

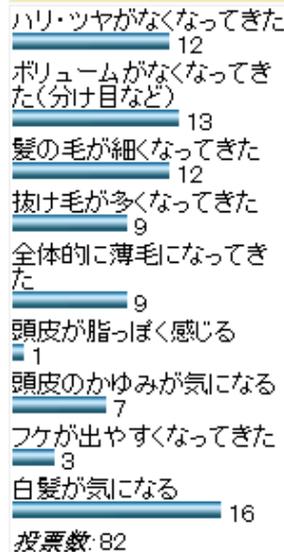
◆◆今号のお届け内容◆◆

1. 『主婦ラボ』プロフィールのご紹介
2. アンケート結果 「北海道の気になるスイーツメーカー」  
「髪や頭皮についての最近の悩み」
3. NY視察レポート(ダイジェスト) 『イーター』と『ホールフーズ』  
北海道のスーパーへの期待
4. 当社事業のご案内

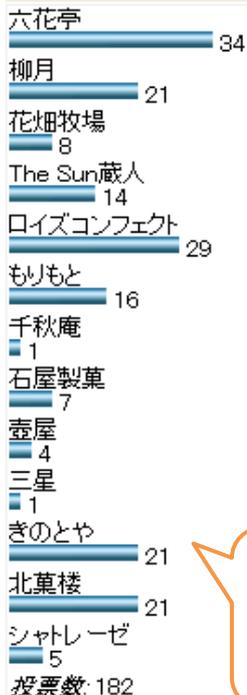
## 2. 『主婦ラボ』 アンケート結果

左下のプロフィールの通り、30～40代の多い主婦ラボメンバーの悩みらしい結果となりました。『白髪』と『薄さ』は歳を感じさせるのでなんとかしたいと毎日思う強い悩み。美容室はもっともっとこのニーズに応えるメニューがあってもいいと思いますよ！！

髪や頭皮についての最近の悩みは？(複数回答可)



北海道の気になるスイーツメーカーは？(複数回答可)



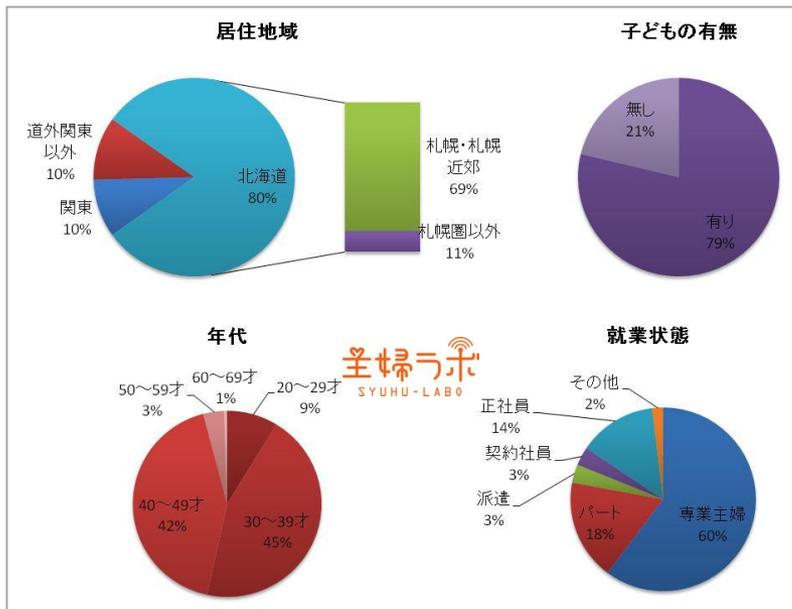
スイーツの新商品開発もたいへんです！当社でピックアップしているキーワードは『和洋折衷』『選んで組み合わせられる』『米粉』『形状転換』などなど…

## 1. 『主婦ラボ』プロフィールのご紹介

■ 当社運営の消費者発信サイト『主婦ラボ』開設から3年が経ち、2010年現在、380名の女性が登録されています。

モニターや覆面調査に参加して頂いている他、自分の考えをテーマに沿ってコメントして発信しています。

■ コメント能力・影響力の高い方が多いコミュニティで、そのネットワークからシニア層リサーチや関東地区のモニター調査も実施しています。



### 3, NY視察レポート(ダイジェスト) 『イーターリー』と『ホールフーズ』

11月17日～20日プライベートツアーにて。現地居住のガイドを雇い、スーパーマーケットはグルメストアを中心に15店舗、他ラーメンブーム、新しいSCなど、目いっぱい視て楽しむことができました！視察先についてのレポートと写真の一部をブログに順次アップしていますのでご覧下さい『北海道のアラフォーマーケットブログ』 また、写真等詳しくご覧になりたい方はお気軽に山本までご連絡下さい。

#### 1 新しいコンセプト『食を楽しむ』グルメスポット『イーターリー』がいい！

日本の代官山店の店舗とは全く印象が違った。平日15時半でも大混雑、切りたての生ハムやチーズをつまみながら立食コーナーでワインを飲む若いアーティスト、座って魚料理を楽しむ老夫婦...身なりのいい人たちが食べたり見たり話したり選んだり...『食べ物、食べること、食べる時間』を楽しみに来ている、といった感じだった。レストランは5ヶ所あり(すべてオープンスペース、ワンフロアでつながっている)ワインはグラスで7ドルから。

イタリア食材、イタリア料理に特化してこれだけの規模。日本食材、和食で作ったら目の前で精米、打ちたてそば、オリジナル漬けもの、できたて豆腐、寿司屋、てんぷら屋...キリがないが、NYなら可能性が！いやいや、日本でも考えてみる価値がある。くいしんぼうのお客様だけをターゲットに。

