

株式会社 マスヤ



[創業年] 1950年(昭和25年)

[売場面積] 313㎡(94坪)

[事業従事者数] 11.6人

[営業時間] 9:00~19:00

[定休日] 水曜日

[商品構成]

・惣菜	16.80%
・一般食品	12.82%
・鮮魚	12.36%
・加工食品	12.19%
・青果	11.85%
・その他	33.98%

[店舗所在地] 新潟県新潟市南区味方 103-1

[URL・SNS] Instagram : masuya_ajikata

[経営理念]

- ・食を通じてライフスタイルを提供する
- ・楽しく働く
- ・取引先・お客様・社員と社員の家族 三方良しの経営
- ・一人一人の個性を尊重し、長所をいかす
- ・地域に活気をもたらす店づくり

「誰から買うか」「なぜ買うか」の心理を捉え、お客様を呼び込む

[お店の概要]

当店の始まりは、明治6年創業の新潟市南区月潟にある「マスヤ製菓」が母体である。次世代代表を予定する栗林礼奈氏の曾祖父が1948年(昭和23年)に菓子問屋を中心とした食料品店として創業。祖父が2代目、現代表の父が3代目となる。現在は味方店、中之口店の2店舗を経営する。承継を予定している礼奈氏は、大学卒業後、大手人材紹介会社東京本社にて3年間営業を経験し、IT商社に転職、営業を4年努め退職。海外移住を計画するも、コロナが世界中流行し、故郷新潟にUターンした。その後、現代表の父の営むスーパーマスヤの仕事に従事する。現在はマスヤ味方店の店長を務める。

マスヤが位置する新潟市南区は商圈5キロ以内に大型スーパーが立ち並ぶスーパー

激戦区でもある。その中、競合分析のもと、自社の強みを洗出し、大手スーパーにない特色を尖らせるブランディングに特化した。結果、長年赤字であった経営を4年で黒字化しV字回復を実現。直近は、地元メディアのみならず全国放送NHK「あさイチ」全国の面白いスーパーでも紹介された。SNSでは1万人を超えるフォロワーを持ち、週末は遠方や県外から足を運ぶ顧客も少なくないという。



マスヤ味方店店内



POPでストーリーを丁寧に伝える

【お店の経営ノウハウ】

①店長自身を全面に出したブランディング

これからは「どの店から買うか」ではなく「誰から買うか」が重要と捉えている。店長自身を全面に出し、「美味しいものだけを売る」というブランディングで商品を選定。結果、現在では「店長の言ったものは美味しい」と多くの顧客から支持を受け、新商品が出ると顧客は味が分からなくても、「信用してるから」と、購入する流れができてきた。当店の取り組みが地元テレビ局からの密着取材に繋がり、普段顧客には見せない思いや熱意を伝える機会にも繋がった。物を販売しているが、お客様は「誰から」買うかで選ぶ時代。経営者自身を出し、お客様からの信用を築いていくことが選ばれるポイントになっている。

②物が溢れ過ぎた時代、ストーリーが顧客の「なぜ買うか」を後押しする

物が溢れすぎ、ただ物を並べるだけでは売れない時代、当店はなぜこの商品を選んだのか、どういう思いで作り手はこの商品を作っているのか。どんな食べ方がおすすめか、その背景のストーリーや、購入後の食べ方等を店舗のPOPやSNSを通じて情報発信している。細やかなフォローがお客様の心をつかんでいる。



Instagramでは店長自身が顔を出し、お薦めを伝え続ける



店長の感じたこと、食感の表現が「食べてみたい」を誘う