FoodNavigation
http://www.foodnavigation.com
2018年05月28日
NO.FNJ2018 ー試読版
Provided By Food Navigation Japan

「明治屋 PROVISIONS & WINS 吉祥寺」
～ 明治屋実験業態「体験型飲食物販店舗」～

明治屋は4月26日（木）、東京都武蔵野市にある「東急百貨店吉祥寺店」3階の「武蔵野マルシェ」内に「明治屋 PROVISIONS & WINSE 吉祥寺」をオープンした。

今回、新コンセプトショップとして同店を出店。イートインスペースを設け、利用客が購入した商品をその場で“食べる・飲む”ができるようにした“体験型飲食物販店舗”としてオープンした。なお、同業態は実験業態として位置付けている。

品揃えは、同社ブランドのマイジャム類やおいしい缶詰、明治屋直輸入のワイン・食料品・菓子類、惣菜・料理としての冷凍食品など、約1,000アイテムを品揃えした。通常の明治屋ストアの5,000～6,000アイテム（※店舗面積による）と比べアイテムを減らし、店内をゆっくりと回遊しながらじっくりと商品を見られるようにしている。また、同店でしか購入できない商品を訴求し、利用客が目的買いをするような店舗を目指していく。

今回、冷凍食品も品揃えし、利用客がイートインでその場で食べることをイメージし、電子レンジも4台設置。また、レジカウンターにはワインサーバーやコーヒーサーバーを設置し、店内で販売するワイン（赤・白）をお試し価格で販売するなど、同社商品のファンづくりも進めていく。客単価は1,100円を目標。

なお、「東急百貨店吉祥寺店」地下1階には、既存店舗「明治屋吉祥寺ストアー」が営業中であり、商品は一部重複するが、地下1階の「明治屋吉祥寺ストアー」では“生活”を中心にターゲット年代層も高く、3階の「明治屋 PROVISIONS & WINSE 吉祥寺」では若い層もターゲットに新たな嗜好を探っていく。

≪店舗概要≫

店　　名：明治屋ﾌﾟﾛﾋﾞｨｼﾞｮﾝｽﾞ＆ﾜｲﾝｽﾞ吉祥寺	営業時間：10:00～20:00
住　　所：東京都武蔵野市吉祥寺本町2-3-1	年商目標：非公表
東急百貨店吉祥寺店3階	ｱｲﾃﾑ数：1,000アイテム
開 店 日：2018年4月26日	菓子200、酒200、日配250（要冷250、冷凍200）、その他グロサリー350
規　　模：売場面積　49.7坪	

㈱フードナビゲーションジャパンの許可なく当該掲載記事及び写真等の複製・転載・変更・譲渡・販売・出版・当媒体を利用しての営業活動等、著作権法および当利用規約に反する行為を禁ずる。　Copyright（C）2011 Food Navigation Japan Co., Ltd. All Rights Reserved.

Food Navigation 年間利用会員様 募集のご案内

”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ぶべきであると思っている。

■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、デリカテッセンである。そこにデイリーや加食、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

◀▲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） ※こちらは小売業様価格となります。

■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：
				FAX：
	住所 部署 役職 氏名	〒	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：