

「地域対応型」プライベート・ブランド開発に
ついての一考察

学生番号：201583

氏名：徐 斌

指導教官： 伊藤 一

平沢 尚毅

平成 29 年度提出

目次

第1章	研究背景及び研究目的	1
1.1	研究背景	1
1.1.1	プライベート・ブランド開発の動向	1
1.1.2	問題提起	3
1.2	研究目的・手法	6
1.3	論文の構成	8
第2章	先行研究に関するレビュー	10
2.1	「地域対応型」PB 位置づけについて	10
2.1.1	PB の定義	10
2.1.2	PB の発展過程	12
2.1.3	PB の特徴についての再認識	19
2.1.4	PB の新しい展開	22
2.2	「地域対応型」PB 開発の背景について	24
2.2.1	PB の利益貢献度	24
2.2.2	ストア・ロイヤルティの向上	25
2.2.3	取引交渉力の増大	27
2.2.4	PB の成功要因	28
2.2.5	ブランド・ポートフォリオ戦略の展開	30
2.2.6	「地域対応型」PB 開発の効果	32
2.3	「地域対応型」PB と地域ブランドの関連性について	32
2.3.1	地域ブランドの定義	32
2.3.2	地域ブランドの構築プロセス	35
2.3.3	PB と地域ブランドの比較分析	37
第3章	分析手法	42
3.1	リサーチクエスチョン	42

3.2	定量分析	43
3.3	定量分析の際の統計手法	47
第4章	「地域対応型」PB の概念モデルについて	49
4.1	「地域対応型」PB 開発にかかわる要因の抽出	49
4.1.1	シソーラスの客観性	52
4.1.2	各要因の出現頻度	52
4.2	「地域対応型」PB の開発パターン	54
4.3	「地域対応型」PB の商品カテゴリー	57
4.4	「地域対応型」PB の概念モデルの提案	59
第5章	コンビニ大手3社の「地域対応型」PB 戦略の特徴について	63
5.1	3社の「地域対応型」PB 開発に関する比較分析	63
5.1.1	商品カテゴリーの構造について3社の比較分析	68
5.1.2	「地域対応型」PB の概念モデルから見た3社の特徴	90
5.2	3社の「地域対応型」PB の開発パターンに関する時系列分析	93
5.3	セブンイレブンの「地域対応型」PB 戦略に関する時系列分析	102
5.3.1	セブンイレブンの開発パターンの年度別推移	102
5.3.2	セブンイレブンの商品化戦略の年度別変化	106
5.4	ローソンの「地域対応型」PB 戦略に関する時系列分析	113
5.4.1	ローソンの開発パターンの年度別推移	114
5.4.2	ローソンの商品化戦略の年度別変化	117
5.5	ファミリーマートの「地域対応型」PB 戦略に関する時系列分析	123
5.5.1	ファミリーマートの開発パターンの年度別推移	123
5.5.2	ファミリーマートの商品化戦略の年度別変化	126
第6章	考察	130
6.1	「地域対応型」PB の概念モデルの提案 (RQ1・RQ2)	130
6.2	3社の「地域対応型」PB 戦略の特徴について (RQ3)	133
6.3	「地域対応型」PB の概念モデルの意義について	137

第7章 結論及び展望	139
7.1 結論	139
7.2 学術的意義	141
7.3 本研究の展望	142
参考文献のリスト :	144
謝辞	158
付録1 セブンイレブンのニュースリリースから収集した記事のリスト.....	159
付録2 ローソンのニュースリリースから収集した記事のリスト.....	191
付録3 ファミリーマートのニュースリリースから収集した記事のリスト.....	200

図目次

図1-1	研究目的	7
図 1-2	論文の構成	9
図 2-1	PB の発展段階に関する仮設	15
図 2-2	PB の特徴についての再認識	22
図 2-3	「展開エリア」からみた「地域対応型」PB の位置づけ	23
図 2-4	「価値訴求」からみた「地域対応型」PB の位置づけ	23
図 2-5	地域ブランドのタイプとブランドの方向性	34
図 2-6	地域ブランド構築の基本構図	37
図 3-1	「地域対応型」PB 開発にかかわる要因抽出の手順	44
図 3-2	「地域対応型」PB 商品の開発パターンを特定する手順	45
図 3-3	「地域対応型」PB の概念モデルの応用可能性を検証する手順	46
図 4-1	「地域対応型」PB の概念モデル（セブンイレブンを基準として）	60
図 5-1	「地域対応型」PB 商品の開発パターンの比較分析（商品数）	64
図 5-2	「地域対応型」PB 商品の開発パターンの比較分析（構成比）	65
図 5-3	「自治体連携型」により開発される商品カテゴリーの比較（商品数）	70
図 5-4	「自治体連携型」により開発される商品カテゴリーの比較（構成比）	71
図 5-5	「地域特産品活用型」により開発される商品カテゴリーの比較（商品数）	73
図 5-6	「地域特産品活用型」により開発される商品カテゴリーの比較（構成比）	74
図 5-7	「当地メニュー流用型」により開発される商品カテゴリー（商品数）	76
図 5-8	「当地メニュー流用型」により開発される商品カテゴリー（構成比）	77
図 5-9	「イベント連動型」により開発される商品カテゴリーの比較（商品数）	79
図 5-10	「イベント連動型」により開発される商品カテゴリーの比較（構成比）	80
図 5-11	「人気店監修型」により開発される商品カテゴリーの比較（商品数）	82
図 5-12	「人気店監修型」により開発される商品カテゴリーの比較（構成比）	83
図 5-13	「季節限定型」により開発される商品カテゴリーの比較（商品数）	85
図 5-14	「季節限定型」により開発される商品カテゴリーの比較（構成比）	86

図 5-15	「健康志向型」により開発される商品カテゴリーの比較(商品数)	-----88
図 5-16	「健康志向型」により開発される商品カテゴリーの比較(構成比)	-----89
図 5-17	「地域対応型」PB の概念モデル (ローソン)	-----91
図 5-18	「地域対応型」PB の概念モデル (ファミリーマート)	-----92
図 5-19	3 社の商品数の年度別推移	-----93
図 5-20	「自治体連携型」の商品数の年度別推移の比較	-----94
図 5-21	「包括連携協定」の締結件数の年度別推移の比較	-----95
図 5-22	「地域特産品活用型」の商品数の年度別変化の比較	-----96
図 5-23	「当地メニュー流用型」の商品数の年度別変化の比較	-----97
図 5-24	「イベント連動型」の商品数の年度別変化の比較	-----98
図 5-25	「人気店監修型」の商品数の年度別変化の比較	-----99
図 5-26	「季節限定型」の商品数の年度別変化の比較	-----100
図 5-27	「健康志向型」の商品数の年度別変化の比較	-----101
図 5-28	セブンイレブンの開発パターンの年度別推移 (商品数)	-----103
図 5-29	セブンイレブンの開発パターンの年度別推移 (構成比)	-----104
図 5-30	包括協定の締結と「自治体連携型」の商品数の推移(セブンイレブン)	---105
図 5-31	2011 年 2 月期までの中期計画の事業戦略の基本 (一部抜粋)	-----109
図 5-32	「セブンプレミアム」の品目数と「地域対応型」PB 商品数の年度別変化	-112
図 5-33	「セブンプレミアム」の売上 と「地域対応型」PB 商品数の年度別変化	--112
図 5-34	ローソンの開発パターンの年度別推移 (商品数)	-----115
図 5-35	ローソンの開発パターンの年度別推移 (構成比)	-----116
図 5-36	包括協定の締結と「自治体連携型」の商品数の年度別推移 (ローソン)	-117
図 5-37	ローソンの PB 商品のブランドマップ	-----122
図 5-38	ファミリーマートの開発パターンの年度別推移 (商品数)	-----124
図 5-39	ファミリーマートの開発パターンの年度別推移 (構成比)	-----125
図 5-40	包括協定の締結と「自治体連携型」の商品数の推移(ファミリーマート)	-126

表目次

表 1-1	コンビニ大手 3 社の「地域密着戦略」	2
表 1-2	「地域対応型」PB の位置づけ	4
表 2-1	PB の定義	11
表 2-2	各国の PB の始まり	14
表 2-3	PB の発展段階	16
表 2-4	PB 開発の歴史 (年代別)	17
表 2-5	Schutte(1969)によるブランド用語に関する分類	20
表 2-6	従来の PB の特徴	20
表 2-7	地域ブランドの定義	33
表 2-8	地域ブランドモデル	35
表 2-9	一般の製品とブランド化の対象としての地域の特徴の比較	38
表 2-10	企業ブランドと地域ブランドの相違点	39
表 2-11	地域の組織や人々の類型化	40
表 2-12	PB と地域ブランドの比較	41
表 4-1	情報収集 (セブンイレブン)	49
表 4-2	要因の定義	50
表 4-3	要因ごとの確率 (平均値)	52
表 4-4	各要因の出現頻度について	53
表 4-5	クラスター分析 (セブンイレブン)	55
表 4-6	開発パターンの特定	56
表 4-7	「地域対応型」PB 商品カテゴリーの構造 (セブンイレブン)	58
表 4-8	各開発パターンにより開発される商品カテゴリーの分布について	58
表 5-1	情報収集の概要	63
表 5-2	3 社の商品開発パターンの分布に関する χ^2 乗検定の結果	66
表 5-3	自治体との包括連携協定の締結 (3 社)	67
表 5-4	セブンイレブンの商品戦略の年度別変化	107
表 5-5	セブンイレブンの PB	111

表 5-6	ローソンの年度別商品戦略について	118
表 5-7	ローソンの展開する各フォーマット	121
表 5-8	ファミリーマートの年度別商品戦略について	127

第1章 研究背景及び研究目的

1.1 研究背景

1.1.1 プライベート・ブランド開発の動向

ニールセンが2014年に実施した「世界のプライベート・ブランド（以下はPBと称する）の市場動向」に関する調査によると、49の国と地域のPBの売上シェアは平均で16.5%に達しており、欧州、特に西欧諸国はPB開発の先端市場であり、一般消費財に限ると売上の3分の1をPB商品が占めている¹。また、同調査によると、スイスではPBの総売上高に占める割合が45%と、世界全体で最も高くなっており、アメリカが世界平均水準より割高の17.5%にとどまっている。一方、日本では、PBのマーケットシェアは欧米の先進市場より割と低い水準にあり、2013年に8%、2014年に9%となっていると推計されている（矢作 2013b²；重富 2015³）。

しかし、大手小売業者のセブン&アイ・ホールディングス（以下はセブン&アイと称する）のPB「セブンプレミアム⁴」の2015年度の売上は1兆円に達し、グループ全体の売上の23.3%を占め、日本国内の最大規模のPBとなっている⁵。セブン&アイと日本の流通業界の2強と言われるイオン株式会社（以下はイオンと称する）のPB「トップバリュ⁶」の2015年度の売上高が7637億円であり、全体の売上の9.3%を占めている⁷。大手小売業者にとって、PBの開発は重要な経営戦略の一環となって

