

2024.7.25

小型業態1号店「久世福商店町田マルイ店」 オープン記者発表 全文

「久世福商店」、「St.Cousair（サンクゼール）」、「MeKEL（メケル）」などの専門店を全国に約170店舗展開している、食品製造小売企業（食品SPA）の株式会社サンクゼール（本社：長野県飯綱町/代表取締役社長：久世良太）は、2024年7月18日（木）『小型業態1号店「久世福商店町田マルイ店」オープン』について、記者発表を行いました。発表内容は以下の通りです。

コンパクトになった久世福商店「久世福商店 町田マルイ店」



株式会社サンクゼール代表取締役社長の久世良太です。本日はお集まりいただき誠にありがとうございます。本日は私より、久世福商店小型業態の戦略についてお話をさせていただきますが、まずはこのプロジェクトを進めてくれたリーダー4名を紹介させていただきます。この後詳しくお話いたしますが、今回のお店のメインターゲット層は20代～30代の女性としています。ターゲットのお客様の事を近い感覚で考えることのできるメンバーをリーダーに選びプロジェクトを進めてもらいました。

プロジェクトメンバー代表宮澤よりご挨拶：プロジェクトマネージャーの宮澤です。今回のプロジェクトでは私たち4名が中心になりまして進めさせていただきました。今までの久世福商店の良い部分を大切にしながら、新しいコンセプトということで、私たち若い女性が本当に買いたい、素敵だ、と思う商品開発やお店デザインを意識してきました。今日この後お店を実際に皆様に見ていただきますが、ぜひ楽しんでいただきたいと思っております。

代表久世：では後ほどお店でよろしくお願ひします。



2024.7.25



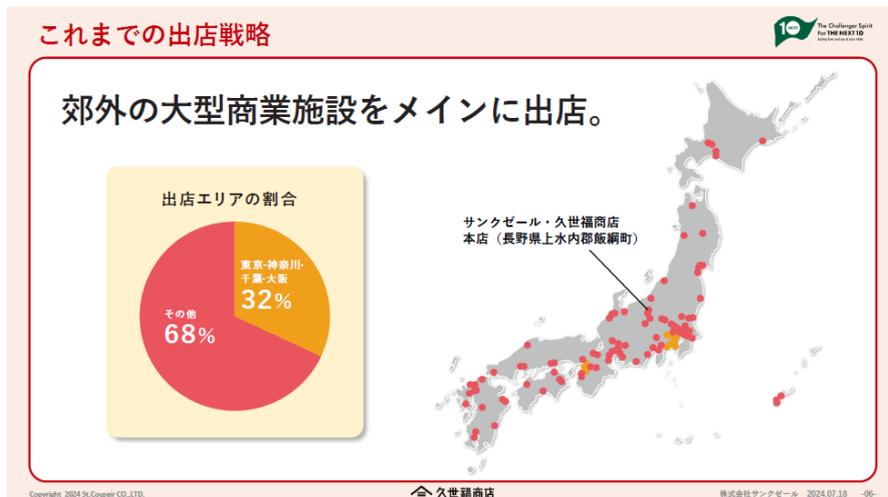
それでは改めまして私久世よりご説明申し上げます。久世福商店はおかげ様で、昨年 2023 年に 10 周年を迎えました。これもひとえに、全国 500 社を超える良いものづくりをされている生産者の皆様と、ブランドを愛してくださっているお客様あつてのことです。

ブランド開発から 10 年が経ち、多くのお客様にご支持いただいておりますが、10 年を期にさらに愛される久世福商店を目指すべく、ブランドのアップデートをしていかなければならないと考えています。

これまでの出店戦略

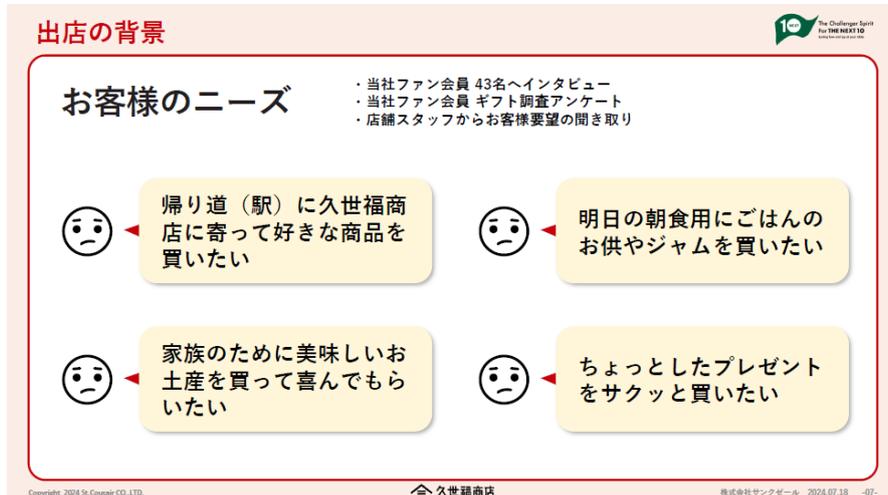


この 10 年で久世福商店は、日本の北から南まで、全国にお店を持つことができました。今日時点で 156 店舗を展開し、明日、町田マルイ店がオープンすることで全国 157 店舗となります。



これまで10年間の出店戦略を振り返りますと、郊外の大型商業施設をメインに店舗出店を行ってまいりました。その地域の一番店と呼ばれるような施設に30~40坪の広めの面積を確保してきました。お客様のお買い物シーンとしては、週末に家族でお買い物に訪れるような場面が多かったように思います。一方で、東京・神奈川・千葉・大阪といった地域に立地する店舗は全体の約30%程にとどまります。比較的競合の少ない郊外立地を戦略的に選んできましたし、従来フォーマットにマッチする面積の確保といった観点でも、東京や大阪等は比較的少ない出店数となっていました。

小型業態出店の背景



店舗数を順調に増やす中で、お客様のニーズも浮き彫りになってきました。久世福商店の商品アンケートやサービスのフィードバックに協力して下さるファン会員の皆様への調査結果抜粋をご紹介します。「平日の帰り道に久世福商店に寄って好きな商品を買いたい。」「明日の朝食用にごはんのお供やジャムを買いたい。」など、日常の生活の中にもっと気軽に久世福商店の商品を取り入れたいというお客様のお声が多く届きました。

出店の背景

この10年で変わったこと
N1分析（町田周辺にお住まいの20～30代女性へのインタビュー調査）より



毎日なんだか忙しい

ストレスフル
仕事と家庭の両立
共働き世帯の増加
タイパ重視の生活



ウェルビーイング！

自分を大切にしたい
癒されたい
丁寧に暮らしたい
ワクワクしたい
安心・安全なものがいい
サステナブル



より便利な世の中に

コスト重視
手間がかかることは嫌い
コンビニ大好き
シェアの時代
情報収集はSNSで

Copyright 2024 St. Cousair CO., LTD. 株式会社サンクゼール 2024.07.18 -06-

また、インタビュー調査を用いて、ここ町田周辺にお住まいの20代～30代女性のライフスタイルや価値観をさらに深掘しました。その結果、今のお客様が考えられていること、重要視されていることが大きく3つあることがわかりました。1つ目は「毎日なんだか忙しい」。共働き世帯の増加により忙しい毎日を送っていらっしゃる方が多くタイパが重要視されています。2つ目は「ウェルビーイング」。忙しい毎日の中でも自分を大切にしたり、サステナブルで心の充実も得られるものを好んだりされる考え方があります。3つ目は「より便利な世の中に」。情報収集は簡単にSNSでキャッチし、コンビニで日常的にご褒美のスイーツを買うなどの行動習慣があります。

出店の背景

世の中の関心事や課題に対して、久世福商店ができること



**忙しい毎日に
そっと寄り添う**





**ちょっとご褒美
ウェルビーイング！**





**手軽な商品で
より便利な生活を**



Copyright 2024 St. Cousair CO., LTD. 株式会社サンクゼール 2024.07.18 -06-

これらのお客様の関心事や課題に対して、久世福商店ができることを考えました。1つ目は「忙しい毎日にそっと寄り添う」。ほっと一息つく時間のお供になるような商品や習慣のご提案です。2つ目は「ちょっとご褒美ウェルビーイング!」、ちょっとしたご褒美となりえるような久世福商店の人気商品を厳選し揃え、さらにサステナブルな商品も新たにラインナップに加えます。3つ目は「手軽な商品でより便利な生活を」。従来の久世福商店には少なかった、小分けの一包商品もラインナップします。

