



ベisiaは2026年3月25日（水）、埼玉県狭山市に「Beisia Town 新狭山店」をオープンした。

同店は新フォーマット「Beisia Town」1号店となり、多様な生活者が暮らすエリアに向けて開発した新たな複合型店舗モデルとして、都市型展開を牽引する旗艦店として位置づけている。

近年、ライフスタイルの多様化や単身・二世帯の増加、都市部への人口集中など、地域社会を取り巻く環境は大きく変化しており、このような中、同社は都市部の生活に適した店舗モデルの必要性を感じ、営業

開始30年目の節目に合わせて新フォーマット「Beisia Town」を開発した。

「Beisia Town」は、①ベisia×テナントによる2層複合型施設 ②買い物・サービス・体験を一つの場所で完結できるワンストップ性 ③地域の生活に溶け込み日常を支える生活拠点、を備えた複合型店舗モデル。都市・地方を問わず展開可能なフォーマットであり、同店はその中でも都市型展開を体現する先行店舗として位置づけられている。

＜店舗概要＞

店名	Beisia Town 新狭山店(ベisiaタウン新狭山店)
住所	埼玉県狭山市新狭山 2-20-3
開店日	2026年3月25日
規模	営業面積 5,856㎡ (1,772坪) 食品 548坪 住関連 47坪
営業時間	9:00～22:00
年商目標	非公表 ※既存店と余り変わらず



Delicatessen



BBB
※価格はオープン特価



コロケ



唐揚げ



よくばり満腹飯店



サラダ



ベーグル



株式会社プログレスデザイン <http://progress-design.net>

PROGRESS DESIGN

担当者 柳本 / 福田
Tel : 06-6244-3133 (大阪本社)
Mail : info@progress-design.com

HPにて様々な事例を公開中!

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。弁当類は平白で展開され、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。

「赤魚の糟漬け弁当」

米飯



「季節の彩りはぎき弁当」

「季節の味覚弁当」

「豚肉アスパラチー灰巻弁当」

「厚切り鮭弁当」

「アジフライ」

「あゆの塩焼」

「温惣菜」

「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、ニュー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、デリカテッセンである。そこにデリーや加工、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



「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、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			