

弘法屋サカエチカ店  
カットフルーツを起点とする  
商品構成と店舗作りの事例

平成26年4月オープン  
約30坪（厨房含む）  
社員1名パート2~3名  
年間売上 約5000万円（店頭）

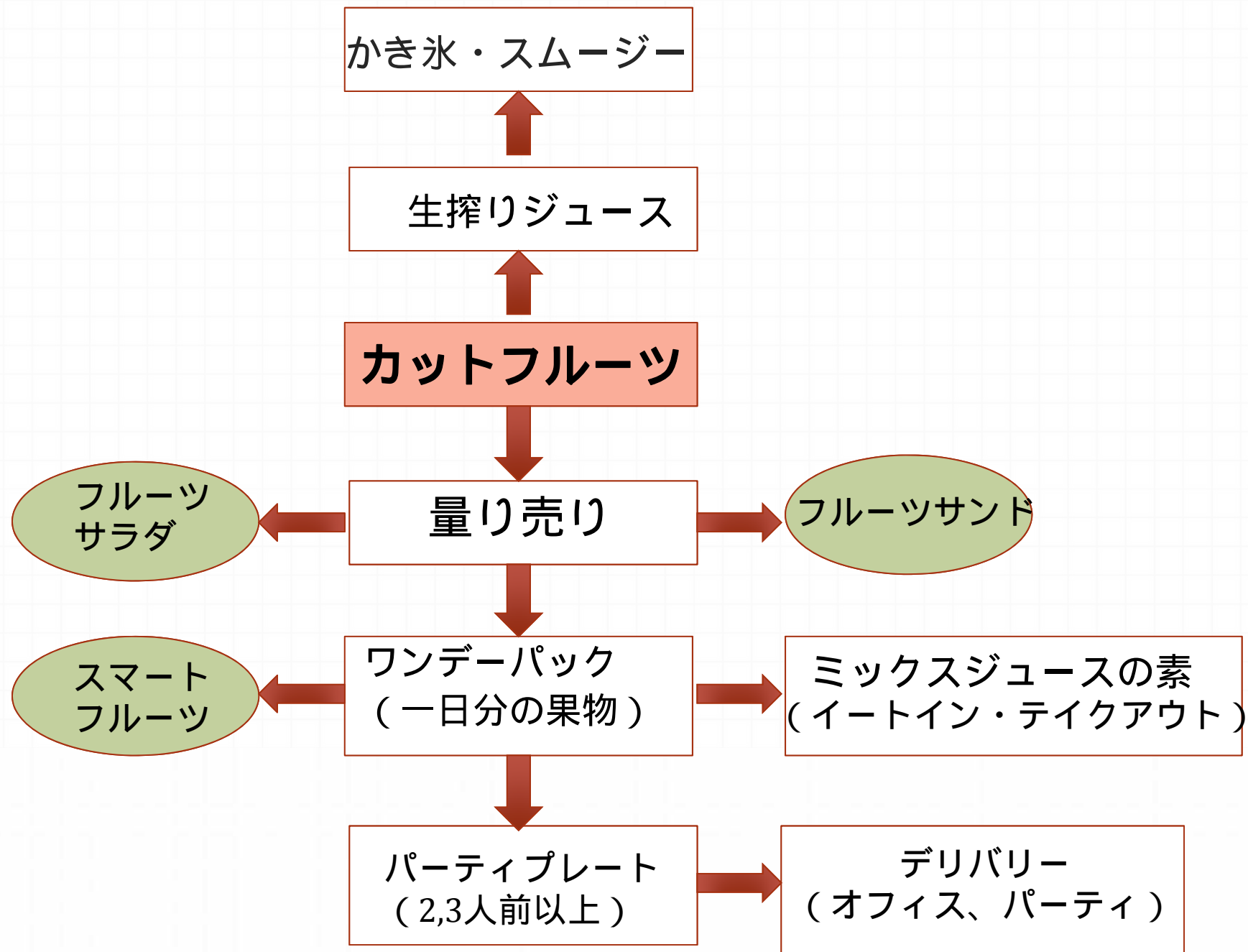
2014.4.オープン  
フルーツ加工品専門ショップ  
弘法屋サカエチカ「プリュス店」



## ショップコンセプト **フルーツを生活必需品に**

「野菜不足」という言葉はあるが「果物不足」とは言われない・・・  
徹底的にお客様にフルーツ自体を近づける試み

- ・ タイミングやシチュエーションに合わせて、  
「フルーツを食べ易い形」にして提供する
  - イートイン・テイクアウト、自家用・贈答用
  - ジュース、カット、スムージー、スイーツ...
- ・ 色、形、香り、臨場感で訴求（出来る限り店頭仕上げ）
  - ネットでは買えないリアルなサービスを提供
  - 低加工度、高鮮度、季節感
- ・ フルーツライフの提案（食べ方、タイミングも商品で提案）
  - 美容・健康（ダイエット）に適した食べ方
  - ミールとしての使い方（朝食、昼食）
  - 機能性、野菜のような必要性の理解
  - 指向のレベルアップで国産指向に



## 「カットフルーツ」は、 「フルーツの美味しいところを取り出す作業」

- ・ 二次加工（処理）でなく、加工用としての別調達
- ・ お客様の手間とゴミを省くサービスが付加された商品
- ・ カットに合う性質のフルーツを選択
- ・ 適正な熟度管理（食べ頃）
- ・ 次の加工に耐えうる品質の保持（鮮度）
- ・ 用途に合わせた部位の使い分け、カット方法
- ・ 食べ易さ優先、加工後の見映えも重視
- ・ 味、色、食感のバランスでパッキング
- ・ 飽きられない組み合わせ（ワンデーパック）

健康維持の為に必要な（1日分の果物）  
1日200gのカットフルーツ＝ワンデーパック



カットフルーツは、生絞りジュースの素材とも  
リンクしているので効率的



お客様の目の前で1杯ずつカットフルーツを使って作る生搾りジュース（ローカルの人気TV番組で紹介された画面）





# 生絞りジュースの販売オペレーション



## カットに向くフルーツの性質

- ・ 生食して美味しい（バラつきが少ない）
- ・ 果肉が変色しにくく色鮮やか（またはその処理方法がある）
- ・ 軟果しにくい（食べ頃期が長い）
- ・ ドリップが少ない（果肉質が緻密）
- ・ 味の変化が少ない（芳香の持続）
- ・ 種が無い（または取り出しやすい）
- ・ 果皮や内袋ごと食べられる（ぶどう、柑橘...）
- ・ 果肉が効率よく獲得できる（果皮も利用できる）

## ジュースに向くフルーツの性質

- ・ ジュース（潰しても）にしても苦み、渋味が出ない
- ・ 咀嚼して食べるのとは違う魅力が発揮される
- ・ 甘い上にある程度酸味と香りのある果汁を持っている
- ・ 果皮や果肉の繊維が強くない（細い）

# 美味しさとお飲みやすさを重視し、 出来るだけ丸ごと搾る

飲料というより「飲むフルーツ」（冬場でも支持が持続）

- ・「桃」や「いちじく」「洋梨」も皮ごと使用
- ・「種なし」優先（杏、桃、チェリーは種抜き器使用）
- ・ジュースには酸味と香りがあるものを選択
- ・果肉が緻密でドリップしにくい品種を選択（ディスプレイ）
- ・持ち帰り不可、10分以内のお召し上がり（イートイン前提）
- ・お持ち帰りには、「ジュース素材」としてカットをお勧め
- ・全てのジュース素材は、カットフルーツとして計り販売
- ・シーズンごとにどんどん変化するメニュー（品種も表示）
- ・ミックスジュースはワンデーパック（テイクアウト可）
- ・スムージー、かき氷のソースとして応用

# 翌日の朝食用ミックスジュース素材として テイクアウト需要も出てきた「ワンデーパック」



## 今後のメニュー展開

「野菜」はイメージや情報で、食べる事に積極的  
「果物」は逆にイメージや情報で「消極的」になっている  
特定の栄養素による効用を唱うよりもマイナスイメージ  
(糖、カリウム、カロリーなど)の払拭に機能性の表現が  
使えないだろうか? 野菜同様「身体のために摂る」

- 「スマフル・カット」...スマートフルーツ(目的意識)
- ・ 疲れ気味・運動不足「バナナ&ミックスナッツ」
  - ・ 血圧が気になる「シーズンメロンミックス」
  - ・ 日焼け・美容「キウイ&シトラス」「プラムミックス」
  - ・ デスクワーク・目の疲れ「ベリー&ベリー」
  - ・ 風邪・成人病予防「マンゴーミックス」
- ランニングが趣味、便秘気味、パワーアップ.....e.t.c.

# フルーツの使われ方・食べられ方の変化

## →販売方法の多様化

## →供給方法のバリエーション

- ・優れた加工向け性質を持っている  
(カットフルーツ用、生ジュース用)
- ・加工度の低いレベルでの優位性を確保  
(加工度の高いものは、お客様の輸入品への許容範囲も広く、国産が優位に立ちにくい)
- ・品種特性、産地のインフォメーション、販売期間の限定(季節感)、ストーリーが国産の強味
- ・生産コストと要求される品質のバランス  
(既存評価ではオーバースペックになりがち)

弊社のほんの一例で市場に影響を与えるものではありませんが、マーケットは確実に変わりつつあります