

雑貨ショップの  
MD戦略



▲酒やギフト提案にも力を入れている

併せ持つ駅ビルで、食の専門店を充実させ、ギフトを選ぶ顧客の満足を目指している。「日本の食の可能性を拡げる」をミッションに掲げ、ギフトニーズも高い AKOMEYA TOKYO にとっても親和性の高いショッピング施設だ。

ここでは、豊かな暮らしを楽しむための様々な新商品を取りそろえ、日本の暮らし、四季や旬を感じられるフェアや作り手のこだわりや思いを感じながらおいしい魅力を感じることができる試飲・試食のイベントも開催（不定期）。好みの米を好きな量だけ選んでもらい、その場で精米することで鮮度の高い米を購入できる量り売りコーナーも設置しており、贈り物需要や環境配慮の観点からも人気のコーナーとなっている。

9月11日の取材時、日本全国のスーパーマーケットの棚からお米が消え、「令和の米騒動」とまで言われていた。

「お米の需要が逼迫（ひっぴく）していることは実感しています。

お米の需要が逼迫（ひっぴく）していることは実感しています。



▲出雲産に奉納されたお米をギフトに

今後「日本の一杯の炊き立てのごはんから広がるおいしい輪」を追求していきます」（高木氏）。

「『下町の生活に寄り添って生活を豊かにしたい』というコンセプトに共感しての出店となりました。『生活を少しだけ豊かにしてくれるようなもの』という観点から商品のラインアップを構成しています。AKOMEYA TOKYO にとっても亀戸はとても重要なマーケットの一つです」（高木氏）。

ギフトを重視したMD

AKOMEYA TOKYO は、お米を「生鮮食品」と捉えている。お米は精米をした時から、空気に触れると酸化していき鮮度がすぐに落ちる。お米を一番おいしい状態で食べてもらうため、少量の量り売りはもちろん、店頭で精米を行っている。また酸化を止めるため、空気に触れないように真空パッケージに入れた2合のキューブパック売りなど、少量販売ができる製品を数多く取りそろえ、新鮮な状態で食べてもらう、様々な品種を食べ比べて楽しんでもらえるように工夫している。

店舗によって行っていないところもありますが、亀戸店においては、精米の量り売りコーナーを設けました。お米が普通に買えなくなっている事情もあると思います。量が、量り売りのお米の売上は伸びています。アコメヤの場合、その場で精米し新鮮なままお渡しできるので、お米を一番おいしい状態で食べていただける。おいしいお米を食べたいという需要は常にあります。精米のコーナーのご利用は多いですね」（高木氏）。

の根底には「日本へのこだわり」があります。調味料やごはんのお供なども日本で作られているものを探し出す、または開発し続けており、筋は一本通していると自負しています。

農家や生産者の方々との絆、信頼関係を大事にしています。彼らはこだわり抜いた、とても良いものを生産しているのですが、発信の方法が分からないということも多い。我々が取り扱い、お客様に提案することで、商品の良さだけではなく、生産の裏側の思いやストーリー、地域の魅力なども併せて知っていただける。生産地取材に行き、作られている背景を取材しレポートにまとめ、それをホームページで発信しています。店頭での情報発信と合わせて効果を生んでいます。



日本人の食に関する関心を高める  
食品、雑貨のMDを展開

お米を中心としたライフスタイルショップ AKOMEYA TOKYO

株式会社 AKOMEYA TOKYO が運営する「AKOMEYA TOKYO アトレ亀戸」が、2024年9月12日（木）に増床リニューアルしたアトレ亀戸にオープンした。同社は「一杯の炊き立てのごはんを中心に広がるおいしい輪」をコンセプトに、全国から厳選されたお米と、お米に相性抜群の「ごはんのお供（出汁（だし）などの食品や、食器・調理道具などを扱うライフスタイルショップで、今回の亀戸アトレが国内25店舗目の出店となる。

日本各地のおいしさにこだわった  
商品を開発、セレクト

AKOMEYA TOKYO は、2013年4月、銀座への出店から始まり、2023年にブランドとして10周年を迎えた。全国の生産者との強いつながりと信頼関係のもと、「ほんもののおいしさ」にこだわった商品開発やセレクトを進めており、古くからある日本の食文化や伝統を現代のライフスタイルに合わせ提案している。

ビジネスとして、日本の食文化の中心である「お米」、一杯のごはんをさらにおいしくする「お供や調味料」、食卓を彩る日本の伝統的な「食を中心とした雑貨」、季節に合わせたこだわりの調味

料・食材。そして炊き立てのごはんとおかずを楽しむ飲食店「AKOMEYA食堂」の四つのカテゴリーによる物販、飲食で、食にまつわるライフスタイルを提案している企業だ。

大型店においては、常時1500種類の商品をそろえ、食品は1300品。20品種以上の米や、約300種類の「ごはんのお供」を取りそろえている。同社のバイヤーが日本全国から選りすぐった商品の中から、さらに社内の試食会で「おいしいもの」だけを厳選。毎月、主に最終金曜日のフェアに合わせて新商品を投入し、季節ごとに変化をつけたラインアップとなっている。

「これらの商品展開によって、日本人の食文化において、ごはん、お米は欠かせない文化であること。その素晴らしい文化を追求するとともに、『ごはんってすごくおいしい』と思っていただけるようにしていきたい」と（株）AKOMEYA TOKYO マーケティング部「マーケティング課 PR・プランナー 高木絵里奈氏は話す。

AKOMEYA TOKYO が国内25店舗目として出店するアトレ亀戸は、「新・下町スタイル」をコンセプトに、都心のスタイリッシュさと下町のカジュアルな雰囲気



▲「AKOMEYA TOKYO アトレ亀戸」外観