¹ 『世界のPBの市場動向』

<http://www.nielsen.com/content/dam/nielsen/global/jp/docs/report/2014/JP%20Nielsen%20Global%20Private%20Label%20Report%20November%202014.pdf>

「49の国・地域」：PBの売上シェアの高い順で：スイス、スペイン、イギリス、ドイツ、ポルトガル、ベルギー、オーストリア、フランス、オランダ、デンマーク、スウェーデン、ハンガリー、ポーランド、チェコ、フィンランド、スロバキア、オーストラリア、ノルウェー、カナダ、南アフリカ、アメリカ、アイルランド島、イタリア、ギリシア、コロンビア、トルコ、ニュージーランド、チリ、アルゼンチン、メキシコ、シンガポール、ペルー、イスラエル、ロシア、ブラジル、ホンコン、インド、ウクライナ、韓国、ベネズエラ、台湾、マレーシア、中国、インドネシア、フィリピン、サウジアラビア、タイ、アラブ首長国連邦、エジプト

「平均16.5%」：加重平均の数値となっている。各国の比較に一貫性を持たせるため、プライベートブランドのシェアは全てのカテゴリーに均等に重みづけを行った上で平均を算出している

² 矢作（2013b）、p.15

³ 重富（2015）、p.19

⁴ 「セブンプレミアム」：セブン&アイ PB 商品 <http://www.sej.co.jp/i/products/7premium/>

⁵ セブン&アイの「成長を牽引するグループシナジー」

http://www.7andi.com/dbps_data/template/user/SITE/_localhost/_res/ir/library/ar/pdf/2016_04.pdf

⁶ 「トップバリュ」：イオンのPB商品 <https://www.topvalu.net/brand/>

⁷ 日本食糧新聞電子版, 2016年4月25日(11345号), 01面

<https://news.nissyoku.co.jp/news/detail/?id=YAMAMOTOH20160421105712163&cc=01&ic=150>

いることが明らかである。

また、PB開発の新しい動向として、大手小売業者が地域の嗜好に合わせ、地域特産品等を活用し、いわゆる「地域性」を取り入れ、地域限定で販売する「地域対応型」PBの開発が挙げられる。特に注目されているのは、大手コンビニエンスストアの取り組みとして、各地域に対応した弁当・惣菜類の開発が挙げられる。株式会社セブン-イレブン・ジャパン（以下はセブンイレブンと称する）、株式会社ローソン（以下はローソンと称する）と株式会社ファミリーマート（以下はファミリーマートと称する）のコンビニ大手3社は「地域対応型」PBの開発を展開している（表1-1）。

表 1-1 コンビニ大手 3 社の「地域密着戦略」

企業	主な取り組み	具体的な展開
セブンイレブン	自治体との連携（包括連携協定の締結）	包括連携協定締結：81 自治体（42 道府県 36 市 3 区） ⁸ （2004 年～2017 年 5 月 19 日）
	地域別の「地域限定」商品開発	全国を 11 の地域に分け地域ごとに商品開発責任者を配置し、エリア別の商品開発を強化：（①北海道、②東北、③首都圏、④北関東、⑤甲信越、⑥北陸、⑦東海、⑧近畿、⑨中国・四国、⑩九州、⑪中京） ⁹
ローソン	自治体との連携（包括連携協定の締結）	包括連携協定締結：52 自治体（45 道府県 7 市） ¹⁰ （2003 年～2017 年 5 月 1 日）
	地域別の「地域限定」商品開発	開発本部に下に 12 地域の開発部を配置している：①北海道、②東北、③北関東、④埼玉・千葉、⑤東京、⑥神奈川県、⑦愛知・静岡、⑧北陸・三岐、⑨京滋奈・兵庫、⑩大阪・和歌山、⑪中四国、⑫九州 ¹¹
ファミリーマート	自治体との連携（包括連携協定の締結）	包括連携協定締結：51 自治体（45 道府県 6 市） ¹² （2007 年～2016 年 9 月 1 日）
	地域別の「地域限定」商品開発	地域区分 ¹³ ：①北海道、②東北、③関東、④東海、⑤北陸、⑥関西、⑦中国・四国、⑧九州、⑨沖縄

⁸ セブンイレブンの公式 HP で掲載されている「地域活性化包括連携協定一覧」：

http://www.sej.co.jp/csr/file/pdf/csr/community/nsmail_2017.pdf

⁹ セブンイレブン公式 HP に掲載されている「地域区分」：<http://www.sej.co.jp/products/area.html>

¹⁰ ローソンの公式 HP「自治体との連携」<http://www.lawson.co.jp/company/activity/stakeholder/community/>

¹¹ ローソンの組織図：http://www.lawson.co.jp/company/corporate/pdf/cons_20170901.pdf

¹² ファミリーマートの公式 HP「自治体との連携」

http://www.family.co.jp/company/csr/commitment_to_society/action/administration.html

¹³ ファミリーマートの公式 HP「地域区分について」<http://www.family.co.jp/other/aboutarea.html>

表 1-1 のとおり、地方自治体との連携の面では、セブンイレブンは他の 2 社より力を入れていることが分かる。特に、道府県のみではなく、市町村との連携も重要視していることがセブンイレブンの特徴である。

エリア別の商品開発では、コンビニ大手 3 社は全国を複数の地域に分けている。特に、セブンイレブンとローソンは地域ごとに商品開発責任者ないし部門を配置している。また、「地域」の範囲の設定は研究者により異なっている。例えば、生田ら (2006) によると、国より小さな地理的分析単位に関するブランド資産の視点から地域ブランドの研究が出発したと指摘されている¹⁴。久保田 (2004) は「地域」の範囲が何通りにもある点を地域ブランドの特徴の 1 つとして提示し、「どの地点を中心に選択する」と「ある地域の大きさをどう選択するか」により、ブランド・アイデンティティが異なってくると主張している¹⁵。ただし、本研究は新たな視点として、大手コンビニチェーンが商品開発部門を配置する地域区分をもとに「地域」の範囲を「北海道」、「東北」、「関東」、「関西」、「九州」、「甲信越・北陸」または「中国・四国」と設定した。

1.1.2 問題提起

まず、本研究が注目する「地域対応型」PBが既存のいくつかのブランド形態における位置づけを「開発主体」と「展開エリア」¹⁶という2つの軸から考察した。

¹⁴ 生田ら(2006)、p.33

¹⁵ 久保田 (2004) 、pp.6-7

¹⁶ 根本 (1995、p.7) より PB の基本意味の 1 つとして、NB より展開エリアが地域的或いは地場的であると指摘した。

表1-2 「地域対応型」PBの位置づけ

開発主体	展開エリア	全国市場	地域市場
大手小売業者		PB 例：「セブンプレミアム」、 「トップバリュ」等	「地域対応型」PB 例：セブンイレブンの弁当・惣菜の北海道限定メニュー ¹⁷ 等
中小小売業者			ローカルPB 例：セイコーマートの「リテールブランド」 ¹⁸ 等
大手メーカー		NB 例：『キッコーマン しょうゆ』 ¹⁹ 等	地域限定NB 例：麒麟株式会社の地域限定ビール『9工場が一番搾り』 ²⁰
中小・零細メーカー			地域ブランド 例：道の駅の地域特産品

大手小売業者が開発し、全国市場に打ち出している独自商品のことはいわゆる一般的に言われているPB商品である。代表的な例として、セブン&アイの「セブンプレミアム」やイオンの「トップバリュ」のものが挙げられる。従来のPB戦略に関連する研究の殆どはこのPB商品を対象として展開されている。それに対して、大手小売業者が地域市場をターゲットとして開発するPB商品、いわゆる本研究が注目する「地域対応型」PBが近年導入されてきた。セブンイレブン等の大手コンビニチェーンが道産食材を使用して開発する弁当や惣菜の北海道限定メニューは代表的なケースである。

中小小売業者が一般的に地域に密着しているので、自主企画の独自商品は地域市場向けとなっている。例えば、北海道のコンビニチェーンであるセイコーマートの独自ブランド「リテールブランド」が近年では、道外の小売業者に販売する動向²¹があったが、依然として北海道をメイン市場として展開されている。また、愛媛県の地元スーパーや食品卸と加工会社等60社が連携し、地元産の素材を活用

¹⁷ セブンイレブンの公式 HP 「地域別新商品案内：北海道限定」

<http://www.sei.co.jp/i/products/thisweek/hokkaido/>

¹⁸ セイコーマートの公式 HP 「リテールブランド」：http://www.seicomart.co.jp/instore/retale_brand.html

¹⁹ キッコーマン株式会社の公式 HP 「キッコーマン しょうゆ」

<https://www.kikkoman.co.jp/products/product/K050505/index.html>

²⁰ 麒麟株式会社の公式 HP 「9工場が一番搾り」

<https://www.kikkoman.co.jp/products/product/K050505/index.html>

²¹ 日本経済新聞 2015年5月9日（朝刊）11頁「イオンにPB供給」

しPB商品の共同開発を行う「えひめストアパートナー会」を2012年に立ち上げて
いる。代表的なものとして、『カット野菜』と『惣菜キット』の開発が挙げられる
22。本研究では、大手小売業者が開発する「地域対応型」PBと区別するため、中小
小売業者が開発した独自商品のことを「ローカルPB」と名付けている。

PBは一般的に大手メーカーが開発するナショナル・ブランド（以下はNBと称す
る）と対照的に使われている概念である23。全国市場に展開されていることから「
ナショナル・ブランド」と呼ばれるようになった。代表的には『キッコーマン
しょうゆ』や、日清食品グループの『カップヌードル』24等が挙げられる。一方、
NBメーカーとして地域限定のNB商品を開発するケースもあげられる。例えば、キ
リン株式会社が地域の好みに合わせて開発し、地域限定で販売する『9工場一番
搾り』が挙げられる。また、日清食品グループは北海道道産利尻昆布を使用して
開発し、北海道限定で販売する『北のどん兵衛うどんシリーズ』25も代表的ケース
である。

最後に、中小・零細メーカーが地域特産品等の地域資源をブランド化する「地
域ブランド」の構築が挙げられる。道の駅で販売される地域特産品がその代表で
ある。例えば、北海道釧路市阿寒町の道の駅「阿寒丹頂の里」に物産販売コーナ
ーなどを備え、野菜、乳製品、畜産物、エゾシカなど地元阿寒の食材に加え、港
町釧路の水産物を漁協から直接仕入れる体制を作り、釧路・根室産にこだわり、
独自開発の人気商品も注目されている26。「地域ブランド」は地域市場を主なター
ゲットとしている一方、ネットを経由し、全国市場に展開する可能性も出てきて
いる。

表1-2では、「開発主体」及び「展開エリア」という2つの軸から、PBと「地域対
応型」PB、NBと「地域限定」NB、または「ローカル」PB及び「地域ブランド」の
位置づけを整理した。本研究では、大手小売業者が開発し、地域限定で展開する

22 愛媛ニュース「大手に負けない売り場へ スーパー軸に60社連携」[http://www.chime-
np.co.jp/news/local/20150625/news20150625020.html](http://www.chime-
np.co.jp/news/local/20150625/news20150625020.html)

23 根本（1995）p.6

24 日清食品グループの公式HP「カップヌードルシリーズ」
<https://www.nissin.com/jp/products/brands/cupnoodle/>

25 日清食品グループの公式HP「地域限定商品」<https://store.nissin.com/jp/products/productsByCategory/1/>

26 道の駅「阿寒丹頂の里」の公式HP：<https://www.akan.jp/>

「地域対応型」PBに注目している。

何故小売業者の商品開発において、「地域性」を重視する必要性について、小林(2015)²⁷が地域に根付いている店舗経営者と連携し、地域の嗜好に応じた商品を品揃えすることが売上を確保するためには不可欠であると指摘している。さらに、矢作(2015)²⁸は高齢化が進んでいる地域では当地の味が重要視されることから、商品の味覚を地域に合わせることを不可欠であるとして、販売部門では、地域や立地条件に合った品揃えや店舗運営をする必要があると主張した。

一方、筆者が整理したPB戦略に関する既存研究(第2章を参照)のうち、「地域対応型」PBに注目する研究はまだ少ない。特に、商品開発面に焦点を当て、「自治体との連携」や「地域特産品の活用」等の要因が如何に「地域対応型」PB開発に関連するのかについて研究する余地があると考えられる。

1.2 研究目的・手法

本研究は「地域対応型」PB開発にかかわる主要な要因を抽出し、その要因間の関係を明確にし、「地域対応型」PB商品の開発パターンを特定し、各パターンにより開発される商品カテゴリーの構造について考察する上で、要因、開発パターン及び商品カテゴリーの面から「地域対応型」PBの概念モデルを提案することを主な目的としている。

また、この概念モデルをもとに、コンビニ大手3社の比較分析及び時系列分析を行い、3社の「地域対応型」PB戦略の特徴について考察する(図1-1)。

²⁷ 小林(2015)、p.64

²⁸ 矢作(2015)、p.68

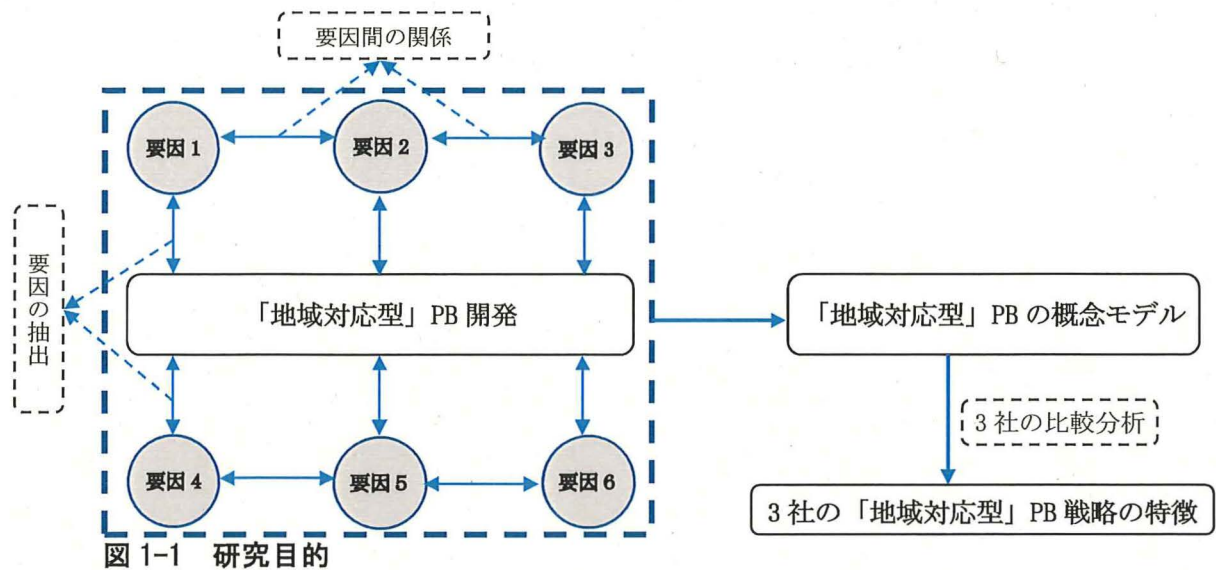


図 1-1 研究目的

上記の研究目的を達成するため、まず、PB 開発に関する先行研究から、「地域対応型」PB の位置づけと背景について考察する。また、地域ブランド構築の視点を援用し、「地域対応型」PB の開発にかかわる要因抽出の理論的背景を明確にする。

次に、コンビニ大手 3 社であるセブンイレブン、ローソン、ファミリーマートの公式 HP に掲載されているニュースリリースから「地域対応型」PB 開発に関連する記事を収集する。記事のテキスト内容を整理し、「地域資源の活用」と「協力者の関与」という 2 つの方向から、シソーラス²⁹を作成し、「地域対応型」PB 開発にかかわる要因を抽出する。

次に、要因間関係を明確にするため、業界トップのセブンイレブンを基準として、商品ごとに各要因の出現の有無をもとに数値データを作成し、クラスター分析を行い、その結果に基づき、「地域対応型」PB の開発パターンを特定する。さらに、各パターンにより開発される商品カテゴリーの構造を明確にする。その上で、開発パターンやカテゴリー等の構造から「地域対応型」PB の概念モデルを提案する。

最後、コンビニ大手 3 社の「地域対応型」PB 戦略の特徴について考察するため、コンビニ大手 3 社の開発パターンと商品カテゴリー構造の比較分析と商品化戦略の時系列分析を行う。

²⁹ シソーラス：類語辞典、各要因に当てはまる用語のリストのことである

1.3 論文の構成

第1章では、本研究が「地域対応型」PB開発に注目する背景として、大手小売業者の「地域密着戦略」について整理した。また、「展開エリア」と「開発主体」から「地域対応型」PBの位置づけを明らかにしたうえで、本研究の目的を明確にした。

第2章では、まず「地域対応型」PBの位置づけについて明確にするため、従来のPBの定義及び発展過程に関する既存研究を整理し、「地域対応型」PBは価値訴求型PBの新しい流れであると捉えた。次は、PBの開発に関する実証研究を整理した上で、「地域対応型」PB開発の背景について考察した。また、「地域対応型」PB開発パターンについて考察するため、「地域性」をブランディングの対象としている地域ブランドの視点を援用した。

第3章では、第2章の先行レビューに基づき、リサーチクエスションを設定し、定量分析のプロセス及び統計分析の手法について明確にした。

第4章では、コンビニ業界のトップであるセブンイレブンを基準として、公式HPのニュースリリースからに関連する記事を収集し、シソーラスを作成し、「地域対応型」PB開発にかかわる要因を抽出し、クラスター分析に基づき、要因間の関係について明確にしたうえで、開発パターンを特定した。その上で、「地域対応型」PBの概念モデルを提案した。

第5章では、3社の「地域対応型」PB戦略の特徴について考察するため、セブンイレブンを基準にして提案した概念モデルをもとに、セブンイレブン、ローソンとファミリーマートの「地域対応型」PBの開発パターン及び商品カテゴリーについて3社の比較分析を行った。特に3社の商品化戦略に関する時系列分析と合わせて考察した。

第6章では、「地域対応型」PBの開発パターン、商品カテゴリー及び3社の比較等の分析の結果を整理し、リサーチクエスションと照り合わせつつ、得られた知見を考察としてまとめた。

第7章は本研究の結論を「地域対応型」PBの概念モデルの提案及びコンビニ大手3社の「地域対応型」PB戦略の特徴から整理した。また、新しい概念の提案及び研究方法のオリジナルティから学術的意義及び本研究の限界と今後の展望について明確にした。

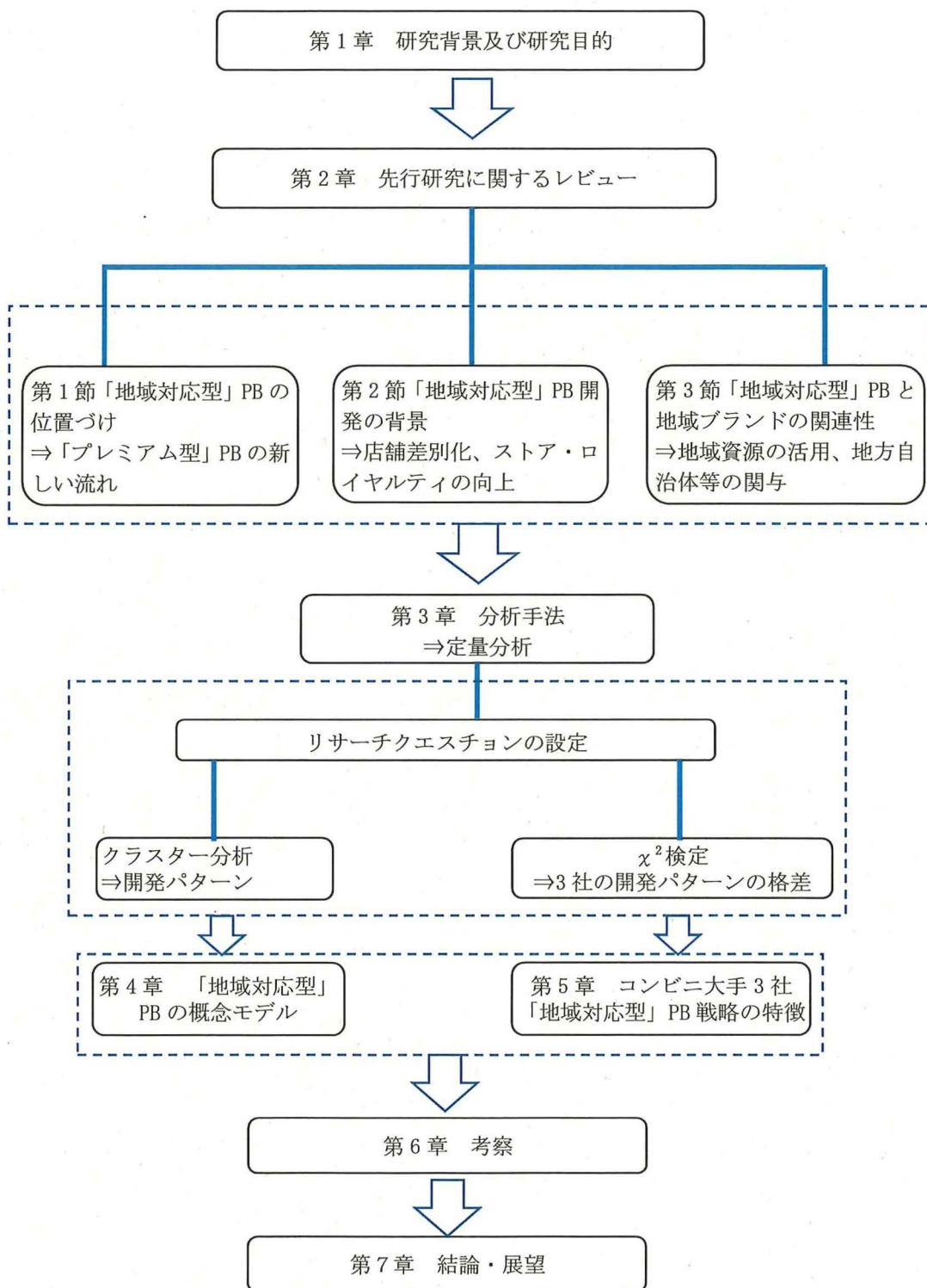


図 1-2 論文の構成

第2章 先行研究に関するレビュー

本章では、まず「地域対応型」PBが既存のPB商品における位置づけを明確にするため、PBの定義及び発展過程に関する既存の視点を整理する。また、「地域対応型」PB開発の背景について関連する実証研究を中心に考察する。

