特集1

売り場華やぐイベントシールの紹介

大好評!!
貼るだけで
商品がこいのぼりに
大変身!!

5月5日(木)

■子供の日

5月の節句（子供の日に向けて）のシールです。
鯉のぼりをモチーフにしました。
商品の左側に貼れば、商品全体がこいのぼり
にみえるようなデザインが好評頂いています。

●サイズ／横50㎜×縦120㎜

5月8日(日)

■母の日

母の日にふさわしい、やさしい
イメージのデザインです。
既製品にはないオリジナル性の
高いシールが目を引きます。

●サイズ／横40㎜×縦40㎜

●サイズ／40Ø㎜

低コスト、
スピーディ!
手軽にできるのが
シールの魅力。
お試しください。

6月19日(日)

■父の日

父の日にふさわしい、青が印象的
なデザインです。
父の日に合わせたボリューム
たっぷりの商品に貼れば
さらにイベント性が高まります。

●サイズ／横45㎜×縦35㎜

●サイズ／40Ø㎜

7月30日(土)

■丑の日

ちょっと
気が早いかも・・
しれませんが

ちょっと早めですが、丑の日シールもデザイン一新。
丑の日にふさわしい定番の色で、イベントを盛り上げます。

●サイズ／横30㎜×縦40㎜

●サイズ／横40㎜×縦40㎜

特集2

行楽シーズンにピッタリ。華やかな寿司商品をご紹介

春の行楽に合わせた華やかな商品がいっぱい。

福岡

炙り穴子のいなり寿司
398円
炙り穴子の照りが食欲をそそります。
見た目の旨さは何者にも変えれません。

春満菜ちらし寿司
298円
華やかでボリュームのある割には298円とリーズナブル。その辺が人気の秘密ではないでしょうか。

鮮魚の寿司
580円
1日約20個～30個程販売されてます。ボリューム感が有り価格も580円と鮮魚コーナーの海鮮丼としては割安感が有る為、人気商品になっています。

長崎

寿司盛り合わせ
880円
くじら、鯨、海老など長崎の美味しい海の幸が10巻880円。地物に拘った地域のお客様へ愛される美味しいお寿司を召し上がってください。

熊本

極上海鮮ちらし寿司
580円
魚屋の新鮮海鮮ちらし寿司。
イクラが彩りを飾り新鮮なネタが食欲をそそります。
“これはうまい！”シールも目立ってGOODです。

鹿児島

おこのみセット
398円
数々商品が並んでいる中でトレーでも差別化されており、低コストでした！

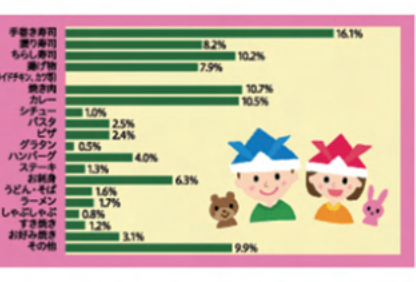
北九州

サーモンサラダづくし
498円
お寿司屋さんでも人気のオニオンサーモンです。見た目のインパクトでつい手に取ってしまいました。

こどもの日のメインメニューで人気は
1位 手巻き寿司 2位 焼き肉 3位 カレー

こどもの日の夕食を家で食べた人の中で、最も人気なメニューは「手巻き寿司」でした。次いで「焼き肉」「カレー」「ちらし寿司」が多く、それぞれ10%でした。

出典：㈱マーケティング・コミュニケーション調べ



特集3

やっぱり気になる話題の売り場紹介

大切なのはお客様目線！しっかり強みをアピールしています。

強みを最大限
活用し、購買者に
アピール

■福岡県福岡市南区店舗
2016全国お弁当・お惣菜大賞で入選された手作りお弁当です！
福岡農業高校生とのコラボ弁当で味よし見た目よしのお弁当です。

送迎有りの
地域密着型で
売り上げアップ！

■長崎県雲仙市 サンライフピープル千々石店
山と海に囲まれ自然豊かな地にあります。朝、昼、夕と送迎バスまでだされ、地域密着型のお客様に愛されているお店です。
380円～480円とボリューム満点でリーズナブルなお弁当がいっぱい!!

POP・シール等の
販促品を活用し
しっかりアピール！

■熊本県熊本市内店舗
揚げ物・お好み焼き実演販売コーナー
お客様の目の前で揚げたて・焼きたて
ホカホカの商品を販売されています。
視覚・嗅覚でお客様にアピールされていて、集客力が有る売り場です。

■福岡県北九州市小倉店舗
小倉駅の駅ビルにある店舗で、サッカーのギラヴァンツ北九州のスポンサーとのことで、選手のサインを飾られていてよく目立っています。

■鹿児島県伊佐市店舗
価格等が分かりやすいPOPも設置されており、種類ごとに分別されて整理されています。

特集4

元セブンイレブン信田講師のコラム(第10回)

新年度を迎えるにあたり

■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）

いよいよ、2016年も新しい年度がスタートしました。フレッシュな新人さんや新入生などが街に多く出ており、彼らの初々しさを見ていると、こちらも新人の頃を思い出し、また新たな気持ちで仕事に取り組まなければならないと黄の引き締まる思いがします。
さて、新しく始まった2016年度ですが、様々な意味で環境的には厳しくなるものと思われます。ニュースなどでも取り上げられている通り、日銀が金利をマイナスにしたり、世界の各地での政情不安などで、せっかく良くなりかけていた日本の経済も減速するのではないかと言われ始めています。これらの暗いニュースは、お客様の消費に対する心理を冷え込ませ、結果的に財布の紐がかたくなってしまいがちです。しかし、暗い話ばかりしていても、お客様が商品を買ってくださるわけではありません。今こそ必要なことは、『お客様の身になって必要な商品（お勧めする商品）をしっかりとおすすめする』という事に尽きます。皆さんが普段お使いの商品などで、『これは良い！』と思う商品、使ってみて便利だ、美味しい、使いやすい・・・等と感じる商品は、お客様にとっても良い商品である場合が多いです。これからの商品をお店の中にある多くの商品の中から見付け出し、積極的にお勧めしてみましょう。その時、皆さんのちょっとしたアイデアや使い方のヒントなどを添えると、お客様に手に取って頂きやすくなります。お客様にとって最も身近で頼れる存在・・・それが、お店で働くみなさんなのです。お店に眠っているまだ見ぬ『良い商品』を新しい年度が始まった今こそ、探し出してみませんか？

特集5

わが町自慢

特集6

主婦100人の声

何気なく利用しているスーパーでも、チョッとしたサービスが気に入っているの間にか常連のように利用している方もいらっしゃるかと思います。そこで、日頃よく利用されるスーパーのサービスや利用するポイントについて聞いてみました。