し、1999年(平成11年)に現在地に移転した。現代表は、学生時代にイギリスへ留学し経営を学ぶ。大学卒業後は大手ショッピングモールを運営する会社でe-コマースを担当。その後、他社菓子店でマーケティングを担当し販売網拡大に尽力した。

2019年(平成31年)、父の経営する菓子店がコンビニや大手洋菓子店に押され、急速に経営が傾く中、地元立川や育ててくれた父の力になりたいとの思いから28歳で当社へ入社。令和元



人気の焼き菓子「ビジュースブレ」

年に代表となった。保存料・防腐剤を一切使用せず、素材本来の持つ香りや風味を最大限に引き出すことにこだわった菓子づくりを行う。立川駅・東京駅にも販売スペースを開設し販売網を広げている。

当店人気の焼き菓子「ビジュースブレ」は、フランスの老舗チョコレートメーカーのヴァローナ社の高級チョコレートや風味にこだわった国産発酵バターを使用する。原材料の持つ風味や香りを最大限に活かすための設備や、それを購入するお客様に届け続けるための設備投資を積極的に行い、ニーズに応えている。

【お店の経営ノウハウ】

当店は代表の経験を活かしEC販売では多くの注文を受ける。InstagramやLINEを活用した配信を行い、特にLINEでは「地元」と「全国」で分けたアカウントで顧客層に応じた販促情報を発信し、効果的な集客を行う。具体的には、地元向けには、実店舗の限定商品や焼き菓子サービスの来店特典等の情報を配信し、実店舗への来店を促す。全国のお客様へは、割引等のオンラインクーポンを配信し、リピーター拡大に努めている。

実店舗販売やオンライン販売の注文に応えられるよう、設備投資にも余念がない。金融機関の融資や補助金を活用し、ドイツ製の大型自動オーブンを導入し、クッキーの反転作業を自動にするなど製造工程を一部自動化し、従前の15倍の生産量を可能とした。一方で、多くの注文のあるEC販売に対応するため、実店舗の近隣に商品梱包や発送作業を行う物流センターを設け、迅速な対応を可能とした。

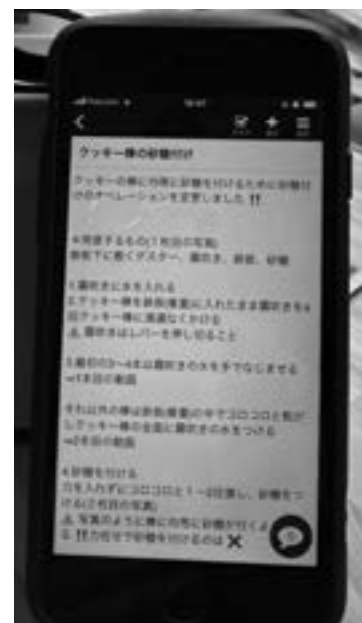
また、職場環境づくりにも配慮している。スタッフの昼食は、代表もしくは前社長が作り、同じ釜の飯を食べることで連帯感が深まる効果を生んでいる。半分以上がパート社員であるため、効率的に業務を行えるよう図を用いたマニュアルを用意し、早期の職場に慣れるよう配慮している。



左：EC販売対応の物流センター 右：マニュアルはデバイスで管理されている。



お誕生日ケーキやサバランも人気



有限会社 植山かまぼこ屋



[創業年] 1925年(大正14年)

[売場面積] 60.0㎡(18.2坪)

[事業従事者数] 3.1人

[営業時間] 11:30~16:00

[定休日] 土・日・祝日

[商品構成]

・さつま揚げ、蒲鉾	68.2%
・業務用おさめ品	23.1%
・受託製造 OEM 品	5.3%
・かき氷	2.4%
・自販機手数料	1.0%

[店舗所在地] 鹿児島県霧島市隼人町真孝 770

[URL・SNS] <https://ueyama-ya.com>

[経営理念]

「老舗らしく 新しく」

100年前と変わらない妥協しない品質の高さや、地元のお客さまとのつながりを大切に
する本質は変えずに、時代のトレンドの変化に大胆に対応する。

時代の変化への対応や効率化への積極的な取組みが効果を生む

[お店の概要]

当店は鹿児島県霧島市にある1925年(大正14年)創業の老舗である。初代は植山商店として鮮魚店として創業。鮮魚店の傍ら冠婚葬祭のできる仕出し屋も併設した。引き出物として利用できる折詰蒲鉾を作るようになったのが大正14年であり、蒲鉾屋の創業年となる。二代目が「植山かまぼこ屋」としてのれんをわけ、蒲鉾専門店となった。三代目は機械生産へ舵を切り、1983年(昭和58年)に法人化した。時代の変化とともに折詰の需要も激減し赤字経営が続くようになり、2006年(平成18年)廃業を考えていた中で四代目となる現代表が事業を継承。現代表は帰郷してから夜間の専門学校に通い、DTPとWEB制作の技能を習得し、当社ホームページを自ら制作。SNSも活用し、日々更新する。世の中の焼酎ブームやIT化を背景に贈答用・業務用取引が増え、売上を拡大。しかし、店頭での地元客による購入は減少していた。地元の商品として根付いていた商品力を活かし、郷土料理を作りやすくした「薩摩すもじの素」を開発。

2010年からはかき氷事業「紗雪氷（さゆきひょう）」を開始し、閑散期となる夏場の売上向上に取り組む。コロナ禍には販売機会を確保するため「じはんき商店街」と名付け、自販機事業を開始する。

【お店の経営ノウハウ】

当店は世の中のニーズの変化や効率化に常にアンテナを立て取り組む。現代表は余念なく新たなチャレンジに取り組み、結果を出している。店頭にくる地元客の減少には、地元の人達に地元の味を使い続けてもらいたい想いから「薩摩すもじの素」を開発した。「薩摩すもじ」は鹿児島県で家族団らんの味として各家庭で継承される江戸時代から続く伝承食であるが、近年は「おばあちゃんの味」とやや遠のいていた。それを手軽に作れるようにすることで味の地域の伝承に当店が一役買った。鹿児島県の郷土料理にも認定されるちらし寿司の素となっている。



地域の味の伝承「薩摩すもじの素」

当店で特に特徴的な取り組みは2010年に始めたかき氷「紗雪氷」である。蒲鉾屋でかき氷を販売することとなったのには理由がある。蒲鉾屋の繁忙期は冬であり、夏場は販売が振るわない。「がら空きの冷凍庫を有効活用できないか？」と考えた。さつま揚げを作る工場がかなり暑くなることから、「かき氷を食べたい」と感じたこともきっかけである。試作に1年をかけ、台湾発祥のかき氷「雪花氷」をヒントに開発。「紗雪氷」と名付け販売したところ、販売当初から話題となり売れ続けている。かき氷目当ての来店客もさつま揚げを知ってもらえる機会となっている。

若かき氷の間に「紗雪氷」は話題には。



贈答用に喜ばれる祝儀用折詰蒲鉾



コロナ禍に始めたじはんき商店街

有限会社 原野製茶本舗 -茶の葉堂-



[創業年] 1955年(平成30年)

[売場面積] 80.0㎡(24.2坪)

[事業従事者数] 13.1人

[営業時間] 9:00～18:00

[定休日] 火曜日

[商品構成]

- ・緑茶(玉露、煎茶、抹茶) 70.0%
- ・菓子類(ようかん、金平糖) 20.0%
- ・茶器類(急須、香炉) 10.0%

[店舗所在地] 福岡県八女郡広川町水原 2022-1

[URL・SNS] <https://chanohado.com>

[経営理念]

有限会社原野製本舗はお客様に安心・安全な製品を提供する為に、全社員一丸となり、食品安全の確保と維持に取り組み、社会的責任を果たしてまいります。
また、奥八女茶を通じて、お客様にほっとする、または心安らぐ時間を提供し、幅広い世代に応じた八女茶の提案を行い、日本茶文化の継承に貢献いたします。

奥八女茶を活かし、「飲む」に留まらないオリジナルの提案

[お店の概要]

福岡県八女郡広川町の国道3号線から山間に5km入った県道84号線沿いに立地し、工場と店舗が同一敷地内にある奥八女茶専門店。週末には人気商品を求めてたくさんの方の行列ができるという。特に人気は抹茶ソフトクリームとほうじ茶ソフトクリーム。当社は、地域の契約農家で生産される茶葉を自社で焙煎・加工・販売まで一貫して行う。現代表の父が1955年(昭和30年)に創業し、1985年(昭和60年)に現代表が承継した。茶農家と専売契約を結び、有機肥料と低農薬にこだわった「奥八女茶」を加工・販売し、高く評価され、全品が残留農薬試験に合格している。県道沿いに立地するため、車での来客がほとんどであり、店舗横と100m離れた場所に第二駐車場も用意し、車椅子でも来店できるようスロープ等バリアフリーにも配慮している。また、屋外トイレも設置し解放している。近年では、茶を飲んで楽しむだけでなく、「茶葉入りよ

うかん」、「玉露と焼きあごだし」、「玉露入り辛子高菜漬け」等、お茶の特徴やうまみを引き出した食品の商品開発を積極的に行う。和菓子屋・洋菓子屋とも連携し、緑茶を使用した自然の原料にこだわった商品開発も行う。当店の隣には、抹茶の出来る工程を体験できる工場を併設し、旅行会社と連携したツアー客の受入れにも取組み、喜ばれている。



(右)工場内の見学や石臼挽き、抹茶点てなどの体験ができる

【お店の経営ノウハウ】

行列のできるソフトクリームや、茶葉を活用した新商品開発等、お茶をただ飲んで楽しむだけではない新たな提案がお客様を惹きつける。注目するサービスは、家庭で眠る余剰煎茶をほうじ茶へ REBORN



(生まれ変わる) サービスである。

(左)行列のできる人気のソフトクリーム。
(中・右)奥八女茶や茶葉を活用した商品が並ぶ。

贈答用に使われたお茶は、家庭によっては使わないまま眠っている場合も多い。しかしながら、近年はほうじ茶がブームでもあり、優しい味で気兼ねなく飲めることから若年層にも好まれている。そこで、家庭に眠っている煎茶をほうじ茶に REBORN することで日常に取り入れてもらうことを提案している。サステナブルが求められる現代、家庭からの食品廃棄の削減に一役買う取組みは多くの人に共感を得られるだろう。

また、コロナ禍を機にブームとなった香り（アロマ）にも機会を見出し、クラウドファンディングを活用し、福岡県伝統工芸品である小石原焼きとコラボした茶香炉にも挑戦した。日本人が慣れ親しんだお茶の優しい香りを飲むだけではない楽しめる形として提案した。時代の流れに合わせた取組みが新たなファンを生み出している。



(左)煎茶をほうじ茶へ生まれ変わらせるサービス
(中・右)小石原焼きとコラボした茶香炉はクラウドファンディングを活用

アマミューズ

株式会社 amuse



[創業年] 2012年(平成24年)

[売場面積] 103.0㎡(31.2坪)

[事業従事者数] 13.0人

[営業時間] 10:00~19:30

[定休日] なし

[商品構成]

- ・青果 59.0%
- ・加工食品 28.0%
- ・店内調理品 12.0%

[店舗所在地] 北海道旭川市神楽岡5条4丁目1-8

[URL・SNS] <https://amuse-market.jp>

[経営理念]

当社はおお客様の食べる楽しみ、新しい味との出会い、買い物する喜びをお手伝いします。

北海道産を中心に安心・安全な食材を提供します。

お客様、生産者、社員、地域の方々と「食」を通じて共存共栄を目指します。

農業王国、北海道ならではの野菜ソムリエの八百屋

[お店の概要]

農業王国、北海道の旭川市の青果店。店主は、野菜や果物の目利きの証である、野菜ソムリエの資格で最も信頼のおける上級プロの資格を有する。

取り扱い商品は、日常使いの野菜・果物から、市場に出回らない珍しいものまで幅広い。商品の中心は、北海道産で、野菜ソムリエの目で、商品価値となりそうなものを見いだしては、店にならべる。また、北海道のじゃがいもで作ったコロケや巨大な唐揚げ「八百屋のザンギ」を製造販売するキッチンを併設。店は、そうした青果品の出会いの場、アマミューズメント（楽しみ）に満ちあふれた場となっている。



【お店の経営ノウハウ】

同店の商品は、「日常使い」のものは規格外のもので鮮度と味を確かめリーズナブルに。「非日常」のものは市場にない付加価値の高いもので、高めに設定している。日々の買い物で普段づかいの野菜や果物を買ってきた客が、特別な日に、珍しいものを購入するというリピート客となり良い循環を作っていて、同店の強みとなっている。

商品の見極めは、最終的に野菜ソムリエの資格を持つ店主が判断するが、スタッフも棚にならべる前は食べてみて、スタッフと感想を語りあいながら確かめる。スタッフ一人一人は、入社時点では素人だが「1年もすれば料理人顔負けの青果通になる」。

また SNS を使った店舗の情報発信は、若いスタッフに一任。失敗を怖れず積極的に行い、フォロー数を延ばしている。

顧客からのニーズは「お取り寄せ」「お取り置き」「お問い合わせ」ができる店として、根強いファンを増やす。こうした顧客のニーズを生産者にフィードバックし、食品小売りの店が、客と生産者の媒介（メディア）として機能し、それが新たな商品として棚に並ぶ。

同店の特筆は、こうしたノウハウをオープンにしていることだ。市場に出回らない稀少な農産物は、地域の同業他社に呼びかけ販路を広げることで、生産者の利益につながるようにしている。その際、供給が安定するよう、仕入価格設定は同店が行うなど生産者～小売りの安定的な関係を構築している。

また、広大な北海道で、飲食店への配送と生産者からの仕入を効率よく行うために、ルートを組み立て効率よく行い、ロスを最小限にしている。



北海道内の契約農家から届く珍しい野菜たち



（右）左のザンギやコロッケを製造する
併設キッチン
（左）巨大な唐揚げ「八百屋のザンギ」



株式会社くろしえっと -パン工房くろしえっと-



[創業年] 2019年(令和元年)
 [売場面積] 33.8㎡(10.2坪)
 [事業従事者数] 5.2人
 [営業時間] 10:00~18:00
 [定休日] 水、第2・4木曜日

[商品構成]
 ・パン 100.0%

[店舗所在地] 岩手県奥州市江刺豊田町 2-1-5
 [URL・SNS] <https://clochette.oshushi.com/>
<https://www.instagram.com/clochette0413/?hl=ja>

[経営理念]
 パンを通じてみんなが（地域の皆さん、従業員）幸せや楽しさ喜びを感じながら世の中の問題解決に寄与する

天然発酵酵母のカレーパンでコンクールに数々入賞

[お店の概要]

岩手県南部の奥州市江刺にあるパン店。令和1(2019)年4月に開店、令和4(2022)年に株式会社に法人化した。

開店当初から、自家製発酵の天然酵母「ルヴァン」を使ってきた。天然酵母は、手間暇がかかるが、焼き上がったときのしっとり感や独特な小麦の香りに加え、比較的長く保存が利くメリットがある。

同店のパンは、天然酵母のメリットが引き出せる「全粒粉パン」をはじめ、食パン、あんパン、メロンパンなどの菓子パンまで幅広く、その数約50種に上る。



とくに看板にしているのが、カレーパン。全国のカレーパンを対象にした「カレーパングランプリ」のキーマカレーパン部門で金賞を受賞したのを皮切りに、3年連続、同コンクールで入賞を果たしている。

【お店の経営ノウハウ】

同店の特長は、商品のコンセプトを明確にすること。ターゲットを岩手県南部の商圏内の20代から50代に定め、価格帯がある程度高くても、健康志向の強い女性に絞っている。

そのターゲットに提供する商品のひとつが、「恋するカレーパン キーマの誘惑」だった。商品名は、奥州市出身のシンガーソングライター、大滝詠一さんの「恋するカレン」をもじったもので、亡き大滝さんへのオマージュとして、同市のカレー専門店と共同開発し、カレーパングランプリのキーマカレー部門で金賞を受賞した。

受賞を契機に、インターネットサイトで販売をはじめたところ、大滝詠一さんのファンの注目を集め、同店の知名度を一気に高めた。

現在、カレーパンは、同じ岩手県内の缶詰工場と組んだ「恋するサヴァ? カレーパン」、地元酒造会社の酒粕を生地練り込んだ地元コラボの「恋するカレーパン りんごの告白」と続いている。

こうした地域とのコラボレーションは、同県一関市や奥州市のパンフェス主催のほか、地元高校との商品開発まで広がりを見せ、地域に浸透している。

さらに廃棄される前にインターネットでパンを購入してもらう専用サイトで販売するなど食品ロスにも取り組んでいる。



上：店主の鈴木氏が主催したパンフェス。
写真は奥州市のホテルで開催されたもの。
パン屋やカフェなど19店が参加した。

右
上…地元酒造会社の酒粕を使用
した「恋するカレーパンりんごの告白」
右
下…市内カレー専門店と共同開発した「恋するカレーパンキーマの誘惑」



有限会社サンフランシスコパイハウス



[創業年] 1995年(平成7年)

[売場面積] 3.3㎡(1.0坪)

[事業従事者数] 7.4人

[営業時間] 8:00~16:00

[定休日] 7、8月
第1、4、5火曜
土・日曜日

[商品構成]

・チーズケーキ	40.0%
・人参パン	25.0%
・季節のケーキ	30.0%
・その他	5.0%

[店舗所在地] 静岡県牧之原市勝田 858-2

[URL・SNS] <https://sfph.jp>

[経営理念]

保存料を使わない安全で安心なお菓子を通し、食卓に「ほっこり笑顔」をお届けします。

アメリカの味を事業継承で守り伝える

[お店の概要]

静岡県牧之原市にあり、主として受注生産によりチーズケーキなどを製造販売している。

現在の代表は、平成23(2011)年に、創業者より事業継承により同社を引き継いだ。事業継承前の創業者は、アメリカ人の夫と日本人の妻の夫妻で、ホームパーティーで出していたチーズケーキなどの菓子を、日本に移住後に、地域に振る舞っていたところ、評判となり、本格的に製造・販売することとなった。

その後、平成7(2005)年に法人化したのが、創業者が高齢化するなかで事業をたたむという時に、血縁関係のない現在の代表が事業継承し、製造方法と味を受け継いだ。



従業員のコミュニケーションもばっちり！

【お店の経営ノウハウ】

基本的なスタンスとして、同社は地域スーパーマーケットへの卸販売のほか、30年程前より自社配達員による、月に一度の配達販売で受注生産体制を取っている。そのため廃棄ロスがでないばかりか、作り立てをたべてもらえるメリットがある。お届け先は、会社や病院、学校等。勤務先に届けることにより、わざわざ買いに行く手間も省け働く女性の強い味方となっている。また定期配達することにより、何気ない日常の楽しみと受け入れられている。

創業以来の人気商品である三層のチーズケーキは「ベイクドだけどレア」な食感が楽しめる。その他定番商品として、シナモン風味のパウンドケーキ「人参パン」、クッキーなどがあるが、事業継承後現代表はその定番商品や、1か月限定の「季節のケーキ」のほか、月のケーキと合わせて購入いただけるよう「季節のビスケット」をあらたにメニューに加えた。焼き菓子のラインナップが増えることにより、贈り物としての選択肢も拡大した。さらに、従来の販売方法に加えてインターネットからも購入できるようにした。これにより、メニューの拡充や販売方法の多様化により、生産量が増加し、設備投資や製造能力の向上が可能となった。

また同社は創業当時より、7月8月の2か月は夏季休業となり一切商品の製造も販売もしない。これは先代がアメリカ人ということもあり、海外のバカンスの風習によるもの、気温が高くなる夏場は販売量が低下すること、商品の劣化による懸念からである。事業継承後もそのスタイルは変えず営業をおこなっている。こうした夏季休業があることにより、子供を育てる母親が働きやすい環境と考えている。



上段定番商品：左から、
 ・チーズケーキ
 ・人参パン
 下段1か月限定ケーキ：左から、
 ・ハッピーナッツバー(2月)
 ・ハンナのパイ(3月)
 ・おいもパイ(10月)

商品は、保存剤不使用、安心安全な材料で、全行程をスタッフがやっている。

インターネット販売に欠かせない SNS の発信では、製造工程の動画をアップするなど定期的に更新を行い、顧客情報を分析することで、新たな商品づくりに生かしている。地域のイチゴ農家のイチゴを使いうなど地域特産品を商品づくりに利用し、地域イベントへの商品供給を行っている。

ニコット

合同会社 nicotto —菓子工房 nicotto—



[創業年] 2019年(令和元年)
 [売場面積] 20.0㎡(6.0坪)
 [事業従事者数] 5.0人
 [営業時間] 10:00~18:00
 [定休日] 月・火曜日

[商品構成]
 ・洋菓子 100.0%

[店舗所在地] 鹿児島県始良市西餅田 69-14
 [URL・SNS]

[経営理念]

- ・小さな子供たちが小遣いを握りしめて気軽に立ち寄れるような低価格でアットホームな店づくり、また生菓みに馴染みのないお年寄りに親しみやすい自然な味を目指す。それを実現するために、自身に厳しく日々技術を磨き、従業員一丸となって継続して努力を重ねている。
- ・これまでに培った技術力を活かし、手間暇を惜しまずに他店では真似できない手作り商品に拘る
- ・他社の動向よりも、まずは自社が自信をもってお客様に提供できる商品をつくり、その結果、地元のお客様が口コミでオススメしたくなる企業を目指している。
- ・従業員の育成にも力を入れ、積極的に技術を身につけようとしている従業員に対しては、惜しみなくレシピを公開し、企業全体のレベルアップに繋がる店舗運営を実践している。

丁寧に素材を加工し、だれにも親しまれる洋菓子

[お店の概要]

鹿児島県始良市の洋菓子店。県内の洋菓子店やホテルで修業の後、令和1(2019)年に開店した。洋菓子に必要な素材をひとつひとつ丁寧に作り上げ、子どもからお年寄りまで幅広く味わってもらいたいと、購入しやすい価格帯で販売する。

幅広い顧客が、安心して食べられるように、洋菓子に欠かせないブランデーなどのアルコールは使わないようにしている。

令和5(2023)年に、同店の隣接地に、支店として「カカオフルーツ」を開店させた。フリーズドライの果物とカカオ豆を挽くところから製造した自家製チョコレートを販

売。生菓子との価格帯の違いを明確にし、客が買いやすくした。

【お店の経営ノウハウ】

厳選した原材料を加工し、仕上げ、それを商品にする場合、どうしても高価格帯になる。当然、それを購入できるのは、限られたひとになる。想像していた顧客層と実際の顧客層とのギャップは商売をする上で、永遠の課題といえる。

同店の場合、さまざまなアイデアと工夫でその課題に挑戦を続けている。



たとえば、朝イチで製造した洋菓子を SNS の Instagram にアップする。ただし、その商品が売り切れ次第、終了とする。そして、日々の販売実績をデータベースとして分析し、季節の変動を加えて、製造個数を決める。こうすることで、売り残りを値引き販売することなしに、廃棄ロスも抑えることができている。

農産物の豊富な鹿児島県にあって、旬のフルーツを多くの方に味わってもらいたいと生菓子以外に、フリーズドライに加工し販売。フリーズドライのフルーツは、イチゴをはじめ、桃といったこれまでドライフルーツに利用されなかった果実まで広げている。こうした加工品は、手づくりチョコレートとともに、別店舗で販売することで、生菓子と合わせ強みとなりつつある。



Instagramにアップされた
朝イチ製造した商品が並ぶショーケース

和歌濱かまぼこ株式会社



[創業年] 2020年(令和2年)
[売場面積] 45.0㎡(13.6坪)
[事業従事者数] 11.5人
[営業時間] 9:00~17:00
[定休日] 水曜日

[商品構成]

・あしべ焼	51.0%
・和歌焼き	16.0%
・バクダン	8.0%
・揚げかまぼこ	25.0%

[店舗所在地] 和歌山市和歌浦南2-1-1
[URL・SNS] <https://wakahama.jp/>

新店舗でかまぼこ職人の技が見事復活

[お店の概要]

紀伊半島の和歌山市の和歌浦は、豊富な魚資源をもとに、かまぼこ製造の店が建ち並んでいた。その通りは、地元でかまぼこを意味する「くずし通り」といわれたほどだ。そのかまぼこ店「丸濱」が、創業99年目の令和1(2019)年9月で終了した。地元から「もう一度あの味を」と請われ、丸濱で43年間にわたり職人として技を磨いてきた現代表が同社を立ちあげた。



新店舗設立にあたり、クラウドファンディングなどを活用し、令和2(2020)年12月に「和歌濱」のブランドの同社を立ちあげ、製造販売を開始。その後、「丸濱」時代の百貨店などからの応援もあり、事業業績は順調に延び、創業から2年後の令和4(2022)年に新店舗を移転、元の「丸濱」の場所に开店させることができた。

[お店の経営ノウハウ]

同社のかまぼこは、グチやスケトウダラなどかまぼこ原料の厳選した魚をはじめ、職人による技をいかした商品づくりを守り、受け継いでいるのが特長だ。

「大板」と呼ばれる紅白のかまぼこをはじめ、すり身に卵を加えた「和歌焼」、さらに卵をすり身で包み桜の花びらのように揚げた「ばくだん」など伝統を受け継いだかまぼこが並ぶ。



左から、玉子を入れてふっくらと焼き上げたかまぼこ「和歌焼」、お正月にかかせない「ばくだん」、看板商品の「大板」、繊細な刻み細工が美しい慶事用かまぼこ「かのこ」

和歌浦で正月に欠かせない「ばくだん」は、贈答用として人気。「切り出し」と名のついたかまぼこは、切ったときに断面に梅の花模様が浮かぶ。同社の代表が長年築きあげた技をかまぼこ包丁一本で丁寧に作り上げる。こうした製造過程は、動画サイト you-tube にアップして、見て楽しめる工夫を凝らしている。

「大板」は、地元で親しまれている「あしべ焼き」として商標を取る予定で、インターネットによる通販など全国に向けてブランド化を進めている。



職人技で作られる「切り出し」と呼ばれるかまぼこ。
現在この技術を持っている職人は少ないという。
Instagramやホームページにある Youtube で、その技術を見ることができる。

アンベッサ オーガニック グロセリー アビシニア
AMBESSA & CO - Organic Grocery Abyssinia -



[創業年] 2010年(平成22年)

[売場面積] 19.4㎡(5.9坪)

[事業従事者数] 3.9人

[営業時間] 12:00~17:00

[定休日] 日月火水木金曜日

[商品構成]

- ・ドライフルーツ・ナッツ 75.0%
- ・製パン・焼き菓子類 20.0%
- ・農作物(米・梅・マコモダケ) 2.0%
- ・雑貨(衣類・バック) 3.0%

[店舗所在地] 千葉県南房総市白子 671-1

[URL・SNS] www.ambessa.jp

[経営理念]

「わたしたちは”PURE,NATIRAL&SUSTAINABLE”を合い言葉に、地球にも、生産者にも、そしてわたしたち自身にも優しい「自然の恵み」をお届けします。」という企業理念を掲げて、無農薬栽培・無添加という拘りの商品を全国の取引先及びウェブストアなどで一般のお客様へご提供します。

持続可能な暮らしを身近なカタチで提案

[お店の概要]

千葉県南房総市に移住した店主が、平成22(2010)年に開業。以来、一貫して持続可能な循環型社会を実現するための商品を、その売り方まで提案し、広めることで、成果を上げている。

開業当初は、卸売が主だったが、平成30(2018)年に、「土に還る」素材を使い、自らの手で店を建築したのが契機だった。近くの浜の砂、萱(かや)など土に戻せる素材を用い、屋根に太陽光発電設備を設け、使用する全ての電気をまかなっている。また、トイレは、発酵させて土に還すバイオトイレを設置した。

扱う商品は、ドライフルーツやナッツなど日持ちのする商品が主で、原産地の利益も考えるフェアトレード商品を仕入れている。現在は、週のうち土曜日のみの営業だが、ほかの曜日はインターネット販売を行っている。

【お店の経営ノウハウ】

循環型社会を具体的に進めるために国連の掲げた SDGs は、ともすると大手企業の CI に代表されるようにイメージが先行する。より身近な暮らしでどう実現するかが、課題となっている。そうした身近に具体的に実践できるあり方を同社は「商い」で提案する。たとえば、同店は、「量り売り」とし、客に用器の持参を呼びかけている。商品を買う行為が、パッケージを廃棄しないで済む行為につながっている。消費という「買う」行為が、使い捨てでない次の「生産」につながる生き方を仕組んでいる。

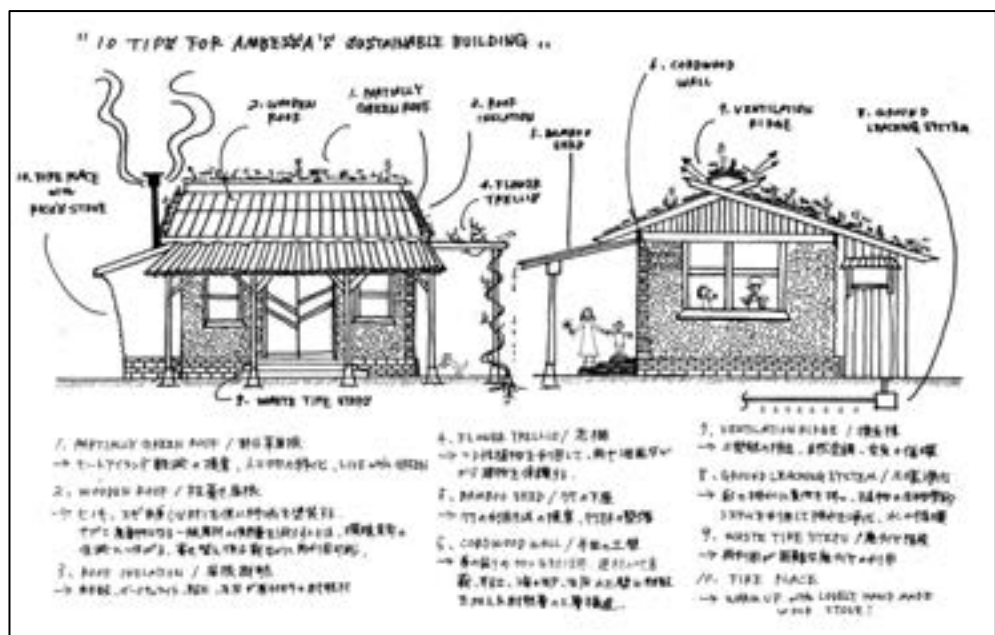
房総半島は、自然を生かした暮らしを実践する農業者や移住者が多く、同店は、そうした地域の仲間ともつながり、商品に生かしている。

ブランデーを醸造している「ミトサヤ薬草園蒸留所」に原料となる果物を卸し、そのブランデーを使ったお菓子を販売することで、地域内循環を行っている。また地域の農家のマーケットを店先で開いている。こうした取り組みは、Instagram などを使って、分かりやすく発信することで、地域外まで広く共感を集めている。



上：ミトサヤ薬草園蒸留所で販売されているお菓子。原料は当店が卸している。
下：商品は瓶入りで陳列され、量り売りで販売する。

店舗は、素材、リサイクル、環境の点に考慮した、建物の一角にはテイクアウトができる窓があり、店内に入らなくとも商品を受け取ることが可能。



うおぎ

合資会社魚ぎ -食べる水族館 UOGI-



[創業年] 1945年(昭和20年)
 [売場面積] 210.0㎡(63.6坪)
 [事業従事者数] 5.5人
 [営業時間] 10:00~18:00
 [定休日] 日・祝日、水曜日午後

[商品構成]

・鮮魚	88.0%
・飲食品	12.0%

[店舗所在地] 岐阜県岐阜市玉宮町 1-13
 [URL・SNS] <https://fishmonger-uogi.jimdofree.com/>

[経営理念]

- ・『海のない岐阜に生まれ育つ子供たちのために』
- ・『旬の魚の感動に出会える』
- ・『きっと、もっと魚が好きになる』

海のない岐阜で魚を食してもらい、体験活動を展開

[お店の概要]

同社の店舗は岐阜県岐阜市の市街地にある。4代続く鮮魚店が、令和2(2020)年12月に店舗を改装。新型コロナウイルス感染症のまっただ中、店名を「食べる水族館」とし、イトインを設けた店舗改装に踏み切った。

店舗改装に合わせ、表通りから中が見える大きなガラスの引き戸を設置、なおかつ作業がしやすい動線確保した。

同社で代表を務める4代目は、海がない岐阜県に育ったものの、福岡県の百貨店の魚屋を皮切りに、東京大田市場のマグロ仲卸、蒲田の魚屋兼仕出し店と魚に関し修業を重ねてきた。そうした経験に加え、一般社団法人日本さかな検定協会の「とと儉1級」の資格を取得。その資格を活かし、さばき方をはじめ魚について体験できる「職業体験」を開講、入りづらい魚屋の敷居を低くする工夫を凝らしている。

魚は、富山市との連携事業を通して、富山湾の魚を仕入れ、珍しい魚や鮮度をアピールする。また、地元・長良川の鮎は、シーズンにギフトとして販売している。



ガラスの引き戸を開けると、商品が並ぶスペースと広く取られたイートインスペースがある。目の前にショーケースがある席では、魚を目で楽しみ学べる。

【お店の経営ノウハウ】

同社の販売は、魚体験ができる「食べる水族館」の看板を掲げる実店舗のほか、直販サイト BASE を活用して広く販売している点にある。

直販サイトは、交流サイトの LINE、facebook、Instagram、X と連携している。

交流サイトでは、4代目の培った魚を見立てる知識やさばく技術を画像をはじめ、ときに動画を使って紹介し、フォロワーを増やしつつ、その日仕入れた魚の情報をその都度発信しながら、交流を深めながら限定販売したりする。

新しい試みとして、魚をより買いやすいようにと毎月 1 回、月替わりのお魚や魚料理を楽しめる「ととパーティー」などサブスクリプションも仕掛けている。

また自社オリジナルの煮魚専用の醤油「UOGI のととタレ」をはじめ、ギフト商品も取りそろえる。

毎月魚を楽しむ魚のサブスク「ととパーティ」メニュー



はなも
株式会社花茂



[創業年] 1946年(昭21年)
 [売場面積] 250.0㎡(75.6坪)
 ※本支店合計
 [事業従事者数] 15.5人
 ※本支店合計
 [営業時間] 9:00~18:00
 [定休日] なし

[商品構成]

- ・生花商品全般 50.0%
- ・庭木の剪定業務 1.5%
- ・ギフト生花卸商品 19.0%
- ・生花単品卸商品 29.2%

[店舗所在地] 千葉県市原市白金町 5-14-5
 [URL・SNS] <https://www.hanamo.co.jp>

[経営理念]

- 1) より多くの顧客にとって、幸せな人生の瞬間を味わえるアイデアが溢れている愛すべき存在であろう
- 2) 働くみんなにとって、一人ひとりが持つ能力を開花させ成長できる誇り高さ場所であろう
- 3) 花業界や地域社会にとって、社会問題を解決し新たな時代をけん引する企業であろう

千葉県で2店舗を展開する生花店

[お店の概要]

千葉県の市原市と茂原市で、生花店を2店舗展開する。コンセプトに「ありがとうの伝達業」を掲げ、顧客が幸せな瞬間を味わえるよう、働くスタッフ一人ひとりが能力を開花させようと、毎年具体的な目標を掲げる。

創業は、昭和21(1946)年。令和1(2019)年に、市原店をリニューアル。続いて、翌令和2(2020)年に茂原店をリニューアルした。

リニューアルに合わせ、バックヤードからの動線や駐車場を広くとるなど改良を加えた。来店客が心地良く過ごせるように、店内にソファを置き、天井にドライフラワーをつるすなど、「モノ」を売ることに以上に「コト」を売ることに努めた。

市原市産業支援センターの「市原で大切にしたい大賞」で、2019 年度の大賞を受賞。地域に必要とされる企業として評価された。



左：店内のソファは、座ってゆっくり花を眺めて過ごしてもらおう場、子供の遊び場、無料コーヒーサービスを提供する場として利用されている。
 右：茂原にある支店

【お店の経営ノウハウ】

同社は、2 店舗とそれを統括する本社がそれぞれ具体的な目標に向かって営業展開できるように、毎年「経営指針書」を作成している。指針にはその年度のミッション、バリュー、経営方針、部門別ごとの経営戦略を盛り込んでいる。

近年、力を入れてきたのは、「スタッフを大切に育てる企業経営」だ。スタッフの採用にあたっては面接を複数回行い、企業活動が分かる動画を見てもらっている。働く上でスタッフが成長したと実感してもらえるよう具体的な「目標」を設定し、それをスタッフ間で共有。経験年数でなく目標の達成度が待遇に反映する仕組みとなっている。

顧客へのサービスとして、あらゆるニーズに応えられるよう、花のプレゼントを常時 100 種類以上取りそろえ、ギフトはフルオーダー制を導入し、フローリストがニーズに細かく対応している。また、バルーンフラワーや卒業式むけの 1 本単位の贈りものなど新たなサービスに取り組んでいる。

新型コロナウイルス感染拡大以降、自宅を花で飾りたいというニーズに応え、ドライフラワーやプリザーブドフラワーなど簡単に楽しめる花も商品に加えている。



左：ドライフラワーが吊された空間。生花、造花、観葉植物と、カテゴリごとにスペースを分けて世界観を出している。
 右：一人一人のニーズに応えるフルオーダー制のギフト商品

有限会社やまえ堂



[創業年] 2001年(平成13年)

[売場面積] 32.0㎡(9.7坪)

[事業従事者数] 16.0人

[営業時間] 9:00~17:00

[定休日] 日曜・祝日

[商品構成]

・業務用渋皮煮	16.3%
・業務用剥き栗	12.2%
・渋皮煮	18.7%
・栗きんとん	28.4%
・栗んとう	9.7%
・栗ジャム	6.6%
・その他	8.1%

[店舗所在地] 熊本県球磨郡山江村山田丁 821

[URL・SNS] <https://www.yamaedo.jp/>

[経営理念]

空気がきれいで豊かな私たちの故郷山江村。

地域住民が手塩にかけて育てた栗やゆず、そして米、焼酎、これらの恵みを農家から直接仕入れて作り上げる。たくさん商品はできません。一つ一つ丁寧に皮をむき一つ一つ丁寧に味をつけ、ことごと煮込んでゆっくりと仕上げてまいります。

せっかくもらった自然の恵みです。一つ一つ丁寧に作りあげています。

地域特産の栗のブランド化に取り組む

[お店の概要]

熊本県の南部に位置する球磨郡山江村は、栗の産地として知られる人口約3,000人の山村だ。山村で水田面積が少なく、採れる農産物が限られているなかで、「やまえ栗」が栽培され、少しずつ知られるようになった。しかし、JAの広域合併により、地域限定の「やまえ栗」の名前は使うことができず、球磨地域全体で埋もれてしまった。

そのなかで「やまえ栗」を地域特産品にしようと立ち上がったのが同社で、リーマンショック後の平成21(2009)年に電気部品製造から、栗の製造加工・販売へと業務転換し、社名も変更。山江村で採れる栗のみを使って、渋皮煮、栗きんとんをはじめ栗ジャムなど新商品を積み重ねてきた。現在は、新たな栗苗の定植から収穫まで村をあげた「やまえ栗」のブランディングに取り組み、同社は加工・販売を主に担うほ

か、企画段階から積極的に関わっている。



「やまえ栗」の生産～加工～販売をブランディングする。



【お店の経営ノウハウ】

同社が栗の製造加工・販売事業を始めた当初、「やまえ栗」の生産価格は 1kg あたり 400 円弱だった。それが現在は、1kg あたり 1,000 円へと価格が上がっている。

同社代表は、事業転換時にあたり、村商工会とともに渋皮煮など栗を使った商品開発に乗り出した際、地元の女性たちに渋皮煮の作り方などをヒアリングし、東京の商談会で試作品をもって臨んだ。そこで、出された厳しい意見を基に、味だけでなく買いやすい商品パッケージなど改良を加え、販路を築いてきた。原料の栗も、付加価値の高い品種「利平栗」を使うなど新たな試みを実践。平成 23（2011）年の九州新幹線の開業を契機に、特別列車「ななつ星」の車内のデザートメニューや都内などの有名店の食材として採用されるなど「やまえ栗」の知名度は高まっていった。

現在は、インターネット販売で一般ユーザーに販売するほか、業者向けへの販売も行っている。



また生産者が高齢化するなかで、今後は生産分野を視野に入れて取り組みに力を入れている。その一環として、製造過程で出る皮などの廃棄物を堆肥化し、土作りに還元。毎年開催される「栗まつり」に、生産者とともに参加するなど村をあげての取り組みを展開している。

一つ一つ手をかけ、「やまえ栗」の良さを最大限に伝える商品が並び。

カテーリ

株式会社 菓 te-ri



[創業年] 2019年(令和元年)

[売場面積] 6.0㎡(1.8坪)

[事業従事者数] 4.0人

[営業時間] 10:00~18:00

[定休日] 不定休

[商品構成]

- ・宮崎バターサンド 77.0%
- ・宮崎フルーツバター 12.0%
- ・宮崎バターケーキ 7.0%
- ・九州山蕎麦 4.0%

[店舗所在地] 宮崎県東臼杵郡椎葉村大字下福良 1820-6

[URL・SNS] <https://shiibaya.thebase.in/>

[経営理念]

～地域と農業を未来に継承する～

地域の食材を使用し商品を作ることで生産者に資金のサイクルを回し農業を持続可能にすることで地域を未来へ継承する。

世界農業遺産の村から食の新たな発信

[お店の概要]

同店がある宮崎県椎葉村一帯は、平成27(2015)年に「高千穂郷・椎葉山地域」として世界農業遺産に登録された。民俗学で「焼き畑の村」として評価され、焼いた山畑でそばなどを栽培し、毎年少しずつ栽培地を移動させる持続的な農法が維持保存されてきた。

現代表は、椎葉村で生まれ育ち、東京の食のチェーン店で店長を務めた後Uターンし、同店を立ちあげた。

平成25(2013)年に帰郷した現代表は、実家の「よこい処しいばや」を継ぐ。店名に「よこい」は、地元のことばで「休む」を意味し、遠いところを来てくれた客をそばでもてなすところを指す。その後、現代表は令和1(2019)年11月に「椎葉屋」を立ちあげて独立。椎葉村の食文化のコアであるそばに着目。そば粉を使ったフロランタンなどの商品化し、販売をはじめた。

しかし令和2(2020)年に新型コロナウイルスの感染拡大により、椎葉屋の売上が激減し。そこで企画開発したのが、現在の主力商品の「宮崎バターサンド」だ。

「宮崎バターサンド」は、宮崎県全体を視野にいれ、一次産業の農産物を使った商品で、宮崎産バターをはじめ、マンゴー、日向夏、栗などを使用した焼き菓子だ。

令和4(2022)年1月に、法人化。社名の菓 te-ri (カテーリ) は、地元で助け合いを意味し、伝統を受け継ぎながら新しさを加味した。現在は、世界農業遺産に含まれる5町村の契約農家と自社で栽培するそばを使った「九州山蕎麦」も販売している



左：椎葉村の食文化である蕎麦「九州山蕎麦」 右：主力商品の「宮崎バターサンド」

[お店の経営ノウハウ]

同社の店舗は、交通の便の悪い場所にあるため、インターネット販売が大きな力となっている。直販サイトが手軽にできるBASEをポータルとし、そこからLINEやInstagramの交流サイトへ誘導し、情報発信する。販売が伸び、広まる需要に応えられるよう、冷凍設備を整える一方、廃棄を出さない仕組みを作っている。

交流サイトは、LINEが新規顧客獲得、Instagramは既存顧客への情報発信とそれぞれの特性を活かして使いわけている。

さらに新規事業や新商品開発にあたっては、クラウドファンディングを利用。過疎地域というデメリットをメリットに転換することで、地域の新たな食の文化に挑んでいる。



左：「よこい処しいばや」伝統の太打ち蕎麦と椎茸・昆布・牛蒡・地鶏の出汁が味わえる。
右：代表の椎葉昌史氏

みなみや

株式会社南美舎



[創業年] 2010年(平成22年)

[売場面積] 157.8(47.8坪)

[事業従事者数] 13.9人

[営業時間] 9:00~17:50

[定休日] なし

[商品構成]

- | | |
|------------|-------|
| ・菓子等の加工食品 | 45.0% |
| ・野菜,花卉等 | 26.0% |
| ・くじら加工食品 | 23.0% |
| ・弁当,惣菜等日販品 | 6.0% |

[店舗所在地] 千葉県南房総市和田町仁我浦 243

[URL・SNS]

[経営理念]

社員が「やりがい」を実感でき、南房総エリアの新たな価値創造に寄与する企業を目指します。

捕鯨の町で鯨の食と文化を守り伝える

【お店の概要】

平成24(2012)年に「海と花とくじらの町で食べて、歩いて、ひとやすみ」のコンセプトでオープンした道の駅「和田浦 WA・0」。同道の駅は、飲食店の「お食事所 和田浜」と、直売所・おみやげ処「みなみや」からなる。同道の駅の運営をしているのが同社だ。

同社代表は、鯨のまち和田浜とともに歩んできた。捕鯨が盛んな和田浜で旅館を営む次女として生まれ育った。その後、結婚し全国から集まる鯨漁の漁師の泊まる宿の経営、鯨料理専門店の女将を務めてきた。捕鯨禁止の世界的潮流のなか、鯨の魚食文化、「和田浦くじら食文化研究会女将さんの会」で会長として、啓蒙活動を続けてきた。道の駅「和田浦 WA・0」は、そ



うした鯨魚食文化を守り、伝えたいとの思いから、結実した。

道の駅内の直売所・おみやげ処「みなみや」は、地域の花や野菜など農産物といった通常の農産品に加え、鯨の加工品や鯨グッズを販売している。



鯨文化を伝える資料館(上)と、シロナガスクジラ骨格標本(右)。どちらも敷地内にあり自由に見ることができる。

[お店の経営ノウハウ]

鯨の優れた栄養成分や味や食べ方、食文化の長い歴史と暮らしを若い世代にも知ってもらいたいと、道の駅に隣接した鯨資料館とともに、見て、食して楽しめる場としてさまざまな商品やサービスを提供している。

商品は、全国から仕入れた鯨の缶詰のほか、常温、冷凍で保存可能なものに別れ、一部は急速冷凍機やレトルト殺菌機を使い自社で加工、包装している。

加工品としてよく知られるベーコンは、珍しい鯨のあごひげ「畝須(うねす)」を使用、冷凍保存の商品が多いなか、常温可能な「くじら畝須ベーコン」を開発した。このほか、鯨肉と切り干し大根に、千葉県特産の落花生を加えた「くじらキムチ」、高タンパク・低脂肪の「くじらステーキ弁当」など、同社オリジナルの商品が並ぶ。

鯨以外の商品開発も手がけており、規格外の伊勢エビを使った「伊勢海老カレー」、 「房総アヒージョ」など地域の特産品を上手に使った商品をはじめ、JR 東日本と連携して特産のびわと南房総の天草で作った寒天を合わせた「びわあんみつ」などコラボ商品もある。



スタッフによる手書きのPOP。手書きならではの温かみがある。説明があることで商品を手にとってもらいやすい。

山崎糀屋株式会社



[創業年] 1868年(明治元年)
[売場面積] 50.0㎡(15.12坪)
[事業従事者数] 8.0人
[営業時間] 9:00~18:00
[定休日] 不定休

[商品構成]

・米麴	28.0%
・米麴加工品	57.0%
・味噌	15.0%

[店舗所在地] 新潟県東蒲原郡阿賀町津川 452
[URL・SNS] <https://www.yamazakikoujiya.com/>

[経営理念]

当社製品の原材料は国産材料にこだわり、「手づくり」「無添加」で、昔ながらの製法を守り続けている。

米どころ、新潟でこつこつ地道に作る糀、味噌

[お店の概要]

新潟県阿賀町にある創業150年の糀屋。店舗・製造所が一体となった昭和初期の建物で、糀とそれを基に味噌を製造・販売する。

昨今の「塩糀」のブームで見直されつつある糀、同社の糀は糖度が高く発酵力に優れた黄糀菌で作った「生黄糀」で、その名前を冠し、商品にしている。

この生黄糀を使い、新潟県産の米と大豆で仕込んだ味噌は、保存料を使用せず自然熟成させた「生味噌」として販売している。

生味噌を造るときの大豆は、薪の香りが感じられるからと、薪を5時間かけてかまどで煮ている。かまどで煮る薪は、地元の阿賀町で発生した廃材や、地元のパン屋から出るクルミの殻を使い、地域内での資源循環を実現している。

こうした伝統的な工法に加え、近年、米研ぎ機や糀菌をかける過程で均等に菌が振りかけられるように機械を導入するなど新たな試みに取り組んでいる。

この結果、伝統の味を守りながら、均質な品質を保つことが可能となった。

左：歴史を感じる木造の建物と、
手書きのPOPが温かみのある
雰囲気を出している。



左：女将が行う味噌煮 右：当店の代表商品「ふるさとみそ」

【お店の経営ノウハウ】

同社の糀の魅力を伝えてきたのが、先代の代表の「女将」だ。百貨店やスーパーマーケットで実演販売を行いながら、各地で講演活動をしてきた。近年は、ノウハウを書籍にまとめ、動画でレシピを公開している。

同社の糀を使った商品や女将の魅力を発信するため、現代表が令和4(2022)年にサイトをリニューアルした。商品は、上記協力店のほか、新潟県を中心に、健康な体と心に特化したサイト「ナチュラル片山」などインターネット販売も行っている。

新たな試みとして、顧客の要望にあわせて糀や塩、大豆の量を選べる「オーダーメイド味噌」の製造をはじめた。

また、糀を練り込んだ「糀飴」を来店客に無料で配布していたところ、好評を得て、「売ってほしい」と依頼が多かったことから、商品化し、販売をはじめた。こうした、顧客とのコミュニケーションを大切にしているのも同社の強みといえる。



女将自ら展示会や講習会で糀の魅力を積極的に伝える。

ベジサラ舎



[創業年] 2018年(平成30年)
 [売場面積] 80.0㎡(24.2坪)
 [事業従事者数] 6.4人
 [営業時間] 10:00~17:00
 [定休日] 日・月曜日

[商品構成]
 ・野菜 80.0%
 ・カフェ 20.0%

[店舗所在地] 京都府京都市上京区西社町 179
 [URL・SNS] <https://www.instagram.com/vejisara.sha/>

[経営理念]

自分の足で探し、納得した野菜を販売する。できるだけ農薬を使わない人にも環境にも優しい野菜を仕入れる。また家計にできるだけ優しい価格設定を心掛けている。お客様とは野菜の話だけではなく、子育ての話やお仕事の話など濃いコミュニケーションを心掛けている。

自分の足で探した鮮度の高い無農薬・有機野菜を食卓へ

[お店の概要・経営ノウハウ]

京都は織物で有名な西陣にある自然派志向のおしゃれな八百屋さん。ベジサラ舎の女性店主は、自宅で始めた料理教室に集まった多くの子連れ主婦との交流の中から、野菜に強い関心を持ち始め、地元京都や滋賀の農家を訪ねるなど自分の足で探し納得した鮮度の高い野菜を販売する。仕入先農家とは定期的にコミュニケーションをとり常に新鮮な野菜を彩り豊かに店頭でそろえる。スーパーには並ばない珍しい野菜を取りそろえ、いつ来店しても新たな発見があり、面白く、ワクワクするお買い物を楽しめる。価格設定は主婦目線で行ない、「これ美味しいね!」と食卓で会話が弾むような野菜を提供、高すぎる野菜は扱わない。

京町屋に手を入れたシックな店舗には、カフェ「すこやか食堂」も併設。お店おすすめの野菜料理メニューを開発、有機野菜中心のランチとして提供して野菜本来の美味しさを味わえる。形のよくない野菜、店頭の売れ残りもカフェで無駄なく活用して食品ロスも極力抑える。Instagramやラインを活用し、情報発信、顧客管理も行い、買い物に不自由する高齢者の電話注文にも対応、商品の配達も行っている。

フルーツショップ松美園



[創業年] 1991年(平成3年)
 [売場面積] 87.0㎡(26.3坪)
 [事業従事者数] 6.6人
 [営業時間] 9:30~18:30
 [定休日] 日曜日

[商品構成]
 ・フルーツ 94.0%
 ・加工品 6.0%

[店舗所在地] 奈良県奈良市山町 136-1

[URL・SNS] <https://www.rakuten.ne.jp/gold/yamato-takumi/>

[経営理念]

- ・フルーツを通じて、心豊かに生きる。(使命)
- ・フルーツを通して、人と人との付き合いを豊かにするお手伝いをさせてもらう。(志)
- ・フルーツの本来のおいしさを知っていただくお手伝い。(価値観)
- ・お客様の為にスタッフ丸となって事を成す。(行動指針)
- ・「生り物ができることに感謝」/「お天道様、土壌、環境に感謝」/「お客様との出会いに感謝」を経営理念とし、果物が成ることに感謝し、そのフルーツを通して商いをさせていただいているので、当店のフルーツを買ってくださったお客様にも、買ってくださったお客様にも喜んでいただく商品、サービスを提供することを大事にしている。

フルーツを通じて心豊かに・フルーツの本来の美味しさを

[お店の概要・経営ノウハウ]

店舗は奈良市だが、西日本最大の青果市場である「大阪中央卸売市場」を中心として全国からよい品質・味の果物を仕入れている。店頭には花や観葉植物を飾り明るい雰囲気を出し、入り口には旬の商品を配置し果物の香りあふれる店舗づくりをしている。また、店舗にはガラス温室（バナナ、マンゴー等の南国果実用）や冷蔵ケースなどを設置、商品ごとに最適な温度管理を行い品質の維持管理に努めている。

厳選した商品を仕入れ、新鮮なうちにお客様にお届けすることをモットーとしており、インターネット販売にも力を入れ顧客の高い評価を得ている。購入されたお客様には商品の特徴や味、食べ頃の情報を記したオリジナルのリーフレットを封入。また、贈答の場合、送り主、贈答先双方に商品の写真を送る。送り主は商品の確認をすることで安心満足度が向上しお店の信頼にも繋がっている。

こうした贈答品はお店の主力である。自動結束機、リフト等の導入で業務の効率化を進めることでコストを下げ、高級でありながらお客様のお求めしやすい価格の提供している。

株式会社 立野商店



[創業年] 1948年(昭和23年)
 [売場面積] 360.6㎡(109.3坪)
 ※本支店合計
 [事業従事者数] 12.5人
 ※本支店合計
 [営業時間] 平日 12:00~18:00
 土日祝日 11:00~18:00

[商品構成]

・フルーツサンド	18.0%
・フルーツタルト	13.2%
・フルーツスイーツ	4.3%
・お菓子	26.4%
・フルーツドリンク	2.9%
・青果物	3.3%
・その他	37.0%

[店舗所在地] 和歌山県和歌山市西浜 1660-401

[URL・SNS] <https://tatenoshouten.co.jp>

[経営理念]

「美味しい」の輪を繋ぎ関わる全ての人々の心を豊かにする。

目利き力と独自の仕入ルートの果物で他店と差別化

[お店の概要・経営ノウハウ]

プロ向けの専門的な青果の取扱いに特化し他店と差別化した青果仲卸業者として昭和49年に営業をはじめ、以後70余年に亘り和歌山市内の高級飲食店御用達の青果店として営業を続けてきたが、コロナ禍でおさめの業務の業績が悪化したことを契機に当該事業を譲渡、現在はフルーツパーラー「VENTOTTO」とテイクアウトスイーツのお店「フルタラ」を和歌山市内中心地で展開。老舗仲卸店の経験を生かした目利き力と独自の仕入れルートにより入手できる上質な果物をふんだんに使ったスイーツを開発し他店との差別化を行い好評を得る。

フルーツもりもりのVENTOTTOタルトは、贈答用クラスのフルーツを贅沢に使用、和歌山県産 まりひめいちご、福岡県産 あまおういちご、岡山県産 晴王シャインマスカット、愛媛県産 紅まどんな、山形県産 ラ・フランスなど、いずれもフルーツパーラーが厳選し入荷するフルーツを使っている。フルーツサンドやスムージーに加工することで廃棄ロスも大幅に削減。

VENTOTTOに併設の八百屋では季節の野菜・果物をずらりと並べ、いろどりを添えている。

有限会社 橋本青果



[創業年] 1968年(昭和43年)

[売場面積] 66.0㎡(19.96坪)

[事業従事者数] 4.0人

[営業時間] 10:00~19:00

[定休日] 日曜・祝日

[商品構成]

・野菜 60.0%

・果物 30.0%

・食料品 10.0%

[店舗所在地] 広島県広島市南区浅子2-17-11

[URL・SNS]

[経営理念]

新鮮で美味しい青果物を追求して、お客様に提供すること。

地域経済の発展に貢献すること。

地域に密着、地産地消で新鮮で美味しい野菜・果物を品揃え

[お店の概要・経営ノウハウ]

橋本青果は、生鮮四品（青果・鮮魚・精肉・総菜）をそろえる民設小売市場アミアストアに入居、地域住民のために地域密着型として、新鮮で美味しい野菜・果物の品揃えと域内流通を基本とした広島県産の青果物の提供を基本として営業している。

取扱う青果物は、約200アイテムに及び60%は広島県産で身土不二の観点から消費者の健康にも心配りしており、消費者にも地元産野菜を通じて安心感をもたらしている。

全国青果物商業協同組合連合会で推進している冬至七種に併せて「運どん」（験担ぎ）（んがつく野菜等：レンコン、キンカン、ナンキン、キンカン、ニンジン、ギンナンなどをトッピングした商品）をインスタグラムのリールで紹介、再生回数は4.7万回に達し青果物消費拡大などに貢献している。

広島市農政課の紹介で2年前から広島市内の生産者とのマッチングにより直接取引を実施しており、小規模な生産者の育成にも尽力している。

有限会社海鮮恵 -まちのさかなやさん海鮮恵-



[創業年] 2002年(平成14年)

[売場面積] 30.0㎡(9.1坪)

[事業従事者数] 9.0人

[営業時間] 10:00~20:30

[定休日] 水曜日

[商品構成]

- ・魚、貝、まぐろ 90.0%
- ・加工食品 5.0%
- ・総合食品 5.0%

[店舗所在地] 千葉県稲毛市宮野木 1652-198

[URL・SNS] <https://www.hanae.ne.jp/kaisen-kei/>

[経営理念]

島国日本の魚食文化を大切に育む

DHA、EPA、カルシウム、コラーゲン豊富な魚貝食を皆様へ

お客様の うまい、うまい！が聞きたくて

日本の魚食文化を育む

[お店の概要・経営ノウハウ]

「大自然の恵みであります魚は、四季折々をその旬を代表する魚にて味わえ、加えてその時々々の旬の魚は、旬の時期がもっともうまみ成分のグルタミン酸やDHAの含有量や栄養価が一番高い」と、海鮮恵ではDHA含有量の一番多いとされるまぐろを中心として、旬の魚も取り揃え、調理方法を説明し日本の魚食文化を育んでいる。

マグロ、鮮魚貝類の卸業務を営む中でマグロの目利き力を磨き、店頭での小売販売をはじめ、その後小売りに専念して今日に至る。マイナス50度の超低温ストッカーによる品質管理、エアポンプ水槽を使った活貝、活魚、イセエビ、カニの販売、手作り魚食品の製造、天然紅サケ、激辛サケなどこだわり商品、昆布や海苔のグルタミン商品、昆布だしを使った商品など多彩な品ぞろえで魚食の魅力を縦横無尽に発信、店頭競争力を強化している。

ホームページ、ラインや会員メールを通じてDM発信や写真・特価セールの情報提供など毎週行い、年間通じて旬の魚を消費者に提供している。

まるよし佐藤商店



[創業年] 1889年(明治22年)

[売場面積] 23.0㎡(6.9坪)

[事業従事者数] 3.5人

[営業時間] 10:00~20:00

[定休日] なし

[商品構成]

- ・塩引鮭 40.5%
- ・惣菜 27.5%
- ・鮮魚 20.7%
- ・その他 11.3%

[店舗所在地] 新潟県村上市仲間町 200

[URL・SNS] <https://sakananomaruyoshi.store.jp>

[経営理念]

- ・お客様の声に耳を傾け、顧客に寄り添うことを第一と考えている。
「まるよしの塩引鮭無くしてはお正月を迎えることが出来ない」と言っていたかのように、トコトン手作りにこだわる。
- ・また新潟県村上市の名産である「塩引鮭」の魅力を全国に発信することも当社の使命である。

トコトン手作りにこだわり名産「塩引鮭」の魅力を全国に発信

[お店の概要・経営ノウハウ]

明治22年に新潟県村上で佃煮屋を創業、昭和に入り今日の主力商品である鮭の販売と加工業をはじめ。お客様の声に耳を傾け、顧客に寄り添うことを第一と考え、「まるよしの塩引鮭無くしてはお正月を迎えることが出来ない」と言っていたかのように、トコトン手作りにこだわる。

村上市の名産である「塩引鮭」の原材料は、鮭と塩のみ。生鮭に塩をすり込み、1週間ほど寝かせて塩を馴染ませたのち、水に晒して塩分を抜くことにより旨味を増す。村上の厳しい寒風で仕上げ、熟成させ鮭の旨味を凝縮した塩引鮭は、村上の風土が生んだ逸品で、その魅力を全国に発信する。

贈答用・年越し用としての塩引鮭に加え、近隣住民の台所として昔ながらの総菜をすべて手作りで提供している。希望があれば揚げたて、焼きたてにも応じて、定番メニューや日替わりメニューを提供する。鮮魚はお客様の要望に応じ、三枚おろし、刺身などの加工も行い、珍しい魚を仕入れた時にはお客様に丁寧に食べ方をお知らせする。

川崎鮮魚店



[創業年] 1935年(昭和10年)

[売場面積] 7.2㎡(2.2坪)

[事業従事者数] 5.5人

[営業時間] 8:00~19:00

[定休日] 日曜・祝日

[商品構成]

- ・鮮魚、冷凍魚、練物 36.0%
- ・鮮魚、冷凍魚、小売 18.0%
- ・魚類惣菜 31.0%
- ・魚専門イタリアン 15.0%

[店舗所在地] 宮崎県小林市真方 228

[URL・SNS]

https://www.instagram.com/kobayashi_sakanaya?igsh=NmtxajkzZW11NnFh&utm_source=qr

[経営理念]

おいしい魚を食べて健康になろう！

老舗鮮魚店と併設のイタリアンでおいしい魚を提供

[お店の概要・経営ノウハウ]

創業90年近くの老舗鮮魚店は3代目、4代目が力を合わせ、鮮度抜群の季節の魚をメインにお求めやすい価格で提供している。鯖寿司、鯛寿司、握り寿司などお寿司類をはじめとして、揚げ物、焼き物、煮物、マリネやパスタなど旬の食材を使ってバラエティあふれる総菜を販売している。ブリのあら煮、鯛のかぶと煮など、あらもおいしく提供、骨は養鶏農家に飼料として提供し、無駄を極力省いている。

4代目夫婦は、鮮魚店と厨房でつないだレストランも営む。鮮魚店が仕入れた新鮮な魚介類と地元の特産野菜を使ってメニューを工夫、魚のあらと野菜を煮出してとったスープをベースとした料理は、うま味とコクがしっかりと調和している。鮮魚店の仕入れた魚介類に合わせてメニューが決まる本格イタリアンは、魚介類の魅力を余すところなく楽しめる。テイクアウトのメニューも多彩だ。

総菜は、出来上がり次第、インスタやフェイスブックなどネットでお知らせする。出来上がり時間、数量、価格等をアップして取り置きにも対応している。

精肉店 肉の政



[創業年] 2020年(令和2年)

[売場面積] 26.0㎡(7.9坪)

[事業従事者数] 2.0人

[営業時間] 9:00~18:00

[定休日] 水曜日

[商品構成]

- ・精肉(牛、豚、鶏) 89.0%
- ・惣菜(ローストビーフ) 1.0%
- ・加工食品 10.0%

[店舗所在地] 宮城県気仙沼市田中前 4-4-8

[URL・SNS] <https://nikunomasa.mystingly.com>

[経営理念]

- 【理念】安心・安全・美味しい肉屋として、地域の皆様に愛されるお店を目指します
- 【使命】最高の品質と優れたサービスを繋ぎ、皆様に喜びと元気を提供します
- 【行動指針】思いやりと感謝の気持ちを持ち、「お客様のために考え、行動することで地域一番の精肉店」を目指します。

地域一番を目指し、気仙沼で岩手のお肉を厳選販売

[お店の概要・経営ノウハウ]

2020年4月「気仙沼さかなの駅」に出店した「肉の政」だったが、さかなの駅の営業終了により現在の店舗で営業を再開した。「お客様のために考え、行動することで地域1番の精肉店」を目指し、取扱商品を国産、東北産、さらには岩手県産にまで絞り込むことにより生産者の生の声を消費者に伝える。旬の魚の水揚げ量が肉の売り上げにも大きく影響するという港町気仙沼ならではの状況に応じてきめ細かに販売計画を立てている。

取扱商品として、岩手県を代表する銘柄牛の前沢牛や岩手県一関市生産門崎丑、岩手県二戸市生産佐助豚や八幡平ポーク、鶏肉は岩手県一関市室根町にある株式会社オヤマ様から仕入れを行っている。生産者から直接仕入れ品質の安定化を図るとともに、お客様一人ひとりにあった接客を重視、肉の特徴などの情報をお客様にきめ細かくお伝えし、肉のオーダーカットにも応じる。

「美味しいお肉を食べて元気に過ごしましょう」と店頭販売の99%が国産のこだわり販売を通じて、岩手県産の肉を中心に国産の良さをアピールしている。

有限会社 有田商店



[創業年] 1914年(大正3年)
 [売場面積] 69.0㎡(20.9坪)
 [事業従事者数] 4.0人
 [営業時間] 10:00~20:00
 [定休日] 火曜日

[商品構成]

・精肉	51.1%
・酒類	29.6%
・飲料、食品	10.5%
・タバコ	8.8%

[店舗所在地] 神奈川県藤沢市鵜沼海岸 2-1-17

[URL・SNS] <https://www.arita-shoten.net>

[経営理念]

「地域に寄り添い、美味しいものを届ける」

弊社は地域の御用聞きとして、お客さま一人ひとりのご要望に応え、喜ばれる商品を提供する精神を代々受け継いでいる。

1. 時代の変化により、多様化するお客様の要望に柔軟に対応していること
2. 本当に美味しいものを豊富な専門知識で目利きし、適正な価格で販売すること。
3. 店頭販売はもちろん、昔ながらの御用聞きのように、地域のお客様のお宅へ伺い配達も行っていること等により、お客様との信頼関係を構築している。
4. 地域を愛し、地域に愛され、地域とともに成長する企業でありたい。

「別荘地」鵜沼海岸で「地域に寄り添い、美味しいものを届ける」

[お店の概要・経営ノウハウ]

有田商店は、大正3年に蕎麦屋として創業した100年以上続く老舗で、大正9年に肉屋と洋食食堂をはじめ、昭和初期に現地に移転後は精肉と酒類の販売を営んでいる。

別荘地にあることから我が国近代美術を代表する画家の岸田劉生の「鵜沼日記」にも度々登場するほか、当地の旅館「東屋」に通う芥川龍之介、川端康成など数多くの文人にも愛された老舗である。

現店主は3代目、「精肉の目利き力」「酒の品揃え」「御用聞き力」の3本柱の強みに磨きをかけ差別化を図る。精肉は部位別にブロック単位で仕入れ、お客様の注文を受け手作業で用途別にカットし量り売りする。適切な仕入れ管理によりブロック肉は3日程度でなくなり、厳選した新鮮な肉の美味しさに対してお客様から高い評価を受けることにつながっている。酒類は、日本酒、本格焼酎、ワイン、クラフトビール、ウイスキーと多彩に取り揃え、特にクラフトビールは常時50種類を各地から取り寄せ珍しいものを選ぶワクワク感も演出している。お客様との対話を大切にする御用聞き力により、その要望に可能な限り応え、また専門知識を活かした提案をすることで顧客の高い満足を生んでいる。

特定非営利活動法人 JSB デイリーサポート —健康森永箕面池田店—



[創業年] 2018年(平成30年)

[総面積] 12.4㎡(3.8坪)

[事業従事者数] 3.7人

[営業時間] 10:00~16:00

[定休日] 日曜日

[商品構成]

- 牛乳 95.0%
- 乳製品 5.0%

[店舗所在地] 大阪府箕面市半町 2-14-10

[URL・SNS] <https://jsbsupport.jp>

[経営理念]

箕面市と池田市の皆様が健やかに生き生きと有意義な日々を過ごしていただけるように、免疫力と栄養価が高く、新鮮な商品をお届けする。

地域貢献の一環として、ジュニア・シニア・ビジネス拠点を応援する健康イベントやセミナーを推進して、安心して暮らせるまちづくりをサポートする。

「玄関先まで“健康”をお届け」「美容と健康そして福祉」

[お店の概要・経営ノウハウ]

本 NPO 法人は、健康や安全を切り口に以下のような宅配顧客獲得の営業を推進している。

- 独居老人の家族や包括支援センターに紹介された先と契約し、毎週手渡し配達をしながら安否確認をするなど、見守り活動を切り口にした新規開拓。
- 地域のシニアサロンで健康をテーマにした講演、郵便局、スーパー等での骨強度測定などを行い健康に関心が高い方に機能性が高い商品を紹介することで新規顧客を獲得。
- このほか季節を感じられる地元で作られた美味しい新鮮な野菜と果物を定期的に卸売市場よりそのまま直送し、お客様に「健康」や「地域貢献」を感じていただいている。
- また、少子高齢化からなる独居老人の増加や、労働人口・自治体職員・介護職員の減少などが予想される今後は、《地域課題の解決活動》《認知症察知と安否確認》《シニアにより嬉しい事》を目的に『シニアデイリーサポート』いわゆる家事代行業務に着手。行政・社協・地域包括と連携を取りながらシニア方の残り少ない人生時間により多くの幸せな気分を味わって頂く事業を展開する。優しさと会話をモットーにシニア方の心もケアしながら其の生活に必要な乳製品及び野菜果物、介護用品もお届けする。
- そして人手不足と言われる各事業所へ《福利厚生》《スタッフ同士のコミュニケーション》を向上させる『移動売店』も予定。近隣の方々にも参加頂けるイベントで、事業所のイメージアップにも繋がるレクリエーション活動として喜ばれる生活支援。職場の和を生むこの事業は離職率を下げ、顧客の利用率を上げる効果もある。

以上が地域課題を解決する生活支援コミュニティであり、当 NPO 法人の新たな運営資金源である。

有限会社 ニオカワ



[創業年] 1933年(昭和8年)
 [売場面積] 62.0㎡(18.8坪)
 ※本店支店合計
 [事業従事者数] 2.5人
 ※本店支店合計
 [営業時間] 9:00~17:00
 [定休日] 日・月曜日

[商品構成]

・米	90.0%
・酒	10.0%

[店舗所在地] 千葉県千葉市緑区土気町 446
 [URL・SNS] <https://www.niokawa.com>

[経営理念]
 『安心安全で美味しいお米を提供する』をモットーに、日々成長し続けます。

「安心安全で美味しいお米をご提供する」をモットーに日々成長

[お店の概要・経営ノウハウ]

昭和8年創業、平成2年に有限会社ニオカワに社名変更し、4代目の経営者のもとで今日に至る。父の代からコメ生産も行うため有限会社輝農塾を設立、収穫したおコメはすべてニオカワで販売している。

千葉県産に加え他県産米も仕入れ、お客様の希望に応じて2キロから30キロまで幅広く店頭販売している。また、玄米についても小型精米機を使って何分づきといった要望に応じている。価格設定については近隣スーパーや競合他社の価格を常にチェックすることを怠らない。

コメの品質管理を徹底し美味しさを保つため、適温とされる15~16度を維持するため収穫後は16度以下の低温倉庫で保管している。おコメは生鮮食品であり、玄米段階での低温倉庫保管に加え、精米したてのコメで納品、ネット販売は精米当日に発送、店頭では精米後1週間以内のおコメを常に取り揃えている。

インスタグラムやラインを使ってセールやイベントの案内をするほか、ネット通販で24時間注文を受け付け効率的な販売に努めている。

有限会社 戸塚正商店



[創業年] 1908年(明治41年)

[売場面積] 51.8(15.7坪)

[事業従事者数] 3.0人

[営業時間] 10:00~18:00

[定休日] 日・祝・第三土曜日

[商品構成]

・米穀	90.0%
・酒類	5.0%
・その他食品	5.0%

[店舗所在地] 神奈川県中郡大磯町西小磯 17

[URL・SNS] <https://www.tozuka.net/>

[経営理念] 企業使命 1人1人生活をお米の力で豊かにする

- 経営姿勢① 世界文化遺産「和食」の代表であるお米の文化・価値を伝統ある米屋として発信し続け、人々の健康促進・お米の文化継承に更新します
- 経営姿勢② 確かな実績と経験を併せ持ったお米マイスターとして、お客様1人1人の好みに合わせた「美味しい」お米を提供します
- 経営姿勢③ 従来の価値観に捉われずに、時代と共に変化する技術・ニーズに目を向けながら、持続可能なお米ライフを創造します
- 提供価値① 文化継承・啓蒙 …文化遺産である「和食」の代表であるお米のすばらしさを世に広めるとともに、そのお米を作る生産者とお客様をつなぐ架け橋になります
- 提供価値② お米で心身ともに健康に …お米を通して人々の心と体を生涯にわたり育みます
- 提供価値③ 十人十米 …1人1人に合った「美味しい」お米を提供します
- 提供価値④ 新たなお米の創造・発信 …時代のニーズやテクノロジーの進歩、グローバル化に伴い、新たなお米を創造し、その価値を国内外に発信し続けます
- 提供価値⑤ SDGs Rice Life …お米のすべてを余すことなく活用した商品を作り続けます

1人1人の生活をお米の力で豊かにする「専門家が選ぶ米屋」

[お店の概要・経営ノウハウ]