さらに、「地域対応型」PB開発にかかわる要因について考察するため、「地域性」をブランディングの対象とする地域ブランドに関する既存研究をレビューし、PBとの比較分析を行う。

2.1 「地域対応型」PB位置づけについて

2.1.1 PBの定義

PBの定義を巡る議論は盛んに行われきた。本項では、既存研究をもとにPBの定義について再認識した上で、「地域対応型」PBの特徴を反映できる定義は、現時点では、まだ明確にされていないことを確認した。表2-1はPBの定義に関する既存視点の抜粋である。

表 2-1 PB の定義

	PB の定義
Schutte 1969 年 ³⁰	流通業者志向ブランドは、主要な経済的コミットメントが流通である組織によって所有され、そしてコントロールされるブランドである
和田充夫 1984 年 ³¹	プライベート・ブランドは一般にストア・ブランドとも呼ばれ、小売業者（卸売業者など、小売商以外の流通業者の場合にも現実には存在する）が自社商品を表示し、最終消費者に対して他の商品と明確に識別し、品質に対する責任を明らかに示した商品および、そのために用いられる名前、文字、シンボル、デザインなどの総体である
根本重之 1995 年 ³²	プライベート・ブランドは、製品の製造業者より再販業者によって所有される色彩が強いブランドである。ただし、希にはその再販業者が製造業者である場合もある。
野口智雄 1995 年 ³³	流通業者が個別（プライベート）に開発したもので、独自の商品品質、ブランドネーム、マーク、ログ、パッケージ等を有している
矢作敏行 1996 年 ³⁴	プライベート・ブランドは生産者ではなく、卸、小売業者などの商業者が主要な責任を負って開発し、販売している商品のことである。卸、小売業者や共同仕入れ機構などの商業者が商品仕様の決定、品質管理、物流、商品ラベル、包装、デザインなどの商品企画・販売に広範囲な責任を負っており、生産者生産に関わる限られた役割のみを担っている
大野尚弘 2000 年 ³⁵	PB 商品とは、流通企業が所有するブランドを付与した商品である
Abril et al., 2015 年 ³⁶	プライベート・ラベルは、ストア・ブランドとも呼ばれて、小売業者が所有しコントロールしているブランドのことであり、製造業者ブランド或いはナショナル・ブランドと対照的に扱われている。

PB への定義は研究者により視点がやや異なるが、PB がブランドの主要責任者が製造業者ではなく、流通業者であるという点ではほぼ共通している。また、このようなブランド形態の特徴について把握するため、PB の始まり及び発展過程について整理する。

³⁰ Schutte (1969)、p.6

³¹ 和田 (1984)、p.209

³² 根本 (1995)、p.4

³³ 野口 (1995)、p.27

³⁴ 矢作 (1996)、p.80

³⁵ 大野 (2000)、p.131

³⁶ Abril et al., (2015)、p.192

2.1.2 PBの発展過程

本項から既存研究に基づき、PBの発展過程を整理する上で、PB商品の特徴について再認識し、「地域対応型」PBの位置づけについて考察する。

(1) アメリカにおけるPBの始まり

木綿(1975)³⁷の見解によると、ブランドが製造業者のマーケティング・ツールとして極めて重要な役割を果たすようになったのは19世紀の末であり、マス・メディアを通じて広く最終消費者に広告することにより、製造業者の市場支配力が増していた。一方、チェーンストアは1920年代の「黄金時代」により、大規模小売業者に成長した。チェーンストアは市場支配力を手段として寡占度を強めようとするNBに対抗するため、独自ブランドのPBを作った。また、アメリカのPBの生成は主に3つの契機があると指摘した。

第1に、小売業者には安定的利益確保が迫られていた。第2に、A&Pやシアーズ・ローバックのような大規模小売業者は販売力を背景として、NBに拮抗することを可能にした。第3に、プロダクト・ライフ・サイクルの成熟期に入ると、NB商品の陳腐化と製造技術の標準化が発生し、PB企画が容易に行うことが可能となった。

この視点は後述する日本のPBの始まりに関する説と一致している部分がある。つまり、PBは、大手小売業者が寡占度を強めようとするNBメーカーに拮抗するために作られていたと考えられる。

(2) イギリスにおけるPBの始まり

イギリスのPBの始まりについて、矢作(2000)³⁸によると、1844年イギリス・ロッチデールで最初の店舗を開設した生活協同組合運動に遡る。1870年代以降、生協の卸部門(卸売協同組合)は質のよい生活必需品を適切な価格で提供する社会的使命の実現に向けて、ビスケットから靴磨きまで独自に調達した商品に、固有の名称をつけて販売した。これが「Co-op」ブランドの始まりとされる。生協のPB商品は当時から強い支持を得て、特に両大戦間期に成長が加速した。

³⁷ 木綿(1975)、pp.26-27

³⁸ 矢作(2000)、p.169

また、イギリスの PB 商品を展開している代表的な小売業者は、マークス・スペンサー（以下、M&S と称する）である。M&S の最初の PB 商品が作られたのは、1926 年であり、PB 開発の原型は、コラー社が M&S 向け女性用ストッキングの供給を開始し、「セント・マイケル (St. Michael)」と命名し販売したことである（矢作 2000）³⁹。生協と M&S のケースから見ると、PB 開発の主な理由は商品供給の確保であった。

(3) 日本における PB の始まり

日本の PB 始まりについて多くの説が存在している。PB 開発の先駆者はダイエーであると言われている。「良い品をどんどん安く」をモットーに、「定価破壊」の流通革命の中、活躍していたダイエーは PB 商品の開発に積極的に取り組んだ。1960 年、PB 商品の「ミカン缶詰」は日本の PB 第一号と言われる⁴⁰。特に話題になったのは、1970 年の年末に「ブブ」13 型カラーテレビの発売であった。ダイエーは当時中堅家電メーカークラウンと提携し、独自ブランドの家電製品を低価格で打ち出した。品質の問題でやがて販売不振となり、撤廃したが、NB メーカーの流通支配打破の先駆的な試みとされてきた⁴¹。

つまり、イギリスとアメリカに比べ、日本の PB は、NB メーカーのパワーが強かった背景に、小売業者が安売りを実現しようとする流通革命の中、寡占製造業者との衝突から生まれた意味合いが強かった。

³⁹ 矢作 (2000)、p. 174

⁴⁰ 菊池 (2011)、p. 144

⁴¹ 矢作 (2013a)、p. 24

表 2-2 各国の PB の始まり

	先駆者	開発動機
アメリカ	シアーズ A&P	①利益確保 ②NB メーカーに拮抗する
イギリス	生協 (Co-op ブランド) M&S (代表者)	①商品供給の確保
日本	ダイエー (1960-70 年代)	安売りを目指し、パワーNB メーカーとの衝突から PB の開発が始まった

各国の PB の始まりにはやや異なる背景を見せている。イギリスの場合、食料品の不足により消費者が商品価格への不信感が生じ、生協の商品が消費者の支持を得られ、最初の PB が作られた⁴² (矢作 2000)。開発動機はアメリカと少し異なり、消費者が信用できる商品価格を確保するためであった。

アメリカと日本の場合では、PB は有力小売業者が NB メーカーとの激しい衝突と対立の中で生まれてきた。強いブランド力と商品力を手段として、マスコミなどを活用し全国にマーケティングを展開し、自社ブランドを NB に育成してきた一流メーカーが価格決定権を握るまで成長した⁴³ (矢作 2013a)。やがてチェーン小売業者が台頭し、「価格破壊」の流通革命を引き起こしたところ、「価格決定権」を巡り NB メーカーとの衝突が避けられない。NB メーカー、チェーン小売業者の先駆者であるダイエーは自社ブランドを作り始めた。それが日本の PB の始まりと言われている。日本の PB 開発の始まりの特徴は、大手 NB メーカーと有力小売業者の衝突を背景とした点である。

(4) PB の発展段階について

次に、既存研究の視点から、PB の発展段階について整理し、PB 商品の特徴について考察する。PB の発展段階について、まず挙げられるのは、根本 (1995) が Humphries & Samways (1993) の視点に基づき提示した PB の発展段階に関する仮説である⁴⁴。

⁴² 矢作 (2000) 、 p.170

⁴³ 矢作 (2013a) 、 p.28

⁴⁴ 根本 (1995) 、 p.45

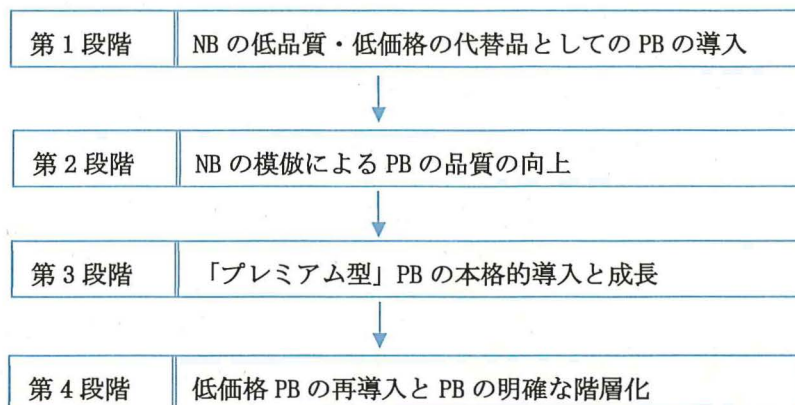


図 2-1 PBの発展段階に関する仮設 (出所) 根本(1995)、p. 45

第1段階では、1970年代、小売業が低価格品のPBの導入と販売により、高い粗利益を確保しながら、大手NBメーカーに対する交渉力を確実に強化したが、NBの低価格・低品質の代替品であるこの時期のPBの限界性があると指摘される。

第2段階では、1980年代前半では、NBを模倣し、PB商品の品質向上を図る動きがあった。低価格PBやジェネリックを中心として打ち出したPB商品が「安かろう悪かろう」というイメージにより企業全体のイメージに傷つける面も出てきたことから、小売業はPBの品質向上に取り組み、PBとNBが本格的に競合する時代となった。

第3段階では、1980年代後半では、テスコ、M&Sなどの有力小売業者はPBを戦略展開の中心として取り扱い、パッケージングや品質の一層の改良を進め、NB以上の品質を持つ「プレミアム型」PB商品を導入した。NBの低価格代替品の性格から脱却して、景気変動の影響を受けないようになっていくと指摘された。

