

首都圏1号店が开店

店内でトマトのカット、ベビーリーフ量り売りも

ライフコーポレーションは今日5日、セントラルスクエア押上駅前店（東京都墨田区）を開店した。セントラルスクエアは「日々のお買い物、便利から、楽しいへ。」を

コンセプトとする新業態で、近畿圏では5店舗を展開、首都圏では初となる。

店舗はホテルや駐車場が入る13階建てビルの下1階と地上1階で、2階を家具・



地下1階の青果売場

インテリアのニトリに転貸する。東武伊勢崎線・東京メトロ半蔵門線・京成押上線・都営浅草線の押上駅前、東京スカイツ

リータウンが間近という立地。店舗から1キリ圏内の顧客のシェアを上げるとともに、ニトリの出店効果で3〜5キリ圏内、またスカイツリータウンなどに来る遠方からの客の来店にも期待する。

1階（売場面積1500平方メートル）は、惣菜、インスタントアペーカリー、酒、化粧品など。周辺で働く人の需要なども考慮し、イートインコーナーを設置する。地下1階

店内でカットしたトマト（左）とベビーリーフの量り売りは初めて。ベビーリーフは大部分県産産物を品揃える。

1階には首都圏初の導入となる対面販売のジュースバーを設置し、青果売場で扱う青果物を使用したオリジナルレシピのジュースを提供する。惣菜コーナーには「惣菜ピュッフェ」（19アイテム）も設置し、和洋中の惣菜や果物を量り売りする。

また、同社では全店で顧客アンケートとヒヤリングを実施。青果売場平のPOPをはじめ各所にその声が活かされている。同店は開店準備に2年かかったという。同社の

岩崎高治社長は「当社のもてる力を結集した。現時点でセントラルスクエアの出店計画はないが、数年に1回はチャレンジすべき」としている。成功事例は今後他店に水平展開させる考えだ。年間売上高は45億8千万円（うち農産の構成比15・6%）を計画している。

