



## 「サミットストアパークシティ中野店」

サミットは2026年5月28日（木）、東京都中野区の商業・オフィス・住居複合施設「パークシティ中野」の商業・オフィス棟「中野 M-SQUARE」1階に、「サミットストアパークシティ中野店」をオープンした。

「パークシティ中野」は三井不動産㈱が手掛ける駅至近の大型再開発であり、同店は施設の核テナントとして出店。同施設は商業・オフィス棟、分譲マンション2棟からなる。同施設は商業・オフィス棟と分譲マンション2棟（計807戸）で構成され、マンションは2026年4月から入居を開始している。

同商業施設は、JR・東京メトロ「中野」駅徒歩4分に位置。店舗北側には公園や大学、区役所、警察署、病院、中野サンプラザ跡があり、足元商圈の世帯数は少ない。周辺には公園、大学、区役所、警察署、病院、中野サンプラザ跡があり、足元商圈の世帯数は少ない。年齢構成は20～40代が50.8%と多く、次いで50代、70歳以上が続き、単身世帯比率は65.2%となっている。

同店売場は、東西に長い形状となっており、東側の駅側出入口前に青果・惣菜・ベーカリーを配置。鮮魚・精肉は第2～第3コーナー間、西側に日配（第3コーナー）と冷凍食品（第4コーナー）を配置した。酒類はレジ近くの売場中央に配置。生鮮・総菜作業場は、売場の東西両端に分けた。4つの出入口を設けており、東側（駅利用者）、北側（オフィスワーカー）、南側（駐輪場利用者）、西側（マンション居住者）それぞれの動線に対応している。

### 《店舗概要》

店名	サミットストアパークシティ中野店
住所	東京都中野区中野4-14-1
開店日	2026年5月28日
建物	地上12階地下2階建て
規模	売場面積 1,792㎡（542坪）
営業時間	9:30～23:00
年商目標	30.2億円

# 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。弁当額は平  
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



「赤魚の格闘弁当」  
「季節の彩りはつき弁当」  
「季節の味覚御膳」

アツフライ



「厚切り具弁当」  
「豚肉アスパラチキータ弁当」  
「あじの塩焼」

惣菜

「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、開  
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

も高質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  
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				