



# 「300円ショップ」投入

## ひらせいHC

ひらせいホームセンター(HC、新潟市西区)は、フランチャイズ(FC)展開する1000円ショップ「ダイソー」で、3000円の商品を中心に扱う新業態「THREEDIPPY(スリーピー)」を開始した。新型コロナウイルス禍で好調が続く中、品質やデザイン性に優れた雑貨を投入し、女性客のさらなる取り込みを図る。2025年までにひらせい系列のダイソー全店にスリーピーを導入し、年間28億円のダイソー事業の売上高を50億円に引き上げる目標だ。

## 巣ごもりで好調 ダイソーFC強化

ひらせいHCは、HCや食品スーパーのほか、FCでダイソー、CD・DVDレンタルなどの「HIRASEI遊TSUTAYA」を展開し、複合店を中心に計143店舗を出店している。

ダイソーの運営は2000年に始め、現在は県内や隣県に52店がある。今月、スリーピーの第1号店を白根バイパス店(新潟市南区)内に開設した。30〜40代の女性が主なターゲットで、ダイソーに比べ高品質の食器やインテリア用品、化粧品などの雑貨を多くそろえている。

同店はHCや食品スーパーを併設した複合店で、全体の売り場面積は約6千平方メートルと同社最大規模。このうちスリーピーに120平方メートルを充てた。好調なダイソーの売り場を充実させる

300円ショップ「THREEDIPPY(スリーピー)」の売り場ができたダイソーひらせい白根バイパス店13日、新潟市南区

ことで、家族連れでの買い回りを促す狙いがある。

スリーピーは、ほかに県内2カ所、全国では120店舗以上あるが、これまではFC本部の大創産業(広島県)が、都市部のショッピングモールなどを中心に自前で展開していた。FC加盟店が同業態を導入するのは、ひらせいが初めて。

ひらせいが運営するダイソーの売上高は、ウイルス禍による巣ごもり需要を追い風に、対前年比で20年は

25%増、21年はさらに11%増と伸びており、同社はスリーピーを導入することでさらなる需要の取り込みを図る。

ひらせいの20年9月期の売上高は約310億円。今後は、落ち込みが続くTSUTAYAのレンタルコーナーを縮小し、空いたフロアをスリーピーを含むダイソーの売り場として拡張していく方針だ。

清水泰明社長は「巣ごもりの効果もあって、ダイソーの売り上げは今年も昨年

を上回っている。品そろえを充実し、お客さまに喜ばれる店づくりをしたい」と話している。