特集1

2015年今年のひなまつりは。

3月3日は火曜日。
週末は生鮮強化、当日は惣菜も強化。

2015年今年のひなまつりは。

3月3日は火曜日。
週末は生鮮強化、当日は惣菜も強化。

2月28日	3月1日	3月2日	3月3日
土	日	月	火

週末は家族が揃うので手巻き寿司で前祝い。

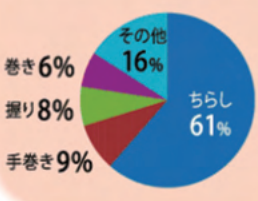
孫のひな祭りを祝うご馳走を視野に入れた展開

当日

ひな祭りを祝う子供がいる20代～40代主婦に向けて割高感のない展開

当日はすぐに食べられる、惣菜部門のちらし寿司やチキンセット・サラダの需要が高まります。

ひな祭り当日に家庭で食べた寿司のメニュー



ひなまつり当日はちらし寿司の需要が高い！

注目の寿司 「かわいい」が女子系催事には欠かせません！

●てまり寿司

コロンとかわいい
てまり寿司にしてみはいかがですか？

NEW

W40mm×H40mm
【ひなまつり四角】

W40mm×H40mm
【ひなまつり菱形】

ひなまつりのオリジナルデザインシールで商品を引き立てます。

かわいいイメージの今年の新デザインシール。従来の高級感のあるシール。売場に合わせたシールで商品を特別なものにします。

●詳しくは担当営業におたずねください。

特集2

2014年クリスマスオードブル実例 in 九州

昨年も賑わいをみせたクリスマスのオードブルを紹介。昨年の12月に様々なオードブルを購入し分析をさせて頂きました。

福岡県 SM

福岡県 SM

福岡県 SM

福岡県 SM

福岡県 SM

福岡県 SM

熊本県 SM

昨年は『金』、『プレミアム』等のこだわった商品がよく売れたそうです。皆様のお店はいかがだったでしょうか。

昨年のクリスマスの傾向

当社分析

価格帯 1,000円前後の商品が主流であった。2,000円近い商品の品揃えがあった店舗は少ない状況でした。

内容 1,000円前後価格帯で数種類品揃えしている店舗もあり、お客様の選択を広げられる店舗もありました。

その他 ケンタッキーさんが販売している紙カップのチキンバーレルのイメージ商品を品揃えしている店舗が多数ありました。

特集3

話題の売場紹介

売れ行きを左右する売場づくりは、みなさまの悩みの種。
ご紹介した売場作りから何かヒントが見つかるかもしれません。

北九州

●鮮魚コーナー魚惣菜

鮮魚コーナーの魚惣菜で14品目ほどの品揃えで「焼き魚」・「煮魚」・「南蛮漬け」などの調理方法で調理された商品が並んでおります。

福岡

●中華弁当売り場

種類豊富で手作り！ボリュームある売場になっています。
私もマーボー丼を購入美味しく頂きました。

熊本

熊本

●お好み焼き売り場

店内で鉄板にて焼き上げ、そのままお客様に提供されています。
実演販売なので香ばしい香りが店全体に広がり食欲がそそります。

豊富なバリエーションとそこで作られている感じを全面に押し出しています

広島

ご当地ならではの2種類。
お昼時にサラリーマンや主婦の方が購入されていました。

●穴子めし

●かきめし

特集4

元セブンイレブン信田講師のコラム(第3回)

