

創造のハト

よい品を販売します



ハイライト

平和堂ストアブランド「E-WA!」



こだわりの
素材と品質で
お客様を
笑顔にします。



一般食品事業部 日配品課
大西 充訓

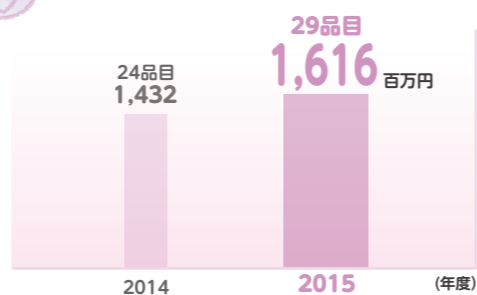


味・健康・使い勝手などにこだわったものを平和堂のストアブランドとして育てていこうというコンセプトで「E-WA!」はスタートしました。価格訴求はせず、あくまでお客様に「い〜わ」と喜んでいただけるものをお届けしています。商品部とメーカー様だけで盛り上がっていても「E-WA!」は育ちません。店舗の販売員と一体となってお客様におすすめしていきたいと思えます。「E-WA!」があるから平和堂に行こうと言ってくれるお客様が増えるよう商品開発に励みます。

平和堂ストアブランド
「E-WA!」発売アイテム
(2016年2月20日現在)



「E-WA!」年間販売額の推移



平和堂とメーカーが丹精込めて作り上げたヒット商品 「生でも旨い ひら天・ごぼう天」のこだわりをご紹介します

年間売上
130万
パック



こだわり①
国産すり身
北海道で水揚げされたスケソウダラを使用。新鮮で良質のタンパク質が豊富です。



一正蒲鉾様の製品づくりに対する思い「安全・安心・健康・環境」と、「E-WA!」のコンセプトが共通することから、相乗効果でより良い製品ができあがると期待して、商品開発がスタートしました。

こだわり②
弾力性
煮ても生食でもおいしく召し上がっていただけるよう、バランスの良い弾力性にこだわりました。



すり身に異物など
湿入していないか
検査します。

通常より念入りに
すり込み、どれくらい
の弾力があるか何度も
試作しました。

こだわり④
三方包装
一枚のフィルムを上下・真ん中の三方で綴じています。省資源化で環境にやさしい包装です。

こだわり⑤
訴求力あるコピー
「生でも旨い」という直球のメッセージがインパクト大! ひら天は「おでん」や「煮物」だけではないということを印象づけました。

夏場でも販売数を伸ばす
きっかけとなりました。

「E-WA!」の商品は
試食会を何度も重ねて
商品化しています。



試行錯誤しながら 魅力ある製品に

“地産地消”というコンセプトで、平和堂様から商品開発の声をかけていただいたのがきっかけです。両社の「いいものをつくりたい・届けたい」という熱意が、この製品をベストセラーに押し上げたのだと思います。「E-WA!」のブランド力向上が、当社にとってもモチベーションアップにつながっています。

一正蒲鉾株式会社 関西工場 工場長
井口 宜俊様



・ひら天にボリュームがあって、食べ応え満点!
・「E-WA!」マークが付いているものはどれもおいしいですね。

パートナー企業

一正蒲鉾株式会社 関西工場 様
(滋賀県守山市)

古からの伝統的な蒲鉾づくりを大切にしながらも、常に新しい練り製品の開発に挑戦している、練り製品業界でトップシェアをほこる企業です。

URL <http://www.ichimasa.co.jp/>

地産地消※1

地域活性化をめざし、地元の食材をお届けします。

地元農家直納野菜コーナー

平和堂では地元の農家で採れた野菜を直接店舗に持ち込んでいただく仕入方法(直納)に取り組んでいます。

地域で農業を営む生産者と、消費者となるお客様をつなぎ、配送に係る環境負荷を低く抑えるだけでなく、食や地域環境への関心や愛着を深め、生産者への感謝の気持ちと豊かな食文化の創造に役立つと考えています。



大阪エリア8店舗に導入した「まごころファーム」

97店舗
(目標:85店舗)

取扱い店舗数



ピバシティ平和堂 地場野菜コーナー



114店舗
(目標:115店舗)

取扱い店舗数



地場野菜コーナー

平和堂は地産地消の取組みとして、地元の生産者や市場、自治体と協力して、地元で生産された野菜を販売する「地場野菜専用コーナー」展開に力を入れており、新店や改装店舗には基本設置し、年々取扱い店舗数を拡大しています。

今後も地域に密着する企業として、地場野菜コーナーに力を入れ、地域に貢献していきます。

※1 地産地消 「地域で生産した農作物をその地域で消費する。輸送に係る環境負荷が少ないというだけでなく、消費者にとっても、安心安全で新鮮な旬の野菜を安く手に入れることができ、地域の活性化にも繋がる取組みです。」

食品リサイクル

食品リサイクルループ※2

食品残渣を再生利用し、環境負荷を低減します。

平和堂では2010年より、青果売り場の商品加工過程で発生した野菜くずを堆肥化工場に持ち込み、加工した堆肥を用いて指定農家で生産し、再び店舗販売するという食品リサイクルループの仕組みを利用した「循環エコ野菜」の取組みを推進しています。

※2 食品リサイクルループ 食品の販売過程で排出される食品残渣は、全国で年間1,900トン以上発生しており、その大部分はゴミ処理場で焼却処分されています。この食品残渣を肥料に加工して農産物を生産し、再び販売するという一連の流れをいいます。

循環エコ野菜のしくみ



循環エコ野菜の取扱い品目一覧

- ・ブロッコリー・えだまめ・ペピーリーフ
- ・タマネギ・ダイコン・ナス・ばれいしょ
- ・レタス・ハクサイ・グリーンリーフ
- ・キャベツ・ニンジン・ミニトマト・サトイモ
- ・カリフラワー・ミズナ・カブラ・かぼちゃ

約1億2,000万円
(目標:1億3,000万円)

循環エコ野菜販売額(18品目)



環境配慮型商品

環境セレクト商品

環境配慮型商品を積極的に販売し、循環型社会の構築に貢献しています。

平和堂では、環境への負荷が小さく循環型社会に適した環境配慮型商品として、約200アイテムを「環境セレクト商品」に選定し、推奨販売しています。

2015年度は6月の環境月間、10月の3R推進月間に合わせてPRすることで、販売額は前年度からおよそ16億円増え約102億円となりました。

約102億円
(目標:92億円)

環境セレクト商品販売額



再生紙100%使用や
繰り返し使えて
環境にやさしい商品



農業や化学肥料を
できるだけ使用せず
に栽培した農産物



約297万円

寄附金額

TOPICS

環境商品共同プロジェクト

「ライオン・トップエコプロジェクト」で約27万円を森林保全活動に活用しました。

平和堂は、メーカーとタイアップして、環境にやさしい商品の販売を通じて環境保全活動に還元する「環境商品共同プロジェクト」を展開しています。

2015年度はライオン株式会社とタイアップし、植物原料使用によりCO₂排出量を大幅に削減した洗濯用洗剤「トップ」の販売額の一部(約27万円)を寄附していただき、「平和の森づくり」※4で使用する備品の整備や購入に活用しました。



※4 平和の森づくり 平和堂社員がボランティアで取り組む森林保全活動。本誌P32参照。

マザーレイク滋賀応援キャンペーン

琵琶湖の豊かな自然を、次世代に引き継いでいきます。

平和堂では、近畿約1,400万人の暮らしや産業を支える琵琶湖の環境保全に貢献するために、「マザーレイク滋賀応援キャンペーン」を毎年展開しています。

このキャンペーンは、対象商品を選び、その販売額に応じた金額を滋賀県の「マザーレイク滋賀応援基金」※3に寄附するものです。2015年度は約297万円を寄附しました。

※3 マザーレイク滋賀応援基金 琵琶湖の保全や歴史文化遺産の保存・活用を図るため寄附金等で運用される基金。前年度のキャンペーンによる販売額の一部を寄附しています。



マザーレイク滋賀応援基金対象商品と寄附金額

平和堂バナナ 約48万円	花王 アタックNeo、 ニュービーズNeo、 ハミングNeo 約59万円
毎日 びわこ牛乳 約37万円	サントリー ザ・プレミアムモルツ、 金麦 約153万円