

事例1-13 スーパーマイヤの地域ニーズを捉えた商品販売（岩手県大船渡市他）

- 1 現場スタッフの臨機応変な対応により、震災直後でも営業継続
- 2 送迎サービス、ネットスーパー事業等の、地域のニーズを捉えた商品販売
- 3 研修生の受入など採用チャンネルを拡大し、人手確保

事業の全体工程と現況



事業主体	株式会社マイヤ
プロジェクト規模	店舗展開 本設店舗 4 店舗、仮設店舗 1 店舗 総売上高186億円（平成24年 3 月期）
事業費	店舗展開費用 約22億円（本設店舗 4 億円／店舗、仮設店舗 1.5億円／店舗） ネットスーパー導入費 約80万円（その他費用はN T T 東日本による負担）

(1)事業の概要

スーパーマイヤは三陸沿岸を中心に16店舗を展開する地域密着型のスーパーマーケットチェーン。震災に伴う津波で、本部と大船渡、陸前高田、大槌で6店舗が被災した。しかし、地域住民の食のライフラインとしての役割を果たすべく、震災当日も営業可能な店舗では営業を続けるよう努力した。停電し支柱も曲がった建物では危険であると店長が判断し、店舗外で従業員の車のライトを頼りに深夜まで販売をおこなった。

震災後は各地で食料・物資不足の状況に陥っていたため、3月18日には出張販売、28日には移動販売車への商品供給と出張販売所での営業を始めた。3月に一時帰休させた従業員も、こうした営業再開努力により7月末には希望者は全員職場に復帰させた。

平成23年8月には、陸前高田市竹駒町滝の里に約1,000㎡の仮設店舗をオープン。陸前高田市役所や郵便局のすぐ近くで、敷地内には銀行ATMや携帯電話ショップ、さらには復興商店街まであり、小規模ながらショッピングモールの役割を果たしている。復興商店街が企画するイベントにも空きスペースを提供するなどの協力をし、地域住民へのサービスに努めている。スーパーマーケットに対する地元住民のニーズは高く、仮設・本設あわせて5店舗をオープン・再開させ、震災前と同じ店舗数にまで回復させ、売上も震災前の水準に戻した。今後は、市のまちづくり計画の状況を考慮しつつ、中心部の商業ゾーンへの移転等を検討している

一方で、新しい事業にも取り組んでいる。平成24年7月にはN T T 東日本、伊藤忠テクノソリューションズと連携し、大槌町の住民向けに150台のタブレット端末を配布し、ネットスーパー事業を立ち上げた。生鮮食料品や日用品など5,000品目を提供できるようにしている。現段階では、会員数が絶対的に不足しており、採算性確保は厳しい。しかし、今後地域での需要が高まると見込んで、事業は今後も継続していく。



オープンしたマイヤ大船渡店。地元住民のための「ふれあいホール」を設置している（平成24年7月）

(2)プロジェクトが直面した課題と解決のポイント

1 現場スタッフの臨機応変な対応により、震災直後でも営業継続

震災直後多くの店舗が被災し、電気をはじめとするライフラインが止まった状況での営業再開は多くの困難を伴った。しかし、同社では震災前からの危機管理の仕組みと社員教育を徹底しており、地震・津波発生時にも適切な対応がとられ、店舗にいた従業員・顧客に犠牲者は出なかった。

商品の仕入は日頃関係の深い地元業者が供給を続け、現場では店長の指示の下、現場スタッフがレジの使えない状況で均一価格での販売を行うなど、臨機応変の対応で乗り切った。地域に密着した会社の姿勢が仕入業者や顧客の信頼につながり、これらを可能にした。



新沼敏宏執行役員（右）と
新沼聖マネージャー（左）

2 送迎サービス、ネットスーパー事業等の、地域のニーズを捉えた商品販売

被災地では公共交通の一部が断絶し、自家用車等が流されたことにより日常の移動手段に困る場合が少なくない。また、自力での運転が困難な高齢者が増加していることから、店舗に足を運ぶことが難しい地域住民に対するサービス提供が課題であった。

こうした地域の課題を踏まえ、陸前高田市の店舗ではマイクロバスによる送迎サービスを実施している。送迎サービス自体は赤字だが、地域密着のスーパーマーケットとして買い物弱者への支援は必須のことと考えている。

また、平成24年7月からはネットスーパー事業を開始し、店舗に足を運ばなくても買い物ができるようになった。大槌町では、住民向けに150台のタブレット端末を配布し、ネットスーパー事業の普及に努めてきたが、中高年以上の顧客がタブレット端末をなかなか扱うようにならないことや、特定のインターネット回線の使用が条件となっていたことにより、想定よりも普及には時間を要している。会員増のためのPR、説明会の開催、仮設住宅への無料アンテナの設置等を実施しているものの伸び悩んでいるのが現状だ。それでも、ネットスーパーは今後地域にとって重要なサービスとなるという考えから、試供品サービスや配達料無料サービス等、普及のための試行錯誤を繰り返している。

3 研修生の受入など採用チャンネルを拡大し、人手確保

大船渡市は岩手県下で最も求人倍率が高く、店舗スタッフを正社員として募集してもなかなか応募者が集まらず、特にレジや夜間勤務の要員の確保が課題であった。

これに対して、現在はスタッフの勤務時間や業務分担を調整することで対応しており、また、県の就職支援事業の研修生を受入れるなど、採用のチャンネルを増やす努力により、人手確保に務めている。

コラム：被災地に生きる誠実な人たち

震災からこれまでのスーパーマイヤの動きには、震災前からの危機管理が大きな力を発揮している。同社では、大型の地震が必ず来るという予測のもと、年2回の防災訓練や震災対応マニュアル、地震保険への加入、安否確認システムの導入など最大限のリスクマネジメントに取り組んできた。

それに加えて地域や住民に対する誠実な姿勢が全社に浸透していたことにも注目したい。震災直後の「地域の人たちのため」という姿勢を貫いて、震災後も送迎サービスやネットスーパーなど地域の人が「買い物弱者」にならないための取り組みを積極的に展開し、地域密着型企業の新しい姿を提示しているといえるのではないかと。