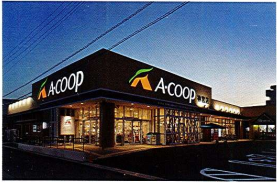


Aコープ 神宮店

「宮崎」とアグリカルチャーの「A」にこだわり 自分たちにしかできない売り方をめざす



店舗概要

- 所在地 / 宮崎県宮崎市神宮西 2-258
- 経営主体 / 株式会社エコープみやざき
- 開店日 / 2018年11月9日(金)
- 店舗面積 / 約960㎡(※250坪)
- 営業時間 / 10:00~21:00
- 駐車場 / 約100台
- 定休日 / 年中無休
- 従業員数 / 73.7人(8時間換算)
- 初年度売上目標 / 8億3000万円

なった。精肉も宮崎牛をはじめ県内のブランドミートを強化、鮮魚とともに「おいしい宮崎」に、よりいっそうこだわったMDとした。

競合店との差別化のため 生鮮食品などの売上構成比75%をめざす

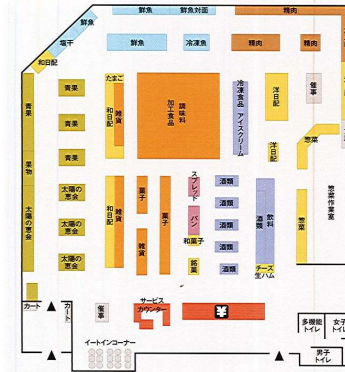
もう一つAコープ神宮店で好評を得ているのが「太陽の恵」と名付けられた生産者グループが持ち込む野菜や果物。エコープみやざきでは、店ごとに生産者グループが組織されているが、神宮店では現在約80人いる生産者が、早期だけではなく、売れ行きを見ながら午後にも納品、品切れが起きないようにしている。また同店では商品を並べるだけではなく、生産者が売場で栽培方法を伝えたり、最もおいしい食べ方を教えるなど、顧客と生産者が野菜についてコミュニケーションを取ることが日常化。野菜を使ったメニューの試食も毎日行われている。

このようにAコープ神宮店は、生鮮3品から惣菜、日配の売上構成比75%を目標に強化しているのは、同店が周辺の店舗と競合するうえで武器になるのが、地元で栽培された青果や県産品の精肉、鮮魚、そして手づくりの惣菜などだからだ。

これは裏返せばAコープ神宮店は、グローサリーの単純な価格競争には参入しないということである。同店では例えばアボカドを500個売ろうというミッションが提示されたりする。そのとき最初は、アボカドだけをPOPをつけて販売していたのが、そのうち他の生鮮部門担当者も知恵を借りたり、グローサリー担当者が持ち込んだ関連商品を並売することで、店舗を挙げての催事とし、500個を達成する。

つまり、同店はグローサリーを価格訴求で売り込むのではなく、生鮮素材と関連させた食べ方提案で、拡販をめざすことが多いのだ。

●売場レイアウト



- ① ワイン、チーズ、ビール、缶チューハイなどを販売する冷蔵ショーケース
- ② 手前が全国の惣菜、奥がコンドラエントを使った和菓子売場
- ③ 青果の壁面ショーケースでは、宮崎産マンゴーなども揃っている
- ④ Aコープ神宮店の生産者グループ「太陽の恵会」のコーナー。青果売場内での展開に変更し、好調な売上を記録
- ⑤ 宮崎産近海魚中心のMDに変更した鮮魚コーナー
- ⑥ 宮崎牛をはじめ宮崎産ブランドミートを強化した精肉コーナー
- ⑦ 売場最終ラインの惣菜や弁当などの米飯類。最終ラインは和惣菜



21年ぶりの全面改装で

若い女性の来店が増える

2002年3月、県内の12組合と宮崎経済連が出資して設立された株式会社エコープみやざきは、2018年11月現在Aコープ36店舗と衣料品店、書店各2店舗を運営している。

同社の基幹店舗の一つ、「Aコープ神宮店」が2018年11月9日リニューアルオープンした。同店はエコープみやざきが誕生する前に、宮崎市神宮西2丁目の県道17号沿いに出店した店舗。同エリアは大淀川がすぐ近くを流れ、平和台公園などの緑地が多いうえに、宮崎市中心部に近いこともあって、最近では住宅を探しているファミリー層に人気が高い。

そのため同店周辺には、マックスバリュ九州、タイヨー、山形屋ストアなどの大手チェーンはもちろんのこと、アタックス、Aプライス、鮮ど市場、コスモス薬品などの競合店が次々に出店、今では宮崎市内で、最も競合の激しい地域の一つとなっている。

そこでAコープ神宮店は、21年ぶりに、老朽化した店舗を躯体を残して抜本的に改装、オープンキッチンを多用した明るい売場とし、エントランスの窓側にイートインスペースやサービスカウンターを集約した。こうした取り組みによって、若い単身女性や30代、40代の主婦の来店が増え、売場がもっと華やかだ。

またAコープ神宮店では、増え続ける競合店との差別化を図るため、同店でも取りえない方向性を打ち出した。それは「宮崎県産にこだわり、アグリカルチャーから提案する姿勢を徹底した」ことだ。まず鮮魚では仕入れ先を変え、その主体を県内の漁港とした。この結果、近海魚の扱いが増え、これまでウイークポイントだった鮮魚が、お客さまの来店モチベーションと

