特集1

昨年のオードブルで人気の高かった商品ベスト3！

昨年人気の高かった商品をご紹介。今期の商品づくりのヒントに！

選んだ要因ベスト3

1.美味しそう　2.彩りがいい　3.ボリュームがある

今年もやります！ 受験生応援フェア

受験シーズンにあわせ、三層構造になったシール「満願成就シール」をフェア商品に貼ってイベント性を高めると同時に商品に付加価値をつけ売上げ増を狙った企画です。

対象商品に貼る「満願成就シール」は三層構造になっており、商品からはがして、いろんな所に貼れるシールです。文房具や携帯等に貼って気運を高めようという物です。是非皆様もこの機会に、売上げ増を目指してみませんか！

特集2

秋の新商品

今秋注目のレンジアップ商品をはじめ、各店の気になる新商品をピックアップしてみました。

熊本

●生サーモンとイカの彩ちらし

●太刀魚にぎり
どちらも298円と安値で販売されています。魚屋の寿司ラベルも品がよく見た目もおいしそう。
よく売れているようでした。

福岡

●お肉のアヒージョ
今人気のオリーブオイルを使ったお肉屋さんの商品です。話題にのっかりいち早く導入されています。

●夢次郎の手作りおこわ
新物を使った栗おこわ、
大きな栗が美味しそうで秋を感じます。

北九州

●ガーリックペッパーステーキ
サイコロステーキをガーリックペッパーで味付けし鉄板をイメージした容器に盛り付けて販売している価格も680円と980円の2種類が売場に並んでいました。

広島

●テレビに出た唐揚げ
100ｇ172円（税込）にて販売されていました。過去に7回ＴＶにも取り上げられたとのことで、売り場を作って大々的に販売されていました。

特集3

元セブンイレブン信田講師のコラム

コンビニエンスから見た商品の動向についてうかがってみました。

■信田洋二氏プロフィール
1995年㈱セブン-イレブン・ジャパン入社。店舗経営指導員(OFC)並びにディストリクトマネージャー(DM)として、千葉県成田市を中心とした成田地区、千葉市内などの店舗合計120店舗に対する経営指導を実施。成田地区のDM在任時、担当地区の店舗合計年商を約140億円から約155億円に伸長。千葉県下(9地区)にて最も売上の低い地区を、第4位の売上となるまでに伸長させるなどの実績を上げた。その後、情報システム部を経て物流部に在籍。2009年退社。株式会社 Believe-UPを設立、コンサルタントとして独立。小売業を対象に、店長、マネジャー、SV育成、データを活用しての売場づくり指導などで幅広く活躍している。
◆著書「セブン-イレブンの物流研究」（商業界刊）