明治41年に創業、大磯は滄浪閣(旧伊藤博文邸)の前に店を構える。4代目当主はお米マイスターの技を生かし「大磯のお客様に満足していただける店」「みんながしあわせになるご飯」を目指して精進を重ね「専門家が選ぶ米屋」として地元の信頼を得る。

品揃えは、当主自ら全国の産地で生産者と会い厳選、産地・銘柄だけにとらわれず、生産方法・生産者の想い・希少銘柄にも着目して特色あるものを仕入れている。

顧客の要望が産地なのか銘柄なのか、無農薬、有機栽培なのか、食感の好み、どのような料理に使うのかなど、顧客ニーズに応えることのできる品揃えを心がけている。

こだわりの「お仕立て米」は、お米の特徴を生かした精米技法とブレンド技術により、和食、洋食、中華などに合わせた看板商品。さらに異業種と連携したオリジナル料理米として「卵かけご飯専用米」「どんぶりに合うお米」「炊き込みご飯に合う専用米」なども取り揃える。世界文化遺産「和食」の代表であるお米の文化・価値を伝統ある米屋として発信し続け、人々の健康促進・お米の文化継承に貢献するよう努めている。

株式会社ピロール健康タチャ



[創業年] 1952年(昭和27年)

[売場面積] 18.0㎡(15.5坪)

[事業従事者数] 2.6人

[営業時間] 8:00~17:30

[定休日] 土・日・祝日

[商品構成]

- ・米 89.3%
- ・補正食 10.7%

[店舗所在地] 福井県福井市足羽 4-1-4

[URL・SNS] <https://pyroolmai.net>

[経営理念]

『ご飯を美味しく食べて頂くためにはどうしたら良いのか』をモットーに

日々知識と努力あり！

ご飯を美味しく食べて頂くために、日々努力

[お店の概要・経営ノウハウ]

ピロール健康タチャの代表は、顧客に「おいしいコメをおいしいまま」食べてもらうためのご飯の炊き方指導を日々実践し、店頭での炊飯実演も行うなど、コメの消費拡大と健康づくりに努めている。

「家庭でおいしくご飯を食べるために『最低限やるべきこと』『やってはいけないこと』を消費者に伝える立場の人が誰もいない」「米穀店こそその役割を果たすべき」との問題意識から、洗米は1~2回手早く洗いゴシゴシ洗いは厳禁、炊飯器がピーピー鳴ったらすぐフタを拭く・ご飯を細かくほぐす、ジャーのフタとヘリは毎回きれいにするなど「米屋からのアドバイス」を顧客に配布しご飯がおいしくなったと喜ばれている。

既存取引の1店1軒を大切にし、クレームには瞬時に対応する。若年層の来客が増加していることからペイペイ決済も導入、商品券での商品購入も勧めている。

弱アルカリ性のピロール米の生産を篤農家に依頼するとともに健康に関する情報の収集をくまなく行い、健康アドバイスに活用している。

服部米穀店



[創業年] 大正期
 [売場面積] 25.0 m² (7.6 坪)
 [事業従事者数] 2.0 人
 [営業時間] 09:00~18:30
 [定休日] 日・祝日

[商品構成]

- ・米、こめ油、もち米 90.0%
- ・特定加工食品(餅) 5.0%
- ・灯油 5.0%

[店舗所在地] 愛知県名古屋市昭和区山花町 31-1
 [URL・SNS] <https://instagram.com/okome-hattori>

[経営理念]

美味しいお米を通じて、お客様に笑顔でいて頂きたい、満足を頂きたい、楽しい時間を過ごして頂きたいという想いでお店を営んでいます。

また、お客様の声に耳を傾け、ちょっと生活が楽しくなるような「お米屋さん」を目指し日々奮闘しています。

「おもしろいお米屋さん」をモットーとし、お米からの関わりはもちろんのこと、それだけに限らず、お客様に面白いと思ってもらえる何かを一緒になって関わっていききたい、作り出していきたい、そう考えているまじめだけど、変わったお米屋さん、オンリーワンのお米屋さんを目指しています。とにかく挑戦し続けるお米屋さんです。

「おもしろいお米屋さん」をモットーにオンリーワンを目指す

[お店の概要・経営ノウハウ]

大正末から昭和初期にかけて創業し約 100 年の歴史をもつ米穀店。4 代目の店主のもと名古屋市の昭和区を中心に幅広くお米をお届けし、親子 3 世代でお米をお届けするお客様もいる。

美味しいお米を通じてお客様に笑顔や楽しい時間をお届けするという想いで、「おもしろいお米屋さん」をモットーとし、変わったお米屋さん、オンリーワンのお米屋さんを目指している。

全国から無農薬や減農薬など特徴のあるお米を約 20 種類ほど取り揃え、分付き米もお客様に選んでいただけるようにするなど、お客様の細かなニーズに対応できる米屋となっている。小型精米機を導入、店頭精米や 1kg からの量り売り対応の強化など現代の家庭の食卓状況に応じた少量での販売方法を工夫している。毎年度、10%の売上向上を基本としており、店頭の小売部門、飲食店等への卸売部門があるが、地元での新規顧客の獲得を重点課題として取り組んでいる。

ル・ビリーヌ



[創業年] 2017年(平成29年)

[売場面積] 32.0㎡(9.7坪)

[事業従事者数] 10.3人

※本店支店合計

[営業時間] 7:00~21:00(本店)

9:00~23:00(支店)

[定休日] 月・第3火曜日(本店)

水・第3木曜日(支店)

[商品構成]

・パン 98.0%

・イトイコナド リツ 2.0%

[店舗所在地] 東京都目黒区中町 1-40-8 メゾンオカムラ 1F

[URL・SNS]

[経営理念]

- ・国産にこだわり「安心」「安全」で「おいしい」パンを提供いたします。
- ・来ていただいたお客様に楽しんでもらえるお店にします。

国産材料にこだわった安心・安全でおいしいパンを提供

[お店の概要・経営ノウハウ]

2017年創業のベーカリー。

都内(目黒区と世田谷区)に2店舗を構え、地域住民に親しまれている。国産材料にこだわったパンは保存料や安定剤を一切使わず、おいしさとともに安心・安全を提供。小麦は国産100%のものを使用し、中でも入手困難な北海道産「キタノカオリ」を使ったパンは、風味豊かな味わいが好評を得ている。また酵母にもこだわり、噛めば噛むほど旨味を引き出す「白神こだま酵母」と自家製酵母をブレンドして使用しているため、冷凍後に焼き直してもおいしく食べられる。

なお、初めて来た客にも楽しんで選んでもらえるように、定番のバゲットやライ麦パンの他に、サンドイッチ、総菜パン、菓子パンなど、約60種類のパンを用意している。厨房は売場の真横にあり、オープンからパンを取り出す様子がわかる。焼き立てパンをライブ感覚で楽しんでもらえる店舗である。

ノーブル

今日のおやつ noble



[創業年] 2020年(令和2年)

[売場面積] 13.0㎡(3.9坪)

[事業従事者数] 3.0人

[営業時間] 7:30~18:00

[定休日] 火・水曜日

[商品構成]

- ・パン 80.0%
- ・焼菓子 15.0%
- ・洋菓子(シュークリーム等) 5.0%

[店舗所在地] 宮崎県東臼杵郡門川町須賀崎2丁目37

[URL・SNS]

[経営理念]

- ・経営理念に「今日のおやつで地域の明日を創造する」を掲げている。
- ・おいしい”おやつ“(パン、おかし)を食べてよい時間を過ごしてほしい、誰かを喜ばせたい、笑顔にしたいというニーズに応えたい。

今日のおやつで地域の明日を創造するベーカリー

[お店の概要・経営ノウハウ]

「今日のおやつ」をテーマに掲げ、誰もが気軽に立ち寄ってもらえるようなシンプルな店構えで、地元素材を活かしたおいしいパンや菓子を提供している。宮崎県北の閑静な住宅街に佇む店舗は手作りの看板が目印。利用客は30代の女性を中心に、近隣の高齢者や子供連れも多く、また他県など遠方からの来店客もみられる。

製造工程において、水分を多めに加えたうえイーストはできるだけ減らして発酵時間を長くする工夫により、翌日も柔らかく固くなりにくいパンに仕上げている。商品ラインナップはベーシックなものを中心とし、過剰な包装・デコレーションを控えて手頃な価格設定を行っている。とりわけ地元である門川町の地場産野菜を使用した「門川ピッツア」が人気を博している。

地域に根差した店舗をコンセプトにしており、2020年の開店以来大々的な広告宣伝やSNS等での発信は行っていないが、口コミを中心に評判が広がり、繁盛店として賑わっている。

ケーキ職人 ちゃっきおじさん



[創業年] 2000年(平成12年)

[売場面積] 14.0㎡(4.2坪)

[事業従事者数] 2.0人

[営業時間] 9:30~18:30

[定休日] 火曜日

[商品構成]

- ・生菓子 39.7%
- ・焼き菓子 10.2%
- ・ウェディングケーキ 50.1%

[店舗所在地] 宮城県仙台市泉区住吉台西1丁目6-20

[URL・SNS] <https://chakki-cake.com/index.html>

[経営理念]

- ・ここに、このケーキ屋さんがあって良かったと思って頂ける店でありたい。
- ・お客様に対しては当たり前のことですが「いらっしゃいませ」「ありがとうございます」を必ず言う事。
- ・お客様との会話、とくに年配者の方との会話を大切に。人とのつながりを大切に。

こだわりのオリジナルスイーツでもてなす夫婦経営のケーキ店

[お店の概要・経営ノウハウ]

特徴のある店名(ちゃっきおじさん)は店主のニックネームに由来。2000年に仙台市で創業以来、夫婦2人で経営を続けるお店は、誰が食べてもおいしいと思ってもらえるよう、基本の味を大切に守っている。そのため、たとえ原材料費が高騰しても、決して品質を落とすことなく、同じ材料しか使わない。

商品は手作りのオリジナルスイーツを多種揃え、たとえば、シュークリームは定番のカスタードのほかに、ずんだやあずきを使った生クリームや栗つぶ入りのカスタードなど、季節毎に異なる味わいを多数用意している。また、お城や井のラーメンなど手の込んだ装飾を施したオリジナルデコレーションケーキはバリエーションが豊富で、バースデーやウェディング向けに評判となっている。

なお、店舗のある団地には年金暮らしの高齢者が多いためリーズナブルな価格設定とし、とくに足腰の弱った高齢者には、購入金額に関係なく無料配達の手配を提供している。また、国の補助金で導入した移動販売を2022年の秋から始めるなど、経営革新にも努めている。

菓子匠 やまもと



[創業年] 1934年(昭和9年)

[売場面積] 75.8(22.9坪)

[事業従事者数] 4.3人

[営業時間] 9:00~17:00

[定休日] 不定休

[商品構成]

- ・和菓子 100%
(喫茶スペースのかき氷、
アイスクリームあんみつ等含む)

[店舗所在地] 千葉県館山市北条 1821-15

[URL・SNS] instagram アカウント「kashisho.yamamoto」

[経営理念]

「和菓子で彩る毎日を」をモットーに、季節の和菓子を提供。

皆さんが笑顔になるような和菓子となるよう努力しています。

「和菓子で彩る毎日を」をモットーに季節の和菓子を提供

[お店の概要・経営ノウハウ]

創業 1934 年。千葉県館山市に店舗を構える和菓子の老舗。伝統を守りつつ若い層にもうけるような商品開発・販売を経営方針とする。お客さまを飽きさせないように毎月商品の入替・店内装飾のリニューアルを行い、季節感や新鮮味を出すように工夫を続けている。

商品は、穏やかに広がる館山湾（鏡ヶ浦）をモチーフに焼き上げた「凧どら」や季節毎に入れ替わる和菓子・赤飯など、常時 20 種類程度を取り揃えている。とくに看板商品の「凧どら」は、ふわふわの生地と絡み合う甘めのあんこが絶妙のバランスで、幅広い年齢層に親しまれている。また、和菓子という日本の伝統を大切に守りつつ、「バレンタイン」「ハロウィン」「クリスマス」などの洋風イベントを取り込んだ商品展開を行い、若年齢層やファミリー層にも販路拡大を図り、功を奏している。

なお、地域貢献として、地元小学校の社会科見学で児童を受け入れて和菓子作り体験を実施することで、食育支援にも取り組んでいる。

モンブラン



[創業年] 1972年(昭和47年)

[売場面積] 24.5㎡(7.4坪)

[事業従事者数] 2.0人

[営業時間] 10:00~19:00

[定休日] 日曜日

[商品構成]

- ・ケーキ 70.0%
- ・焼き菓子 30.0%

[店舗所在地] 新潟県佐渡市河原田本町 53-1

[URL・SNS]

[経営理念]

～お客様に日々の楽しみをもたらす～

- ・「ケーキを身近な物として楽しんでほしい」思いから、安価な価格設定を実現する。
- ・箱を開けた時に思わず「わっ～と気持ちが明るくなる気持ち」になれる商品、サービスを提供する。

お客様に日々の楽しみをもたらす、佐渡に開いたケーキ店

[お店の概要・経営ノウハウ]

佐渡島で夫婦が営むケーキ店。店名の「モンブラン」は、「ケーキ屋の頂点を目指す」ことを目標に掲げ、ヨーロッパ最高峰の山名からとった。「山を登るように頂点を目指す道を自らの足で進むことで佐渡島の魅力を発信する」という思いも込めている。

「ケーキを身近なものとして楽しんでほしい」という経営理念から、価格設定は1個当たり300～400円の低価格に設定。ケーキに使用する季節もののフルーツ等は、食の宝島といわれている地元佐渡島産の食材を積極的に使用している。

取扱商品は、店名にもなっている定番のモンブランに加え、ときシュークリーム、佐渡めぐりクッキーなど佐渡にちなんだ商品を多数揃えている。また、酒蔵が多い新潟県の特徴を活かし、酒粕を利用した酒粕チーズケーキも看板商品になっている。

なお、ふるさと納税の返礼品として「焼き菓子12種詰め合わせ」を出品しており、佐渡汽船のオンラインストアにも出品するなど島外にも販路を広げている。

きのと

有限会社 乙まんじゅうや



[創業年] 1804年(文化元年)

[売場面積] 40.0㎡(12.1坪)

[事業従事者数] 5.6人

[営業時間] 8:00~18:00

[定休日] 不定休

[商品構成]

- ・乙まんじゅう等 78.8%
- ・仕入製品(菓子等) 14.9%
- ・酒類 4.8%
- ・イートイン(かき氷) 0.4%
- ・切手等 1.1%

[店舗所在地] 新潟県胎内市乙 1235

[URL・SNS] <http://kinoto-manju.jp/>

[経営理念]

伝統を継ぎ、心に身体に地域に良しを提供する

- ・お客様、従業員の心にも身体にも良い取り組みの推進を目指します。
- ・乙まんじゅうやを通じて、店舗だけでなく地域にお越しのお客様をおもてなしする事で地域発展に寄与します。

江戸時代から代々受け継ぐ伝統の酒まんじゅう

[お店の概要・経営ノウハウ]

初代「萬屋重吉」が地元の名刹「乙宝寺」の門前に「乙まんじゅうや」を創業したのが1804年。酒まんじゅうの中では今や新潟県で最古の歴史をもつ。看板商品の「乙まんじゅう」は、自家製のおんこをひとつひとつ手作業で包み、炭の火でじっくりと糀を発酵させ、その日の気温に合わせて職人が蒸し時間を調整しており、その製法は創業以来変わらない。

取扱商品は、酒まんじゅうの製法や材料に地域の特産品を組み合わせた商品を展開している。特に地元胎内市の特産品である「米粉」を使った揚げまんじゅうは、幅広い世代の人気商品となり、県のグルメイベントでも賞を受賞している。2021年からはサブブランド「JYUKICHI」を立ち上げ、ただ地元食材を使うだけでなく、「ここに来ないと食べられない」という特別感を出した商品を開発し、観光客に地域を楽しんでもらえるような取組を進めている。特に店頭販売限定の米粉アイスはマスコミにも大きく取り上げられた。

このように、菓子製造は勿論のこと、周辺エリアも含めた地域への満足度を向上させるためのツアーガイドや観光コンテンツ作りなど観光促進にも大きく貢献している。

有限会社 羽入 -御菓子司 羽入-



[創業年] 1916年(大正5年)

[売場面積] 15.0㎡(4.5坪)

[事業従事者数] 7.4人

[営業時間] 9:00~18:00

[定休日] 日曜日

[商品構成]

・菓子 100.0%

[店舗所在地] 新潟県新潟市秋津区新津本町 1-6-30

[URL・SNS] <https://okashi-hanyu.com>

[経営理念]

一菓専心、愚直に、一個一個の菓子に心を込めて造り上げ、日々精進することでお客様に喜ばれることをモットーとする。

「一菓専心」一つ一つに手間を惜しまず、真心を込めた菓子作り

[お店の概要・経営ノウハウ]

創業大正5年(1916年)、新潟市秋葉区の新津に店を構えて100有余年。代々、この地で事業を継承してきた。新津は、信越本線・羽越本線・磐越西線の三本の路線が通る鉄道の要衝であり、多くの人々が行き交うこの鉄道の町で、真心を込めたこだわりのお菓子を作り続けている。

三色団子から始めた菓子作りは、新潟名物の笹団子、生菓子、焼き菓子とレパートリーを広げ、地域特産の食用菊(かきのもと)を使った「かきのもと饅頭」も好評を得ている。看板商品の三色団子は、定番(こしあん、白あん、すりごま)のほかに、「よもぎあん」「桜あん」「苺あん」「栗あん」など旬の食材を使用した限定味も展開している。また、地域の青年部とコラボして開発した「SLしごなな焼フィナンシェ」は、生地に秋葉区の特産「白雪もち麦」を使用しており、マスコミにも大きく取り上げられた(しごななのネーミングは蒸気機関車SL-C57に由来)。

なお、店舗以外にも、駅構内の土産物店や百貨店、スーパーに加え、オンラインの販売チャンネルを有している。

アイコール・スタジオ
icoOWL studio



[創業年] 2021年(令和3年)

[売場面積] 15.0㎡(4.5坪)

[事業従事者数] 2.3人

[営業時間] 11:00~19:00

[定休日] 月・火曜日

[商品構成]

・アイシングクッキー	24.2%
・シフォンケーキ	43.4%
・焼菓子	20.3%
・ドリンク・かき氷	10.9%
・雑貨	1.2%
・雑収入	8.7%

[店舗所在地] 富山県射水市本町2丁目6-27

[URL・SNS] Instagram @icoowl_studio @icoowl.studio
HP <https://www.icoowlstudio.com>

[経営理念]

【とにかく美味しいものを食べて欲しい】という願いに基づいています。

見た目だけや価格帯といった商品ではなく、少し高くても安心できる原材料を使った心温まる食体験を提供し、最高の味わいをお届けすることを使命とし、常にお客様の期待を超えるサービスと商品を提供したい！

美味しさと満足感は私たちの原動力であり、お客様が幸せなひとときを過ごす為に必要と考えており、美味しいものは人々を笑顔にし幸福感を高める源と考えています。

やさしい焼菓子とシフォンケーキが楽しいお店

[お店の概要・経営ノウハウ]

2019年に富山県高岡市で創業ののち、2022年から射水市のクロスベイ新湊の隣に移転オープン。クッキーに砂糖で絵や文字を描いた「アイシングクッキー」が看板商品の一つで、製造には3Dプリンターでクッキー型を自作するほどのこだわりを持っている。

とにかく美味しいものを食べてほしいという思いから、見た目の楽しさにとどまらず、少し高くても安心できる良質の原材料を使った商品を揃えることで、多くのお客様に心温まる食体験を提供することを使命としている。

主な販売商品はアイシングクッキーのほか、絹どけシフォンケーキや飲める杏仁など。シフォンケーキは国産小麦粉・太白ごま油(製菓用)や新鮮な地元産の卵を使用し、膨張剤などは一切使わずふわふわに！あまりのふわふわ食感から「絹どけ」と命名。飲める杏仁は、「とろとろで濃厚」でありながら「ほろ甘」に仕上げ、オリジナルレシピで杏仁豆腐独特な香りがないのが特徴で、カップ&ストローでそのまま飲めるスタイルで提供。

これらの商品はSNSを積極的に利用して、写真や動画で商品の魅力を伝えている。また、四季折々のイベントや旬のフルーツに合わせて商品ラインナップを柔軟に変更しながら常に新鮮な魅力を発信している。

糰 ASOBI



[創業年] 2017年(平成29年)

[売場面積] 20.0㎡(6.1坪)

[事業従事者数] 2.1人

[営業時間] 10:00~18:00

[定休日] 月曜日

[商品構成]

- ・ロールケーキ 30.0%
- ・フィナンシェ 40.0%
- ・プリン 16.0%
- ・その他焼菓子 14.0%

[店舗所在地] 富山県砺波市高道 53-2

[URL・SNS] <https://www.kojiasobi.jp/>

[経営理念]

私達の経営理念は『あたたかさを未来へ』です。
日本食離れが進む中、食の土台となる麴の素晴らしさを伝えていく食育こそが、健やかな明るい日本を支えていく人々を応援していくことだと思っております。食を通して幸せで豊かな社会づくりに貢献して行きます。

100%グルテンフリーの糰スイーツ専門店

[お店の概要・経営ノウハウ]

日本人の食に合った糰の魅力を多くの人に知ってもらうため、塩糰のロールケーキを4年間かけて開発し、2017年に富山県砺波市で糰スイーツ専門店「糰 ASOBI」を開業。糰が生み出す深みのある味わいのスイーツで、糰の魅力を多くのひとに伝えている。

取扱商品は米粉を使用したグルテンフリーに加え、糰の力を最大限に活かしたスイーツ（ロールケーキ、マドレーヌ、フィナンシェ、シフォンなど）で、生菓子から日持ちする焼菓子まで豊富なラインナップを取り揃えている。素材にもこだわり、糰は北陸唯一の種麴屋「石黒種麴店」から調達しており、卵は「仁光園の米寿の卵」、豆乳は自然の恵み豊かな世界遺産五箇山に伝承されてきた「堅豆腐の豆乳」を使用。こだわりの富山県産素材を惜しみなく使い、納得のクオリティと価格で勝負している。

なお、砺波市主催のとなみのめぐみフェアに毎年参加して地域ブランドの普及にも取り組み、ボランティア団体のとなみセントラルライオンズクラブにも所属するなど、地域活性化にも貢献している。

株式会社 御朱印 -加賀菓子処 御朱印-



[創業年] 1948年(昭和23年)

[売場面積] 75.0㎡(22.7坪)

※本支店合計

[事業従事者数] 11.2人

※本支店合計

[営業時間] 9:00~18:00

[定休日] 水曜日

[店舗所在地] 石川県小松市八日市 34

[URL・SNS] <https://www.goshuin.co.jp/>

[商品構成]

- ・チョコレートと饅頭各種 33.0%
- ・富樫最中、弁慶羊羹、義経の笛
15.5%
- ・どら焼き各種 12.0%
- ・季節の生菓子各種 18.0%
- ・地元季節菓子 14.0%
- ・赤飯、団子、餅など 8.0%

[経営理念]

- ①偽りのない商いの為に……品質本位・堅実経営・正常取引
- ②笑顔のお菓子の為に……従業員一同「笑顔」で作り、お客様に「笑顔」提供しお客様が「笑顔」になるように。
- ③地域社会へ溶け込む為に……おいしいお菓子を作ろう／楽しいお買い物の場を作ろう／みんなの豊かな生活を作ろう／そして成長しよう

和菓子を介して笑顔を届ける加賀の名店

[お店の概要・経営ノウハウ]

創業は昭和23年(1948年)。主力商品の「御朱印」のほか、季節の生菓子や焼菓子など、多くの品揃えでお客様を遇し、笑顔をもたらすことを経営理念とする伝統的な加賀の和菓子店。「御朱印」は卵の黄身餡を包んだチョコレート饅頭で、江戸時代に海外と貿易を行っていた御朱印船の旗印「九曜紋」をかたどっている。海を越えて活躍した御朱印船のようにたくさんの人に美味しいお菓子を届けたいという思いを込めた。

使用する原材料にも徹底的にこだわり、最中・どら焼きのあんこは北海道産の大納言小豆、それ以外の商品は北海道産小豆をじっくり炊き上げる。卵は安全・安心にこだわったセイアグリー健康卵を使っている。

なお、地元の小松商工会議所が主催する農商工連携事業に積極的に参画するとともに、2018、2019年には台湾で和菓子の実演販売をするなど、地域ブランドを海外へ普及させる事業にも協力している。また、食育支援として、前代表が積極的に取り組むフードロス支援の団体が運営する子供食堂にお菓子の提供を定期的に行うなど、地域にも貢献している。

和菓子処 ひので軒



[創業年] 1955年(昭和30年)

[売場面積] 20.0㎡(6.15坪)

[事業従事者数] 5.0人

[営業時間] 9:30~18:30

[定休日] 水曜、第1・3火曜日

[商品構成]

・和菓子 100.0%

[店舗所在地] 静岡県湖西市鷺津 3387

[URL・SNS] <https://www.hinodeken.net/>

[経営理念]

・笑顔溢れる、常にお客様が喜ぶお店！

他所にない焼き立てのお団子が選べる和菓子店

[お店の概要・経営ノウハウ]

1956年に静岡県湖西市で開業した和菓子店。

地元、湖西市産のコシヒカリを使っている看板商品のお団子は、もちもちとした食感があり、注文を受けてから客前で焼き上げている。いつも焼きたてを提供しているので、お客様に大変喜ばれている。スーパーや道の駅でも委託販売を行っており、認知度向上を図って来店促進につなげている。

お団子の種類は一番人気のみたらしだんごのほか、チーズだんご、のりだんご、よもぎ粒あんだんごなど15種類におよび、幅広い世代に受けている。また、湖西市は豊田佐吉翁（トヨタグループの創始者）の生誕地でもある。そこで車の形をした「くるまもなか」など、地域に根差した商品も多く提供しており、お土産品として人気が高い。

なお、店舗がある商業集積施設「アルカミーノ」は、湖西市の商業者が集まり、数年間の研究を重ねて造りあげた施設である。当店の代表もその一員に加わっており、現在も地域の活性化活動に積極的に取り組んでいる。

洋菓子エクレール



[創業年] 2002年(平成14年)

[売場面積] 28.8㎡(8.7坪)

[事業従事者数] 3.8人

[営業時間] 9:00~20:00

[定休日] 第1、3、5木曜日

[商品構成]

- ・ケーキ類 65.0%
- ・焼き菓子類 20.0%
- ・チョコレート類 10.0%
- ・プリン、シュークリーム、ゼリー 5.0%

[店舗所在地] 愛知県北名古屋市熊之庄小島 156

[URL・SNS] <https://eclair8800.wixsite.com/eclair>

[経営理念]

- ・『社会貢献を通してスタッフ自身の成長が、お店の永続的な発展となる』を基本理念として地域の方々との交流して行くことで個の力の底上げをする。
- ・地域の草むしり・側溝の掃除・ケーキ教室等でお店と地域の隔たりをなくして、新製品等をSNSなどで発信することで地域一番店を目指しています。

豊富な品揃えでお客様を魅了する地域密着の洋菓子店

[お店の概要・経営ノウハウ]

2014年北名古屋市で開業。「スタッフと共に地域貢献をしながらお店の成長を目指す」をモットーに営業を続けており、地域の人々に愛されている。

自慢は豊富な品揃え。生ケーキ35種類、焼き菓子50種類、冷凍商品20種類、朝焼きタルト4種類、その他、季節商品としてゼリー6種類、トリュフ12種類、生チョコ・チョコレート類25種類など、大型店舗にもまったく引けを取らない。近年はSNS映えするオリジナルデコレーションケーキの注文も多くなり、一人一人の要望に細やかな対応を心掛けている。

販売促進はLINEをフル活用して、今販売している商品情報を登録会員にリアルタイムで発信している。そのほか、夏と冬の年2回ダイレクトメールを顧客に発送したり、店内POPを見易く工夫するなど、情報発信に努めている。

なお、地域密着型店舗として、その土地で採れるフルーツ（沖のいちじく）等を使用したり、近隣名所からネーミングした商品開発を行うなど、地域活性化にも取り組んでいる。

有限会社 三寿園



[創業年] 1865年(慶応元年)
 [売場面積] 45.5㎡(13.8坪)
 [事業従事者数] 7.5人
 [営業時間] 9:00~19:00
 [定休日] 火曜日

[商品構成]

・和菓子	23.0%
・洋菓子	24.0%
・贈答品	25.0%
・産直生菓子	24.0%
・商品仕入れ品売上げ	0.006%
・OEM	3.5%
・海外販売	0.494%

[店舗所在地] 愛知県豊明市阿野町西ノ海戸 34 番地
 [URL・SNS] <http://sanjuen-toyoake.com/>
 Instagram sanjuen.150nen

[経営理念]

自分にとって 1000 個の中の 1 個でもお客様にとっては 1 個中の 1 個。
 それを大切につくり「ありがとう」の言葉を増やし、更なるご縁を創る会社である。

伝統の味と製法を守り続ける名店

[お店の概要・経営ノウハウ]

創業慶応元年(1865年)、三寿園の名の由来は三つの重なった「えん」。1つ目は「三寿園の代々続いてきた家族の縁」、2つ目は「地元のお客様と三寿園の縁」、3つ目は「お菓子でお客様からお客様を繋ぐ縁」である。五代目の稲垣信彦氏が手掛けたバームクーヘンが主力商品に育ち、当店の礎を築いた。安全・安心を基本とした製法を守り、時代とともに季節に合わせた商品を提供している。

近年より力を入れてきた商品がみたらし団子。自家製栽培した米をひいた米粉を主原料にして、余分な添加物を一切使わず、もちもち感があり人気を博している。定番のバームクーヘンは製法を変えずに完全手焼きで仕上げ、ぎっしりと目の詰まった食べ応えのある食感にファンも多い。レパートリーも豊富で、和菓子 8 種類(生菓子)と洋菓子 25 種類(生菓子・焼菓子)を揃え、長年の経験から導いたお客様の好みに沿った商品構成にしている。

経営戦略については、新たに商品を開発するのではなく既存の人気商品をさらに伸ばすことにより、原価率を下げ、製造効率化を進めることで生産性の向上を図っている。

石田製菓舗



[創業年] 1957年(昭和32年)

[売場面積] 28.4㎡(8.6坪)

[事業従事者数] 3.0人

[営業時間] 7:00~18:30

[定休日] 不定休

[商品構成]

- ・和菓子 80.0%
- ・洋菓子 20.0%

[店舗所在地] 滋賀県長浜市西浅井町塩津浜 919

[URL・SNS] <https://japanese-sweets-restaurant-237.business.site/>

[経営理念]

地域に根差した菓子づくりを通して、お客様の幸福を実現します。

商圈は地元。味と食育活動で地域に根ざす菓子店

[お店の概要・経営ノウハウ]

1957年創業の石田製菓舗は、福井県と滋賀県を結ぶ塩津街道沿いに店舗を構え、西浅井の銘菓として地元の人々に愛されている。店内の一角からはガラス越しに工房が覗けて、菓子職人の匠の技を直接見ることができる。

特徴的な原材料として、北海道産小豆を使用した「自家炊餡」や地元農家から仕入れたもち米「滋賀羽二重糯」を使用している。一番の人気商品は滋賀県名産のでっち羊羹で、自家炊餡で生地を練りこみ、すべて手作業で作っている。竹の皮で羊羹を包んでいるのが特徴で、ほんのり香る竹の香りともちもちとした食感がある。よもぎ餅は滋賀羽二重糯を蒸し、石うすで突きあげ1つ1つ手作業で自家炊餡を包み込んでいる。よもぎの風味ときな粉の香りが上品な餡の味を引き立てる自慢の一品。和菓子のほかにも、マドレーヌなどの洋菓子も製造しており、品揃えは豊富である。

なお、小学校の授業の一環として、当店で和菓子作りなどを通じて「仕事体験」してもらったり、中学校の「職場体験」の授業で生徒を受け入れるなど、地域の食育支援にも協力している。

小間安老舗



[創業年] 1900年(明治33年)

[売場面積] 36.0㎡(10.9坪)

[事業従事者数] 4人

[営業時間] 8:30~18:00

[定休日] 火曜日・第4月曜日

[商品構成]

- ・生、焼き菓子 95.0%
- ・取寄せ商品 5.0%

[店舗所在地] 京都府木津川市加茂町北船屋85

[URL・SNS] <https://www.komayasu.com>

[経営理念]

「素材にこだわり、美味しいお菓子をつくる」理念のもと、地元の人々やお客様に愛されてきた伝統を守り続けます。

新感覚のスイーツを取り入れる茶の産地のお菓子屋さん

[お店の概要・経営ノウハウ]

京都市木津川で、1900年(明治33年)に創業以来123年、開業から変わらず同じ場所で営業をし、地域に根差した歴史を誇っている。創業時は雑貨の販売を主力としていたが、2代目が菓子の製造と販売に事業の方向性を大きく変え、今に至っている。

お茶の産地ということで、抹茶を使ったお菓子や京都南部産の桜卵を使用した商品を揃えており、日本最古の貨幣とされている「和同開珎」をかたどった地元産抹茶入りの落雁を長年オリジナル商品として受注販売している。伝統を守るだけではなく、地元産の抹茶を使った和洋折衷のオリジナル商品として抹茶パフェ(ババロア生地に葛の抹茶セリーを入れた新しい触感のスイーツ)を開発し、好評を得ている。

家族経営で地元で長年根差して営業しており、お客様の顔を一人一人覚えてきめ細かい接客を行っている。

ル・ノール洋菓子店



[創業年] 1984年(昭和59年)

[売場面積] 14.4㎡(4.4坪)

[事業従事者数] 3.3人

[営業時間] 9:00~19:00

[定休日] 水曜日

[商品構成]

- ・ケーキ・生菓子 80.0%
- ・焼き菓子 20.0%

[店舗所在地] 大阪府藤井寺市道明寺2-1-50

[URL・SNS] <https://www.facebook.com/lenord.doumyouji/>

[経営理念]

- ・地域の絆を大切にし、お客様を笑顔に出来る美味しいひと時を提供する。

品質と味にこだわった地元の洋菓子屋さん

[お店の概要・経営ノウハウ]

藤井寺市道明寺で、親しみやすい空間と見やすいディスプレイで洋菓子の魅力を発信し続けている。提供する洋菓子は、高品質の材料と製法を使用し、お客様の好みに合わせた多様なアイテム(ケーキ、クッキー、チョコレート、フィナンシェなど)を提供している。

イベントや季節に合わせた限定商品、動物や乗り物などの絵柄をオーダーメイドでデコレイトした商品などを提供しており、お客様の多様なニーズに対応している。「古墳型のラング・ド・シャ」といった地元の歴史や遺産を取り入れたメニューも取り入れている。

また、Facebook、InstagramなどのSNSも活用し、美味しそうな洋菓子の写真を定期的に投稿することで、幅広く洋菓子の魅力を拡散している。

地域にも溶け込んでおり、地元の団体と協力して慈善活動や地域イベントにも参加し、地域貢献活動の一環として寄付やボランティア活動も行っている。

株式会社元町ケーキ -MOTOMACHI CAKE-



[創業年] 1946年(昭和21年)
 [売場面積] 65.8㎡(19.9坪)
 ※本支店合計
 [事業従事者数] 15.1人
 ※本支店合計
 [営業時間] 10:00～18:00
 [定休日] 水・木曜日

[商品構成]

・生菓子 68.5%
 ・焼き菓子 12.7%
 ・その他 18.8%

[店舗所在地] 兵庫県神戸市中央区元町通 5-5-1

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

[経営理念]

・人間・道具・材料を、思いやりを持って大切に作るお菓子で幸せを繋げる

変わらない立ち位置で、過去と未来を紡ぐお菓子屋さん

[お店の概要・経営ノウハウ]

神戸市元町で「母親が子供に食べさせてあげたいおやつ菓子」をコンセプトに、初代が中国青島で開いたお店を2代目が戦後すぐにこの地で開業し、製法や道具、レシピを守り続けながら3代目の今に至る。現在は本店に加え大丸神戸店、芦屋打出小槌店、COMPARTIR VALORの計4店舗で営業している。

どの世代にも「懐かしさ」「ホッとする安心感」のあるお菓子作りという思いの下、毎日家族で食べられるおいしいお菓子を、過去から現在まで変わらない立ち位置で存在するお菓子屋であり続けている。故に、できる限り買い求めやすい価格で多くの幅広いお客様に利用していただきたいと考えている。

お菓子の製法は手作りが中心だが、オープン・ミキサーを買い足したことにより、看板商品のケーキが従来より短時間でできるようになり、多くの人に出来立てを提供できる様にした。

株式会社カリーナステラ -菓子工房 パオ・デ・ロ-



[創業年] 1999年(平成11年)
[売場面積] 280.8㎡(85.1坪)
※本支店合計
[事業従事者数] 8.8人
※本支店合計
[営業時間] 10:00~18:00
[定休日] 不定休

[商品構成]
・生菓子 70.0%
・焼菓子 30.0%

[店舗所在地] 兵庫県神戸市中央区元町通5-6-4

[URL・SNS] <https://www.instagram.com/paodelo.kobe/>

[経営理念]

