

販売される商品



《仕入れる商品》

地産地消など、お客さんの要望や売れ行きに沿って商品を設置している。

- ・ 地場産の野菜が求められている。地産地消コーナーを設置
- ・ 地場産物にはトレーサビリティを採用
- ・ お客さんの減塩志向もあり、カロリーオフや減塩商品を設置
- ・ 高齢者の方はたんぱく質不足の問題もあるので、鶏肉をつかった総菜を販売
- ・ なるべく地元の食材や飲食店を活用した弁当を仕入れて販売

《惣菜、お弁当》

一部、自社で製造を行っている店舗もあるが、外部総菜メーカーの商品を入荷している店舗もある。

- ・ 若い人は濃い味、高齢者はあっさりした味を好むため、客層にあった弁当を販売
- ・ 煮物は減塩で調理
- ・ 和惣菜で減塩を意識した弁当、総菜

店舗の商品配置



減塩等の商品が増えてきている。売上は様々だが、そういった商品を求めるニーズも増えてきていることから商品を置いている店舗もある。

- ・ 地元生産者の野菜、加工品をコーナー設置し、顔に見える商品を販売
- ・ 無添加食品の販売
- ・ お客さんの要望に合わせて個別に発注
- ・ からだサポートコーナーの設置

情報発信



従業員おすすめのレシピや食に関心をもつイベント等の開催をしている店舗がある。

- ・ 各年代に合わせた食育イベントを実施（らっきょうづくり、巻き寿司づくり等）
- ・ 商品POPに食塩相当量やカロリーを掲載し、お客さんが参考になるようにしている
- ・ 5 A D A Y運動を推奨
- ・ 従業員のおすすめレシピを店頭で掲載
- ・ お客さんとコミュニケーションから商品の紹介や情報収集し、仕入れに活かしている