久世福商店小型業態 1号店

久世福商店 町田マルイ店

Copyright 2024 St.Cousair CO.,LTD. 株式会社サンクゼール 2024.07.18 -10-

従来の「久世福商店」との比較

従来店	小型店		
店舗デザイン	黒を基調としたシックで落ち着いた雰囲気	店舗デザイン	白を基調に明るくカジュアルな雰囲気
店舗規模	30~40坪	店舗規模	10~20坪
メインターゲット	40~60代	メインターゲット	20~30代
商品数	約1,000sku	商品数	約300sku

Copyright 2024 St.Cousair CO.,LTD. 株式会社サンクゼール 2024.07.18 -11-

これらの観点を体現したのが、久世福商店小型業態の1号店「久世福商店 町田マルイ店」です。従来店との違いは次の通りです。店舗デザインを、白を基調とした明るくカジュアルな雰囲気にししました。特に20代~30代のお客様にも気軽に立ち寄っていただけるような内装にしています。店舗規模については、ターミナル駅周辺の商業施設出店を見据え、10坪~20坪程度の、従来店より小さいお店となっています。商品数は、約1000品目から売れ筋商品を絞り込み、約300品目としています。

久世福商店 町田マルイ店

テーマは **豆**

- 豆 は和食の基本
- 豆 サイズのお店
- 豆 に立ち寄れる
- 豆 サイズの一包シリーズ
- 豆 に和食材を使う
- 豆 なおす分け習慣
- 豆 にサステナブル

Copyright 2024 St.Cousair CO.,LTD. 株式会社サンクゼール 2024.07.18 -12-

2024.7.25

そして、町田マルイ店開発のために新しく設けたテーマは「豆」としました。豆と言えば、「まめな人」といった使い方や、「小さい」という意味があります。皆様ご存知のように、大豆は和食の基本です。醤油や味噌は大豆から作られています。そういった和食の基本が取り揃えられています。また、「まめサイズ」なお店ですが、非常に力強いお店をイメージしています。さらに「まめに立ち寄れる」毎日の生活に寄り添う、そんなお店を目指したいと思っています。赤を差し色とした店舗デザインですが、久世福商店の人気商品「あんバター」の原料でもある、あずきのイメージをしており、什器も豆型のものを新たにつくっております。この後のお店体験会において、ご注目いただけましたら幸いです。

それでは、私からの戦略の説明は以上とさせていただきます。続きまして、町田マルイ店の特徴的な商品について、商品開発リーダーの小倉より発表いたします。（小倉より商品説明）

代表久世：小倉さんありがとうございました。皆様の日常にとりまして、小さな福をご提供できますように、一同努力してまいりますのでどうぞよろしく願いいたします。

主な質疑応答

【ご質問】従来型と小型の出店に関して、どちらも並行して行う計画でしょうか。

【ご回答】どちらも出店していきたいと思っています。しかし、郊外型商業施設の新規建設も少なくなってきていますので、増加は緩やかになっていく見込みです。一方で小型業態については、私共の計算上では150店舗程度の出店可能立地があるのではないかと考えているので、出店戦略に組み込んでいきたいと思っています。なお、2号店目以降は未定ですので、発表できる段階になりましたらお知らせさせていただきます。

【ご質問】町田には小田急百貨店にすでにお店がありますが、首都圏に小型業態を出店していく上で、従来店のなるべく近くに立地するのか、逆に離すのか、方針はありますか。

【ご回答】おっしゃる通り、町田には小田急百貨店5階に従来型の久世福商店があります。こちらはお客様の年齢層が高く、リピートのお客様がしっかりと根付いている店舗です。一方で20代、30代のお客様の流入はそこまで多くないと考えています。新しい層を獲得するにあたって、場合によっては同じ地域であっても立地を変えて、店舗面積を変えて出店することは有効だと考えています。

【ご質問】何年後に何店舗増やすか、目標はありますか。

【ご回答】現状目標はありません。まずは町田マルイ店を実験店として、お客様の反応を見たいと考えています。市場の変化を敏感に感じ取り、出すべき立地に会えた時にすぐに出店できる体制を整えていきたいと思っています。

本件に関するお問い合わせ先（丸山）

☎026-219-3936

E-mail: sc_pr@stcousair.co.jp

<http://stcousair.co.jp/company>