

株式会社やまさん

福島県南相馬市

<http://www.fruits-yamasan.com/>



店舗概要

創業年 1947年(昭和22年)
売場面積 116.88㎡(35.4坪)
従業員 4人
営業時間 9:00~19:00
定休日 水曜日

商品構成

青果(果物) 81.27%
業務用おさめ 18.7%
その他食品 0.03%

経営方針

一常に新しい感性を取り入れ、「この地域」だからできることを考察した、

地域に愛されるローカル店舗の創造と継承—

- ・時代と地域の変化に応じた経営の創造と変革を基本とし、地域に愛される店舗を創造し、常に行動することを大事にする。それらは創業から受け継がれ、現在に至る。
- ・今後もこの理念を継承していく。

※ローカルとは一定の地方、地域、またそこに限られた特有の物や状態のこと。

フルーツ専門店の伝統と革新

[原点はフルーツ専門店]

福島県南相馬市にある同社は昭和22年に開業した山三商店に始まる。昭和50年代は15kgの箱売りで売り上げを伸ばしていたが、その後、大型量販店の進出により、価格競争では勝てなくなった。

そこで、フルーツ専門店という原点に立ち返り、平成18年には価格で勝負するのではなく、贈答を中心としたフルーツ専門店にする戦略に切り換え、同年7月に2階建ての店舗に改装した。入口を2か所設けて入りやすくし、通りに面した1階はガラスを全面に大きく使い、店内が見えるようにしている。ガラス張りのため、色とりどりのフルーツが並んでいることが外から分かり、高級フルーツ店というイメージを出している。駐車場は20台分を確保し、店舗前には駐輪スペースを設けている。

同社の代表者はフルーツアドバイザーの資格を持っているので、この資格を生かし、お客様と相対で、旬のおすすめ商品や贈る立場に立ったギフトの提案を基本に商売を行っている。

「おいしいフルーツをたくさん食べて欲しい」というコンセプトを掲げ、店舗の2階に新鮮なフルーツを使ったフルーツパフェやジュースなどが味わえるフルーツカフェをオープンさせた。ここのフルーツパフェは評判を呼び、福島県内からパフェ目当てに来店するほどの人気となった。

品質の高いフルーツを食べてもらうことで知名度を上げ、平成22年度の決算は8,000万円まで売り上げを伸ばした。だが、平成23年3月の東日本大震災とその後の原発事故により、同社の家族や従業員も避難を余儀なくされ、2階のフルーツカフェは閉店することとなる。

平成25年10月には店舗1階にフルーツジュースを提供するカウンターを設置し、同時にカットしたフルーツを寒天で固めたフルーツゼリーの販売を再開した。このフルーツゼリーは、1つのショーケースに150個入るが、平日でもほぼ完売し、休日では3回転するほどの人気商品になっている。これにより、売り上げは回復傾向にある。



[フルーツを引き立てる色彩と照明]

店内の色彩はフルーツ本来の美しさを演出するため、ブラウン調の色彩で統一されている。床も開店当初はビニールのフローリングであったが、コンサルタントからの提案を受け、グレーのクロス敷きにした。お客様に量販店との違いを見ただ目で分かってもらえるように、照明は蛍光灯を多めに設置し、夜間でも明るくしている。



また、展示用のガラス棚にはスポットライトを当て商品を引き立たせている。

店舗の中央には円筒型の3段の平台を設置している。ここにメインとなる商品を展示し、一番高い部分に季節感のある樹木のイミテーションを飾っている。その季節で最も売りたい商品をアピールするため、季節ごとの主力商品を決め特設コーナーを設けている。初夏から始まる福島県産の桃の時期には、店内の3分の1ほどが桃で埋め尽くされる状況であった。

[フルーツ専門店ならではの品揃えとギフトの提案]

フルーツ専門店として季節の旬の商品を幅広く品揃えすることを基本としている。

豊富な品揃えにより贈答品用の選択肢が増え、ギフトの売り上げは8割まで占めるようになった。他では真似の出来ない旬のおいしさを贈ることにより、贈った相手から喜ばれている。そこからさ

らに、顧客獲得につながる好循環が生まれた。

[品質管理のための保存施設]

店舗内に冷蔵ショーケースを設置し、店舗奥には業務用のプレハブ冷蔵庫、厨房に大型業務用冷蔵庫を2台設置して、店内での商品の品質保持やストック商品の品質管理、フルーツジュースとゼリーをその場で出すための材料の品質保持に気を配っている。

[コンサルタントを活用した経営診断]

東日本大震災後の原発事故の影響で、地元雇用の従業員が4人いたが、依然として避難中であるため、家族だけの経営となっている。家族経営のマンネリや惰性を防ぐため、コンサルタントと契約し、月1回の定例会議をはじめ、ときには月数回の打ち合わせを行い、経営状況の分析や店舗についての改善を実施している。

また、少人数での経営のため、お互いのコミュニケーションを十分に取りよう心がけ、日頃から問題点などを共有化するようにしている。

店舗立地

福島県の海岸沿いのエリアである「浜通り」の北の中核都市である南相馬市の JR 原ノ町駅の近くに立地する。原発事故を起こした福島第一原子力発電所から 30km 以内にあり、平成 23 年 4 月に緊急時避難準備区域に指定され、同年 9 月 30 日に解除となった。

原発事故の前は浜通りの中北部の地域が同社の商圏の中心地であったが、原発事故の影響で、商圏は縮小している。

平成 18 年に 2 階建ての独立店舗を全面改装した。同社と同様のフルーツ専門店は近くにはないが、大型量販店があるので、ここの差別化をどう出していくかがポイントとなる。

【店舗実績】

現在の代表者は3代目であり、仕入れ、販売、経営全般を担当する。2代目の父親は業務用の納めを行い、母親が配送準備と店頭での販売にあっている。

東京でパティシエだった代表者の妻が、フルーツジュースとゼリーの製造を担当している。取扱商品は、何と言っても主力である果物が8割を占め、そのほかは業務用の納入と食品となっている。平成 25 年 9 月期の決算を見ると、売上高が 6,400 万円であり、前期に比べ 7% 増となっている。一人当たりの売上高は 1,600 万円となり、販売力の強さが窺い知れる。

地域に愛されるローカル店舗の創造を経営方針としており、原発事故で商圏が縮小したが、環境が整えば、さらに売り上げは伸びるものと予想される。



↑ 谷田部英敏さん、初子さん、千春さん、代表取締役の真敏さん