



「マミープラス武蔵浦和店」 ～ 高架下店舗、惣菜最大級売場 ～

マミーマートは2025年5月10日(土)、埼玉県さいたま市に「マミープラス武蔵浦和店」をオープンした。

マミープラスは、同社が2022年より業態転換を強く推し進めている新しいフォーマット店舗となる。

同店はJR武蔵浦和駅から徒歩約5分のJR東日本東北・上越新幹線及び埼京線の高架下に位置。物件は「フタバ図書ギガ武蔵浦和本店」跡への居抜き出店となる。

2km圏には168,000人おり、足元商圈には若いファミリー世帯が多い。足元商圈の人口が多いこともあり、利用は車よりも自転車や徒歩が多く見込まれる。

高架下物件への出店ということもあり、店舗は出入口を中心に南北に長い形状となり、柱も多く、約680坪の売場面積はあるが、有効売場面積は500坪ほどとなる。

《店舗概要》

店名：マミープラス武蔵浦和店
住所：さいたま市南区沼影 3-5-15
開店日：2025年5月10日
建物：1階平屋建て
規模：売場面積 約680坪
駐車台数：84台
駐輪台数：100台
営業時間：9:00～22:00
年商目標：非公表
店長：水元竜次
従業員数：非公表
商圈人口：2km圏 76,360世帯・168,000人
競合店舗：MEGA ドン・キホーテ武蔵浦和店、ヤオコー武蔵浦和店、マルエツ武蔵浦和店、マルエツナリア武蔵浦和店、ベルクス武

蔵浦和店、MEATMeet 白幡食肉卸売センター他、

アイテム数：約10,000SKU

売上構成比：% ※非公表

日配・ドライグロスラリー計65.0



Food Navigation 年間利用会員様 募集のご案内

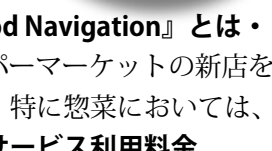
惣菜



惣菜売場でポイントは弁当。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。



米飯



■『Food Navigation』とは・・・

スーパーマーケットの新店をはじめ、一部コンビニや外食など、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、他では取れない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）

■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およびユーザー認証提供をしております。
- ※暗号化システムおよび認証システムの確認動作環境としては、OS は Windows10 以降、Web ブラウザーは Microsoft Edge（JavaScript 使用 / Cookie 使用）となっております。
- ※また、当サービスは契約法人内のみでの利用となっており、営業手段としての配布等の利用は固くお断りしております。

《 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。 ※左空欄に必ずチェックを入れて下さい。

配 信 先 情 報	企業名		TEL.	
	住所		FAX.	
	部署名		Email	
	役職			
	姓名		携帯	
請 求 先 情 報	※上記と同じであれば 同上で結構です。			
	住所		TEL.	
	部署名		FAX.	
	役職		Email	
姓名				

「鮮度感」のある情報を・・・

ヨークベニマル矢野店オープン当日、副
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
き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ま
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。そこにデパートや加工、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
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ま
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。



デリカテッセン・トレードショー 主催者企画



Bento and Prepared Meal Awards お弁当・お惣菜大賞2026

エントリーのご案内

「お弁当・お惣菜大賞」とは、お弁当・お惣菜・サラダ・パン等の中から特に優れた商品を選出し表彰するプログラムです。



自薦・他薦は問いません。

優れたお弁当・お惣菜等がありましたら、
いますぐお申し込みください!

エントリー
無料!



www.obentou-osouzai.jp



2業態 10部門でエントリーを募集! 応募
締切 2025年9月20日[土]

2業態

スーパーマーケット

専門店・CVS ほか

10部門

コロッケ部門
定番商品部門

弁当部門

惣菜部門

サラダ部門

麺部門

丼部門

おにぎり部門

寿司部門

パン部門

スイーツ部門



一般社団法人
全国スーパーマーケット協会
National Supermarket Association of Japan