

LBA関係各位



saikontan
MARCHE

菜根譚マルシェ 食品移動販売事業のご紹介



2007年12月4日

株式会社菜根譚
食品移動販売事業部

1. 事業概要

- ・ 専用車両4台が運行
- ・ 販売場所は横浜市内約100箇所
- ・ 「そむりえさん」による対面販売
- ・ 品揃えは青果、冷凍肉・魚、日配品、加工品、惣菜等
- ・ 2006年9月より本稼動



2. 事業立上げの経緯

- ・ **神農流通株式会社**

- 神奈川県JA組織の生活物資配送とそれに伴う業務受託が本業
- 強み：物流オペレーション

- ・ **創業の想い**

- 小田原の山間部で冷凍食材の宅配業務を約10年間受託
- 高齢者世帯の買物ニーズを把握し、移動販売の事業化を検討
- 「その日に食べたいものを自分で選びたい」
- 「コミュニケーションが楽しみ」

- ・ **菜根譚グループに加盟**

- 青果小売業のノウハウが無く、事業開発に関するリソースが不足

3. 事業環境分析

<マクロ>

- ・ 高齢化
- ・ 小規模小売店の減少
- ・ 食に対する不安

⇒ 「買物難民」が増加中

<横浜市>

- ・ 坂が多く、線路・高速で分断された「陸の孤島」が多い
- ・ 見晴らしの良い丘の上に、大型マンション建設ラッシュ
- ・ 大型商業施設出店の影響で小規模小売店の閉鎖が加速

⇒ 「買物難民」は横浜市内で急増中

4. 事業コンセプト

- ・ **ご近所で、便利なお買物をお楽しみください**
- ・ **旬と産地にこだわった安全でおいしい商品を揃えています**
- ・ **その日に食べたいものを、実物を見て、手にとってお選びください**
- ・ **どなたでも、少量からでも気軽にご購入頂けます**
 - **面倒な手続き不要、送料不要**
- ・ **そむりえさんや、ご近所のお友達との会話もお楽しみください**



5. ポジショニング

<ターゲット>

- ・ 買物が不便な地域
- ・ 食材と健康への感度が高い
- ・ 可処分所得がそれなりにある
- ・ 少人数世帯
 - 「子供が小さい夫婦」「シニア夫婦」等

<競合状況>

- ・ 買い物が不便な地域で販売すると、お客様の大半は「週末に自動車買い溜め」or「週に1回宅配」
- ・ その間の買物手段間の競争
 - タクシーで高島屋、コンビニで我慢、駅前スーパーで駐車場待ち

6. ミッションステートメント

- ・ 買物が不便な地域に利便性を提供するとともに、交流の場を提供し、地域コミュニティの活性化を支援します
- ・ 安全でおいしい食品を提供し、お客様の健康的な食卓づくりを応援します
- ・ 対面販売を通じて、生産者と生活者の相互理解形成を支援します



7. 販売事例

■雨天の大規模マンション



■自治会夏祭り



■ハロウィン



■モデルルーム駐車場



■シニア住宅内



■パン屋さんの前



8. その他 当事業の特徴

・ 環境対策

- CO₂オフセットのため、インドネシアにて200本の植林を12月に予定（発注済）
- 会員へエコバッグ無料配布、特典ポイント発行



・ 情報システム

- ハンディターミナルと携帯プリンターによるPOSシステム
- GPS携帯を活用した配車システム（準備中）



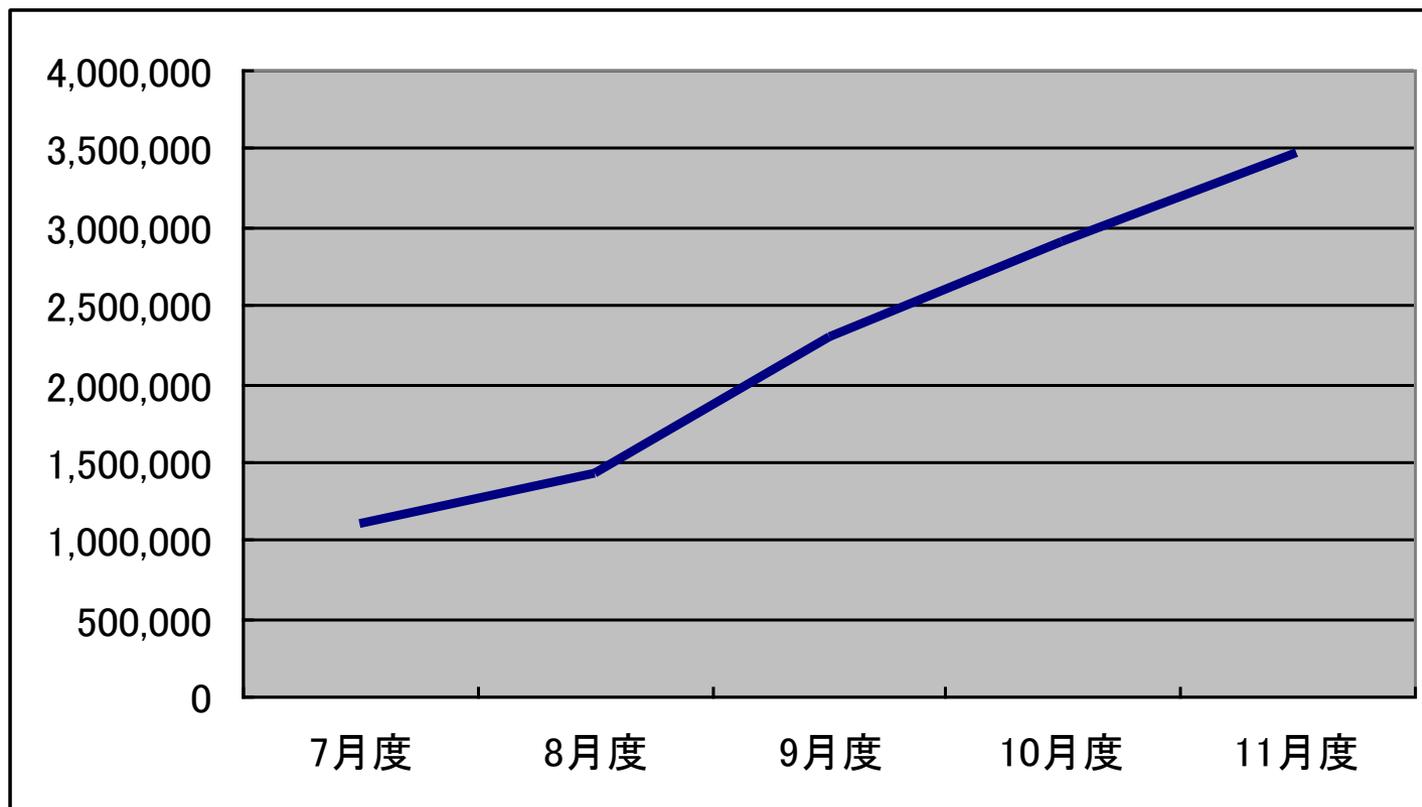
・ 品質管理

- 冷蔵倉庫、定温倉庫を設置
- 夏場はコールドチェーンでの商品調達を実施



9. 業績

- 07年6月に営業所移転のため休止、7月から営業再開



- 当面の目標は1台あたり日商15万円（4台で月間1500万円）

10. 今後の展望

- ・ シニア住宅、介護施設との提携
- ・ マンションデベロッパー、管理会社との提携
- ・ 商業施設で集客装置としての展開
- ・ NPOとの連携、地域コミュニティへの浸透
- ・ ロス前青果の惣菜再利用
- ・ 有機栽培農家の産地リレーづくり
- ・ 加工食品仕入先の見直し
- ・ 東京進出、全国チェーン化

- ・ 業務提携、資本参加をご検討ください