皆さんこんにちは。初めまして。株式会社Believe-UPの信田洋二(しのだようじ)と申します。
今回から、こちらのコラムを担当することになりました。皆さんに、少しでも『商売の面白さ』を感じて頂き、『少しでもお悩み』が解決するように、ちょっとしたお話などを交えてお送りしますので、よろしくお願いします。
私の場合、コンビニ(セブンイレブン)出身と言うこともありますので、普段から店は利用していても、なかなかその本質などが見え難い『コンビニの裏側』なども交えて、毎回コラムをお送りしますので、お気軽に楽しんで下さると幸いです。
　さて、今月のテーマは、「秋の季節の商売について」、お話しましょう。今年の夏は、全国的に天候が不順で、夏らしい日照も少なく、本当に多くの雨が降り、広島を始め多くの場所で大きな被害になってしまいました。被害に遭われた方に、心よりお見舞い申し上げますと共に、一日も早い復旧復興を心よりお祈りいたします。
そんな夏の後の今年の『秋』ですが、皆さん昨年までと何か違うと感じませんか？『野菜が高い』『日照が相変わらず少ない』・・・など、昨年との違いは多くあります。しかし、何よりも違うのは、今年は季節の進み方（秋の深まりの速さ）が昨年までと大きく違っていて、非常に早くなっています。具体的な気温の較差などについては、気象庁などから発表がありますから、それを確認いただければ・・・と思いますが、皆さん自身も『肌』で今年の『秋』(季節)の進み方が早いと感じていませんか？ずいぶん残暑の期間が短く、9月の中旬にはすっかり『朝夕涼しくなりましたね』などの会話があちらこちらであったんではないでしょうか？それと共に考えて頂きたいのは、お店で売れる商品が昨年までとは大きく変わっていませんか？
ここがポイントなんですね。お客様の季節の捕らえ方と言うのは、あくまでも『肌感覚』で、日中汗ばむような陽気であっても、朝夕の冷え込みが大きくなると、一気に『秋もの商品』への志向が進むことになるんですね。温かいもの。温めて食べるようなもの。また、口解けのややもっさりとしたようなもの（お菓子の味付けで言うと、夏物は辛い香辛料などが好まれますが、秋になるとチーズ味などが好まれます)も食べたくなって(欲しくなって)きます。この味の好みの変化にいち早く対応できることが、お店の成績(売り上げ)を上げるコツの一番なんですね。皆さんは、お店の責任者や従業員として働いていらっしゃいますが、一歩お店を出れば、一人の消費者(お客様)になるんですね。ご自分なら、このような時期に、何が食べたいんだろう？と考えて、その商品がお店になければ買わずに別のお店に行くか、諦めるかしますよね。お店にお越しのお客様も同じです。お店に、季節の変化(食べたいものの変化)に合わせた商品がないと、いくら皆さんが努力をされてもお客様は、買わずに帰られてしまいます。せっかく来られても・・・です。
今一度、お店(ご自分の担当する売り場)の品揃えを見え見ましょう。ご自分自身やご家族が食べたいと思うようなものがしっかりアピールされていますか？お客様が欲しいと思う商品とお店の品揃えが重なった時・・・売り上げ。と言うことになります。
　コンビニでは、9月になると多くの店で「おでん」を始めます。セブンイレブンでは、毎年9月1日からおでんの70円セールをしますが、まだまだ残暑が厳しい時期であっても、非常に多くの売り上げをセール期間中に売り上げます。恐らく、皆さんの想像を遥かに超える売り上げを記録します(残念ながら数字は言えませんが・・・)。これがどの様なことか考えてみませんか？残暑が厳しいと言っても、9月になると着実にお客様の嗜好は変わります。しかし、その時期から準備をしておかないと、1回お店を見て『欲しいものがない』となれば、お客様はもう、皆さんのお店を「アテ」にしてくださいません。怖いことです。だから、事前からの準備や心構え、そしてアピール（すでにありますよ。と言う表現）をしておく必要があるのです。しかし、これからでもまだまだ間に合います。今年は夏が短かった分。10月~11月に多くの連休があります。お店の周りで起こることをしっかりと確認して、お客様をおもてなしする(満足に買い物をして頂く)準備を行い、多くの売り上げを上げていきましょう。

特集4

話題の売り場紹介

商品の売れ行きを大きく左右するのが、皆様お悩みの売り場ではないでしょうか。
気になる売り場、話題の売り場をご紹介します。

晩ごはんのおかずはこの店で決まり！
惣菜バイキングを始めて30年。PM3時頃より毎日50～60アイテム位のおかずを並べています。惣菜の売上げの半分以上を稼いでいます。

立体陳列の成功例！
ある鮮魚部門のちらし寿司コーナーは、立体的に商品を積み上げたのが好印象。
積み上げることでボリュームが増し、
お客様の目をひいていました。

特集5

主婦100人の声

年は早くから秋の気配・・寒くなる季節に向けて食べたいお鍋とおでんの具材につ いて聞いてみました。

主婦100人の声　File.No15

調査日：2014.09

Q1 寒くなる季節に食べたい、作りたい鍋を教えてください。(複数回答)

1位 おでん 80票
2位 すき焼き 62票
3位 よせ鍋 57票
5位 水炊き 55票
6位 しゃぶしゃぶ 48票

Q2 おでんを う具材でよく使うもの、人気のある物何ですか。(複数回答)

●大根／98票
●玉子／79票
●こんにゃく／62票
●ちくわ／53票
●ごぼう天／68票
●厚揚げ／59票
●牛すじ／48票
●しらたき／39票