

『食堂酒場ハル★チカ』リニューアル ～東京発出店など4店舗が新規出店～

小 田急電鉄(株)は、同社が運営する「新宿西口ハルク」地下中3階の飲食エリア「食堂酒場ハル★チカ」(通称:ハルチカ)を9月21日(金)にリニューアルオープンした。

ハルチカは、新宿駅西口直結の好立地に、これまでの“横丁スタイル”に“バル&ビストロ”的要素が加わった。今回のリニューアルでは、既存店舗4店舗をリニューアルしたことに加え、横浜・野毛

の人気店「串焼き。ビストロガブリ」が東京初出店したほか、新宿エリア初出店の餃子バル「アガリコ餃子楼」、本場関西の味が楽しめる鉄板焼・お好み焼「一步」、淡路島産の素材を使用した生パスタが自慢のLunch&Dining「Lad's Dining」の4店舗が新たに加わり生まれ変わった。

各店、客単価が2,000円～3,000円とちょい飲み需要も意識した提供価格帯となっている。



串焼き。ビストロガブリ
(業態:串焼きビストロ)

山梨県信玄どりを使用した鮮度抜群の焼鳥と和牛、鴨、羊、チーズなど炭火香る串焼き、トリュフ・フォアグラなどの高級食材をソースとして使用した特製おでんとフレンチ小皿料理を提供する。名物商品は「和牛串」。一串で4つの部位(トモサンカク・シンシン・カメノコ・カブリ)が楽しめる。席数40席、月商800万円、客単価2,000～3,000円。



「和牛串」



「トリュフ大根」



アガリコ 餃子楼 (業態:餃子バル)



「自家製焼餃子」

肉汁たっぷりの餃子や点心を中心とした中華タパスとオリジナルワンカップワインを楽しめる餃子バル。250円から揃う40種類以上のフードメニューでちょい飲みに最適。お通し・チャージ料無しが嬉しい。餃子は注文が入ってから包餡し焼成する。餡には粗挽き肉と秘密の味噌、皮には全粒粉を使用し厚めのモチモチ皮を使用。記者のおすすめは、「トリュフ焼壳」。ジューシーな粗挽き肉を使用した焼壳にトリュフオイルがかかっている逸品。席数35席、月商700万円、客単価2,000～3,000円。

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。弁当類は平成台で展開され、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



「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、大きくなり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ム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、大きくなり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。そこにティアリーや加食、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、大きくなり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）※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

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: