

**買物弱者対策
「マイクロスーパー」展開事例**

平成27年 3月24日
全日本食品株式会社

目次

1. マイクロスーパー展開の背景
2. マイクロスーパーの概要
3. マイクロスーパーの試験展開(島根県雲南市)
4. マイクロスーパーの試験展開(茨城県久慈郡大子町)
5. マイクロスーパーのモデル

1. マイクロスーパー展開の背景

日本全国各地で広がる 買物不自由地域・買物弱者問題

高齢化



過疎化



小売店の
廃業



限界集落
の増加



1. マイクロスーパー展開の背景

買物不自由地域・買物弱者問題

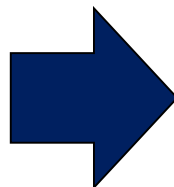
原因

過疎地域ではビジネスが成り立たない。

規模や経費に見合う売上が確保できない

店舗が消費者の満足のいく仕入ができない(⇒仕入難民)

その結果



過疎地では食品スーパーもCVSも出店しない。
既存店舗も閉鎖に追い込まれている。



解決策は…？

1. マイクロスーパー展開の背景

- 全日食では、買い物弱者問題を「マイクロスーパー」で解決しようと考えています。

マイクロスーパー



商店のない地域に、規模は小さくとも、生活時間帯ならいつでも利用できる「店舗」をつくります。

1. マイクロスーパー展開の背景

- 「マイクロスーパー」は、全日食の店舗運営ノウハウ、商品調達・物流ネットワークで支えます。



2. マイクロスーパーの概要

■ マイクロスーパーに必要な要素

大手並みの価格

ナショナルブランド(NB)中心の一流品を、大手スーパー並みの価格で販売することが重要である。既存の零細商店はまったくこのことができていない。それゆえ買物弱者地域であるにも関わらずまったく消費者の支持を得られていない。

配送ルート

大手スーパーと遜色のない配送ルートを持っているか、いないかがマイクロスーパーが成立するかしないかを定める。

品揃えと価格

大手スーパーでは上位1000品で売上の80%を占める。マイクロスーパーで販売する1000品が入念に選定されれば、お客様の買い物を80%満足させることが可能である。そして、何をいくらで販売するかは重要なポイントである。

発注システム

必要な商品がいつも欠品なく販売されていることが非常に重要である。そのためには、店頭在庫を適正に保つための発注システムが小なりといえども、整備されていなければならない。

IT機器の装備

POS等のIT機器の装備もマイクロスーパーには欠かせない。POSレジ、発注機(HTT)、PC、お買得情報発行機(FSP)

2. マイクロスーパーの概要

■ マイクロスーパーの計画は以下のとおりです。

項目	内訳
規模	売場面積10坪程度 この面積で1000品目近い商品の販売が可能 ※必要な時間帯ならいつでも利用できるためには規模は小さくても「店舗」が必要
投資	5百万円以内 ※内外装設備一式 + POSレジ等IT機器 + 軽自動車1台
商圈	500世帯、1000名前後 商圈内シェアは15%以内と想定
売上	日商10万円を目標とする。 ※来店客数50名で売上5万円 + 配達20件で売上5万円 ※来店客の50名は近隣に住む100~200世帯が中心 ※配達は遠方の300~400世帯が対象、利用世帯は100世帯前後
粗利益率	20%
品揃えと価格	NBを中心とする一流品約1000品目を販売、売価は大手スーパーと同等
営業計画	月商250万円(10万円×25日)、売上総利益50万円(20%) 費用額50万円(人件費30万円 + 返済3万円 + 光熱・燃料代10万円 + 家賃2万円 + その他5万円)

2. マイクロスーパーの概要

■ 以上の構想に基づき、マイクロスーパーの試験展開へ向けて模索してきました。

- ①食品スーパーもコンビニもその経済規模から出店出来ない地域
- ②食料品の調達を移動販売や宅配等の制約された手段に頼らざる得ない地域
- ③NB中心の商品が調達不可能で消費者の支持を得られない、零細商店しかない地域

以上の地域を対象に

全日食の商品
調達力と情報
化を駆使し...

規模は小さくても
必要な時に生活
時間帯ならいつ
でも利用できる
「店舗」をつくり...

豊かな国の高齢者が
自宅で当たり前の生
活をおくるという視
点での買物弱者対策
を実現する



2. マイクロスーパーの概要

事例のご紹介

2014年10月稼動

島根県雲南市掛合町

※行政(市)と地域住人組織(自主組織)と、我々の連携によって実現した事例であり、今後のモデルケースとして推進したい。

2013年10月稼動

茨城県久慈郡大子町

※高齢化、過疎化がすすむ地域で長年営業し、閉店予定であった既存加盟店の協力を得てマイクロスーパーの検証店としてスタートする。

マイクロスーパーの試験展開 (島根県雲南市)

3. マイクロスーパーの試験展開(島根県雲南市)