第4段階では、1990年代前半では、英国の小売業はディスカウント・チェーンの進出に迫られ、改めて価格競争力を強化しないといけない状況に直面し、低価格のPBとジェネリックの再導入によりディスカウント業態と対抗した。

当時の日本PBの展開が、まだNBのコピーによる低価格を志向しており、「プレミアム型」PBが視野に入っているとは考えにくいとして、根本(1995)⁴⁵は当時のPB展開はまだ「第2段階」にあるものと指摘した。一方、2007年～2008年の日本市場におけ

⁴⁵ 根本(1995)、p.46

るPBの展開状況は、「第3段階」に差しかかったところであると指摘されている（重富2009）⁴⁶。

PBの発展段階に関するもう1つの代表的な研究はLaaksonen & Raynolds（1994）⁴⁷の視点である（表2-3）。彼らはPBの発展段階をノーブランド戦略、低価格戦略、模倣戦略、付加価値戦略という4段階に分け、開発の目的がマージン増加の他に、差別化による顧客基盤の拡大に移り、品質水準が低品質から、主要なブランドと同等の品質、さらに革新的でユニークな付加価値への進展がみられると指摘した。

表2-3 PBの発展段階

比較項目	第1段階	第2段階	第3段階	第4段階
ブランドのタイプ	ジェネリック ノーブランド	準ブランド PB	PB	拡張されたPB（セグメントされたPB）
戦略	ノーブランド	低価格戦略	模倣戦略	付加価値戦略
目的	・マージン増加 ・価格による選択肢の提示	・マージン増加 ・製造業者の力を減じる	・カテゴリーマージン増大 ・品揃えの拡大 ・ストアイメージ構築	・顧客基盤の拡大、維持 ・カテゴリーマージンの増大 ・ストアイメージの改善 ・差別化
品質	低品質のイメージ	低い知覚品質	NBと同等	NBと同等か以上 NBより革新的・差別化
購買動機	価格	価格	品質・価格両立	ユニーク性

（出所）：Laaksonen, H. and Raynolds, J.（1994）、p.38より一部抜粋

日本のPB発展過程を年代別にまとめた研究として、矢作（2013a）⁴⁸の見解が挙げられる。矢作（2013a）⁴⁹は流通業界をけん引したダイエーを中心に、日本におけるPB開発の歴史を詳細的に整理した（表2-4）。

⁴⁶ 重富（2009）、p.8

⁴⁷ Laaksonen & Raynolds（1994）、p.38

⁴⁸ 矢作（2013a）、pp.24-29

⁴⁹ 矢作（2013a）、p.29

表 2-4 PB 開発の歴史（年代別）

年代	PB の発展段階	備考
1960	揺籃期	ダブルチョップ商品の登場 PB 開発の第一歩
1970	模索期	寡占メーカーに挑む ダブルチョップ商品のほか、「ブブ」、ノーブランド商品
1980	見直し期	総合スーパーの経営不振により、PB の調整と整理
1990	再挑戦期	「価格破壊」PB——「セービング」「トップバリュ」の一時的ブーム、結局は NB 商品の壁を打ち破ることができなかった
2000	業態交代期	製造小売業の台頭 セブンイレブン、ユニクロ、ニトリの成功
2010	デュアル・ブランド期	変わるメーカーの対応 主要食品メーカーの PB 製造への参入

（出所）矢作（2013a）、pp. 24-29 をもとに筆者作成

PB の揺籃期の 1960 年代では、「良い品をどんどん安く」を徹底しようとしたダイエーを中心とした有力小売業者の成長により、NB メーカーとの衝突が強かった結果、NB メーカーが NB 商品の包装や量目を変更し供給する妥協案を提示し、製造元のメーカー名と発売元の小売業者名を併記した割安な「ダブルチョップ商品」が誕生した。

1970 年代は PB 発展の模索期であり、ダイエーにより寡占メーカーへの挑戦が展開された。ダイエーは当時の小売業者のトップとして、石油危機や物価高騰を背景に大規模消費財メーカーから価格主導権を奪うために、PB 商品開発に改めて挑んでいた。「ブブ」という家電製品の自社ブランドのほか、資生堂や花王や大正製薬などと「ダブルチョップ」商品の開発も次々と取り組んでいた。そのほか、1978 年、ダイエーにより「ノーブランド」商品を発売した。この模索期は試行錯誤の連続であったが、総合スーパーの商品開発への動きが活発化されたと矢作（2013a）⁵⁰が指摘した。

1980 年代は PB の見直し期であった。景気減速と経営不振を背景として、PB の集約化や整理が求められた。ダイエーとしては品質重視と価格重視の 2 つに PB を整理した。

1990 年代は PB の再挑戦期であり、「価格破壊型」PB が登場した。バブル経済後の不況を背景に、ダイエーは「エブリディ・ロー・プライス」（EDLP：毎日お買い得）政策を導入し、「セービング」をリニューアルし、「基幹ブランド」として位置づけし直した。

⁵⁰ 矢作（2013a）、p.25

ヒット商品を次々に生み出した結果は「価格破壊」というトレンドを引き起こした。他にはジャスコ株式会社（現イオン）の「トップバリュ」という価格破壊型 PB を導入した。しかし、このような価格破壊 PB のブームは長続きしなかった。

2000年代は業態交代期で「製造小売業の台頭」が注目された。総合スーパーの経営不振に代わり、コンビニエンスストアや食品スーパー、ホームセンター、製造小売業等の多様な業態群が台頭した。矢作（2013a）⁵¹の見解では、日本の PB 開発史に大きなインパクトを与えたのはコンビニエンスストアとアパレル等の製造小売業の 2 つの業態の革新であった。セブンイレブンが代表としたコンビニエンスストアは食品を中心としてメーカーとの集団的な商品開発体制を確立した。さらに、PB 商品の開発力を高めつつ、有力 NB メーカーとの協働も見られるようになった。

矢作（2013a）⁵²は 2010年代をデュアル・ブランド期と名付けた。主にメーカーの対応の変化に着眼し、味の素株式会社、日清食品グループ、カルビー食品株式会社、日本ハム株式会社、カゴメ株式会社、キューピー株式会社等の主要食品メーカーの多数が PB 商品の製造事業を受託していると指摘した。

PBのはじまり及び発展段階について既存研究の視点を整理した結果、日本の PB 開発の3点の特徴を抽出した。

1) PB開発において、NBメーカーとの協働がみられる。

最初のPBはNBメーカーと有力小売業者の衝突の中生まれたにもかかわらず、2000年代に入り、トップのNBメーカーが大手小売業者とPB商品の共同開発の動向が挙げられる（矢作 2013a）。つまり、PBの開発は、最初の中小メーカーに委託し製造する形から、トップメーカーと協働し、PB商品を共同開発するようになった転換が日本独特の現象であろう。

2) PBの開発をけん引する業態の転換が見られる。

矢作（2013a）⁵³がまとめたPB発展の歴史によると、2000年代前までは、ダイエーを中心としたスーパー・チェーンがPB開発の主力であったが、2000年代に入ると、セブンイレブンを代表としたコンビニエンスストアが台頭し、PB開発に変革

⁵¹ 矢作（2013a）、p.28

⁵² 矢作（2013a）、p.29

⁵³ 矢作（2013a）、p.24-29

をもたらした。

3) PB開発が「価格訴求」から「価値訴求」への転換である。

2000年代に入ると、「価値訴求型」の「プレミアム型」PBの導入が相次いでいた(矢作 2013a)⁵⁴。消費者のPBに対する信頼と評価も高まってきている(重富 2009)⁵⁵。その結果、PBの「階層化」(Multi-tiers)、つまり徹底的低価格を訴求する「エコノミー型」PBの他に、NBと同等の品質と割安の価格を目指す「スタンダード型」PBという「2階層」(Two-tiers)、さらに高付加価値を追求する「プレミアム型」PBが導入され、「3階層」(Three-tiers)というPBのポートフォリオ戦略が展開されるようになった⁵⁶(矢作 2013b)。

2.1.3 PBの特徴についての再認識

本項では、PBの特徴に関する既存研究を整理し、PBの発展過程に合わせ、PBの特徴について再認識する。

『PBという用語は、通常NBとの対比において用いられ、プライベート・ラベル、ストア・ブランドという言葉と実際的にはほぼ互換的に使われると同時に、「プライベート」と「ナショナル」という言葉は必ずしも正確なコントラストをなしてはいない面がある』⁵⁷と、PBという言葉自体の曖昧さが指摘されている。

Schutte(1969)は、NB・PBに関して、「製造業者志向ブランド」と「流通業者志向ブランド」の概念を用いて、次のように分類した。SchutteのNB・PBに対する定義を簡潔的に表現すると、NBが「製造業者が所有することから製造業者志向ブランド」であるのに対して、PBが「流通業者によって所有しコントロールされるブランドであり流通業者志向ブランド」である。それをもとにブランド用語を表2-5のように整理した。

⁵⁴ 矢作 (2013a)、p.28

⁵⁵ 重富 (2009)、p.13

⁵⁶ 矢作 (2013b)、p.16

⁵⁷ 根本 (1995)、p.3

表 2-5 Schutte (1969)によるブランド用語に関する分類

製造業者志向ブランド	流通業者志向ブランド
ナショナル・ブランド	プライベート・ブランド
メーカーブランド (Manufacturer brand)	ストア・ブランド
広告されるブランド	ディーラーブランド
	地域ブランド
	広告されないブランド
	ノーブランド

(出所) Schutte (1969)、p. 6 より一部抜粋

表 2-5 の分類のうち、言葉から見ると、対照になる組み合わせはいくつか挙げられる。ナショナル・ブランドと地域ブランド、メーカーブランドとストア・ブランド（ディーラーブランド）、広告されるブランドと広告されないブランドである。この 3 つの対照から、従来の PB の特徴を 3 つ抽出できる。第 1、展開エリアが限定的であること；第 2、ブランドの所有者が流通業者であること；第 3、広告されないこと。

根本(1995)⁵⁸は主に「ブランドの所有者」と「展開エリア」の 2 軸を用いて、PB と NB の位置づけを検討した。結論としては、NB と PB ではなく、製造業ブランド、小売業ブランドという用語のほうが適切であるが、伝統的な 2 つの用語が一般的に使われていることから、NB と PB そのまま使われていると指摘した。Schutte (1969)と根本 (1995)の視点を合わせると、従来の PB の特徴以下の 4 つであると考えられる。

表 2-6 従来の PB の特徴

NO.	PB の特徴
1	展開エリアが限定的
2	広告されない ⁵⁹
3	販路の限定性
4	ブランドの所有者が流通業者である

(出所) Schutte (1969、p. 6) と根本(1995、p. 5-9)より筆者作成

⁵⁸ 根本 (1995)、p.8

⁵⁹ PB 発展の初期段階に導入されたジェネリック（ノーブランド）が代表的で、宣伝広告を行わず、過剰包装や過剰品質を排した商品である（矢作 2013a、p.25）

特徴①「展開エリアが限定的」は従来の PB の基本的な特徴であった。しかし、近年ではイオン、セブン&アイを代表とする上位小売業者がいずれも自社の PB 商品を全国の店舗に販売しているため、「展開エリアが限定的」という基準で PB と NB を識別するには不適切となっている。

特徴②「広告されない」について、表 2-5 の Schutte(1969)による PB と NB の分類から見ると、最初は広告されないブランドが PB に属し、広告されるブランドは NB に当てはまる。しかし、セブン&アイ等の小売業者は自社の PB 商品の広告を打っていることから⁶⁰、「広告されない」という特徴もなくなった。

特徴③は「販路の限定性」である。「販路の限定性」は自社の PB 商品は自社の店舗のみで販売することである⁶¹（根本 1995）。つまり、開放的な販売チャネルを採用する NB に比べると、PB の販路は限定的である。

特徴④は「ブランドの所有者」である。この特徴は NB と PB を識別する主要な基準である。商品の品質やサービスに対する問い合わせ先も流通業者自身となっていることから、他社のブランドでなく、流通業者自社のブランドであることから、「プライベート」という言葉の本質的な意味であると考えられる。

PB の成長により、NB を対照に、「展開エリアの広狭」と「広告されるか」という 2 点では、PB の独自性が殆どなくなっていることが明らかである。したがって、NB を対照として PB の特徴について新しい捉え方が必要となったため、PB と NB を識別する基準は最初の 4 つから、「販路の限定性」と「ブランドの所有者」という 2 つに絞ってきた（図 2-2）。

⁶⁰ セブンイレブンのテレビ CM <http://www.sej.co.jp/concept/tvcm.html>

⁶¹ 根本（1995）、p.6

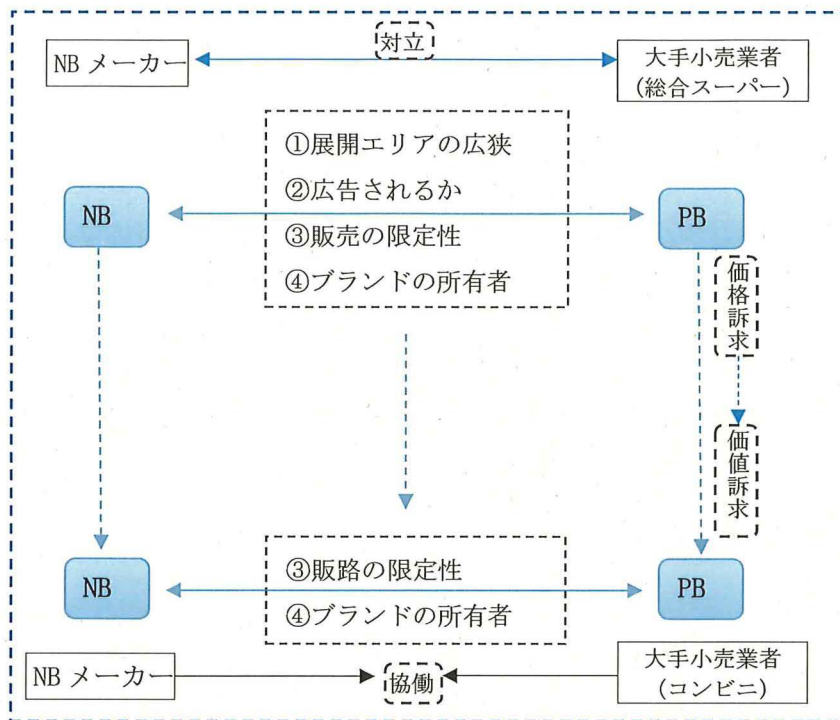


図 2-2 PB の特徴についての再認識

図 2-2 のとおり、PB の成長により、NB から PB を識別できる特徴は「販路の限定性」と「ブランドの所有者」のみとなっている。また、最初の PB は NB メーカーとダイエーを代表とした大手総合スーパーの衝突の中で生まれたが、近年では NB メーカーとセブンイレブンを代表とする大手コンビニチェーンと PB 商品の共同開発する動向が見られている。さらに、PB の開発が「価格訴求」から「価値訴求」への転換が見られ、「プレミアム型」PB が本格的に展開されるようになった。

一方、本研究が注目する地域限定で展開する「地域対応型」PB の導入により、PB の特徴について新たな視点が必要となった。

2.1.4 PB の新しい展開

PB 商品の全国展開により、従来の PB と NB を識別する「展開エリアが限定的」という特徴は消滅したが、近年では、大手小売業者が全国画一的な PB ラインの他に、地域限定で展開する「地域対応型」PB 商品を導入することから、「展開エリアが限定的」という特徴は再び PB 商品にかかわってきた。NB メーカーも地域限定な NB 商品を導入し

ているため（第1章、表1-2参照）、「展開エリアが限定的」という特徴はNBからPBを識別する基準と成り立たない。ただし、「展開エリア」から大手小売業者のPB商品を「全国共通PB」及び「地域対応型」PBという2種類に分けて考えられる（図2-3）。また、全国共通PBの開発にNBメーカーの関与が見られるのに対して、「地域対応型」PBの開発に自治体等との連携が考えられる。

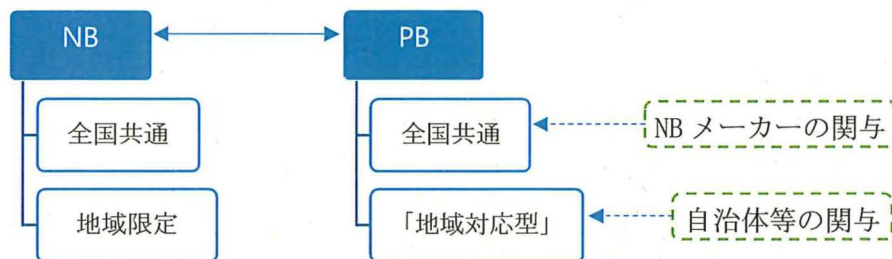


図2-3 「展開エリア」から見た「地域対応型」PBの位置づけ

さらに、小売業者間の競争の激化を背景として、ブランドポートフォリオ戦略が導入され、PBが「階層化」し、「3層+ α 」の構造となっている⁶²（矢作 2015）。健康志向や環境配慮、オーガニック等のも価値訴求型の「プレミアム型」PBの1形態と見なし、PBの開発は「価格訴求」か「価値訴求」の選択に直面しているため、「3層+ α 」の構造を図2-4のように整理した。「地域性」という付加価値を訴求する「地域対応型」PB商品を「プレミアム型」PBの新しい流れとして捉えられる。

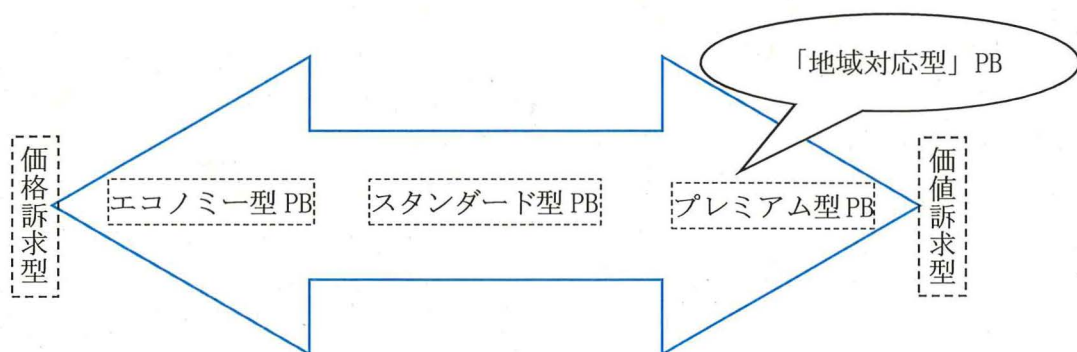


図2-4 「価値訴求」から見た「地域対応型」PBの位置づけ

⁶² 矢作（2015）、p.69

2.2 「地域対応型」PB 開発の背景について

前節では、PBの定義及び発展過程から「地域対応型」PBの位置づけについて議論した。本節では、PB開発に関する実証研究を中心に、「地域対応型」PB開発の背景について考察する。

2.2.1 PB の利益貢献度

小売業者のPB開発の主な目標はNBよりPBを安く販売することにより顧客を誘引することである⁶³ (矢作 2013b)。つまり、粗利益率の確保が主要な動機である (Pauwels et al., 2004; Ailawadi and Harlam, 2004; 大野 2000; 矢作 2013b)。PBの導入が小売業者への利益貢献度に関する実証研究はいくつか挙げられる。

例えば、Ailawadi and Harlam (2004)⁶⁴はNBよりPBのほうが粗利益率が高いことを検証し、PBの低価格・高収益の理由として、①小売業者の取引交渉力が強くなり、仕入れ条件の改善、②メーカー・卸の宣伝広告費や営業経費等の軽減、③メーカーの生産設備の余剰を活用し、効率的な生産が可能であると指摘した。Hoch et al., (1993)⁶⁵ が同様な視点を提示した。

また、Pauwels et al., (2004)⁶⁶はPBが小売業者にもたらすベネフィットについて考察した結果、PBの導入により、PBとNB両方の粗利益が高まることを発見した。

日本では、関連の実証研究はまだ少ないが、ゲーム理論を生かし、流通チャネルと製品差別化に関する競争分析をもとに、PBとNBの競争構造について考察した研究が挙げられる⁶⁷ (丸山ら 2000)。彼らはPBの粗利益率はNBより高いことを確認した。

しかし、PBの利益貢献度に関して、疑問を提示した研究もいくつか挙げられる。例えば、粗利益率では高くても、粗利益額ではNBより高くなる保証がない理由として、PB商品にメーカーの販売促進費等が獲得できないことに加え、PBの在庫費用や販売促進費等の諸費用を配慮すると、利益額ではNBより高く貢献できない可能性があるとして指摘されている (Ailawadi and Harlam, 2004)⁶⁸。

⁶³ 矢作 (2013a)、p.19

⁶⁴ Ailawadi and Harlam (2004)、p.331

⁶⁵ Hoch et al., (1993)、p.57

⁶⁶ Pauwels et al., (2004)、p.540

⁶⁷ 丸山ら (2000)、p.13

⁶⁸ Ailawadi and Harlam (2004)、p.147

また、PB の利益貢献度が PB 戦略により異なると主張した研究として、Richards et al., (2010)⁶⁹は NB 商品を模倣する PB 商品の利益貢献度が高いことを確認した。大野 (2000)⁷⁰による戦略的役割から PB 商品を①顧客吸引品目 (NB を標的とする場合) ②粗利益の確保 (コモディティ化が進んでいるカテゴリー) に分けた視点と不一致なところがある。ただし、高品質を訴求する PB 商品のほうが小売店舗の利益貢献度が高いと指摘されている (Corstjens and Lal, 2000)⁷¹。

さらに、PB の増殖 (品目数と売上高) に伴い、逆にカテゴリー全体のパフォーマンスに傷つけることになることを発見した研究もあげられる (Olbrich et al., 2013⁷²; Pepe et al., 2012⁷³)。

PB の利益貢献度についてまとめると、流通経路の短縮化や広告宣伝費用の削減等の要因から見ると、PB の粗利益率は NB より高くなる傾向が示されるものの、在庫費用の存在や割安な販売価格等により PB の利益貢献度の不確実性もある。

2.2.2 ストア・ロイヤルティの向上

前述のように、PB 商品の1つの特徴として「販路の限定性」が挙げられる (根本 1995⁷⁴)。つまり競合の小売店舗に扱われていない PB 商品を通し、店舗の差別化を図り、ストア・ロイヤルティを構築する手段となり得ると指摘されている (矢作 2013a⁷⁵)。PB とストア・ロイヤルティの関連性に関する実証研究も蓄積されている。

アメリカの有力スーパーマーケットの主要商品カテゴリーの販売データと顧客のカテゴリー別支出の分析により、PB が顧客のワレット・シェア (Wallet share: 世帯支出に占める当該店舗での支出の割合) を引き上げる効果の存在を確認した研究がある (Ailawadi et al., 2008)⁷⁶。また、PB の購入率が高くなると、ストア・ロイヤルティも高くなる傾向を発見した研究があげられる (Hansen and Singh, 2008)⁷⁷。

⁶⁹ Richards et al., (2010) 、 p.183

⁷⁰ 大野 (2000) 、 p.146

⁷¹ Corstjens and Lal (2000)、 p.281

⁷² Olbrich et al., (2013) 、 p.147

⁷³ Pepe et al., (2012) 、 p.154

⁷⁴ 根本 (1995) 、 p.7

⁷⁵ 矢作 (2013a) 、 p.19

⁷⁶ Ailawadi et al., (2008) 、 p.19

⁷⁷ Hansen and Singh (2008)、 p.1828

しかし、PB とストア・ロイヤルティは線形的な関係ではなく、PB 戦略の取り組み、小売店舗のポジショニングと消費者の消費志向等の要素から影響されると発見した研究が挙げられる (Corstjens and Lal, 2000; Aillawadi et al., 2008; Martos-Partal and Gonzalez-Benito, 2011; Ngobo, 2011; Koschate-Fischer et al., 2014; Ipek et al., 2016; Vale et al., 2016; Rubio et al., 2017)。

例えば、オランダの有力スーパーマーケット 2 社の POS データから分析した結果、世帯別ワレット・シェア、同購入品目数シェア (購入品目ベース)、店舗出向回数シェア (買い物行動ベース) の 3 つの指標で測定したストア・ロイヤルティは、PB 購入比率の増大とともに、逆 U 字型曲線を示すことを発見した (Aillawadi et al., 2008) ⁷⁸。

PB とストア・ロイヤルティの関係を影響する要因としてまず挙げられるのは、消費者の消費志向である。例えば、価格志向性が強くなると、PB とストア・ロイヤルティの正の関係も強くなると発見された (Koschate-Fischer et al., 2014) ⁷⁹。また、実用消費価値 (utilitarian shopping value) の創出も同じような影響をもたらすと発見した研究もある (Ipek et al., 2016) ⁸⁰。

カテゴリーの影響について、コモディティ化の程度が低いカテゴリーのほうが PB のシェアとストア・ロイヤルティの正の関係が強くなると指摘されている (Koschate-Fischer et al., 2014) ⁸¹。

小売店舗のポジショニングの影響について、価格設定が低い小売店舗のほうが PB のシェアとストア・ロイヤルティの正の関係が強くなると指摘した研究がある (Koschate-Fischer et al., 2014) ⁸²。しかし、逆にプレミアム型スーパーマーケットの方この傾向が強いと発見した研究もある (Vale et al., 2016) ⁸³。また、PB 商品のポジショニングの影響として、価格訴求型 PB がストア・ロイヤルティの向上にマイナスの影響をもたらし、価値訴求型 PB がプラスの影響を与えると確認した研究もあげられる (Martos-Partal and Gonzalez-Benito, 2011) ⁸⁴。

⁷⁸ Aillawadi et al., (2008) 、 p.19

⁷⁹ Koschate-Fischer et al., (2014) 、 p.69

⁸⁰ Ipek et al., (2016) 、 p.72

⁸¹ Koschate-Fischer et al., (2014) 、 p.69

⁸² Koschate-Fischer et al., (2014) 、 p.69

⁸³ Vale et al., (2016) 、 p.169

⁸⁴ Martos-Partal and Gonzalez-Benito (2011)、 p.297

PBの命名法として、店舗名と統一した「アンブレラ・ブランド」の戦略と、店舗名と独立したブランドの戦略に分けると、前者のほうがストア・ロイヤルティの向上にプラスの影響が強いと指摘されている (Ngobo, 2011⁸⁵; Rubio et al., 2017⁸⁶)。

2.2.3 取引交渉力の増大

小売業者の力が高まると、同社が取り扱っている NB 商品の粗利益が増大すると言われている (Narasimhan and Wilcox, 1998; Ailawadi and Harlam, 2004; Chintagunta et al., 2002; 中村 2009b; 矢作 2013b)。

大手小売業者が PB の導入を手段として、取引先メーカーから有利な取引条件を引き出すバイイング・パワー事件しばしば話題になった。アメリカでは、A&P (アトランティック・アンド・パシフィック・ティ・カンパニー) と乳業メーカーのボーデンの訴訟事件 (Mayer et al., 1970) ⁸⁷が挙げられる。

PB の導入と取引交渉力の増大に関する実証研究が蓄積されている。Narasimhan ら (1998) ⁸⁸はアメリカのスーパーマーケットで扱う 110 カテゴリーを調べ、PB 商品の導入は PB 自体の高い粗利益率を実現するのみならず、同一カテゴリーの NB 商品でも有利な取引条件を獲得することができ、特に差別化が難しいコモディティ商品を中心に PB の比率の高いカテゴリーでは NB 商品の粗利益率も高くなる傾向を発見した。Chintagunta ら (2002) ⁸⁹は小売業者が PB を導入した後、クエーカー・オーツ (Quaker Oats Company : アメリカの食品メーカー) ブランドの小売粗利益が増加することを検証した。Ailawadi and Harlam (2004) ⁹⁰は PB シェアが高くなると、NB からより多くのマージンを得ることができることを確認した。

PB の導入により、取引交渉力の増大のもう 1 つの結果は「製販同盟」、つまり大規模メーカーと有力小売業者と協働して PB 商品を共同開発する動向である (Quelch and Harding, 1996; Burt, 2000; 渡辺 1997; 矢作 2013b; 住谷 2000; Steiner, 2004; 水野 2011)。大手メーカーが PB の製造を受託するインセンティブは、PB の導入により、

⁸⁵ Ngobo (2011), p.259

⁸⁶ Rubio et al., (2017) 、 p.358

⁸⁷ Mayer et al., (1967) 、 p.73

⁸⁸ Narasimhan et al., (1998) 、 p.595

⁸⁹ Chintagunta et al., (2002) 、 p.1266

⁹⁰ Ailawadi and Harlam (2004) 、 p.147

カテゴリー全体の値上げを導く傾向にあると主張されている (Connor et al., 1992⁹¹; Soberman and Parker, 2006⁹²)。特に日本においては、味の素株式会社、日清食品グループ等の主要食品メーカーは PB の製造受託事業に参入するようになった状況を矢作 (2013a) ⁹³は「デュアル・ブランド時代」の特徴としてとらえている。

2.2.4 PB の成功要因

PB を成功させるマクロ的な要因について考察した研究はいくつか挙げられる。例えば、Nandan ら (1994) ⁹⁴は不況期において、PB を選好する傾向が強まるに対し、経済回復期では NB のシェアが高くなると指摘した。同様に、Quelch ら (1996) ⁹⁵が低価格を中心とした PB は経済不況期においてシェアが高まる傾向が示されていると指摘した。Lamey ら (2007) ⁹⁶は PB シェア (国レベル) の変動と景気循環の関係についてアメリカとヨーロッパの 20-30 年間のデータに基づき検証した結果、PB シェアは経済低迷期に上昇し、回復期に縮小する傾向を確認した。ただし、この変動は非対称的になっているとも発見された。つまり、PB のシェアが上昇するスピードは回復期において縮小するスピードを上回っている。また、国レベルの PB シェアに影響する要因として、市場規模の大きさ、物流システムの構造と小売業態等が挙げられる (Cuneo et al., 2015) ⁹⁷。概ねの理屈として、経済低迷期では、NB メーカーが製品開発やプロモーションへの投入が減り、所得の縮まりにより消費者の低価格志向の強まりにより PB のシェアが上昇すると指摘されている (Lamey et al., 2007⁹⁸; Kaswengi et al., 2015⁹⁹)

PB 戦略を成功させるには、「価格」と「品質」の選択が基本な課題であると言われていいる。NB より低価格の戦略は PB の起点であり、価格差の存在が PB の成功する基本的要因とされている (矢作 2013b) ¹⁰⁰。NB と PB 間の価格差の存在及び PB のシェアへの

⁹¹ Connor et al., (1992) 、 p.157

⁹² Soberman and Parker (2006) 、 p.125

⁹³ 矢作 (2013b) 、 p.28

⁹⁴ Nandan et al., (1994) 、 p.18

⁹⁵ Quelch et al., (1996) 、 p.99

⁹⁶ Lamey et al., (2007) 、 p.1

⁹⁷ Cuneo et al., (2015) 、 p.7

⁹⁸ Lamey et al., (2007) 、 p.1

⁹⁹ Kaswengi et al., (2015) 、 p.70

¹⁰⁰ 矢作 (2013b) 、 p.23

影響を検証した研究は多く行われた (Connor and Peterson, 1992; Baltas, 1997; Dhar and Hoch, 1997; Ailalwadi et al., 2001; Cotterill et al., 2000; Sethuraman and Gielens, 2014; Hoskins, 2015; Abril and Sanchez, 2016; Fornari et al., 2016)。PB の浸透に対する NB メーカーの対応策の一つとして、NB 商品の値下げにより NB と PB の価格差を縮小させることが挙げられる (JR., 1997¹⁰¹; Abril et al., 2015¹⁰²)。

低価格戦略を中心として展開されている PB 商品に対する消費者の知覚品質の低さと知覚リスクの大きさも PB 開発に直面されている問題である。「安かろう悪かろう」のイメージから脱却させ、知覚品質を高めることも基本的な課題である。NB よりは PB に対する消費者の知覚品質が低いことを検証した研究はいくつか挙げられる (Bellizzi and Hamilton, 1981; Richardson et al., 1994; Batra and Sinha, 2000; 宮下 2011)。

また、PB 商品に対する知覚品質を高めることに成功することが PB 商品の利用者を拡大するのに必要不可欠であると指摘されている (Sayman et al., 2002; Ailawadi and Keller, 2004; Choi and Coughlan, 2006; 宮下, 2011; Sethuraman and Gielens, 2014; Rossi et al., 2015; Olbrich et al., 2017)。小売店舗の魅力の増大と、カニバリゼーションを防ぐために高品質を追求する「プレミアム型」PB 商品の開発が有効的であると指摘されている (Olbrich et al., 2017)¹⁰³。さらに、特定の PB に対する知覚品質は他の PB 商品全般への知覚品質に影響を与えていることを発見した研究によると、競争相手の小売店舗の PB のイメージは自社の PB にも影響していることに注意すべきであると指摘されている (Nenycz-Thiel et al., 2010)¹⁰⁴。