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）

春の季節の商売について

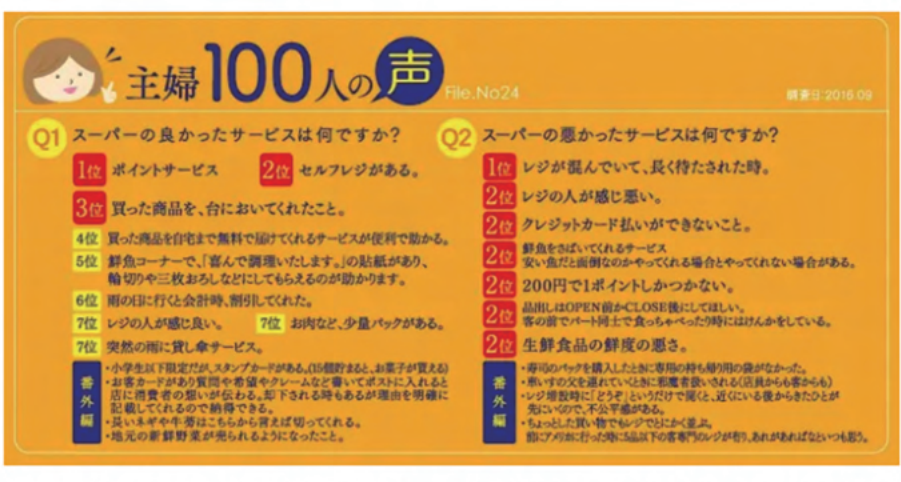
皆さんこんにちは。信田です。前回に続きまして、「商売」と言う観点で色々な角度から考えてみましょう。今回のテーマは、「春(3月～4月くらい)の商売」と言うことについて考えてみたいと思います。

昨年(2014年)の「春」(4/1)には、消費税増税スタートと言う非常に大きく商売に影響だ出た事柄がおきました。この増税では3月に増税前の駆け込み需要があり、4月以降はその反動が出た事と思います。また、商品の価格も3月までは、全商品「内税」での価格表示でしたが、4月以降は「外税表示」になったケースが多いのではないでしょうか？つまり、今年の春は、これらの大きな変更から1年が経過する重要なつきだという事になります。お客様の心理的には、「外税表示」にも慣れ、「8%」のおおよその計算もできるようになった上で、実入り(収入)も増えない事から、「本当に必要なものしか買わない」と言う状況になると思います。「春」は、一般的には、卒業や入学、進学、就職、転勤などの多くの人の動きあり、商売が活発な時期になります。今年もその様な大きな動きになることは間違いないでしょう。しかし、気を付けないとならない事は、お客様は「本当に欲しい(価値を認めた)ものしか買わない」と言うことです。お店にはたくさんの商品がありますが、今年は、その商品一つ一つをどの様に消費(料理)をすれば美味しく(楽しく)召し上がって(使って)頂けるのか？すべての商品の「魅力」をお客様にお伝えする事を考えてみましょう。

お客様は、どうしても「普段使っている」「普段食べている」からという理由で、同じ商品を買い続けるケースが多くなっています。もちろん、これらのいわゆる「定番商品」を欠品(品切れ)させない事に気を付ける事は非常に重要です。しかし、それだけではお店の売り上げは大きく上がる事はありませんし、人口が減り、高齢化が進んでいる日本ではどんどん市場が縮減してしまいお店の売り上げが上がらなくなってしまいます。

「春」は、就職や進学、転勤などで人の動きが一年で最も大きい時期です。つまり、人の生活が大きく変化するという時期でもあります。お店には、これまでその付近に住んでいらっしゃらなかった方が新生活をする上でのベースとなるお店を探しに来店されるケースが「春」は非常に多くなります。その土地に長く住んでいらっしゃる方にとっては馴染みの深い商品であっても、新たにその土地に来られた方にとっては、馴染みも薄く、どのように使えば、地元の味に近づくのか？など、新しい土地での生活でのベースを早くに掴む為にも、お店にある商品の一つ一つについて、お客様にその魅力を存分に伝えるようにしてみてください。地元に長くすんでいらっしゃる方にとっても、また新たな発見や新たな地元の魅力などを再発見できるきっかけとなる可能性も高くなります。いよいよ「春到来」です。お店の商品も、「輝いて」見ていただけるように、まずは「商品の魅力」をお客様にお伝えする事から始めてみませんか？

特集5

主婦100人の声

昨年4月に消費税が5%から8%に増税されずいぶん経ちましたが、増税後の購買の変化について聞いてみました。