- 島根県雲南市の郊外山間部は、市街地まで距離が遠く、日常の買物に不自由な地域が多く存在します
- 当該地域は、雲南市の支援で「地域自主組織」を24地区で組織し、様々な地域活動をしています
- その拠点として、市の遊休施設(廃校、公民館等)を使用しています



3. マイクロスーパーの試験展開(島根県雲南市)

- 雲南市と連携し、前述の各「自主組織」に対してマイクロスーパーの必要性を説明、その中で波多地区の自主組織が、廃校となった小学校を「波多交流センター」と称し、拠点として活動しておりましたが、住人の買物不自由対策として、マイクロスーパーの立上げに賛同し、拠点の小学校跡の一角にマイクロスーパーを設置することになりました
- その運営(事業主体)は、地域自主組織の「波多コミュニティ協議会」が担い、商品供給・店舗運営を我々が全面的にサポートする形で稼動致しました



地域住民組織が、当該地域の買物不自由問題の解決の為、自らの意志で立上り、それを行政(市)と我々がバックアップする、地域住民組織主体のモデルとして推進していきたい

3. マイクロスーパーの試験展開(島根県雲南市)

「波多交流センター」



サロン室 自由に団らんが出来るコミュニティの場



「たすけ愛号」
自宅からセンターまでの送迎用として使用
しています

3. マイクロスーパーの試験展開(島根県雲南市)

オープン初日の店頭状況



オープンセール
平成26年10月8日(水) ~ 9日(木)
初日は130人のお客様が来店

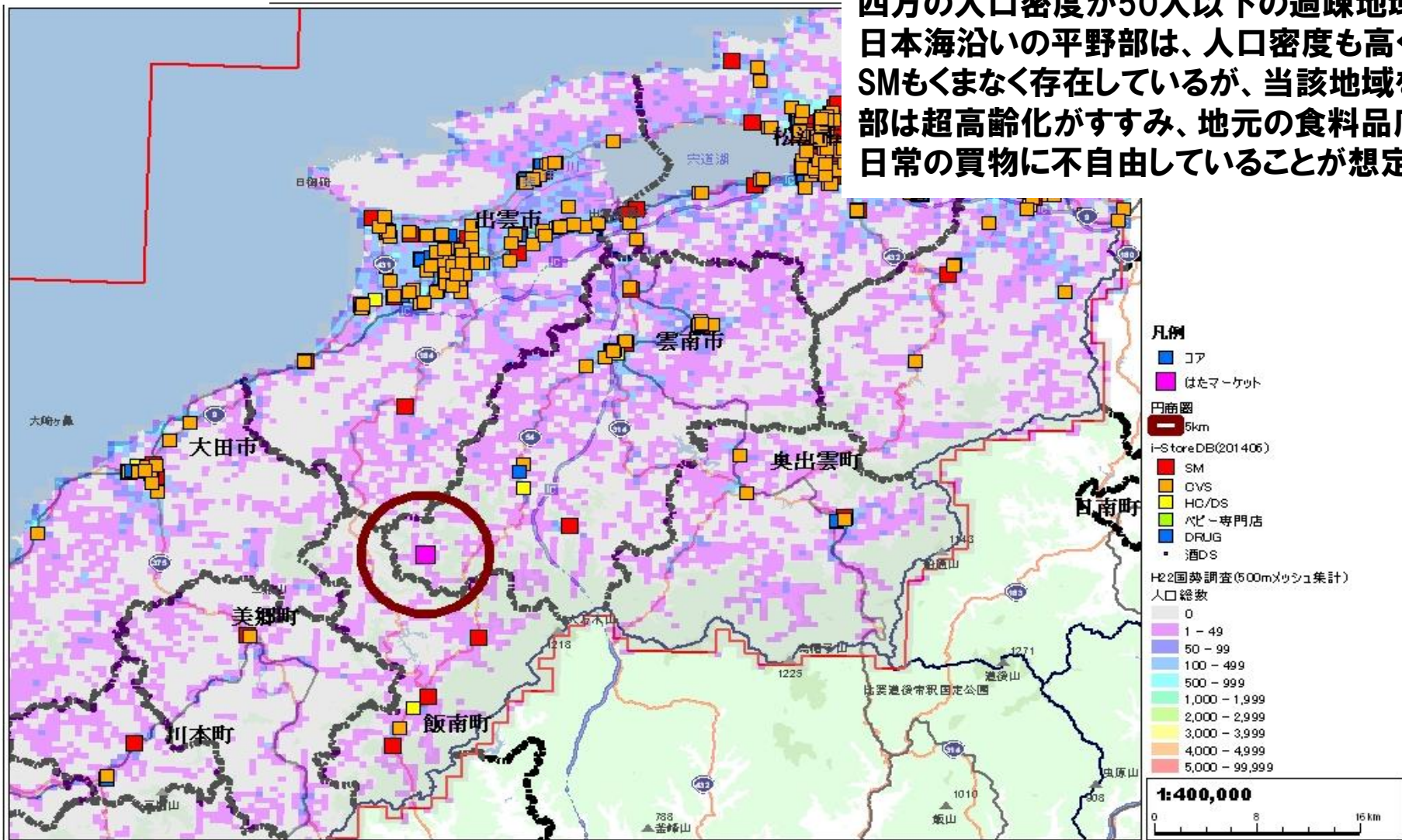
営業時間 9時~18時
日・祝日 休み



3. マイクロスーパーの試験展開(島根県雲南市)

