



「東武ストア 東武動物公園駅前店」 ～デリカでは RF1 商品も品揃え～



東武ストアは2021年9月16日（木）、東武スカイツリーライン東武動物公園駅西口に「東武ストア東武動物公園駅前店」をオープンした。

同店は、東武鉄道㈱が地域コミュニティとつながる駅前開発として、宮代町・杉戸町の生活者の利便性向上や、「東武動物公園」をはじめとした同地域への来街者と地域の生活者との交流を生み出す買

物、まちづくりの活動拠点のための商業施設の一つとして出店した。商業施設には同店の他、「無印良品 東武動物公園駅前店」が出店。両店は施設内につながっており、無印良品は衣・住を中心に、東武ストアは食を中心展開していく。東武ストアのテナントとしては、「リトルマーメイド」、「モスバーガー」、クリーニング店が出店している。

※本編は年間購読にお申し込み下さい。次頁に申込書が添付しております。

《店舗概要》

店　名：東武ストア東武動物公園駅前店

売場面積：1,792m²

住　所：埼玉県南埼玉郡宮代町中央 1-2-1

営業時間：9:00～21:00

開　店　日：2020年9月16日

年商目標：16億円

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。弁当類は平台で展開され、弁当の盛り付け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、ボリュームを出した、豪華に見えるように、品目や色合いなども工夫されている。

米飯



「赤魚の絞り弁当」「季節の彩りはうき弁当」「季節の味覚御膳」

温惣菜



「厚切り鮭弁当」「豚肉アスパラチーズ巻弁当」



“鮮度感”
のある情報を…

3.11 以降の変化

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畠喜興社長（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。

■ SMにとってのPB

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作っていくこと。珍しいものを作り、基本の商品で多くの支持を集めしていくことが大切。

東北エリアを見ていると、3.11震災以降の購買行動が変わってきたよう見える。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て各様を創造してい



「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
オープ

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作っていくこと。珍しいものを作り、基本の商品で多くの支持を集めしていくことが大切。

■ 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、デリカッセンである。そこにティーリーや加食、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作っていくこと。珍しいものを作り、基本の商品で多くの支持を集めしていくことが大切。

東北エリアを見ていると、3.11震災以降の購買行動が変わってきたよう見える。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て各様を創造してい

◀▲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: