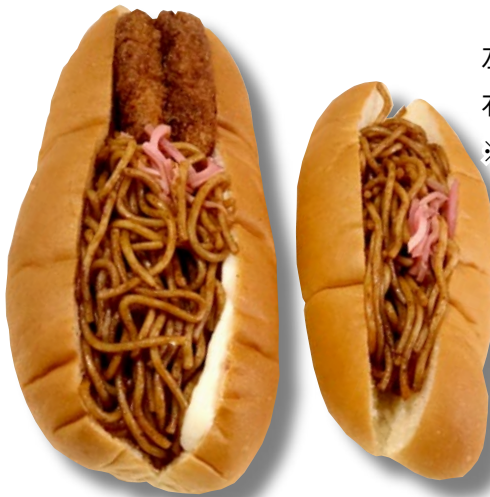


ファミリーマート「焼きそば&コロケドッグ」新発売 ～欲張りなハイブリッドパン～

ファミリーマートは、焼きそばとコロケが一度に食べられる、欲張りなハイブリッドパン「焼きそば&コロケドッグ」を、2020年9月8日(火)からファミリーマート約15,200店舗(青森県・秋田県・岩手県・山形県・宮崎県・鹿児島県・沖縄県を除く)にて、順次発売する。※地域によって発売日が異なります。

ファミリーマートの焼きそばパンとコロケ入りパンは、どちらも男性客に人気の商品。「どちらもお腹いっぱい食べたいお客様がいるのではないだろうか…」という思いから、焼きそばとコロケのハイブリッド商品を開発。ファミリーマートで発売中の「焼きそばドッグ」128円(税込138円)に比べると、そのインパクトとボリューム感は一目瞭然!



左:「焼きそば&コロケドッグ」
右:「焼きそばドッグ」
※地域により仕様が異なります。



商品名: 焼きそば&コロケドッグ
価格: 230円(税込248円)
発売日: 2020年9月8日
発売地域: 青森県・秋田県・岩手県・山形県・宮崎県・鹿児島県・沖縄県を除くファミリーマート約15,200店

ファミリーマート「ファミマのおでん」順次発売 ～つゆと具材を刷新、セットメニュー～

ファミリーマートは、自慢のつゆにこだわった「ファミマのおでん」を、2020年9月15日(火)より全国のファミリーマート約4,800店にて順次発売する。

【今年度の「ファミマのおでん」の特徴】

①つゆと具材を刷新

つゆは、新たに野菜だしを加え、先味から中味をしっかりと味わえるように改良。豊かな鰹の香りと、真昆布と野菜だしの旨味で、最後の一滴まで美味しいつゆにこだわった。また、東日本(北海道～中部)・西日本(北陸～中四国)・九州・沖縄の4地域に合わせた配合で、各地域になじみや

すい味に仕上げた。

具材は、定番商品・人気商品を1から見直し、全国統一(沖縄県除く)メニューは全17種類をラインナップ。各具材の食感や味にこだわった製法に刷新した。

②4つの価格帯に集約

全具材を80円(税込86円)・100円(税込108円)・120円(税込129円)・130円(税込140円)の4価格帯に集約し、利用客に分かりやすい価格設定に変更した。※一部地域商品は除く

Food Navigation 年間利用会員様 募集のご案内

惣菜



惣菜売場のポイントは弁当。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、ボリュームを出しつつ、豪華に見得
るように、品
目や色合いなど工夫され
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」

アツライ



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、開
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にとっての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、月を追うこ
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 99,990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 Windows8.1 以降、Web ブラウザーは Internet Explorer 11、Microsoft Edge（JavaScript 使用 / Cookie 使用）となっております。
- ※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: