

## 「第10回ベスト店長大賞」発表 ～新店・既存店からそれぞれ1名ずつ2名が受賞～

**新**日本スーパーマーケット協会は、「第52回スーパーマーケット・トレードショー2018」（2月14日～16日、幕張メッセ）の主催者企画として、日本国内のスーパーマーケットの優秀な店長を表彰する「第10回ベスト店長大賞」を開催し、このたび受賞者2名を選出し発表した。

選定は、2016年10月～2017年9月の新店・改装店と、既存店からそれぞれ行われ、新店からは㈱イズミ（広島県広島市）の「LECT youme 食品館」（同）登田憲治 食品店長。既存店からは、㈱カスミ（茨城県つくば市）の「フードスクエアカスミひたちなか笹野店」（同・ひたちなか市）松島英樹 前店長が選出された。

「ベスト店長大賞」は、店長という職務の重要性、

素晴らしさを業界関係者だけではなく広く伝え、現在店長として働く方々の目標となるとともに、スーパーマーケットの店長の社会的地位の向上を図ることを目的とした表彰制度である。

選考は、「良い店の店長が優秀な店長」という仮定のもと、「消費者推薦による優秀店舗の抽出」、「流通報道記者会加盟社・流通担当記者による推薦」を経て、選考委員に諮り決定する。

なお、「第52回スーパーマーケット・トレードショー2018」（SMTS）2月15日（木）15:40～16:40、会場内セミナーステージ（8ホール）において、受賞者2名をパネリストに迎え、パネルディスカッションを実施する。

### 《 受賞者 》

#### 【新店】



企業名：株式会社イズミ

店舗名：LECT youme 食品館

氏名：登田憲治（とだけんじ） 食品店長

プロフィール：

1997年㈱イズミ入社。デイリーフーズの担当、主任、ブロック主任を歴任。2005年本社食品部デイリーフーズ課バイヤー、課長を経て、2014年「ゆめマートサンモール」（広島市）店長。「ゆめマートさが」店長を経て、2017年新店「LECT youme 食品館」食品店長に就任。

#### 【既存店】



企業名：株式会社カスミ

店舗名：フードスクエアカスミひたちなか笹野店

氏名：松島英樹（まつしまひでき） 前店長

プロフィール：

1996年株式会社カスミ入社。鮮魚担当、チーフを歴任。2005年「勝田店」次長、他数店舗を歴任。2009年「東郷店」（千葉県）店長。日立神峰店、勝田店を経て、2016年「フードスクエアカスミひたちなか笹野店」店長就任、2017年8月まで同店を率いた。現在は同社旗艦店「赤塚店」（水戸市）店長。

# Food Navigation 年間利用会員様 募集のご案内

惣菜



惣菜売場でのポイントは弁当。弁当類は平心静かで展開され、弁当の盛り付けに特に力を入れているという。百貨店の商品の盛り付けを目指し、ボリュームを出しつつ、豪華に見得るように、品目や色合いなども工夫されている。

米飯



「赤魚の柏漬弁当」  
「季節の彩りほろき弁当」  
「季節の味覚御膳」  
「豚肉アスパラチーズ弁当」  
「厚切り鮭弁当」  
「アツアツ」  
「あゆの塩焼」

惣菜

「鮮度感」のある情報を...

ヨークベニマル矢野目店オープン当日、ヨークベニマルの大高善興社長（代表取締役社長 兼 COO、セブン&アイ HLD. 取締役）は震災後1年の東北エリア、自社について次のようにコメントした。

■3.11以降の変化  
東北エリアを見ていると、3.11 大震災以降の購買行動が変わってきたように見える。一つは高齢化、年金、社会保障に関する不安から、1円でも安くという節約志向にある。もう一方では、同じ買い物をするのであれば、商品を吟味して安全・安心など、価値のあるものを買うというニーズが一段と高まっており、大きく二極化してきたといえる。どっちつかずの商品やサービスは消え行く傾向にあるようだ。自分達のターゲットとコンセプトを明確にし、お客様を創造している。

も好調なセブンイレブンのマネジメント力などをもっと学ばなくてはならない。

■セブンプレミアム商品について  
セブンプレミアム商品の開発には、明確な目標や志、コンセプトが必要。これからはカテゴリー毎に「コア」商品を作らなくては生き残れない。セブンプレミアムシリーズに関してはリピーターが増えており、特にゴールドシリーズに関しては、月を追うごとに増えている。価格は安くはないが支持は高い。大事なのはベーシックな商品でリピーターをしっかり作っていくこと。珍しいものを作るより、基本の商品で多くの支持を集めていくことが大切。

■SMにとってのPB  
我々の販売の最大のプライベートブランドは野菜であり、鮮魚であり、精肉であり、デリカテッセンである。そこにデリーや加工、セブンプレミアムセブンプレミアム商品の開発には、明確な目標や志、コンセプトが必要。これからはカテゴリー毎に「コア」商品を作らなくては生き残れない。セブンプレミアムシリーズに関してはリピーターが増えており、特にゴールドシリーズに関しては、月を追うごとに増えている。価格は安くはないが支持は高い。大事なのはベーシックな商品でリピーターをしっかり作っていくこと。珍しいものを作るより、基本の商品で多くの支持を集めていくことが大切。  
東北エリアを見ていると、3.11 大震災以降の購買行動が変わってきたように見える。一つは高齢化、年金、社会保障に関する不安から、1円でも安くという節約志向にある。もう一方では、同じ買い物をするのであれば、商品を吟味して安全



「ヤオコー川越的場店」オープン  
ヤオコー進化を象徴 新フラッグシップ店

◀▲上記記事は過去掲載記事例です。

■『Food Navigation』とは・・・

スーパーマーケットの新店をはじめ、コンビニや一部外食など、惣菜を中心に生鮮部門などもレポートする Web 閲覧媒体です。特に惣菜においては、各バイヤーのコメントなど鮮度感のある情報を提供しております。

■年間サービス利用料金

年間サービス利用料：90,900円+税（税込 98,172円）

■ご利用にあたって

- ※当サービス利用申込企業様は当サービス「利用規約」を承諾したものとします。
- ※当サービスでは、会員様が安全にご利用頂けるよう暗号化ファイル（FinalCode システム）での提供をしております。FinalCode の動作環境としては、OS は Windows7 以降、Web ブラウザーは Internet Explorer 10、11、Microsoft Edge となっております。※ JavaScript 使用 ※ Cookie 使用。
- ※また、当サービスは契約企業内のみでの利用となっており、営業手段としての利用は禁止しております。

《 入 会 申 込 書 》

株式会社フードナビゲーションジャパン 担当：小池 宛

FAX. 048-424-5547 TEL. 048-424-5546  
携帯：090-2545-4724 E-mail: info@foodnavigation.com

申込日： 年 月 日（ 年 月より利用開始）

『Food Navigation』利用規約を承諾し、年間利用に申し込みます。 ※左空欄にチェックを入れて下さい。

配信先担当者	企業名	〒	連絡先	TEL:
	住所 部署 役職 氏名		情報配信先	FAX: E-mail:
請求先	請求書送付先 担当者 部署・ 役職・氏名		連絡先	TEL: FAX: