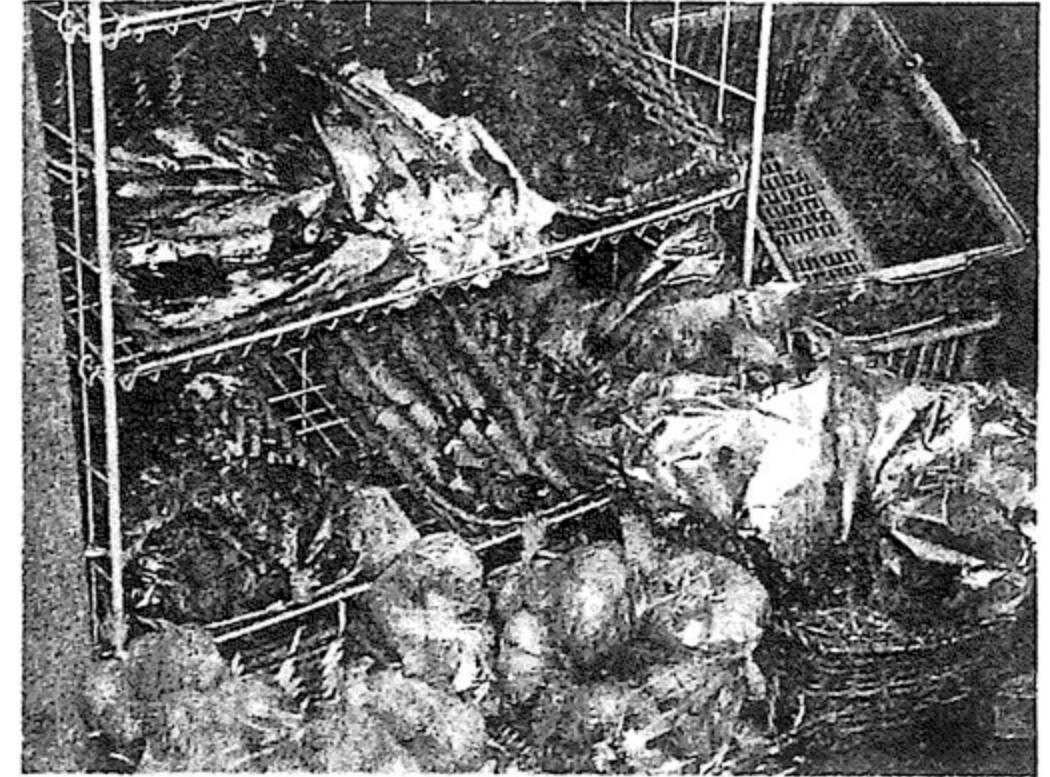


健 康志向の高まりから、健康・自然食品店が注目されている。様々な工夫を凝らした店舗も増えてきた。そんななか『にんじん屋』は開店以来22年間、流行に左右されることなく「安全でおいしいもの」を追求し続けてきた。とはいえた頃ではなく、食生活提案型の店舗への移行を図るなど現代のニーズを読みとることも忘れない。若年層の支持も得て、1日30万円を売上げる同店の取組みを紹介する。

■開店時からのお客も

今こそ、健康・自然食品店は一般消費者の認知も高まり、店の数も増加している。だが、『にんじん屋』がオープンした昭和45年当時は、「何の店なのかも理解してもらえなかった」(代表取締役・田耕邦子氏)というほど一般消費者の認知も浅かった。



団らなければなりませんでした」(田耕氏)。

だが、その地道な努力の甲斐があってか、リピート客も増え始める。「恵比寿で開店した頃からのお客様もいらっしゃるのであります」(田耕氏)という。昭和60年代に健康食品業界を襲った不況の嵐で、多くの店舗、

▲鮮度重視の野菜類は
1日でほぼ売り切れる

2,000アイテム揃え、日商30万円! 「にんじん屋」

オープン時は、現在の恵比寿ではなく、世田谷区下馬の学芸大附属高校の正門前に店を構えた。場所は住宅地の真ん中だったが、主婦が訪れる事はあまりなく、何らかの疾病を抱えている人や年輩者がほとんどだったという。

やがて、より幅広い購買層を求めて恵比寿に移転。12、13年前のことだ。もっとも移転してもすぐに良い状況が待っていたわけではない。「私共がしっかりとした知識を持って、基本的な部分から啓蒙、普及を

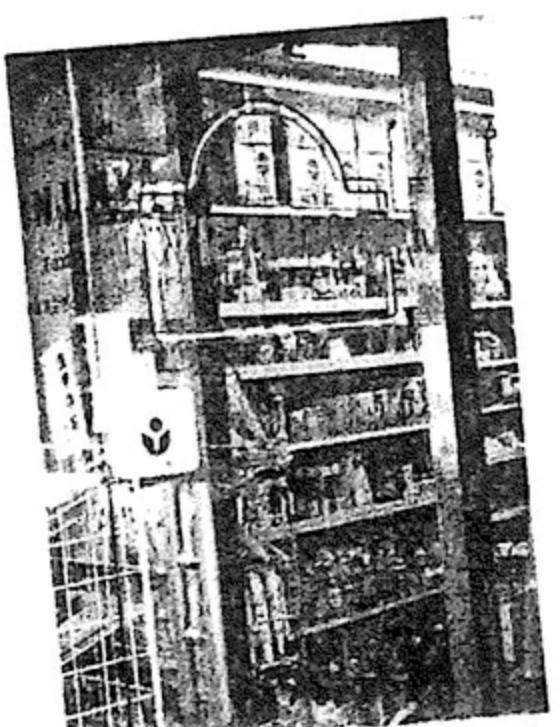
業者が打撃を受け、健康・自然食品店も老舗といわれる店が姿を消していった。そんななかでも、派手さを求めず「地道に着実に」ユーザーを開拓していった

『にんじん屋』は、影響を受けることなく生き残った。

■生産が限られているものを大事に売る

現在の1日平均来店者数は100人。売上げは30万円に達している。「かつては健康・自然食品の店はカウンセリング型がほとんどでしたが、今は“食生活提案型”でないと、ニーズに合わなくなっています」と田耕氏はいう。同店もオープン当時からのカウンセリング型を、食生活提案型へ転換できたことが、好売上げに結びついている。

また、消費者も賢くなり、こだわりを持ったお客様が増えてきたという。「例えば、初めは国産大豆で満足していた人が、次には国産でなつか無農薬の大豆を求めるようになる」と田耕氏。こだわり



見直そう食文化がテーマ 提食提案型活用のヘルシーマッチップ

の心が、より高いグレードのものを要求させているようだ。

こうした消費者の食品に対する意識の高まりが、同店の存在意義を、大きくさせることにつながっている。「スーパーに行けば、季節を問わずひと通りの野菜や食品は買えます。ですが、それを良しとしない人も多くなっているのです」(田耕氏)として、あくまで“生産が限られているものを大事に売る”方針を貫く。「売り切れて

買えないものがあってもいいのでは」として、差別化にもつながるとみている。

■調味料はロングセラー商品

店の面積は約25m²。スペースは決して広くはないが、2,000アイテムの商品がぎっしりと並んでいる。売筋は有機野菜、調味料、豆腐などのデイリーフーズ。「野菜は鮮度が肝心ですから、1日で売り切るようにしており、最も回転が良い」(田耕氏)という。調味料は、開店以来のロングセラーアイテムで定番商品として安定。種類も豊富で、醤油はサイズの大小も含めると30種、味噌も12、13種類を揃えている。

来店者は若い主婦が目立つ。自らの健康もそうだが、アトピー性皮膚炎の増加などから、子供のために購入していくケースも。また男性客も20%近くいる。

日々接客をしながら田耕氏が感じているのは、「食の基本を知らない人が多い」ということ。味噌汁をつくる特にダシを取ることを知らない、魚がさばけない、野菜の食べ方を知らないなど、若い世代には多く見られるという。そこで同店では「見直そう食生活」をキャッチフレーズに、素材の調理の仕方や食べ方を理解してもらうための教室を開催しようとしている。「いい素材、原料を使って、上手に料理すれば体が喜ぶのです」(田耕氏)として、加工食品が幅を利かせている現代の食生活の改善を目指す。これは前述した“食生活提案型”店舗としての展開でもある。

そして、かつて行っていた薬膳教室も再開したいという。いずれもまだ、具体化は

2面へつづく▶



「卓弥呼米」は同店の
オリジナル商品

健康つておもしろい!

日本で最初に完成
カニ殻(キチン・キトサン)入りソフトカプセル



富士バイオは、新鮮なカニ殻から抽出したキチン・キトサンを独自の方法で加工し、ソフトカプセル「カニパック」として日本で初めて食品化しました。以来6年。中でも「カニパックBB」には、無農薬ニンニク末[100倍濃縮]、着色料(ビタミンB2、カラメル)等を加え、すでに多くの方々から高い評価を頂いております。

富士バイオ株式会社

〒416 静岡県富士市上横割131-2(イナバビル2F~4F)
TEL.0545-64-0011㈹ FAX.0545-64-1012