New Store
PICTORIAL
取材・文＝森本守人
（サテライトスコープ）

ダイヤモンド・チェーンストア オンラインでも新店情報を発信中!

コープ 山科新十条店（京都生協）

〒607-8305 京都府京都市山科区西野山中臣町41-1　電話：075-320-5809
京都市営地下鉄東西線「椥辻」駅から徒歩約20分

450坪タイプの大型店で山科エリアに再出店

見どころ
- 地場産野菜を集めた「京都の野菜」コーナー
- テーマを設け商品を提案するゴンドラエンド
- 随所に配置するデジタルサイネージ

日笠直道店長

「生協ならではのコープ商品の魅力を訴求するとともに、地域に信頼される親しみやすい店をめざします」

京都生活協同組合（京都府／畑忠男理事長：以下、京都生協）は2019年11月16日、京都府京都市に食品スーパー（SM）「コープ山科新十条店」（山科新十条店）をオープンした。

山科新十条店は、京都市営地下鉄東西線「椥辻（なぎつじ）」駅から直線距離で西へ約1.2kmの住宅地に立地する。京都・大阪市街地のベッドタウンの一面も持ち、人口は増加傾向にある。

主要商圏に設定する店舗から半径1.5km圏内には1万8881世帯／3万9000人が居住する。単身世帯は京都府平均より少なく、65歳以上のシニア層と30～40代の若いファミリー層が多いエリアだ。

今回出店した京都市山科区には、長らく京都生協の店舗がなかった。1980年代半ばに2店を出し営業を続けていたが、2001年には両店とも閉店。以来、宅配事業だけの展開であり、組合員からの強い出店要請を受けて、出店に踏み切った。

競合店としては、主要商圏内に「マツヤスーパービア店」「阪急オアシス山科店」「フレスコ勧修店」などの有力店が点在しており、競争は激しい。

京都生協は、山科新十条店を含めて18店を展開しており、店舗サイズは売場面積300坪タイプが最も多い。そんななか今回は、ここ数年出店を進める450坪タイプのSMとしてオープンしている。

取り扱いSKU数は計1万1000と幅広い品揃えを提供する。なかでも安全・安心を重視する方針のもと、「産直」や「地産地消」をキーワードとする商品を拡充。加えて、需要が高まる即食・簡便商品の充実も図り、利便性の高い店づくりを志向しているのが特徴だ。

順に売場を見ていくと、出入口すぐの青果部門では、地場野菜を集めた「京都の野菜」コーナーを展開。来店客の多くが最初に立ち寄る人気のコーナーで、開店後の利用動向では青果部門全体に占める供給高（小売業の商品売上高に相当）構成比で10%ほどを占めているという。

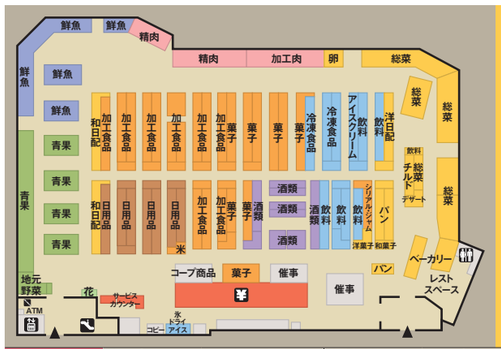
鮮魚部門では、「近海鮮魚コーナー」を設け、京都府の舞鶴、福井県の小浜など日本海側の漁港で水揚げされた鮮度の高い魚を販売。また、新鮮な素材を店内加工した煮魚、焼き魚などの魚総菜もコーナー化しており、支持を得ている。

精肉部門では、対面コーナーはテナントの「肉のげんさん」が出店。直営の売場では鳥取県の契約牧場による「産直鳥取牛」を中心に商品を構成。トレーサビリティの仕組みも整備された安全・安心な商品として組合員に価値をアピールする。

需要が拡大していることから強化部門の1つとするのが総菜だ。開店後の同部門の供給高構成比は約9.5%で推移。とくに米飯類の販売に力を入れ、全体の7割を店内調理しピーク時に合わせて出来たてを提供する。ベーカリー売場も併設しており、今回初めて店内加工のサンドイッチを品揃えしている。

このほか新たな取り組みとして、店内の随所でデジタルサイネージを積極的に導入し、商品や食に関する情報を発信していた。

こうした店づくりにより山科新十条店は初年度年商で14億8000万円を達成したい考えだ。



記者の目

山科新十条店が出店した京都市山科区には長らく京都生協の店舗がなく、「コープ」のSMに馴染みのない人も多かった。そのため30～40代のファミリー層が多い商圏特性を踏まえ、衣料品チェーンの「しまむら」を店舗2階部分にテナントとして誘致した。この効果もあり、開店後の利用動向では、主要商圏に設定する半径1.5km圏を超える地域からの利用者も増えており、同生協では手応えを得ているようだ。

店舗概要				
	オープン日	2019年11月16日	売場面積	1534㎡
	店長	日笠直道	駐車台数	160台
	営業時間	9:00～21:00	従業員数	正規職員9人、パート・アルバイト60人（8時間換算）

簡便・即食商品を拡充しファミリー層に対応

山科新十条店は、若いファミリー層が多い商圏特性を受けて即食・簡便商品の販売を強化。グループ会社が手がけるインストアベーカリー「パンCOCCO」では今回初めて、人気商品の「ホテル食パン」と季節の具材を使い、店内加工のサンドイッチを販売。総菜売場では店内加工の弁当を充実させている

33席を備えるイートインコーナー

総菜とベーカリーに隣接する場所では、33席を備えるイートインコーナーを設けている。家族や知人同士で利用するお客の姿がみられた

人気コーナー「京都の野菜」

出入口すぐの場所では、地場野菜を集めた「京都の野菜」コーナーを設置。青果部門に占める供給高構成比は約10%に上る

日本海で獲れた新鮮な魚を販売

鮮魚部門では、「近海鮮魚コーナー」を展開。京都府の舞鶴、福井県の小浜など日本海側の漁港で水揚げされた鮮度の高い魚を販売している

店内加工の焼き魚や煮魚

店頭で扱う新鮮な素材を加工した煮魚や焼き魚などの魚総菜をコーナー化している。「鯛あら煮」「からすがれい煮付け」など、見た目にも食欲をそそるようなメニューが多く並んでいた

契約牧場と連携した「産直」の牛肉

各部門で販売に重点を置くのは、契約農家から仕入れる「産直」商品だ。精肉部門では鳥取県の契約牧場による「産直鳥取牛」を中心に商品を構成している

「お肉屋さんのおそうざい」コーナー

精肉部門では、加熱調理すれば、すぐに食卓に出せる味付け済みの半調理品を集めて「お肉屋さんのおそうざい」コーナーを設けている。「お肉屋さんの生ハンバーグ（国産）」をはじめ多様な商品が見られた

ゴンドラエンドでの商品提案に注力

加工食品や菓子売場では、ゴンドラエンド部分を活用し商品を提案。「家族みんなのカラダづくりに」「京都生協開発商品」など独自性が光るコーナーが多く見られた

デジタルサイネージを積極的に導入

新たな取り組みとして、店内の随所でデジタルサイネージを導入。商品や食に関する情報を発信している。精肉部門に隣接する場所では、鶏もも肉を使った料理のレシピ動画を流していた