

## サミット「2019年節分商戦」 ～事前の“計画と準備”が成功のカギ～



近年、寿司の売上では年末・年始を上回る売上となった節分の恵方巻。関東でも毎年おなじみのイベントとなり、スーパーマーケットをはじめ、コンビニエンスストア、ドラッグストア、百貨店、専門店、外食など、各業態が参戦しての一大イベントとなった。昨年からは廃棄ロスに対する問いかけなどもあり、益々注目を浴びるイベントとなっている。

節分当日の2月3日(日)、サミットストア売上上位店舗「サミットストア王子桜田通り店」(東京都北区東十条、2017年3月開店)の売場を取材した。

同店は集合住宅群に隣接し、マンションや戸建て等が密集するエリア。また、同店が入居している商業施設は、同店を核にドラッグストアや100円均一、フォトスタジオ(スタジオアリス)、医療施設などから構成されており、ファミリー層からも支持が高い施設となっている。

節分当日(14:30～15:30)、節分の店作りと販売戦略について、同店 君和田貴信店長に聞いた。

——2018年の恵方巻と比べ、どんな与件変化がありますか？

君和田 異なるのは曜日まわりです。昨年の節分は土曜日で、今年は日曜日が節分となります。日曜日と

いうことで、よりファミリーなどの需要が高まることが予想され、通常の日曜日よりも盛り上げていかないといけません。また前日の2日(土)においても、しっかりと異なる提案をしていく必要があります。



サミットストア王子桜田通り店 店長 君和田 貴信 氏

——節分の売場作りにおいて最も重視したことは何ですか？

君和田 “計画と準備”が一番重要と言えます。数か月前から計画と準備をはじめ、マンパワーに関しては通常日曜日の1.6倍を準備しました。それでも巻ききれないのが現状です。今年は日曜日ということもあり、家族連れも多くさらに盛況となっています。

続きは正規版にお申し込み下さい。次ページに申込書を添付しております。

# Food Navigation 年間利用会員様 募集のご案内

惣菜



惣菜売場でポイントは弁当。弁当類は平たいで展開され、弁当の盛り付けに特力を入れていくという。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、豪華に見せるように、品目や色合いなども工夫されている。

米飯



「赤魚の粕漬弁当」  
「季節の彩りはっつき弁当」  
「季節の味覚お鍋」  
「豚肉アスパラチーズ弁当」  
「厚切り鮭弁当」



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、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にとつての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iy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、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:
	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: