特集1

売り場を彩るイベントシール・POPのご紹介

特集2

カットフルーツの売り場のご提案

丸信では売り場のデザインから資材・備品などトータルでのご提案もさせて頂いております。今回はカットフルーツの売り場のご提案を紹介致します。

売り場のイメージに合わせたデザインご提案もいたします

ナチュラルで女性向きな優しいデザイン

黒基調の高級感のある外国のようなデザイン

その他、売り場に必要な備品もお申し付けください！

詳しくは担当営業にお訪ねください。

イベント容器のご案内

特集3

元セブンイレブン信田講師のコラム(第15回)

食品スーパー激戦の中生き残っていくためには

■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）

『食品スーパーの生き残り』…非常に大きくて深いテーマであり、「難しい」「私たちにはどうしようもない」と考えられてしまうかもしれませんが、決して難しいテーマではありません。『皆さんは、皆さんのお店がお好きですか？』とお聞きしたいと思います。皆さんを含むお店で働かれておられるお仲間の方の多くが「お店が好き」なのであれば、半分はもう生き残れていると思います。

皆さんが、ご自分が働いておられるお店が『好き』という事は、つまりお客様も皆さんのお店が『好き』で買い物にこられている場合が多いのです。残りの半分…はどのようにすれば良いのでしょうか？皆さんも『お店が好き』ではあるものの、『もう少しここが…』という所はないでしょうか？

『もっとこうしてくれたら』『もっともっとこうだったら』…もっと好きになるのではないでしょうか？では、そこはどのような事でしょうか？

つまり、皆さんが感じられている『ここをもっと変えてくれたらもっと好きになるかも』という所が、改善されれば、お客様ももっと皆さんのお店が好きになり、『もっと買い物に来たい』という感想をお持ちになります。そうすれば、周りにどんなお店ができようとも、『私はこの店のファン！』として、いつまでも買い物に来ていただけるようになります。その、『変えて欲しい所』とは…？どんなところでしょうか？接客（挨拶をしっかりして欲しい）でしょうか？品揃え（自分の欲しいものがいつもあってほしい）でしょうか？価格の安さ（家計が厳しくて…）でしょうか？商品の新鮮さ・美味しさ（家族の為にも新鮮で安全安心で美味しくあって欲しい）でしょうか？そのどの事を改善すれば、皆さん自身がお店を好きになれる！その項目について、皆さん（上司の方を含めて）で意見を出し合い、『お店を好きになるプロジェクト』として、積極的に『好きになれる』様に改善をしていきましょう。お客様の思いと皆さんの思いはほぼ同じです。皆さんがお店を好きになればお客様もお店を好きになってくださいます。せっかくお店で働くのですから、もっともっとお店が好きになれるように、力を合わせて一つ一つの仕事を見直していきましょう。きっと、皆さんのご努力がお客様に通じます。

特集4

主婦100人の声

スーパーを選ぶポイントについて聞きました！

特集5

ベルサイユのばらハウステンボス限定ラベル