特集1

売り場を彩るイベントシール・POPのご紹介

特集2

うなぎ特集　土用の丑の日

うなぎの蒲焼を単品販売するだけでなく、店頭での焼きたて販売など嗅覚、視覚も刺激します。同時に土用シジミ、土用餅、鰻丼、鰻弁当などの品揃えで丑の日を盛り上げましょう！

栄養の宝庫
ビタミンA:目の働きを良くするのに効果的。
ビタミンB群:疲労回復・美肌や美容に効果的。
ビタミンD:骨や歯にカルシウムを取り込むのに必要。
ビタミンE:生活習慣病や健康美に効果的。

おいしい定番メニュー

蒲焼・鰻丼
鰻にぎり
ひつまぶし
白焼・う巻き
うなたま丼
うざく など…

インパクトあるPOPを掲載!
一年で一番うなぎが売れるとあってうなぎ商戦の激化は必至。安全性のアピールはもちろん、インプロでの販売促進、その他イベントの実施など競合店との差別化をはかり消費者の購保に繋げることが重要です。

少量パック販売 蒲焼のハーフ・3等分など（一人暮らし・高齢者用）

うなぎの代用蒲焼の提案
豚バラ肉をカリッと焼いて **豚肉の蒲焼き**
うなぎのたれで出来上がり **大葉ぐっすり穴子丼**
さんまの蒲焼
ちくわの蒲焼

土用の丑に牛肉を献上
地方によってはうなぎに限らず、うなぎ以外の「う」のつく食べ物を食べる習慣があります。長野県では「馬肉（うまにく）」をたべたり、その他の地域では、「牛肉」「梅干」「瓜」「うどん」など「う」の付くものを食べているそうです。ビタミンB1を補給して乗り切ろうと言う事なのです。

高級感や扱いやすさがポイント!

昨年人気！オードブル・お寿司のご紹介

特集3

精肉売り場のご提案

特設売り場のご提案 BBQコーナー

これからの時期に向けてバーベキューの特設コーナーを作ってみてはいかがでしょうか？

■ポップ

昨年の人気商品

バーベキューの人気お肉ランキング

1位　牛ロース
2位　牛カルビ
3位　豚トロ
4位　ソーセージ、ウィンナー
5位　鶏もも、チキン
6位　豚ロース

詳しくは担当営業にお訪ねください。

特集4

元セブンイレブン信田講師のコラム(第16回)

スーパーの売場つくりに関して、店長に伝えたいこと

■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）

お店にとって、何よりも重要な事は、「商品が売れる事」であることは、小売業に携わる者であれば、誰でも同じ思いでしょう。「商品が売れる」様にする為に、それこそ、日々の仕事の全てを注ぎ込んでいるといっても過言ではありませんし、その事が何よりも重要とされていると思います。しかし、その実、お店とかを見させて頂いておりますと、商品が本来一番輝いて見えなければならない筈の「売場」に対しては、残念ながら「？」と感じてしまうことも少なくありません。是非とも意識して頂きたいことですが、皆さんの売場にある全ての商品に於いて、「何故、お店にあるのでしょうか？」「誰（どなた）に買って頂きたいと考えておられるのでしょうか？」そして、「では、何故、その商品はお店にあり、いま陳列されている陳列位置でフェイス数となっているのでしょうか？」この事を、お店にある全ての商品に対して、意識されたことはおありになるでしょうか？お店には、様々なお客様が来店され、お買い物をなされます。お店に（お店にある商品に）対しての「期待度（ニーズ）」は、例えば同じお客様が同じチェーンの別のお店に行った際には、全く異なります。
しかし、現状はどうでしょうか？同じチェーンであれば、同じ商品は同じような陳列市になってしまっているのではないでしょうか？売場は、お客様の皆さんのお店に対する期待度（ニーズ）に対する「答え」でなければなりません。一つ一つの商品に、それぞれお客様の期待度（ニーズ）に対する答えがあります。その答えを表す場が「売場」なのです。商品の特性や意味付けを正しく理解した上で、お店のお客様に対して、「我々の答えですが如何ですか？」と問いかける場。
良いか悪いかは、お客様が正答を「売場」と言う意味で出してくださいます。売上の有無以外でお客様が売場の善し悪しに対して応えてくださる場面はありません。売り上げが苦戦をしているお店の共通点は、売場がお客様の期待度（ニーズ）に対する答えになっていない点です。今一度、売場（お店としてのお客様に向けての答え）を徹底して見直し、期待度に応えられるようにしましょう。

特集5

主婦100人の声

梅雨時期のお食事メニューについて主婦100人の方にお聞きしました！

特集6

デコポンリキュール・ワイン

道の駅不知火様は温泉とレストラン・物産館を融合した店舗です。今回紹介する新商品は、“デコポン リキュール・ワイン” です。フルーツの里宇城市不知火町の特産品であるデコポンは、ポンカンと清見の交配種で「みかんの王様」と呼ばれています。ビタミンと食物繊維の豊富なデコポンを使用した果実酒を是非お楽しみください。

道の駅　不知火温泉
住所　熊本県宇城市不知火町永尾1910−1
TEL　0964−42−3300