

ミニストップ、韓国3000店

大型店中心 3年で600店新設



日本と同様にレジ横ではファストフードを販売する

ミニストップは海外事業の中心となる韓国で出店攻勢に出る。2020年度までに計600店舗を新設し、店舗数を16年度末比で約3割増の3000店まで広げる。イトインスペースを設けた大型の店を増やし、現地のコンビニに對抗する。国内はセブンイレブンなど大手3社に押され、出店余地が限られる。成長が見込める海外を強化し、収益力を高める。

イトイン設置◇弁当・総菜充実



韓国では従来よりも売り場を広げた大型店を中心に新設する

ミニストップの韓国の店舗数は16年度末時点で2362店と、現地のコンビニ市場でシェア4位。同社の海外店舗の約8割を占め、日本国内の店舗数(約2200店)をすでに上回っている。韓国ではコンビニの利用が多様化しており、市場開拓の余地はなお大きいと判断した。

これまで約50平方メートルの広さを中心としてきたが、今後は100平方メートル以上の大型店に出店の軸足を移す。弁当などをその場で食べられるようにイトインスペースを設置。飲料や菓子も陳列する棚も増やすとともに、通路幅を広げて売り場をみやすくする。韓国では女性の社会進出や単身世帯の増加を背景に、日本と同じように簡便な食事の需要が高まっている。売り場を広げ、弁当や総菜などの品ぞろえを充実させる。大型店は20年度までに全体の6割に拡大する計画だ。日本でもヒットした商品も積極的に投入する。17年に発売して好評だったかき氷「ハロハロ果実氷いちご」は5月から現地で販売する。空揚げを串に刺した「ビッグから揚げ串」は2月からより肉を大きくする。このほか、牛丼チェーンの松屋とコラボした弁当を拡充することも検討する。

国内のコンビニ市場はセブン、ファミリーマート、ローソンの3強の店舗数がいずれも1万店を超え、ミニストップは規模で大きく見劣りしている。海外ではベトナムでも今後出店スピードを上げる方針で、成長戦略の柱に位置付けていく。

三輪そうめん生産ピーク



冷気にさらし手作業

奈良県桜井市を中心とする三輪地区で「手延べ工場」で職人が直径1.5センチの「三輪そうめん」を生産している。老舗の「にゅうめん」を、長い箸でさばきながら三輪山本(桜井市)では、干す作業を繰り返す。寒い時期に作業をする。とで塩分を低く抑えコシが強い「にゅうめん」の良さをうめんにするという。完成したそうめんは2年ほど熟成させ、「古物(ひねもの)」として主に百貨店などの贈答用として出荷される。夏場の食というイメージが強いが、温かいだしをかける「にゅうめん」も人気で、通年の需要を取り込む。

老舗の三輪山本「にゅうめん」で冬需要開拓

同社は2017年、創業300年を機にロゴやパッケージデザインを刷新。この効果もあって主力の極細麺「白龍」の売り上げは前年比16%増えた。お湯と電子レンジで簡単に調理できる「白龍にゅうめん」も9%増えた。8代目の山本太治社長は「消費者のニーズを反映したい」として直営店やネット通販に力を入れる方針だ。そうめんは三輪の農家が飢饉(ききん)対策で冬の農閑期に作り、全国に広がったとされる。農林水産省は16年に「三輪そうめん」を地理的表示(GI)に登録した。

ジム併設、来月1号店

ファミマ、5年で300店体制



ファミリーマートはスポーツジムを併設するコンビニエンスストアの展開に乗り出す。1号店を2月14日に開設し、今後5年をめどに300店に

1階がコンビニ、2階がジムの併設店を開く(東京都大田区の「Fit&GO」大田長原店)

拡大する計画だ。既存店の客数の長期低迷に直面するなか、サービスと物販を組み合わせた新型店で集客力を底上げする。1号店の「Fit&GO(フィット・アンド・ゴー)大田長原店」(東京都・大田)を報道陣に公開した。2階建てで、1階にコンビニ、2階にジ

ムが入る。広さ約230平方メートルにはランニングや筋力トレーニングなどの運動機器25台をそろえ、シャワー室やロッカールームも設ける。コンビニの売り場にも低糖質をうった食品やサプリメント、トレーニングウェアなどジムと親和性の高い180種類の商品を扱う専用コーナーを設ける。ジムの利用前後の来店を促し、売り上げ増につなげる。ジム併設について、沢田貴司社長は「集客のチ

ヤレンジだ」と強調する。コンビニの客層に近い20~40代の男女がジムの利用者層になると想定し、相乗効果を見込む。ファミマは店舗の集客設計した店舗の展開に乗りここのほか、ゆうちょ銀行

の顧客がファミマのATMを利用する際の手数料を15日から無料にした。小池孝会長は「本格的な日本の味で海外でも勝負したい」と話し、1年内にベトナムなど東南アジアで、将来はベルギーでも販売する方針を示した。

さらに、全てのブランドのポテトチップスについて、2月から期間限定で1.2割増量する。小池会長は「ジャガイモ不足で起きたポテトショックの際に応援してくれた皆様」に感謝を込めて実施する」と語った。

湖池屋は高級ポテトチップス「コイケヤ プラ イドポテト」を刷新して2月に発売する。ジャガ

地方の素材を使った高価格帯のポテトチップスを投入する

湖池屋、高級ポテチ刷新

新商品も投入 厚切りで歯応え良く

湖池屋は高級ポテトチップス「コイケヤ プラ イドポテト」を刷新して2月に発売する。ジャガ

イモを厚めにカットし、歯応えを良くしたという。国産素材を使った新しいフレーバーも売り出す。現在40億円の同ブランドの売上高を50億円に引き上げる計画だ。リニューアル発売する

「濃厚のり塩」は青のり「濃厚のり塩」は青のりに焼のりやアオサも加えて、のりの量を増やした。価格は税別150円程度の見込み。2月5日から全国のコンビニエンスストアで発売し、2月12日からはスーパー

地方の素材を使った高価格帯のポテトチップスを投入する。5月発売の「天ぷら茶塩」は愛知県西尾地域で栽培した抹茶と、福岡県八女のもみぢ茶をブレンドした粉末で味付けした。てんぷらのようなサクサクとした食感に仕上げたという。福岡県宗像市で生産した甘いしょうゆと有明産ののりを使う「九州焼のり醤油」も6月に発売する。参考価格はそれぞれ150円前後の見込み。

小池孝会長は「本格的な日本の味で海外でも勝負したい」と話し、1年内にベトナムなど東南アジアで、将来はベルギーでも販売する方針を示した。