

# 全国から仙台まで買いに来る おはぎで知られる「主婦の店」



## おもてなし経営のポイント

- ❖ 大ヒット商品は顧客の要望から生まれた「おはぎ」
- ❖ レシピを廃止し、味に責任を持つことでやりがいを高める
- ❖ 社員、顧客、地域、さらに同業他社とともに共存共栄を目指す

### 経営理念と企業文化

#### 顧客の要望から生まれた 大ヒット商品

仙台駅から車で40分の場所にある観光地、秋保(あきう)温泉。旅館が並ぶ通りの中に「主婦の店さいち」はある。株式会社佐市が運営する食品スーパーだ。さいちの創業は140年前。代表取締役の佐藤啓二氏の祖父が設立した「よろず屋佐市商店」が前身で、1979年にスーパーへと業態転換した。現在、全国各地から多くの観光客が来店する。お目当ては

惣菜だ。毎日、実に300品目が陳列棚を飾る。年商約7億円のうち、50%超を惣菜部門が担う。一般的な食品スーパーのそれが10%程度であることを考えると、非常に高い割合であることが分かる。

「これだけ売れるのだから、さぞかし腕のよい料理人がいるのではないか」と思うが、実は地元の主婦30人が毎日10品目を作り、陳列まで行なうのだという。惣菜の味や作り方はすべて、社長の妻で専務の佐藤澄子氏が決める。実際に調理しながら、口伝で手取り足取り教え、担当者身に付けてもらうのだ。この積み重ねがあって、他店がまねのできない惣菜部門へと変化を遂げたので

ある。

惣菜部門の数ある看板商品の中でも、全国的に有名となった「秋保おはぎ」の売れ行きは群を抜いている。1日平均5,000個、お彼岸など時期によっては25,000個が完売する。この大ヒット商品が生まれたきっかけは、一人の顧客からの要望であった。「お彼岸に帰ってくる孫におはぎを食べさせたいが、難しくて自分ではつくりたくない。さいちでつくってもらえないだろうか」。

一人の顧客の声に真摯に耳を傾け、妥協することなく試行錯誤を繰り返し、ようやくつくり上げたものだった。

顧客の要望に向き合う姿勢は創業当時のものなのであろう。



### 社員の意欲・能力向上

#### レシピの廃止が やりがいを高めた

先述した「口伝」という表現のとおり、同社にはレシピがない。レシピ通りにつくっておしまいでは、料理に心がこもらなくなる、という考えからだ。ある日、顧客から味に関する指摘を受けた。早速、担当者にどのようにつくったのかを尋ねると、「レシピ通りにつくりました」という答えだけが返ってきた。それ以上の反省はない様子であった。

以来、レシピを廃止。専務が「さいちの味を理解している」と認めるまで、マンツーマンで指導するようになったのである。

これは同時に、つくり手のやる気を上げた。レシピを廃止したことで、惣菜の味にこれまで以上の責任を持

つようになったのだ。プレッシャーも大きい、その責任感が、顧客の「おいしい」を聞く際の喜びを何倍にも増幅させてくれるのである。売り場にも立つ専務は、「おいしい」と言われると、その場で担当者呼び、直接、顧客から喜びの声を聞いてもらうように配慮している。

### 地域・社会との関わり

#### 同業他社とも 共存共栄を目指す

顧客から惣菜のつくり方を尋ねられた場合、さいちでは断ることなく伝えるようにしている。「教える立場になることで、人は成長をする」と考えるからだ。同業他社に聞かれても、このスタンスは崩さない。顧客の要望を丁寧に受ける姿勢も変わらず、これによって現在も新しい商品を生み出し



ている。地元の期待に応え、次なる看板商品をつくりたいとしている。

社員、顧客、地域、そして同業他社とも共存共栄を目指すさいち。その一貫した姿勢が、同社に「日本一の主婦の店」という評価を与えている。

写真[1][2]: 大人気のおはぎは1個105円。この看板商品は一人の顧客の声から生まれた。

写真[3]: 人気のおはぎコーナー。「棚に入れた瞬間からなくなっていく」ときもある。

写真[4]: 自家製の惣菜を含め、300品目の豊富な品揃え。味に定評があるのはおはぎだけではない。

写真[5]: 店舗外観。一見すると何の要哲もない町のスーパーに、日本中から人が集まる。

1



## 会社概要

- ・法人名: 株式会社佐市
- ・代表者: 佐藤 啓二 代表取締役
- ・所在地: 宮城県仙台市太白区秋保町湯元字薬師27
- ・設立年月: 1951年設立

- ・事業内容: 主婦の店 さいち (食品スーパー)
- ・社員数: 正規18名、パート・アルバイトなど40名
- ・ホームページ: なし