

第38回「サミット新商品人気コンクール」入賞企業感謝式開催

サミットは2月28日(火)、第37回「サミット新商品人気コンクール」入賞企業感謝式を開催した。

入賞商品はサミットで昨年1年間に販売した新商品の中から、サミット消費者モニター約100名による人気投票で順位が決定される。同社では2月7日～9日、同社スーパーマーケット全店舗(112店舗)にてチラシによる入賞商品の紹介セールを実施した。

同社竹野浩樹社長は感謝式の冒頭、「このコンクールの面白いところは、実際にモニターさんに食べて、使って、議論し、投票して頂き、順位を付けていること。一方、弊社の店頭での販売実績と必ずしも一致しないことも多いが、これも面白いところの一つと言える。しかし、このような不一致が我々の明日の売場を作る際には大変参考になっており、このようなことが当社の独自性や差別化の原動力となっているともいえる。

我々は2017年度のはじめに、『サミットが日本のスーパーマーケットを楽しくする』という事業ビジョンを掲げた。これは、お客様とお取引先様と社員が一体となって、日本一魅力のある新しいスーパーマーケットを作っていくということである。



サミット株式会社
代表取締役社長 竹野浩樹氏

現在、我々の売場では、社員が創意工夫をして売場作りに取り組んでいる。是非、売場にお立ち寄り頂き、変わりつつあるサミット、そして強くなりつつあるサミットをご覧頂きたい」とした。

【懇親会会場】



受賞商品展示



チラシで振り返る
「サミット新商品コンクール」



おためし下さい



総菜選挙



秘セール



紅白食合戦

懇親会会場では、受賞商品展示や試食の他、同社が実施したオリジナリティー溢れる販促企画をパネル展示。

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。弁当類は平台で展開され、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、ボリュームを出したつ、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



「季節の彩りはうき弁当」「季節の味覚御膳」



「季節の彩りはうき弁当」「季節の味覚御膳」

温惣菜



「季節の彩りはうき弁当」「季節の味覚御膳」

「季節の彩りはうき弁当」「季節の味覚御膳」

鮮度感
のある情報を

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、大きく転化してきたといえる。どっか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く



「ヤオコー川越的場店」
「ヤオコー進化を象徴
新フーラッジシップ店

も好調なセブンプレミアのマネジメント力などをもっと学ぶべきであると思っている。

■セブンプレミア商品について

セブンプレミア商品の開発には、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。セブンプレミア商品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と作っていくこと。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・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、大きく転化してきたといえる。どっか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く

■SMにとってのPB

我々の商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、デリカッセンである。そこにティエリーや加食、セブンプレミアセブンプレミア商品の開発には、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。セブンプレミア商品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と作っていくこと。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・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、大きく転化してきたといえる。どっか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く

◀▲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		FAX:
		情報配信先	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: