FoodNavigation
http://www.foodnavigation.com
2022年02月11日
NO.FNJ2022－試読版
Provided By Food Navigation Japan

「節分商戦２０２２」
～サミットストア王子店～

2021年の節分商戦はコロナ禍での開催となり、人員配置等が難しい中、多くの企業で前年を上回っての着地となった。

2022年の節分商戦も残念ながら引き続きコロナ禍での開催となった。昨年10月に緊急事態宣言が解除され、外食自粛が緩和されたものの、新たなオミクロン株等の感染拡大により、お家時間増加による内食需要は継続していると考えられる。また外食自粛から「美味しいものを食べたい」というニーズも強くなっており、イベントへの消費者の期待値は大きいといえる。

2022年2月3日（木）の節分商戦取材は、昨年11月20日にリニューアルオープンしたサミット旗艦店「サミットストア王子店」（東京都北区）で実施。同店江口恒店長に節分当日の状況について伺った。

――節分商戦午前中の状況はいかがでしたか。

江口　昨年11月にリニューアルしたことで、来店客数が増加し、広域からのお客様の来店が増えています。

例年、当店での節分商戦では、午前中からお客様のご来店が多く、夕夜まで途切れることなく継続します。今年は、例年にも増して午前中のご来店が増えています。

――昨年の恵方巻の状況はいかがでしたか。

江口　昨年もコロナ禍での展開でしたが、大変好調に推移し、夕方には品切れが多くなり、お客様にご迷惑をお掛けしてしまいました。結果、廃棄ロスはほぼゼロでした。

――今年の恵方巻の目標設定を教えてください。

江口　恵方巻では売上昨年比115％・5,500本の目標を設定しています。この目標をクリアするため、各部門のパート社員さんにもご協力いただき、店舗一丸となって取り組んでいます。もちろんチェックスタンド（レジ）の方にもご協力いただいています。

――ハーフサイズや細巻等の品揃え状況について教えてください。

江口　年々、ハーフサイズのニーズが高まっています。当店においても1本ものとハーフサイズの比率は4：6というところでしょうか。ハーフサイズへの支持が高いです。少人数世帯のお客様や家族の好みが分かれる世帯、シェアしたいなど、ニーズも多様化しています。

また、細巻に関しても同様で、生ものを食べられない小さいお子様がいる家庭もございますので・・・

※続きは正規版にお申し込み下さい。

㈱フードナビゲーションジャパンの許可なく当該掲載記事及び写真等の複製・転載・変更・譲渡・販売・出版・当媒体を利用しての営業活動等、著作権法および当利用規約に反する行為を禁ずる。　Copyright（C）2011 Food Navigation Japan Co., Ltd. All Rights Reserved.

Food Navigation 年間利用会員様 募集のご案内

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。

"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、デリカテッセンである。そこにデイリーや加食、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。もう一方では、同じ買い物をするのであれば、商品を吟味して安全

「ヤオコー川越的場店」オープン
ヤオコー進化を象徴 新フラッグシップ店

◀▲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：
				FAX：
	住所 部署 役職 氏名	〒	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：