立地状況

当該地域は、島根県南西部の山間地域で、500m四方の人口密度が50人以下の過疎地域である。日本海沿いの平野部は、人口密度も高く、GMS・SMもくまなく存在しているが、当該地域を含む山間部は超高齢化がすすみ、地元の食料品店も閉店し、日常の買物に不自由していることが想定できる。



©PASCO (C)INC REMENT P

3. マイクロスーパーの試験展開(島根県雲南市)

立地・商圈状況

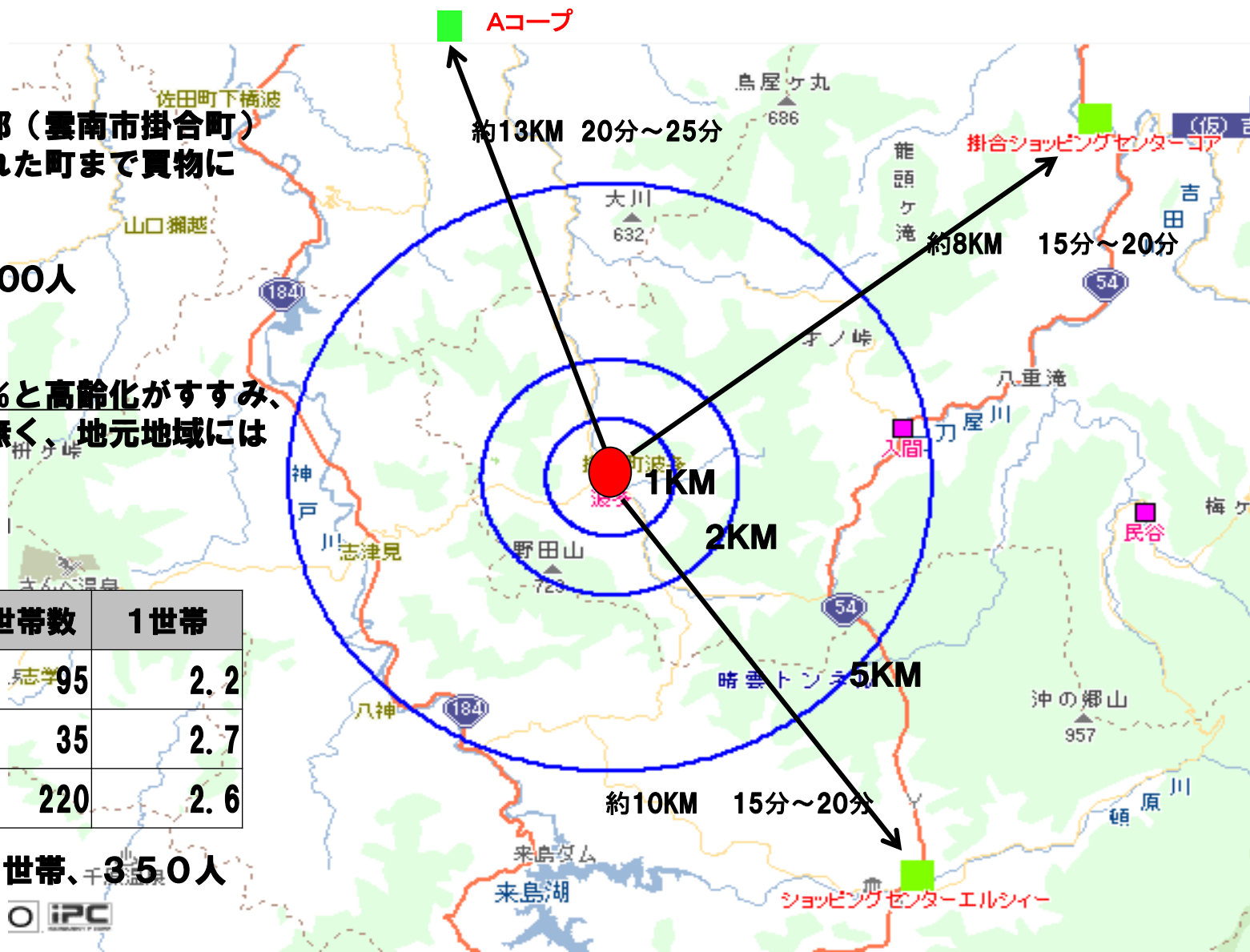
対象店舗は、島根県南西部（雲南市掛合町）に位置し、10K~15K離れた町まで買物に行かなくてはならない

半径2~3KMの人口が300人
半径5KM内で900人

65歳以上の人口が50%と高齢化がすすみ、公共交通機関（バス）も無く、地元地域には食料品店が無い

距離	人口総数	総世帯数	1世帯
1KM	210	95	2.2
2KM	95	35	2.7
5KM	580	220	2.6

地元波多地区 160世帯、350人



3. マイクロスーパーの試験展開(島根県雲南市)

オープン前



商品陳列後



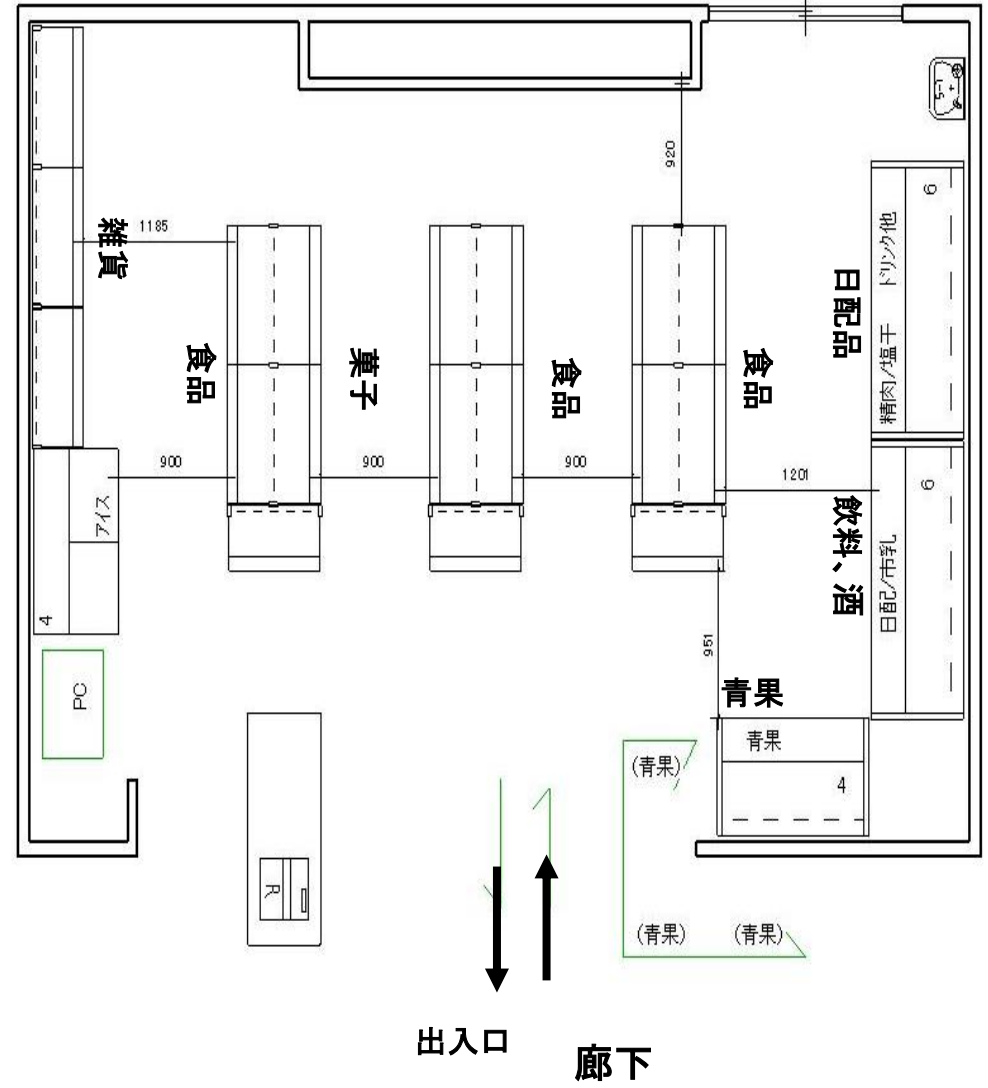
3. マイクロスーパーの試験展開(島根県雲南市)



3. マイクロスーパーの試験展開(島根県雲南市)

売場面積	12坪
商品構成	生鮮品(青果、精肉、塩干) 日配品(牛乳、ヨーグルト類) (豆腐、納豆、卵類) ドライ品(食品、菓子、雑貨) パン、アイスクリーム 酒類
品目数	約700

営業時間 9時～17時30分 日祝休み 売場12坪



ナショナルブランド(NB)中心の売れ筋品、売価は大手スーパー並みで設定

生鮮・日配品は毎日配送、ドライ品は週3回配送
大手スーパーと遜色無い調達ルート

小規模の店舗でもPOS、IT機器の導入により店頭在庫を適正に管理するための発注システムやFSP(顧客管理システム)を実施

3. マイクロスーパーの試験展開(島根県雲南市)

稼働後1日当りの平均販売状況 (H26年10月～H27年3月 平均)

大分類	大分類名	売上高(円)	構成比
01	青果	5,240	14%
02	精肉	2,230	6%
03	鮮魚	2,050	5%
04	惣菜	1,700	5%
05	加工食品	4,340	12%
06	パン	1,910	5%
07	乳卵	3,410	9%
08	一般食品	8,690	23%
09	菓子	4,260	11%
10	雑貨	2,450	7%
11	酒類	1,080	3%
12	たばこ	0	0%
13	米	40	0%
14	衣料品	650	0%
	店舗合計	38,050	100%

客数	32人
客単価	1,189円
販売点数	219点
1点単価	174円
1人当り買上点数	6.8点

※売れ筋商品(支持の高い商品)を確りと展開し、大手SM店同等の売価で販売することにより、客数は少ないが確りと買物をして頂いていることが、客単価1,189円・1人当り買上げ点数6.8点の実績で伺える

3. マイクロスーパーの試験展開(島根県雲南市)

【店舗改装資金】

	初期投資項目	内容	金額
1	冷蔵多段ケース(内蔵型)	6尺×2台×@60万円	1,200,000円
2	冷蔵多段ケース(内蔵型)	4尺×1台×@50万円	500,000円
3	冷凍デュアルケース	4尺×1台×@35万円	200,000円
4	Gondola	両面、片面タイプ	500,000円
5	附帯工事	内外装、給排水、電気工事など	800,000円
		合 計	3,200,000円

※金額は税別です

【運転資金】

商品代金等……約1,000千円(初期投入商品、備品類、オープンチラシ等含む)

マイクロスーパーの試験展開 (茨城県久慈郡大子町)

4. マイクロスーパーの試験展開(茨城県久慈郡大子町)



オープン初日の店頭状況

オープンセール
10月9日(水) ~ 10日(木)

チラシ 当日朝刊折込み近隣に650枚
初日は150人のお客様が来店



4. マイクロスーパーの試験展開(茨城県久慈郡大子町)

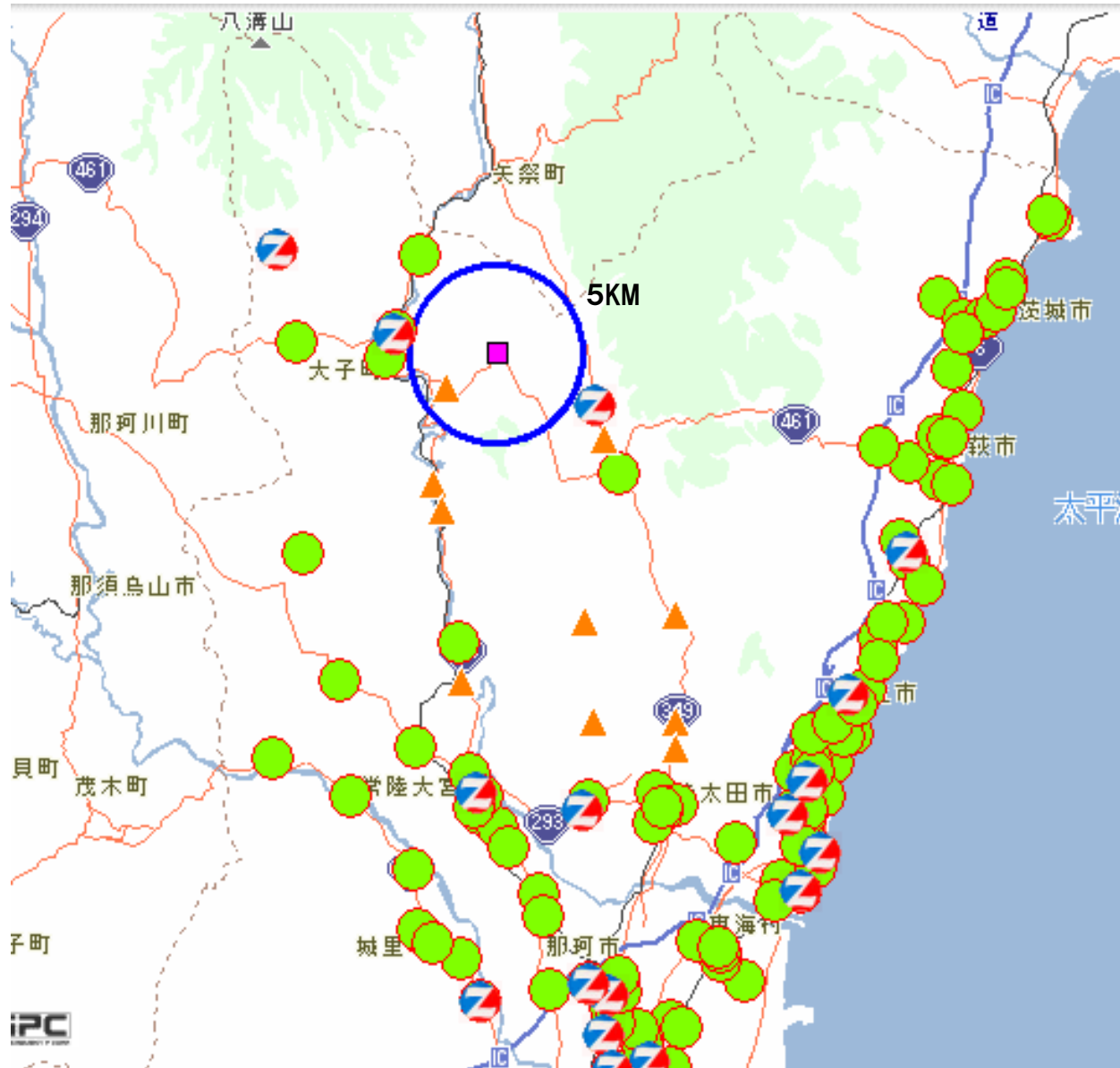
立地・商圈状況

対象店舗は、茨城県北西部(久慈郡大子町)に位置し、大子市街地まで5km
一番近いSM也大子市街で7km弱

半径1km内の人口が500人
1km~2km内で480人

65歳以上の人口が40%と高齢化が進んでいる地域であり、5km~7kmの距離は自動車では、問題ない距離であるが、公共交通機関(バス)も少ない当該地域では、徒歩での買物は、非常に不便な地域である

距離	人口総数	総世帯数	1世帯
1KM	505	173	2.9
2KM	476	165	2.9
3KM	628	221	2.8
5KM	3,582	1,243	2.9

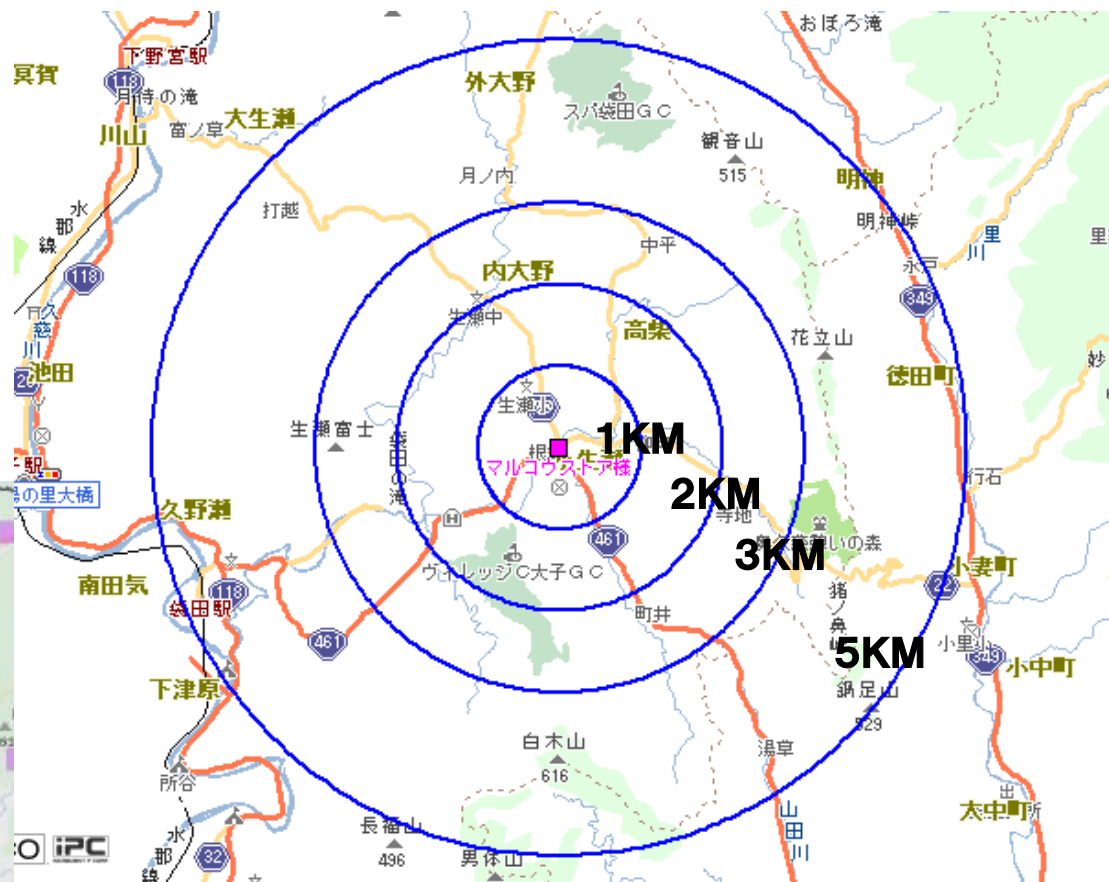
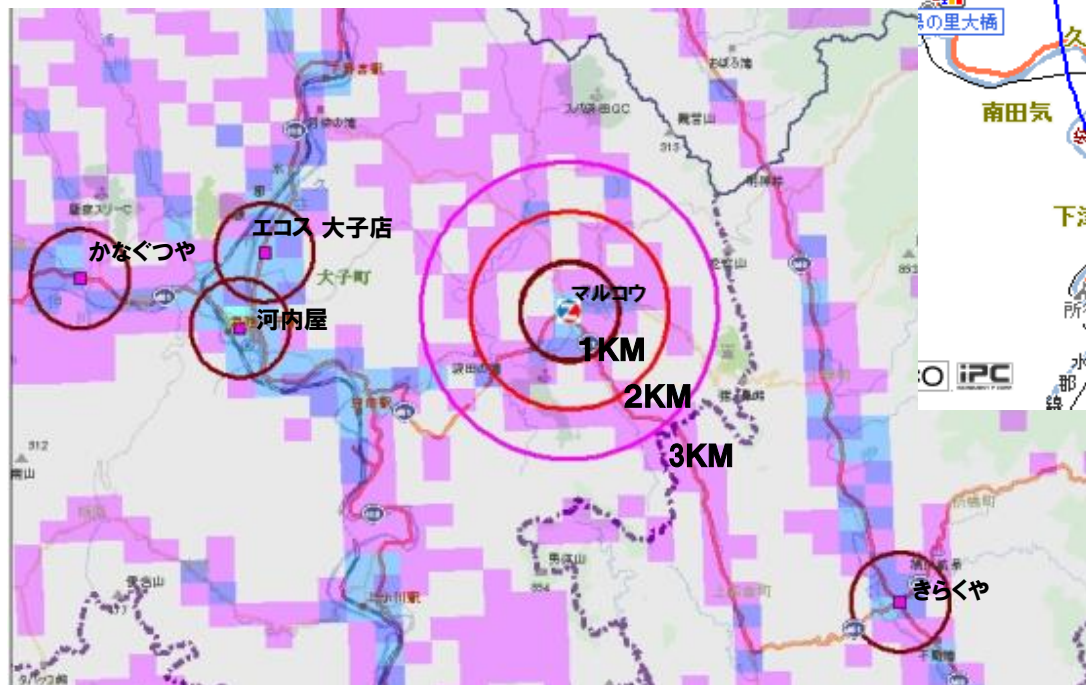


