特集1 売り場を彩る2016後半期イベントシールのご紹介

特集2 変わった売場・売れている売場 話題の売場ご紹介

容器・中身を季節毎に変更した販売で売上げUP! お客様を飽きさせない。

Before 5月

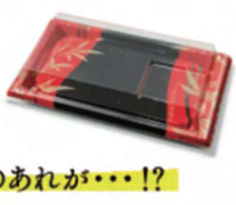
3ヵ月に一度、容器改廃と中身をアレンジし、お客様を飽きさせないようにすることで、昨対110%!
売上げを毎年伸ばしています。

After 6月

容器と中身の変更は、売上げをUPさせるには重要な役割です。

特集3 テレビにも取り上げられました! 話題の商品ご紹介

醤油ポケット付寿司容器



パック寿司の蓋に待望のあれが・・・!?

お寿司をオフィスなどで食べられるよう蓋に溝を付け、醤油が広がらず小粋に食べられるようになりました。

POPを使用して醤油入れ小皿の機能を分かりやすく伝えることで売上UP!

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)

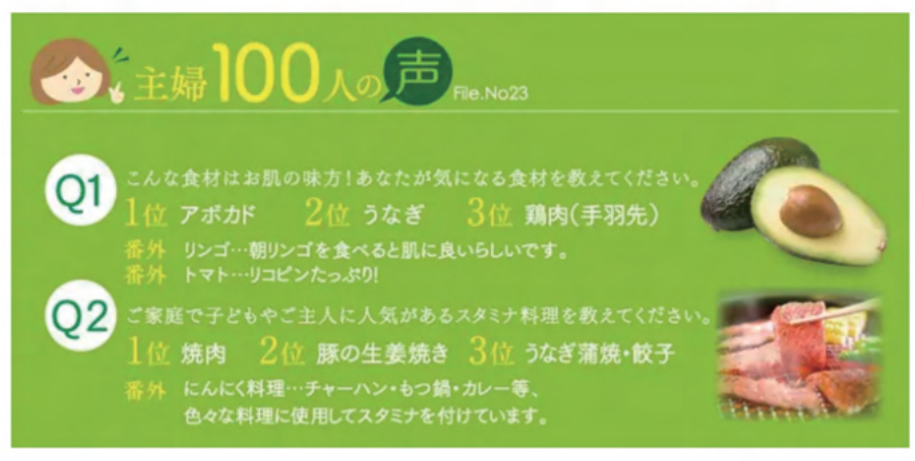
今から４年後の『２０２０年』はどんな年でしょうか。東京オリンピックが予定されている年であり、せっかく日本で行われる大会ですから、大いに盛り上がってもらいたいところですが、小売業に従事している我々にとっては、この２０２０年は、ある意味では節目の年ともいえる年となるでしょう。この年に７０歳になる方々は、１９５０年生まれ。つまり昭和２５年生まれの方が７０歳と言う大台に乗り始め、非常に高齢者の比率が高くなる年とも言われています。高齢者が増加すると、免許の返納などが相次ぎ、徒歩で買い物に行ける地場の食品スーパーは、『生活の基盤』としての機能が益々求められる事になります。

あらゆる買い物をワンストップで行えるようにしたいとのお客様の要請が増加する事になりますが、これは一朝一夕にできる話ではありません。気の早い話と感じるかも知れませんが、今の内から、『地元の（頼れる）スーパー』として、地域のお客様が望まれておられるニーズを汲み取り、生活をする近隣のお客様から、『真っ先に名前が上がるスーパー』として信頼をされるように。毎日毎日の品揃えや商品の鮮度などを考えながら対応するようにしなければ、高齢化と合わせて加速度的に進む、人口減少による市場縮小（＝競合の激化）には備えられません。これからの毎日の仕事は、『お客様が望む事』に意識を集中して、お店づくり（品揃えや売り場つくり）を行う様にしていきましょう。

特集5 わが町自慢

今回は久留米

丸信本社の所在地、福岡県久留米市。
今年4月、この町の新たなランドマークとして久留米シティプラザがオープンしました!
本格的なコンサートホールを中軸にした文化施設としての機能の他、大規模なコンベンション施設としての機能など、市民のコミュニケーションの中核を担う施設として大きな期待を担っています。
http://kurumecityplaza.jp

特集6 主婦100人の声

夏が迫ってきてこれからはスタミナのつく料理がご家庭で並ぶことが多くなる時期と思います。だからと言って女性としては栄養バランスや食べ物から得る美容効果も大切にしたい。そこで、どんなスタミナ料理がご家庭で人気かお聞きしました!