「お菓子で人を笑顔に」をモットーに「また食べたくなるケーキ」で皆様(幅広い客層)に愛される店・人でありたい

「また食べたくなるケーキ」地元発信

[お店の概要・経営ノウハウ]

神戸市元町で「お菓子で人を笑顔に」をモットーに、神戸市内に3店舗を構えて営業している。

旬の美味しいものを使用した生菓子作りをしており、例えば1月から5月は地元神戸市のいちご園のいちごを使用した生菓子を提供している。また、シュークリームを中に巻き込んだロールケーキ「ミュウ」など、他・店にない人気のお菓子を取り揃えている。

神戸出身のイラストレーターによるオリジナルのギフトボックス、クッキー缶など、他にはない商品を提供しており、人気を博している。

インスタグラムでお店の情報を発信しており、店内では専門業者作成の写真パネルやスタッフによる手作りPOPを設置して、お客様におすすめがわかりやすいように工夫している。

有限会社 よしお -鯛焼屋よしお-



[創業年] 1970年(昭和45年)

[売場面積] 76.0㎡(23.0坪)

[事業従事者数] 5.7人

[営業時間] 9:00~18:00

[定休日] 水曜日

[商品構成]

- ・たい焼き 77.0%
- ・たこ焼き 7.0%
- ・その他 16.0%

[店舗所在地] 広島県山県郡安芸太田町加計 3494-9

[URL・SNS] <https://taiyakiya.com/>

[経営理念]

～美味しいの笑顔をお届けする想いが、ここに 있습니다。～

「美味しい!」と言っていたら、つくる人と食べる人、みんなが笑顔になる。
そんな幸せなつながりをめざして、美味しさの追求を続けています。

連日行列が絶えない、たい焼き屋さん

[お店の概要・経営ノウハウ]

広島県安芸太田町で、毎日行列ができるたい焼き屋を50年以上にわたり営んできおり、2022年には現在の場所に店舗を新築移転、大自然の山・川といったのどかな絶景の中で休憩、飲食ができるようになった。マスメディアへの出演も多いため知名度が高く、温井ダムや吉水園、三段峡などの町内観光周遊の際に、多数のお客様に来店いただいております。客層の90%は観光客を中心とした町外層が占めている。

主力商品であるたい焼きは国産にこだわった材料を使用し、国産小麦粉100%に安芸高田市向原町の卵と砂糖を加え、地元加計の水を使ってほどよく練り上げた生地を、絶妙な火加減で職人2名(社長・息子)が1枚1枚丁寧に焼き上げてお客様に提供している。

また、たい焼きはEC販売にも力を入れており、総売上げの22%を占めている。安芸太田町のふるさと納税返礼品としても活用され、町内最多の寄付を集めている。

藤六かまぼこ店



[創業年] 1932年(昭和7年)
 [売場面積] 8.5㎡(2.6坪)
 [事業従事者数] 3.0人
 [営業時間] 9:00~18:00(平日)
 [定休日] 不定休

[商品構成]

・かまぼこ	90.0%
・天ぷら(揚げ物類)	6.0%
・かま魚こ(缶詰)	4.0%

[店舗所在地] 京都府舞鶴市字竹屋51番地
 [URL・SNS] <https://www.big-advance.site/s/161/2088>

[経営理念]

- ・対面販売を第一に考え、お客様との会話から得られる商品づくりのヒントを大事にする。
- ・手作りを基本とした丁寧な仕事をモットーとする。

90年以上続く、手づくりにこだわったかまぼこ店

[お店の概要・経営ノウハウ]

舞鶴市で90年以上続くかまぼこ店で、全商品を機械だけに頼ることなく一つ一つを手作業により仕上げている。新鮮な鮮魚を使った高級すり身のみを使用し、粘りや照り具合に目を凝らしながら塩加減や練る時間を決めている。手作りで成型する部分を残し、蒸し工程では門外不出のノウハウで蒸しあげている。

店内はガラス面を多用し、製造中の様子等工場内の一部をお客様にも見て楽しんでいただく様にしている。

お客様との対話の中で、全商品の詰め合わせセットといった商品を開発し好評を得ている。また、手作りによる技術を活かし、市内の食品問屋とのコラボ商品である「かま魚こ-かまぎょこ-」(手づくりかまぼこのオイル漬け缶詰/オイルはプレーン、ガーリック、ブラックペッパーの3種類)を開発、ネット通販を含め販路を広げつつある。

地域の活性化に関しても、地域ブランド舞鶴かまぼこを全国に発信し、舞鶴市で毎年9月に開催されるまいづる魚まつり等へも積極的に参加している。

株式会社コーヒーローストビバーチェ



[創業年] 2001年(平成13年)

[売場面積] 15.0㎡(4.5坪)

[事業従事者数] 9.2人

[営業時間] 10:00~18:00

[定休日] 水曜日

[商品構成]

- ・コーヒー 81.0%
- ・スイーツ 11.0%
- ・その他 8.0%

[店舗所在地] 東京都目黒区八雲 3-6-22-101

[URL・SNS] <https://store.vivace.gift/>

[経営理念]

「人それぞれの美味しいに寄りそい、嬉しい日常を当たり前にする」

コーヒー豆それぞれの特徴を「焙煎」という調理プロセスによって、千差万別の美味しさを引き出すことをこだわりながら、お客さま一人ひとりの「好き！」を一緒に見つけることをコンセプトにしています。日常で当たり前を楽しめるコーヒータイムを豊かにすべく、様々な特徴を持ったスイーツやフードの提供、またコーヒー自体の商品ラインナップ（リキッドタイプ、ドリップパック）といった拡張にも注力しています。

『珈琲でわかちあう豊かな暮らし』をテーマに、 珈琲を通じた喜びを共有

[お店の概要・経営ノウハウ]

コーヒー豆それぞれの特徴を「焙煎」という調理プロセスによって、千差万別の美味しさを引き出すことにこだわりながら、お客さま一人ひとりの「好き！」を一緒に見つけることをコンセプトに、目黒の地で営業を行っている。日常では当たり前を楽しめるコーヒータイムを豊かにすべく、様々な特徴を持ったスイーツやフードの提供、コーヒー自体の商品ラインナップ（リキッドタイプ、ドリップパック）の拡張に注力している。

「全国の小規模コーヒー焙煎店・飲食店」にとって参入障壁の高い「小ロット高品質での製造委託」を構築し、コーヒー・スイーツ両面においてそれぞれ製造拠点を整備したことにより、手作りでの高品質かつ柔軟な対応を可能とする OEM 案件を受託することが可能となった。併せて「成分表示」「品質チェック」におけるノウハウを構築することで、スピーディーな案件対応も実装し、取引拡大に向けての体制を盤石にしている。

子育て世代の多い目黒区の店舗においては、バリアフリー且つベビーカーでのアプローチがしやすいウッドデッキに改装を行い近隣住民の寄合場としての評価もいただいている。

美と健康 レンドルフ南林間



[創業年] 2008年(平成20年)

[売場面積] 42.0㎡(12.7坪)

[事業従事者数] 5人

[営業時間] 10:00~18:00

[定休日] 無

[商品構成]

- ・総菜部門 28.0%
- ・野菜 11.0%
- ・その他 61.0%

[店舗所在地] 神奈川県大和市南林間 1-8-6

[URL・SNS] <https://ja-jp.facebook.com/rendorf.minamirinkan/>

[経営理念]

「本物の商品と、本物の思想と、日々のふれ合いを通じて健康の喜び、健康美の喜びを創出し、地域の皆さまの美と健康の発信基地になる」

私たちは、美と健康のプロフェッショナルであるという自負をもちとう。

一期一会、ご来店頂いた方の喜びを大きくしよう。

生産者への感謝と敬意を忘れずに、商品に対して情熱をもちとう。

健康道という素晴らしい仕事を通じて、自分の人生の可能性をもっと、もっと広げていこう

大和市の皆さまの美と健康をサポート

[お店の概要・経営ノウハウ]

大和市南林間で、食を通じての美と健康の提案をコンセプトに、すべて添加物を使用しない商品に特化した品揃えを展開している。また、地域の生産者等との連携を重視し、地元梅林農家の手作り梅干しや梅肉エキス、ハーブ栽培農家からハーブティー、隣町町田市で企画制作された町田シナモン等地域の商品を幅広く提供している。総菜部門では、毎日替わり15~17種類の手作りで優しい味付けの総菜を並べており、お客様が4種類を自由に選べる購入方式で、選ぶ楽しみを付加価値として提供し、子供から高齢者まで好評を得ている。

毎月「いきいき通信」というニュースレターを発行。お店で取り組んでいること、新商品の提案等を案内すると同時に、スタッフの人となりを知ってもらい取り組みによりお客様とスタッフとの信頼関係を築くツールとして、また地域の商売仲間にコラムの枠を提供することで地域の連携強化をも築くツールとして機能している。

株式会社廣川



[創業年] 1902年(明治35年)
[売場面積] 19.6㎡(5.9坪)
[事業従事者数] 12.4人
[営業時間] 9:00~17:00
[定休日] 土・日・祝日

[商品構成]

・佃煮加工品	80.0%
・昆布販売	20.0%

[店舗所在地] 大阪府松原市天美西 3-3-49

[URL・SNS] <http://www.e-hirokawa.co.jp/>

[経営理念]

- ・食の安全や美味しさを追求し、その商品を、お客様に提供する
- ・今やっていることに満足せず、挑戦し続ける
- ・自分だけではなく、相手や周りを幸せにする
- ・食を通して地域に貢献する

明治から120年以上続く老舗総菜店

[お店の概要・経営ノウハウ]

ひろかわの歴史は、明治35年に広島の名漁港として知られる鞆の浦で始まり、その後大阪市内で佃煮や汐吹昆布の製造・販売を開始、手狭になったことから、昭和37年に松原市に本拠を移し、今に至っている。

独自製法の「直火釜炊き製法」は、代々受け継がれてきた職人の繊細なワザにより、一釜ずつ匂いや気泡を確認し、火を加減しながら時間をかけて食材に調味料をほとんど吸収させ食材から出る旨味をまるごと封じ込め、焦がさず、しかも形よく炊くことでふっくらした食感と深い味わいを表現できる製法で、大量生産には向かないものである。

ひろかわの登録表彰となっている「佃総菜」は、旨味・塩味・甘味の調和を大切に、そのまま食べても美味しく、またご飯のお供としても最適な味を求め作った惣菜感覚の佃煮となっており、3年がかりで開発した商品である。

また、松原市の産官学による松原ブランド研究会において、地域ブランドである「La Matsubara」の認定も受けている。

濱口商店



[創業年] 2017年(平成29年)

[売場面積] 6.5㎡(2.0坪)

[事業従事者数] 1人

[営業時間] 11:00~18:00

[定休日] 不定休

[商品構成]

・飲料商品	95.9%
・粉末商品	3.4%
・乾燥商品	0.7%

[店舗所在地] 兵庫県尼崎市神田北通 5-137-9

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

[経営理念]

「食を通して支援」

素材の滋味をいかした食品をおつくりし、社会のお役に立てるよう取り組み、少しでも多くの方の一助になれるように誠心誠意努めて参ります。

「野菜を手軽にたのしく補給」がコンセプト

[お店の概要・経営ノウハウ]

農産品が持つ素材本来の栄養や旨味を活かした食品をすることで、お客様や社会全体に良い影響をもたらすことを経営方針に、尼崎の商店街に店を構えている。

オリジナルの粉末商品である「さらだ粉（登録商標）」は、いろいろな食品に“まぜるだけ”で野菜の旨みを活かした味わいに仕上げることができ、子供からと高齢者まで気軽に野菜が摂取できる商品となっている。飲料商品は、厳選して仕入れた野菜や果実を贅沢に使用して、お客様からの注文後に1杯ずつ丁寧に調整しており、ミックスジュースや季節果実のほか、オリジナル商品の野菜ジュース「農園じゅうす」など常時10数種類のメニューを揃えている。

主な食材は同じ商店街のお店、資材は近隣の業務用店から仕入れ、地域経済の循環を促進している。また、地域野菜(兵庫県尼崎市が原産の地域伝統野菜「尼いも」・淡路島産玉ねぎなど)の活用や、地域で開催しているイベントに参加し、地域行事に貢献している。

ヒシェリ

株式会社 Hisher i -ITOSHIMA MASAKI-



[創業年] 2019年(平成31年)
[売場面積] 30.0㎡(9.1坪)
[事業従事者数] 12.9人
[営業時間] 10:00~17:00
[定休日] 無

[商品構成]

・ドレッシング	73.0%
・コンフィチュール	10.0%
・その他	17.0%

[店舗所在地] 福岡県糸島市南風台 8-7-4
[URL・SNS] <https://110masa.com/>

[経営理念]

～食卓に喜びと感動をお届けいたします～

私たちの使命は、自然な食材の味を楽しみながら、身体の健康を守ることをお手伝いすることです。

弊社の商品は、素材の良さを最大限に引き出し、食べる人に喜びと感動を与え、食卓を彩り、日々の食事を特別なひとときへ変えていきます。

豊かな心をはぐくみ、贅沢な時間を提供するために、私たちは常に品質と味にこだわり続けます。

糸島野菜にこだわったドレッシングを提供

[お店の概要・経営ノウハウ]

福岡市内で体に優しいランチセットを提供していた経験を活かし、糸島市移住後糸島産の野菜のみを使用した高品質で安全なドレッシングを提供している。非加熱製法による「生」にこだわることで栄養素もそのまま摂取でき、野菜嫌いなお子様にも喜んで食べていただいている。

糸島という地域特有の食材を取り扱うことで、糸島市が行っているブランディングと関連性を持たせることができ、「糸島野菜を食べる生ドレッシング」として地元や近隣の顧客へのアピールと地域密着度を高めることに貢献している。それにより、帰省時のお土産需要として利用されるケースが増えている。

新規の取り組みとしては、高品質の食品や特別な食品（ベジタリアン向け、ヴィーガン対応等）をスープ仕立てにした製造にも着手し、ニッチな市場に焦点を当てている。

なお、一般社団法人日本野菜ソムリエ協会が企画した「第1回ドレッシング選手権」では、当社の「糸島野菜を食べる生ドレッシングあまおう」が選ばれている。

三味ざぼん店



[創業年] 1945年(昭和20年)

[売場面積] 20.0㎡

[事業従事者数] 2.4人

[営業時間] 10:00~18:00

[定休日] 日曜日

[商品構成]

・ざぼん漬 100.0%

[店舗所在地] 大分県別府市北浜 1-4-5

[URL・SNS] <https://www.sanmi-zabon.com/>

[経営理念]

社是：基本に忠実、原理原則を守る

キャッチフレーズ：「味よし 香りよし 残り香よし」のざぼん漬の探求

行動指針：常に問題意識を持ち経営改善と生産工夫に取り組む

独創的なざぼん漬専門店

[お店の概要・経営ノウハウ]

大分県の別府駅からほど近くにある商店街”やよい天狗通り”に店を構える1945年創業で別府唯一のざぼん漬専門店。ざぼん漬は、40年ほど前から独自の製法で作った伝統の炊き蜜で濃厚にして風味豊かな「琥珀」、スッキリ・アッサリ甘みの「べっこう」、砂糖と水飴と浄水とで調合しながら独自の製法で炊き上げモチモチとした食感が特徴の「白雪」、など、すべて手作りで提供している。

ざぼん漬は、ざぼんの果肉部分ではなく皮の白いフワフワした部分で製造するが、当店では、鹿児島県阿久根市の特産品である「阿久根文旦(あくねぼんたん)」を使用している。阿久根文旦の旬は11月から3月なので、生ざぼんの実が採れるこの期間のみ、ざぼんの形を生かした「丸ざぼん漬」を製造し販売。その時期には、店頭でざぼん漬には使用しない果肉部分をも提供している。

また、別府市のふるさと納税品にも採用され、地域性の高い商品とした好評を博している。

つ
産直の駅 豆酸



[創業年] 2009年(平成21年)

[売場面積] 48.6㎡(14.7坪)

[事業従事者数] 3人

[営業時間] 7:30~16:00

[定休日] 無

[商品構成]

・食品 100%

[店舗所在地] 長崎県対馬市厳原町豆酸 2708

[URL・SNS] <https://r.goope.jp/santyokunoeki/>

[経営理念]

対馬の特産品の地産地消と、対馬のよいものを全国の方々に広く知っていただき
地域の産業の発展に寄与する。

対馬の特産品を発信し続ける防人の店

[お店の概要・経営ノウハウ]

日本の防人の島「対馬」島内南端、豆酸地区にある、地元特産品を発信している「道の駅」の様な位置づけのお店。当店で扱う商品は対馬特産品のみとしており、地域の生産者より直接仕入れたヒオウギ貝・サザエ・寒ブリ・ヒラメなどの魚介類から肉類、スイーツ、ご当地サイダーなど全部で100種類以上の商品を取り扱っている。

自社製品としては対馬特産品（豆酸みかんをはじめいちご・橙・晩白柚・甘夏・はっさく・枇杷・人参など）を原料としたジャムを取り扱っていて、これらを季節に合わせて詰め合わせセットとして販売している。

立地が豆酸地区入口の交差点沿いであり、レンタカーが立ち寄りやすく観光客の来店が多い。また積極的にX（旧Twitter）・Instagramで商品や対馬の観光地の情報発信を行っており、フォロワーは2万人を超える。SNSやホームページを通じての販売も盛況で、季節商品によっては事前予約で販売終了となるほどである。

有限会社そうべつフレッシュプラザ



[創業年] 2006年(平成18年)
 [売場面積] 208.8㎡(63.3坪)
 [事業従事者数] 16.8人
 [営業時間] 9:00~17:30
 [定休日] 夏季無休 / 冬季:火曜日

[商品構成]

- 一般商品 65.3%
- 農産品委託販売 21.1%
- 喫茶 13.5%

[店舗所在地] 北海道有珠郡壮瞥町字滝之町 384

[URL・SNS] <http://sobetsu-fp.co.jp/>

[経営理念]

- 壮瞥町民、地位社会との共生
- 出荷農家、加工業者の利益追求
- 緩やかな成長と経営の安定

地元自慢の品々が楽しめる道の駅

[お店の概要・経営ノウハウ]

北海道壮瞥町に位置する道の駅。農産物直売所としての機能に加え、地元農産品を活用した商品開発や道内観光客に向けた土産物などの品ぞろえを増やしている。当地域は、風光明媚な洞爺湖や昭和新山を有し、北海道の中でも比較的温暖であることと傾斜地が多く大規模農業に適さないため、果物から高級菜豆、葉物野菜まで小規模でありながら多種多様な農産物を生産している。故に、春のオロフレトマト（温水熱利用）やアスパラ、初夏のイチゴやサクランボ、秋季のブドウやリンゴ、キノコ類、通年の米や豆類などの雑穀類と、地域の新鮮な農産物を一年中品揃えして販売できる強みがある。

また、道内の道の駅では初となるトレーサビリティシステムを導入し、安全・安心な農産物の提供に貢献している。

地元商工会が開発したパンプキンペーストを活用したパンプキンアイスクリームやかぼちゃケーキ、リンゴや大福豆のレトルトカレーなどの商品及び壮瞥産リンゴを使った100%シードル・アップルワインに加え、町内産ブドウによるワインの販売も強化している。

〔菓子〕 有限会社氏郷庵かどや



〔店舗所在地〕 滋賀県蒲生郡日野町上野田 817
〔URL・SNS〕

〔創業年〕 1903年(明治36年)
〔売場面積〕 33㎡(10.0坪)
〔事業従事者数〕 6.0人
〔営業時間〕 7:30~18:30
〔定休日〕 水曜日

〔商品構成〕

- ・でっちゃんかん 15.0%
- ・餅 16.0%
- ・大福 32.0%
- ・和菓子 37.0%

創業130年の歴史をもつ老舗和菓子店。定番商品のほかフルーツ大福など新たな客層を獲得するための商品開発や、コロナ禍では中止していた近隣の会社の社員食堂内での菓子販売、高齢者宅への電話受注配達など、時代に合わせ売れる商品売れる場所を考案する。ほとんどの商品は完全密封の真空状態にされ、味を保ちながら日持ちを伸ばす工夫も行われている。地域の学校へ食育として羊羹づくりの実習をし、またこの地は蒲生氏郷公出自の地であり、氏郷公にちなんだ菓子製造やイベント参画など、地域の味と歴史をアピールする存在である。

〔菓子〕 有限会社御菓子司かつらや



〔店舗所在地〕 大阪市平野区长吉六反
1-12-12
〔URL・SNS〕

〔創業年〕 1966年(昭和41年)
〔売場面積〕 50.0㎡(15.12坪)
〔事業従事者数〕 6.0人
〔営業時間〕 9:00~17:00
〔定休日〕 第4水曜日

〔商品構成〕

- ・和菓子 65.0%
- ・洋菓子 25.0%
- ・仕入の菓子 10.0%

和菓子と洋菓子を扱い、現在本店のほか2つの支店を運営する。国産材料にこだわり、伝統や歴史を感じる商品である一方、知り合いのコーヒー店のアドバイスでコーヒー粉末を菓子の生地に入れるなど、現代的な味覚も取り入れる。店は商品を売るだけでなく、無料の給水器とテーブルが置かれ地域の人々の小さな会場場所として活用される場所だ。近年ではSNSに日々のお店の出来事やスタッフの紹介文を掲載し、商品を紹介するだけでなく気軽に来てもらおうきっかけ作りとしている。

[菓子] 有限会社菊寿堂



[創業年] 1885年(明治18年)

[売場面積] 20㎡(6.05坪)

[事業従事者数] 4.0人

[営業時間] 9:30~17:00

[定休日] 水・日曜日

[商品構成]

・和菓子 100.0%

[店舗所在地] 広島県尾道市久保 3-14-11

[URL・SNS]

明治時代から続く和菓子一筋の老舗店。現在は4代目が伝統を受け継ぎ店を担う。当店の和菓子は、防腐剤不使用で、製餡から製造まですべて店内手作りである。定番の上用饅頭や最中をはじめとし、いちじく餡を使用したいちじく最中やいちご大福など地元産の果物を使った季節限定商品が並ぶ。店内では一目で商品全体がわかるようになっており、中でもショーケース内では菓子皿にのせた形で商品が販売される。お茶席でも使用されるといふ当店の和菓子の精巧さを、全角度から見て購入ができる。

参 考 资 料

第33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	受賞名	代表者名(敬称略)	所在地
専門食料品小売業(米穀)	有限会社原田米店 -ライススタイルショップハラダ-	原田 匠	鹿児島県薩摩川内市
総合食料品小売業	エスマート	鈴木 紀夫	新潟県五泉市
総合・商店街等共同活動	虹のマーケット-株式会社生き生き市場-	浜田 健三	青森県弘前市

◎農林水産省大臣官房長賞(6店)

業種	受賞名	代表者名(敬称略)	所在地
専門食料品小売業(食肉)	有限会社伊勢屋精肉店	雲井 慎也	三重県伊勢市
専門食料品小売業(牛乳)	株式会社STS	三溝 誠	千葉県成田市
専門食料品小売業(米穀)	有限会社栄三田中米店	田中 輝男	埼玉県川口市
専門食料品小売業(菓子)	有限会社ボヌール・ナナ-洋菓子のプルミエール-	遠山 大樹	東京都立川市
専門食料品小売業(蒲鉾)	有限会社植山かまぼこ屋	植山 吉将	鹿児島県霧島市
専門食料品小売業(茶)	有限会社原野製茶本舗-茶の葉堂-	原野 弘典	福岡県八女郡広川町

◎日本経済新聞社賞(6店)

業種	受賞名	代表者名(敬称略)	所在地
専門食料品小売業(青果)	株式会社amuse	江刺 誠治	北海道旭川市
専門食料品小売業(パン)	株式会社くろしえっと	鈴木 希	岩手県奥州市
専門食料品小売業(菓子(パイ))	有限会社サンフランシスコパイハウス	本杉 円	静岡県牧之原市
専門食料品小売業(菓子)	合同会社nicotto-菓子工房nicotto-	上國料 聡	鹿児島県始良市
専門食料品小売業(蒲鉾)	和歌濱かまぼこ株式会社	奥村 武弘	和歌山県和歌山市
専門食料品小売業(その他(ナッツ類))	AMBESSA&CO-Organic Grocery Abyssinia-	君島 悠矢	千葉県南房総市

◎日本政策金融公庫総裁賞(6店)

業種	受賞名	代表者名(敬称略)	所在地
専門食料品小売業(鮮魚)	合資会社魚ぎ-食べる水族館UOGI-	内藤 彰俊	岐阜県岐阜市
専門食料品小売業(花)	株式会社花茂	大矢 みな	千葉県市原市
専門食料品小売業(菓子・栗加工品)	有限会社やまえ堂	中竹 隆博	熊本県球磨郡山江村
専門食料品小売業(菓子)	株式会社菓te-ri	椎葉 昌史	宮崎県東臼杵郡椎葉村
専門食料品小売業(その他(地域特産品))	株式会社南美舎	櫛原 八千代	千葉県南房総市
専門食料品小売業(その他(糍・味噌))	山崎糍屋株式会社	小森田 智哉	新潟県東蒲原郡阿賀町

◎(公財)食品等流通合理化促進機構会長賞(42店)

業種	受賞名	代表者名(敬称略)	所在地
専門食料品小売業(青果)	ベジサラ舎	中本 千絵	京都府京都市上京区
専門食料品小売業(青果(果物))	フルーツショップ松美園	松井 薫	奈良県奈良市
専門食料品小売業(青果・果実加工品)	株式会社立野商店	立野真生	和歌山県和歌山市
専門食料品小売業(青果)	有限会社橋本青果	橋本 賢二	広島県広島市南区
専門食料品小売業(鮮魚)	有限会社海鮮恵-まちのさかなやさん海鮮恵-	早川 喜章	千葉県千葉市稲毛区
専門食料品小売業(鮮魚)	まるよし佐藤商店	佐藤 衛	新潟県村上市
専門食料品小売業(鮮魚)	川崎鮮魚店	川崎 政治	宮崎県小林市
専門食料品小売業(食肉)	精肉店 肉の政	佐藤 政幸	宮城県気仙沼市
専門食料品小売業(食肉)	有限会社有田商店	有田 裕一	神奈川県藤沢市
専門食料品小売業(牛乳)	特定非営利活動法人JSBデイリーサポート -健康森永箕面池田店-	北村 眞隆	大阪府箕面市
専門食料品小売業(米穀)	有限会社ニオカワ	鳩川 歩	千葉県千葉市緑区
専門食料品小売業(米穀)	有限会社戸塚正商店	戸塚 浩	神奈川県中郡大磯町
専門食料品小売業(米穀)	株式会社ピロール健康タチヤ	山本 多美枝	福井県福井市
専門食料品小売業(米穀)	服部米穀店	服部 純	愛知県名古屋市長和区

第33回優良経営食料品小売店等表彰事業 受賞店一覧(賞別)

業種	受賞名	代表者名(敬称略)	所在地
専門食料品小売業(パン)	ル・ビリーヌ	作田 義満	東京都目黒区
専門食料品小売業(パン)	今日のおやつ noble	安田 紀子	宮崎県東臼杵郡門川町
専門食料品小売業(菓子)	ケーキ職人 ちゃつきおじさん	加藤 洋明	宮城県仙台市泉区
専門食料品小売業(菓子)	菓子匠やまもと	山本 雄二郎	千葉県館山市
専門食料品小売業(菓子)	モンブラン	渡辺 新一	新潟県佐渡市
専門食料品小売業(菓子)	有限会社乙まんじゅうや	久世 正隆	新潟県胎内市
専門食料品小売業(菓子)	有限会社羽入 -御菓子司 羽入-	羽入 由介	新潟県新潟市秋葉区
専門食料品小売業(菓子(アイシングクッキー))	icoOWL studio -アイコール・スタジオ-	亀谷 康男	富山県射水市
専門食料品小売業(菓子)	糀ASOBI	中山 緑	富山県砺波市
専門食料品小売業(菓子)	株式会社御朱印 -加賀菓子処 御朱印-	半田 雅彦	石川県小松市
専門食料品小売業(菓子)	和菓子処ひので軒	河合 博敏	静岡県湖西市
専門食料品小売業(菓子)	洋菓子エクレール	瀧瀬 進	愛知県北名古屋
専門食料品小売業(菓子)	有限会社三寿園	稲垣 宝謙	愛知県豊明市
専門食料品小売業(菓子)	石田製菓舗	石田 満	滋賀県長浜市
専門食料品小売業(菓子)	小間安老舗	畑山 直紀	京都府木津川市
専門食料品小売業(菓子)	ル・ノール洋菓子店	田中 五十六	大阪府藤井寺市
専門食料品小売業(菓子)	株式会社元町ケーキ -MOTOMACHI CAKE-	大西 達也	兵庫県神戸市中央区
専門食料品小売業(菓子)	株式会社カーリーナステラ -菓子工房パオ・デ・ロ-	庄村 憲近	兵庫県神戸市中央区
専門食料品小売業(菓子(鯛焼き))	有限会社よしお -鯛焼屋よしお-	吉尾 一成	広島県山県郡安芸太田町
専門食料品小売業(蒲鉾)	藤六かまぼこ店	高野 雄	京都府舞鶴市
専門食料品小売業(その他(コーヒー豆))	株式会社コーヒーローストビバーチェ	前田 崇之	東京都目黒区
専門食料品小売業(その他(自然食品))	美と健康 レンドルフ南林間	橋本 奈義	神奈川県大和市
専門食料品小売業(その他(佃煮))	株式会社廣川	廣川 昌平	大阪府松原市
専門食料品小売業(その他(農産加工品))	濱口商店	濱口 淳吏	兵庫県尼崎市
専門食料品小売業(その他(ドレッシング))	株式会社Hisheru -ITOSHIMA MASAKI-	正木 淳	福岡県糸島市
専門食料品小売業(その他(ざぼん漬))	三味ざぼん店	三見 守	大分県別府市
専門食料品小売業(その他(地域特産品))	産直の駅 豆酸	阿比留 保弘	長崎県対馬市
総合食料品小売業	有限会社そうべつフレッシュプラザ	森下 裕至	北海道有珠郡壮瞥町

◎(公財)食品等流通合理化促進機構会長奨励賞(3店)

業種	受賞名	代表者名	所在地
専門食料品小売業(菓子)	有限会社氏郷庵かどや	呉竹 弘美	滋賀県蒲生郡日野町
専門食料品小売業(菓子)	有限会社御菓子司かつらや	大村 浩之	大阪府大阪市平野区
専門食料品小売業(菓子)	有限会社菊寿堂	小武家 達也	広島県尾道市

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） ～ 14回（1990年度）	896	68	124	70	—	180	454
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
32回（2022年度）	54	3	6	6	6	31	2
33回（2023年度）	66	3	6	6	6	42	3
合 計	2087	170	326	213	66	628	684

※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 / 第31回(2021年度)～農林水産省大臣官房長賞

(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） ～ 14回（1990年度）	114	121	132	198	110	221		
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
32回（2022年度）	2	1	1	46		4	0	0
33回（2023年度）	5	4	3	50		2	1	1
合 計	198	203	227	1089		298	40	33

（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） ～ 14回（1990年度）	110	327	161	32	120	85	61
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
32回（2022年度）	5	8	11	6	12	3	9
33回（2023年度）	6	14	7	10	15	3	11
合計	286	682	303	126	332	176	182

第33回

優良経営食料品小売店等表彰

募集期間 令和5年6月1日～令和5年7月14日

魅力や活気にあふれた食料品店、商店街を大募集！

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。

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
- 農林水産省大臣官房長賞 …… 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

<令和4年度 農林水産大臣賞受賞店>

<p>[青果] 有限会社青果鈴テツ (東京都中野区)</p>	<p>[菓子] 菓匠庵 白穂 (大阪府東大阪市)</p>	<p>[総合食料品] フードショップヤマニシ (岐阜県中津川市)</p>
 <p>お客様と生産者の架け橋となり、商品を提案する。</p>	 <p>地域食材を使った話題の和菓子で笑顔をつくる。</p>	 <p>店長選りすぐりの“こだわり商品”と楽しいPOPで顧客を惹きつける。</p>

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

■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

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。

>>小売業部門応募資格

①法人または個人が経営する独立店舗であること。	
②営業許認可又は販売の届出が必要な業種にあっては、当該許認可及び販売届出の手続きをとっていること。	
③対面販売をしている小売業の実店舗があること。	
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。	
⑤食料品及び花きの小売売上が決算書売上高全体の 50%以上であること。	
決算書の売上高全体において	
< A >小売と見なすもの = 審査対象とするもの ・対面販売（実店舗に限る） ・通信販売 ・催事販売 ・移動販売 ・宅配 ・業務用おさめ（近隣の飲食店、宿泊施設、学校、病院などへ食材としておさめている）	50%以上 あること
< B >小売と見なさないもの = 審査対象としないもの ・小売店に併設する飲食店 ・イートインコーナーにおけるドリンク等のメニュー ・併設している小売店と関連のない製造業、卸売業 ・百貨店やスーパー、道の駅に販売を委託しているもの（ただし自店員常勤の場合は支店扱いとするため除く） ・農業、漁業、不動産、燃料、宿泊施設の売上 ・自社商品、仕入商品問わず食料品以外の売上（ただし総合食料品店や< A >とのコラボ商品等は除く）	50%未満 であること
<small>・の売上がある場合は、<A>に伴う効果と見なします。の業態における単独ノウハウは審査対象としません。 ・<A>の中でも実店舗における対面販売を基本とし、その他の販売形態については、対面販売をどのように補完する形で活用されているか考慮します。</small>	
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。	
⑦同一商圏内での営業経歴が 3 年以上であること。	
⑧当表彰への再応募の場合は、当表彰における農林水産大臣賞の受賞経験がないこと。会長奨励賞受賞の場合は 3 年以上、その他の賞受賞の場合は 5 年以上経過していること。	
⑨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。	

>>組合・商店街等共同活動部門応募資格

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。
②運営組織設立 3 年以上経過していること。
③運営組織の構成店が 5 店以上で構成されていること。
④構成店の中に『小売業部門応募資格』に該当する食料品を扱う店舗があること。
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。
⑥当表彰への再応募の場合は、当表彰における農林水産大臣賞の受賞経験がないこと。会長奨励賞受賞の場合は 3 年以上、その他の賞受賞の場合は 5 年以上経過していること。
⑦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。

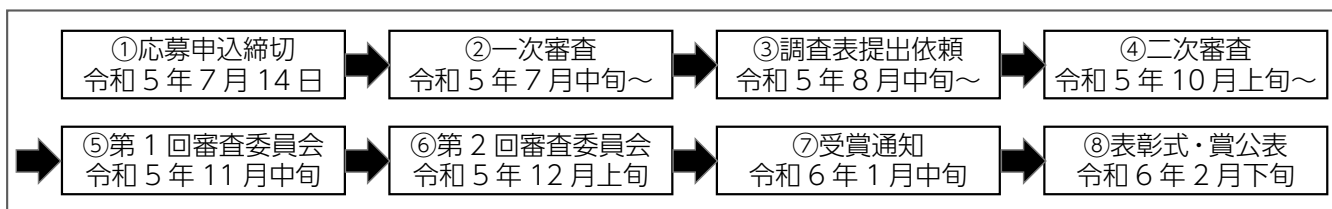
審査方法

- ・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ます。
- ・二次審査書類（調査表）を元に書面審査を行い、審査委員会にて選考をします。
- ・必要に応じて現地訪問調査を行う場合があります。

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。
- ・小売業部門の、小売の複合的な経営形態の場合は、各店舗の関連性、一体性、統合性を考慮します。

スケジュール (予定)



応募方法および問い合わせ先

該当書類を募集期間中に下記住所あて郵送、又はアドレスあてに電子データのメール添付で送付して下さい。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。メール添付で送付の場合は、受信トラブル防止のため電話でのご一報をお願いいたします。

■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 kouriten@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。

第33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	①食料品小売売上 (花き、業務用納め含む・②は除く) % 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 % ②における詳細 () 経営形態 <input type="checkbox"/> 1.同一会社 <input type="checkbox"/> 2.別会計																										
許可業種の場合の営業許認可等	<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	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th>店主・専従役員</th> <th>家族従業員</th> <th>雇用従業員</th> <th>パート(注)</th> <th>計</th> <th>創業年月</th> <th>年</th> </tr> <tr> <td>男</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td rowspan="3" style="text-align: center;">過去の受賞履歴 (当表彰事業及び他団体)</td> <td>(西暦又は元号)</td> </tr> <tr> <td>女</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>(西暦又は元号)</td> </tr> <tr> <td>計</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>(表彰名又は賞名)</td> </tr> </table>	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	年	男					過去の受賞履歴 (当表彰事業及び他団体)	(西暦又は元号)	女					(西暦又は元号)	計					(表彰名又は賞名)
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	年																					
男					過去の受賞履歴 (当表彰事業及び他団体)	(西暦又は元号)																					
女						(西暦又は元号)																					
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5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	内田 悦子	一般財団法人 消費科学センター 企画運営委員
	委員	阿部 武史	日本政策金融公庫 国民生活事業本部 営業推進部長
	委員	野末 たく二	有限会社 結エディット 代表取締役
	委員	諸 葉子	マネジメントオフィスももろ
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5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6年2月28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