4. マイクロスーパーの試験展開(茨城県久慈郡大子町)

立地・商圈状況

【商圈特徴】

- ・店舗周辺には郵便局などがあり、集落を形成しているが、少し離れると民家が点在している状況
- ・日常の生鮮を含み買物の可能な店舗は、7km先の市街地のSMLしかなく、移動手段としては、殆どが自家用車(バスがあるが、極端に便数が少ない)で
- ・徒歩での買物に非常に不自由している



H22国勢調査(500mメッシュ集計)

人口総数



4. マイクロスーパーの試験展開(茨城県久慈郡大子町)

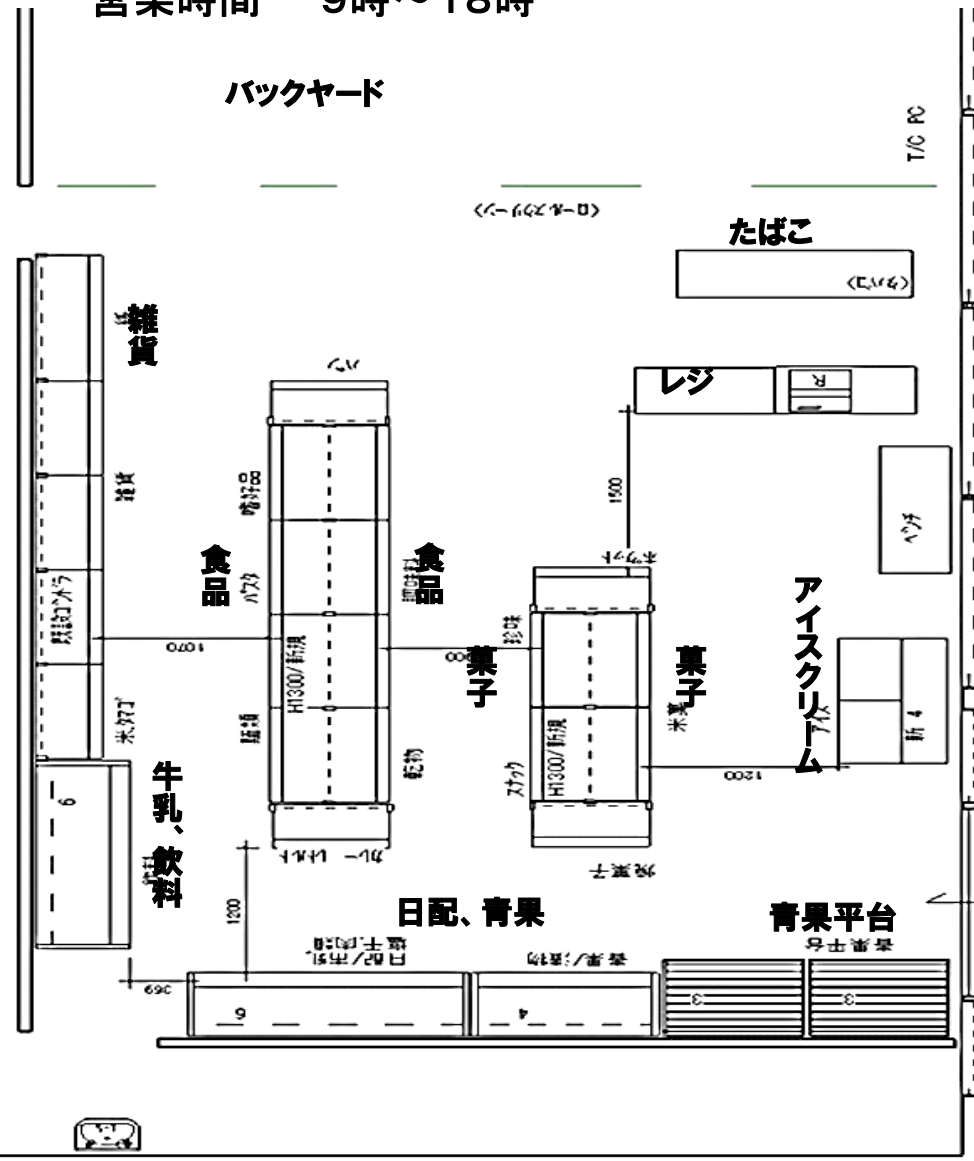
売場面積 13坪 **バックヤード** 5坪
商品構成 生鮮品(青果、精肉、塩干)
 日配品(牛乳、ヨーグルト類)
 (豆腐、納豆、卵類)
 ドライ品(食品、菓子、雑貨)
 パン、アイスクリーム
 酒、たばこ
品目数 約1,000

ナショナルブランド(NB)中心の売れ筋品、売価は大手スーパー並みで設定

**生鮮・日配品は毎日配送、ドライ品は週3回配送
 大手スーパーと遜色無い調達ルート**

小規模の店舗でもPOS、IT機器の導入により店頭在庫を適正に管理するための発注システムやFSP(顧客管理システム)を実施

営業時間 9時～18時



4. マイクロスーパーの試験展開(茨城県久慈郡大子町)

改装後 青果



4. マイクロスーパーの試験展開(茨城県久慈郡大子町)

改装後 精肉・塩干・チルド



4. マイクロスーパーの試験展開(茨城県久慈郡大子町)

改装後 飲料・酒



4. マイクロスーパー展開事例(茨城県久慈郡大子町)

稼動後1日当りの平均販売状況(H26.4~9月平均)

部門	売上(円)	構成比
青果	3,700	6%
精肉	1,900	3%
鮮魚	2,700	5%
惣菜	450	1%
加工食品	5,450	9%
パン	3,050	5%
乳卵	4,000	7%
一般食品	12,600	22%
菓子	5,060	9%
雑貨	1,840	3%
酒	5,670	10%
たばこ	10,900	19%
米	200	0%
配達	18,900	
合計	76,420	100%

客数	63人
客単価	915円
販売点数	350点
1店単価	166円
1人当り買上点数	5.5点

※「マイクロスーパー」稼動以前の売上は、2万円程度

※売れ筋商品(支持の高い商品)を確りと展開し、大手SM店同等の売価で販売することにより、客数は少ないが確りと買物をして頂いていることが、客単価915円・1人当り買上げ点数5.5の実績で伺える

※その他は、配達売上等

4. マイクロスーパー展開事例(茨城県久慈郡大子町)

【店舗改装資金】

- ・ 内装、既設の冷ケース、 Gondola、 平台等は利用
- ・ 外装は現状の看板本体は再利用

	初期投資項目	内容	金額
1	冷ケース・Gondola等	設置・移設、組立含む	2,500,000円
2	内外装、クリーニング等	床、パラペット、電気工事等	800,000円
3	POSレジ (ワンド1台)	サーバー、レジ、ワンド、プリンター 無停電装置、工事費(LANケーブル及電源) ※諸費用含む	500,000円
合 計			3,800,000円

※金額は税別です

【運転資金】

商品代金等・・・約1,200千円(初期投入商品、備品類、オープンチラシ等含む)

5. マイクロスーパーのモデル

1. 商圏立地

- ・日常の食生活の買物可能な店舗が無く、移動販売・宅配等に頼らざる得ない買物不自由地域
- ・ある程度の集落地で徒歩圏内人口が200人程度ある地域
- ・当社が物流可能な地域

2. 店舗面積

- ・10坪～15坪(別途バックヤード5坪程度)

3. 展開商品数

- ・生鮮3部門含み1,000SKU程度

4. 運営

- ・店長+4Hパート1名(店長は、パートでも可)・営業時間8H
※運営の簡素化の為、全品自動発注(システム導入必要)

5. 損益モデル(月間)

売上	3,000	25日営業(週休1日)
荒利	630	21%
人件費	250	8H×1名・4H×1名
減価償却費	60	投資額:3,000千
水光熱費	60	
その他	170	POSレンタル含む
営業費合計	540	18%
営業利益	90	3%