#### 2 グルメストアをたくさん見て...北海道のスーパーも強みをもっと際立たせてほしい！！

- 『あの絶品スモークサーモンと売ってる人が好きだからゼイバーズに来る』
- 『ウエグマンズは惣菜がレストラン並みのおいしさだから』
- 『PBはどれもおいしいし、選ぶのが楽だからトレーダージョーがお気に入り』
- 『子供も楽しいし試食もいろいろできて、乳製品が安くておいしいからスチューレオナード』

NYの人は「この店のいいところは？」の問いに即座に答えてくれた。各お店に個性、強みがあり、商品や陳列、販売方法などの創意工夫でそれが確実に伝わっている。

北海道のスーパーはどこに行っても、売っているものがPBも含めてほとんど変わらない。見たり選んだりしているプロセスで楽しい仕掛けも少ない。だから『その店に行く理由』がなく、『買い物安く手早く済ませたい』場所になっている。NYのグルメストアや『イーターリー』を見て強みだと思った下記のポイントのうち、どれか1つでも注力して、ポイントカード以外の魅力でわたしたち消費者を惹きつけてほしい。

#### グルメストアの5つの強み

- ローカル 生鮮食品 + アピール 陳列
- セレクト 加工食品
- 店手作り・オリジナル 加工食品
- 本格的 半調理 商品
- デパ地下 (シェフレベル) 惣菜

#### イーターリーの強み

- レストラン との融合
- 国カテゴリー 特化

#### 3 □北海道のスーパーで(もっと) あったらいいなと思った商品

#### ■目立っていた商品

- 『手軽な健康志向』のシンボリック商品ドライフルーツとナッツ □体に少しでもよさそうなミネラル砂糖
- 自分で選んで量り売りの惣菜やサラダバー □■特製スープ惣菜 □■白くないパン・衛生的な陳列
- オメガ3 オイルのサプリメント □かわいい高くないキッチングッズ □■オリジナル加食・惣菜の対面試食
- 有名人ブランドのソースやドレッシング □■冷凍でない「あとは焼くだけ揚げるだけ」コーナー

### LOHASスーパー『ホールフーズ』

できるだけオーガニックの原料を使用した加工食品、オーガニックの生鮮食品をカッコよく売っている特別感あるスーパーマーケット。いわゆるLOHASな高所得のインテリが顧客層。プライスカードの色はオーガニックかそうでないかで区別されている。



■4年前に行ったロサンゼルスのお店の方が、規模も大きくて演出感もあり、すばらしかった記憶があるので新鮮味は感じなかったが、やはりどの売り場を見ても演出力の創意工夫がされていて絵的に美しい。

#### ■あとは焼くだけシーフードコーナー(写真)



■圧巻なのはやはり惣菜！ロサンゼルス店の時より、かなりの種類とクオリティアップなのではないか？至れり尽くせりでどれもおいしそう... アメリカでも「ホールフーズの惣菜は健康に良くおいしい」と評判が高いそう。

■私が飛びついて買ったのはオメガ3 オイルのサプリメント。大瓶で14ドル台(最後の1本だった)、レギュラーで7ドル台という手頃な値段！非常に大粒なのに驚きますが毎日飲んでます。



イーターリー店内



## 4, 当社事業のご案内

2010年9月で4年目を迎えた当社の事業は4本柱になってきており、改めてご紹介させていただきます。  
ぜひお気軽にご相談ください。



株式会社エルアイズ  
Tel & Fax : 011-213-9296  
携帯電話 : 080-6075-9966 (山本)  
E-mail : [yamamoto@l-eyes.com](mailto:yamamoto@l-eyes.com)

### 1, 覆面調査（顧客満足向上研修） ここまで丁寧な報告書とフォローシステムのある覆面調査は当社だけです！

- 特徴1 : 『ほめ言葉』で店長と従業員のモチベーションを高める『顧客の声レポート』
- 特徴2 : 店長が現場店舗従業員にもフィードバックできるフォローツール完備
- 特徴3 : 当社スタッフが顧客代表として直接お伝えし効果を高める『報告会』実施
- 特徴4 : 3ヵ月後、6ヵ月後と続く効果測定でモチベーション維持をフォローアップ
- 特徴5 : 商品開発や品揃えなどお客様の本音を聞くリサーチデータとしても設計可能



### 2, 女性顧客視点アドバイザー契約 切れ味の良い顧客代表（主婦マーケットター）が伺います

- ご活用例1 : お客様視点で御社の課題の洗い出しと整理、改善策考案
- ご活用例2 : 当社スタッフが御社の会議や打ち合わせに出席（試食可）顧客代表として直接その場で進言



### 3, マーケティング・リサーチ 売れる成功商品作りのお手伝い ～調査設計からデータ分析まで

- (1) 定性調査（グループインタビュー、ネット会議室、デプスインタビュー）
  - ①ニーズ探索目的（何を作ったら売れるのか）
  - ②評価目的（試作品や新サービス、既存品の受容性や改善点を探る）
- \* ネット会議室は御社ご担当者がSNS内にて直接消費者とコミュニケーションすることも可能
- (2) 定量調査（アンケート、フィールド調査等）



### 4, メニュー開発 女性顧客が喜ぶ商品・メニューを開発いたします（惣菜・飲食店・加工食品メーカー様）

- ・新商品カテゴリー及びバリエーションのアイデア提案、レシピ作成、サンプル作成
- ・撮影用調理例レシピ・現物作成・スタイリング
- ・テストマーケティング

