

# RICOH MP C305SP

活用事例

小売分野

**RICOH**  
imagine. change.

株式会社ふくしま 様



## そのこだわりをお客様に伝えるPOPがある。

### お客様の取り組み

食材の鮮度・産地にこだわる、ひとクラス上のスーパーマーケット。

松江市に4店舗のスーパーマーケット「ラパン」を展開する、株式会社ふくしま様。食材の質、鮮度、産地などに徹底的にこだわった商品選びが特徴だ。「お客様を家族と思って、本当に食べさせたいものという基準で商品を選んでいきます。」そう話してくださったのは、取締役の福間健介様。「安ければいいということではなく、おいしさと安心・安全を追求しているのがラパンの特徴です。」

特に生鮮品には並々ならぬ思い入れがある。松江城のかつての城下町に店を構えるラパン母衣町(ほろまち)店の前畑光俊店長はこう語る。「生鮮

はうちの生命線です。たとえばシラウオなど、少し高価でも美味しいものを食べたいと遠くから来られるお客様もいらっしゃいます。そういった期待に応えたい。ここだけは譲れないですね。」

閑静な松江市内にありつつ、平日でもお昼になると広い駐車場があつという間に埋まってしまうほどの人気ぶり。地場の野菜・鮮魚や高級和牛、海外のワインやお菓子など、専門店でもなかなか見られない珍しい飲食品の数々は、舌の肥えたお客様の心を確実にとらえているようだ。



取締役  
総務部長 福間健介 様



特に訴求したい商品にはフルカラーを使用

2色印刷を活用した値札でコストを抑制

2色印刷とフルカラー印刷を使い分け、コストを抑えながら効果的に演出された売場。

## 導入の背景

### プリンターやファクスの耐久性が乏しく、頻繁に買い替えていた。

総務部長の福間様は、店舗業務はA4サイズ以下の用紙利用が多く、店舗バックヤードの設置スペースが限られていることから、リコーの営業担当者にコンパクトなA4複合機がないか以前から相談していたという。店舗のバックヤードではカラープリンターを使っていましたが、インクのコストが問題になっていました。また、耐久性も乏しく、頻繁に故障しては買い替えていました。ファクス専用機もだいぶ古くなっていました。

「故障するたびに電気屋さんに走っていました。」と前畑店長は語る。また「店では鮮魚や精肉、グロスリーといったコーナーごとに担当者がいて、黒と赤を使った値札POPを作っています。特に生鮮品は当日に売価指示があり、スピーディにプリントできることが大事なんです。忙しいスタッフにとって、たび重なるインクの補充作業は手間でもありません。以前使っていたプリンターは色も鮮明とはいえず、商品説明や生産者を紹介するPOPを本部に委託することも多かったんです。」相場や売価の指示はファクスで行なわれる。母衣町店には4店舗分の発注を一括して行なう本部機能が、業者様とやりとりする機会も多いため、ファクスの消耗も激しかったという。「コピー機に至っては店舗になくて、となりの惣菜工場に行って借りたりしていました。」(前畑店長)



ラパン/母衣町店  
店長 前畑光俊 様

そんな時、パフォーマンス契約タイプのA4複合機RICOH MP C305 SPが発売されることになり、4店舗への導入が決まったという。「ファクスとプリンター、コピー機。3つをひとつに集約できればコストは下がります。狭いスペースに置いて、POPや利益管理表をプリントできて、ファクスをたくさん使える複合機。トナーの費用もかからない。他に比較できる複合機はありませんでした。」(福間様)

## 導入効果

### 2色とフルカラーの使い分けで、無理せずコスト抑制ができるように。



導入後の感想を前畑店長に伺った。「最高ですね。インクの交換や故障に神経を使うことがなくなりました。もっと早く導入すれば良かったです。サイズも良いですね。」

特にコスト面で効果があったのは2色印刷だという。「今までは黒と赤だけでもフルカラー印刷になってしまいましたが、今は黒とマゼンタだけで済みます。必要に応じて2色印刷とフルカラー印刷を使い分けられるようになりました。」(前畑店長)

また、本部に委託していたフルカラー印刷も店舗で行ないやすくなった。

「導入前はカラー印刷のコストが高く、本部で一括して出力していましたが、やはり依頼されて出力し店舗に届けるまでにはタイムラグがありました。」(福間様) 時間的なズレだけではなく、POPの内容にも不一致があった。「実は、もうちょっとこうして欲しかったという希望もありました。店舗側で制作できれば、思ったとおりに作れて、きれいで、しかも早い。イレギュラーな内容変更にもすぐに対応できます。」(前畑店長)

スリープモードもコストの抑制に一役買っている。「経費を考えると、削れるものは削りたい。小さな機器でも、消費電力は無視できません。いつ業者からファクスが来るか分かりませんから、電源をオフにするわけにもいかない。自動的に節電してもらえるのはありがたいですね。やっぱり現場が経費を管理していかないとイケません。」(前畑店長)

## 今後の展望

### POP制作の自由度が広がり、創意工夫できる環境が整った。

「値札POPはB5横、名刺サイズ、名刺2枚サイズの3種類を使っています。統一感をもたせてお客様にプライスをわかりやすく見せるためです。ただ、たくさんの商品の中からおすすめを見つけてもらうためには、品名と値段だけでは足りないことも事実です。」(前畑店長)

店舗の複合機でコストを抑えたフルカラー印刷が可能になったことで、POP制作の自由度も広がる。「非常にこだわったPOPを作ることができるようになりました。売場の担当者が熱を入れて作ったPOPは評価したいですし、売上げアップにもつながります。店舗ごとの競争という意味でも良いですね。もちろん、効果があったものは共有していきます。各店舗の横並びも考える必要がありますが、やはりそれぞれのスタッフが売りたいものにこだわること。その想いのお客様を動かすと思うんです。」(前畑店長)

RICOH MP C305 SPはその高性能で、業務の進行をスムーズにサポートする。単にコストを減らすだけでなく、働く一人ひとりの創意工夫によって機器を最大限に活用することで、企業の新たな成長が見えてくる。

## 株式会社ふくしま

- 設立：1949年9月
- 所在地：島根県松江市学園南一丁目20番32号
- 代表取締役：福島幸雄
- 事業内容：スーパーマーケット・食料品製造・販売
- URL：<http://makanaiya.jp/>

