

株式会社エムアイフードスタイル（クイーンズ伊勢丹） 商品統括本部 惣菜・ベーカリーグループ



クイーンズ伊勢丹 無印良品 港南バーズ店

——越伊勢丹ホールディングスのグループ企業で
——あり、首都圏を中心に18店舗のスーパー・マーケット「クイーンズ伊勢丹」を展開している(株)エムアイフードスタイル。同社では2020年4月に雨宮隆一氏が代表取締役社長執行役員に就任し、デリカ強化をより力強く打ち出している。今年2月には水産部門をはじめ、生鮮部門からデリカ部門への人材の異動など、生鮮とデリカの連動も進めている。今年2月に水産部門バイヤーから惣菜・ベーカリーグループ長に就任した塩川公康氏に現在の同社のデリカについて聞いた。

——コロナ禍のデリカの状況を教えてください。

塩川 現在のデリカの数字は順調です。売上前年比で125%以上、前前年比でも110%以上で推移し

ています。

2020年4月の1回目の緊急事態宣言発令後は一時的に落ち込みました。他社同様バラ販売も中止し、お客様の家庭内調理需要による影響は当社デリカでも大きく出ました。

現在でもバラ販売の売上は元通りとはいきませんが、温惣菜としてはコロナ前の水準以上に戻っています。またカテゴリーでは、特に米飯の伸びが大変良いです。寿司では1,580円の高価格帯商品をはじめ、温惣菜では「肉バルセツト」や洋風アソート商品などの3人前以上のセット商品がよく売っています。この傾向は現在も続いており、東京オリンピック・パラリンピックに向けて有難い傾向で、より注力しています。

※**続きを読むは正規版にお申し込み下さい。**

Food Navigation 年間利用会員様 募集のご案内

惣菜



米飯

“鮮度感”
のある情報を

…
…
…



■『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		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:

ヨークベニマル矢野店オープン当日、(㈱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 HD. 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、社会保険に関する不安から、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いる。大きめに分けて、それが商品やサービスは消費行く傾向にあるようだ。自分達のターゲットとコラボで明確にして、お客様を創造していく

もの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、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。

■SM にとっての PB

我々の商売の最大の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。そこにディーラーや加食、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、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、社会保険に関する不安から、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いる。

▲上記記事は過去掲載記事例です。