



## 「そうてつローゼン品川南大井店」

～23区初出店、PC活用、小型店新フォーマット～



相鉄ローゼンは2023年9月27日（水）、東京都品川区に東京23区内1号店となる「そうてつローゼン品川南大井店」をオープンした。

同店は、京急線「立会川」駅より徒歩7分（約550m）、JR「大森」駅より徒歩13分（約1km）にある介護付有料老人ホーム「ニチイホーム南大井」（77室）の1階にオープン。店舗周辺は住宅街と

なっており、単身・少人数世帯や子育て世帯が多く、一人・二人世帯計で80%を占め、東京都平均より19.8%多い。年代別人口構成では20代・30代で27.1%を占め、ついで40代が16.1%となっている。

同店は、小型店の新フォーマットとして、スペースの効率的活用と作業の効率化を追求していく。

※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：そうてつローゼン品川南大井店  
住　所：東京都品川区南大井 4-14-6  
開　店　日：2023年9月27日

規　模：売場面積 137坪  
営業時間：10:00～23:00  
年商目標：8.5億円

# 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:

ヨークベニマル矢須野店オープン当日、(㈱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。

### ■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、大きく転換してきたといえる。どつつかずの商品やサービスは消耗行く傾向にあるようだ。自分達のターゲットとコラボレーションを明確にし、お客様を創造していく

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。そこにティアリーや加食、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、大きく転換してきたといえる。

◀▲上記記事は過去掲載記事例です。