

## ファミリーマート「下期商品政策」発表 ～上期は中食カテゴリー刷新でけん引～

ファミリーマートは「2015年度下期商品政策」を発表。上期は中食カテゴリーの刷新や商品の絞り込みなどが奏功し好調に推移したという。下期も引き続き中食カテゴリーの刷新を中心に改革を進めていく。

### 【下期商品政策】

下期商品政策としては、次世代 CVS の進化に踏み込む。現在、CVS は第2フェーズ（商品・サービスの拡充）から第3フェーズに入っている。第3フェーズとは、顧客に寄り添い課題を解決し、新しい価値創造の段階。第2フェーズまでの物販・サービスの進化と新たな共生型サービスの提供が求められている。中食においても、健康中食や出来たて、スーパーの代替などが求められる。

#### ■中食価値創造のポイント

- ①全中食商品共通のアイデンティティ（基本理念）
- ②顧客にとって分かりやすい価値・ベネフィット
- ③価値と合った価格
- ④食の専門知識と技術
- ⑤食材の追求
- ⑥攻めの品質管理
- ⑦効率的に美味しさを追求できる工場体制
- ⑧商品担当の開発商品への想い

#### ■下期中食品質の向上

“唐揚げのおいしさ向上”では、鶏肉の流水解凍を見直し、時間をかけてチルド解凍に変更。加熱後もジューシーな唐揚げを実現。また、鶏肉に下味をもみ込むことで肉の中まで味が染み込み、おいしさとジューシー感を向上。同唐揚げはサラダや惣菜、調理パン等にも使用される。その他、レンジラーメンではスープ・麺・

チャーシューなどを刷新。レンジ鍋、パスタ、チョコレートなど、専門店をベンチマークし品質の向上を図っていく。チョコレートでは、日本に数台しかない機械を導入し、ロット生産できる体制を実現した。

#### ■健康中食のカテゴリー創造

「健康中食」の具体的な取り組みでは、管理栄養士レシピに基づいた弁当開発を実施。「神戸市立医療センター中央市民病院」栄養管理部監修の弁当では、1食あたり500kcal程度・食塩相当量2g以下・野菜不足の改善、の商品を開発。

#### ■野菜のおいしさ No.1 の実現

ジャーサラダや野菜キットを提案。野菜キットでは、1人前フライパンで調理時間5～6分の商品を11月に先行販売予定。

#### ■FAMIMA CAFÉの展開

抹茶ラテ、ココア、紅茶を10月から投入する。

#### ■話題商品・注目商品

レンジアップ式のトルティーヤ「温めて食べるトルティーヤ」を10月20日発売予定。

#### ■新たな消費スタイルの創造

手土産需要に対応した地域限定商品、無印良品でのチルド飲料などのカテゴリーを拡大していく。

#### ■生活を支援する新サービス

写真プリントやマイナンバー制度導入に伴う行政サービスが受けられるマルチコピー機の導入、HISとの取り組みでシニア層需要の獲得などを実施していく。