

ファミリーマート 「2016年度下期商品政策」発表 ～ デリカテッセン強化～



ファミリーマートは9月13日（火）、「2016年度下期商品政策」を発表した。同政策では、特に「デリカテッセンの取り組み」に注力しており、まだCVS各社が「惣菜コーナー」において顧客視点での売場づくりに取り組んでいない今こそ、スピードをもって売場の再構築を実施していくとしている。これにより、同社のデリカテッセンがCVS惣菜のイニシアチブを握っていききたい考えである。

■食の外部化率の増加

近年、女性の社会進出や単身世帯の増加、高齢化などを背景に、弁当や惣菜などに依存する“食の外部化率”が増加している。家庭用冷蔵庫においては「節約」をキーワードに消費電力を下げ、収納容量を上げ、特に保存期間の長い冷凍室の容量は増加傾向にある。このような環境下をもとに、同社は中食カテゴリーの拡大を図っていく。

■一般惣菜にチャンスあり

中食市場9.2兆円の内訳は、
米飯類 4.9兆円（CVSシェア31.6%・2位）、
調理パン 0.4兆円（CVSシェア66.9%・1位）、
調理麺 0.4兆円（CVSシェア63.1%・1位）、

一般惣菜 3.0兆円（CVSシェア15.0%・3位）、
袋物惣菜 0.5兆円（CVSシェア47.1%・1位）、
となっており、一般惣菜におけるCVSシェアは低く、マーケットニーズを獲得できていないといえ、拡大の余地があるといえる。

■ファミリーマートのデリカテッセン

ファミリーマートの惣菜政策は、3階建てピラミッドを基本的な考え方としている。1階はいつもある「常備冷蔵」、2階は毎日の「おかず」「おつまみ」、3階は自分への（…続きは正規版をご覧ください）