メーカーの視点から見ると、PB の浸透への対抗策として、新製品開発 (イノベーション) やブランド・プロモーションへの投入は有効的であると指摘されている (Verhoef et al., 2002¹⁰⁵; Abril and Sanchez, 2016¹⁰⁶; Choi, 2017¹⁰⁷)。

既存研究からまとめると、PB 戦略は低価格のみならず、品質向上、特に消費者の知覚品質の向上につながる高品質を追求する「プレミアム型」PB の導入が PB の新たな成長

¹⁰¹ JR., (1997) 、 p.355

¹⁰² Abril et al., (2015) 、 p.192

¹⁰³ Olbrich et al., (2017) 、 p.294

¹⁰⁴ Nenycz-Thiel et al., (2010) 、 p.1142

¹⁰⁵ Verhoef et al., (2002) 、 p.1309

¹⁰⁶ Abril and Sanchez (2016)、 p.109

¹⁰⁷ Choi (2017)、 p.335

を支える柱となっていることが主張されている。

2.2.5 ブランド・ポートフォリオ戦略の展開

ブランド・マーケティング論によると、ブランド・ポートフォリオ戦略とは「自らが所有するブランドの範囲や役割、相互関連性を明確にして、ブランド間のシナジー効果やブランド資産の拡張、競争の差異化を促進するもので、個々の強いブランドを育成する通常のブランド戦略と異なり、ブランド資産全体の底上げを実現する戦略的な手法である」¹⁰⁸ (Aaker, 2004)。この戦略はPBへの適応に注目する研究は近年出てきている。

有力小売業者のPB商品は、「Good」（価格重視型「エコノミー型」PB）、「Better」（NB代替型「スタンダード型」PB）、「Best」（品質重視型「プレミアム型」PB）という3価格帯に対応したPBが基本枠組となっており、品目数的には「スタンダード型」PBが圧倒的に多数を占めている（矢作、2013a）¹⁰⁹

また、「エコノミー型」PBと「プレミアム型」PBの導入は既存の「プレミアム型」NBや「スタンダード型」NB及び「スタンダード型」PBのブランド選択に対する影響について考察した研究がいくつか挙げられる。例えば、イギリスのセインズベリー、アズダのスーパーマーケット2社の協力を得て、コーンフレークと缶詰スープの2商品のID-POSデータを分析した研究によると、「エコノミー型」PBと「スタンダード型」PB間にはカニバリゼーションを起こし、代替性が強いことが発見され、「エコノミー型」PBの導入が販売量の多い「スタンダード型」NBの売上高を押し上げる結果も招いた (Geyskens et al., 2010)¹¹⁰。それゆえ、PB間のカニバリゼーションを抑えながら、PB全体を強化するブランド・ポートフォリオ戦略の構築新たな課題となっている（矢作、2013b）

¹¹¹。

2階層（Two-Tier）PBの展開により、「プレミアム型」PBに対する消費者の知覚品質が高まる傾向を発見した研究も挙げられる (Palmeira et al., 2011)¹¹²。複数の品質階層（Quality-Tier Differentiation）が粗利益への影響について検証した Ter Braak

¹⁰⁸ Aaker (2004), p.14

¹⁰⁹ 矢作 (2013a) 、 p.29

¹¹⁰ Geyskens et al., (2010) 、 p.791

¹¹¹ 矢作 (2013b) 、 p.25

¹¹² Palmeira et al., (2011) 、 p.540

ら(2013)¹¹³の研究によると、低価格戦略を徹底する「エコノミー型」PBは「スタンダード型」PBより粗利益が低めであり、「プレミアム型」PBが高いマージンを確保できるが、プロモーションの投入により折衷してしまうこともあると発見した。

特に注目されるのは高品質・高価格の「プレミアム型」PBの開発であり、同種類のPBの主な開発動機として2点あげられる(Schnittka, 2015)¹¹⁴。1つ目は割と高い価格設定ができる分は高めの粗利益が確保できる点である(Kumar and Steenkamp, 2007¹¹⁵; Ter Braak et al., 2013¹¹⁶)。2点目として、低価格志向のPBより、高品質を訴求する「プレミアム型」PBのほうがストア・ロイヤルティへポジティブな影響をもたらすと指摘されている(Martos-Partal and Gonzalez-Benito, 2011¹¹⁷)。

「プレミアム型」PBを導入しやすいカテゴリーの特性について考察する研究が挙げられる(Ter Braak et al., 2014¹¹⁸)。彼らはオランダ(2002-2012)とベルギー(2005-2012)の時系列データを分析し、①PBのシェアが高い、②価格プロモーションが頻繁に行われる、③ニーズの多様性、④機能的に高い、⑤社会的リスクが低いカテゴリーのほうが「プレミアム型」PBの導入に向いていると発見した。また、Schnittka(2015)¹¹⁹が「エコノミー型」PBと「プレミアム型」PBに対する消費者の選好について検証した結果、価格ポジショニングが高い小売店舗にとって「プレミアム型」PB商品が消費者に受け入れやすい点を発見した。

PBのポートフォリオ戦略の展開により、NBと新たな競争次元を作っていると指摘されている(Nenycz-Thiel et al., 2016¹²⁰; Hokelekli et al., 2017¹²¹)。消費者の視点から、「プレミアム型」PBは値ごろ感(Value for money)が「スタンダード型」PBと近く、品質の水準はNBと近いと指摘されている(Nenycz-Thiel et al., 2016)¹²²。

113 Ter Braak et al., (2013) 、 p.86

114 Schnittka (2015)、 p.94

115 Kumar and Steenkamp (2007)、 p.111

116 Ter Braak et al., (2013) 、 p.86

117 Martos-Partal and Gonzalez-Benito (2011)、 p.297

118 Ter Braak et al., (2014) 、 p.125

119 Schnittka (2015)、 p.94

120 Nenycz-Thiel et al., (2010) 、 p.1142

121 Hokelekli et al., (2017) 、 p.39

122 Nenycz-Thiel et al., (2010) 、 p.1142

2.2.6 「地域対応型」PB開発の効果

PBの利益貢献度、ストア・ロイヤルティの向上、成功要因及びポートフォリオ戦略の展開に関する実証研究では、「プレミアム型」PBの開発が効果的であることは検証されている。また、陶山ら（2008）¹²³はイギリス、アメリカと日本の3ヶ国のPBのロイヤルティの構造について考察し、環境・健康配慮型サブブランドはいずれの国においてもPBに対するロイヤルティ形成に寄与していることを発見した。また、宮下（2011）¹²⁴によると、消費者需要の多様化・変動化への適応力を拡大しつつあり、情報力と需要への適応をPBの開発に活用し、特にNB商品にはない価値としての地域性や季節性を重視した商品価値により需要を喚起することが重要である。

したがって、「価値訴求型」のPBの新しい流れとして捉えられる「地域対応型」PBの導入により、地域市場における店舗差別化とストア・ロイヤルティの向上に貢献する効果が期待できると考えられる。

2.3 「地域対応型」PBと地域ブランドの関連性について

「地域対応型」PB商品の開発パターンに関する既存研究はまだ少ないため、本研究では、「地域性」を訴求することにより構築される「地域ブランド」の視点を援用している。本節では、地域ブランドの定義と構築プロセスに関する既存研究から地域ブランドの特殊性について整理し、地域ブランドとPBの比較分析により、「地域対応型」PBと地域ブランドの関連性について考察する。

2.3.1 地域ブランドの定義

深刻化する過疎化や少子化による地方人口の減少や、市町村合併の増加、さらに国家としてのコミュニケーション戦略に対する問題意識の高まり等を背景として、地域ブランドは地域振興、地域創成に向けた方策の一つとして注目されている（阿久津ら、2007）¹²⁵。

学術界においても関連の研究も盛んに行われた。しかし、「地域」の範囲の設定

¹²³ 陶山ら（2008）、p.65

¹²⁴ 宮下（2011）、p.134

¹²⁵ 阿久津ら（2007）、p.4

や、「地域ブランド」という言葉に対して持つ意味の曖昧さと開発主体の多様性等により、地域ブランドを定義するには様々な困難が存在していると指摘されている（阿久津ら 2007； 久保田 2004； 生田 2006）。現時点までの既存研究や行政関連文献から地域ブランドの定義について下記の表 2-7 に整理した。

表 2-7 地域ブランドの定義

著者	定義
Papadopoulos (2004) ¹²⁶	国、地域または都市の政府または企業グループが当該国・地域・都市をブランディングするために取り組む活動である
内田 (2004) ¹²⁷	それぞれの地域の持つイメージ（景観、自然環境、歴史背景、文化・風土、特産品など）が、固有の価値があるものとして、地域を取り巻く様々なステークホルダーによって広く認知されたものである
青木 (2008) ¹²⁸	地域特有の農水産物や加工品という意味での特産品だけでなく、地域の自然、歴史、文化、伝統の実体物としての各種観光資源、さらには、質の高いさまざまな生活基盤までを取り込みながら、地域全体をブランド化しようとする取り組みである
生田ら (2006) ¹²⁹	地域ブランドとは、屋根（地域）と柱（人材・定住、観光・交流、地産品販売拡大、投資促進・産業振興）のうちの屋根の部分を目指す
阿久津 & 天野 (2007) ¹³⁰	地域の活性化を目的とした、ある地域に関係する売り手（或いは売り手集団）の、当該地域と何らかの関連性を有する製品を識別し、競合地域のものとの差別化することを意図した名称、言葉、シンボル、デザイン、あるいは組み合わせ
行政関連文献でみられる定義	
中小企業基盤整備機構 (2005) ¹³¹	地域に対する消費者からの評価であり、地域が有する無形資産の一つで、地域そのもののブランド (Regional Brand) と、地域の特性を生かした商品のブランド (Products Brand) とから構成されるものである
経済産業省 (2004) ¹³²	地域ブランドとは「(I) 地域発の商品・サービスのブランド化と (II) 地域イメージのブランド化を結びつけ、好循環を生み出し、地域外の資金・人材を呼び込むという持続的な地域経済の活性化を図ること

126 Papadopoulos (2004)、p.37

127 内田 (2004)、p.38

128 青木 (2008)、p.18

129 生田ら (2006)、p.33

130 阿久津ら (2007)、p.15

131 ブランド総研「地域ブランドマニュアル」http://tiiki.jp/column/brand_manual/manual.html

132 ブランド総研「地域ブランドの定義」http://tiiki.jp/column/brand_manual/manual_v01.html

林ら（2009）¹³³は既存の視点を整理し、地域ブランドを「一企業の枠を超えて、住民や各種団体組織、行政などの多様な存在が結びついた地域が主体となり、地域発の商品・サービスの消費と地域イメージとの相互作用を利用して地域活性化を目指す」と定義している。

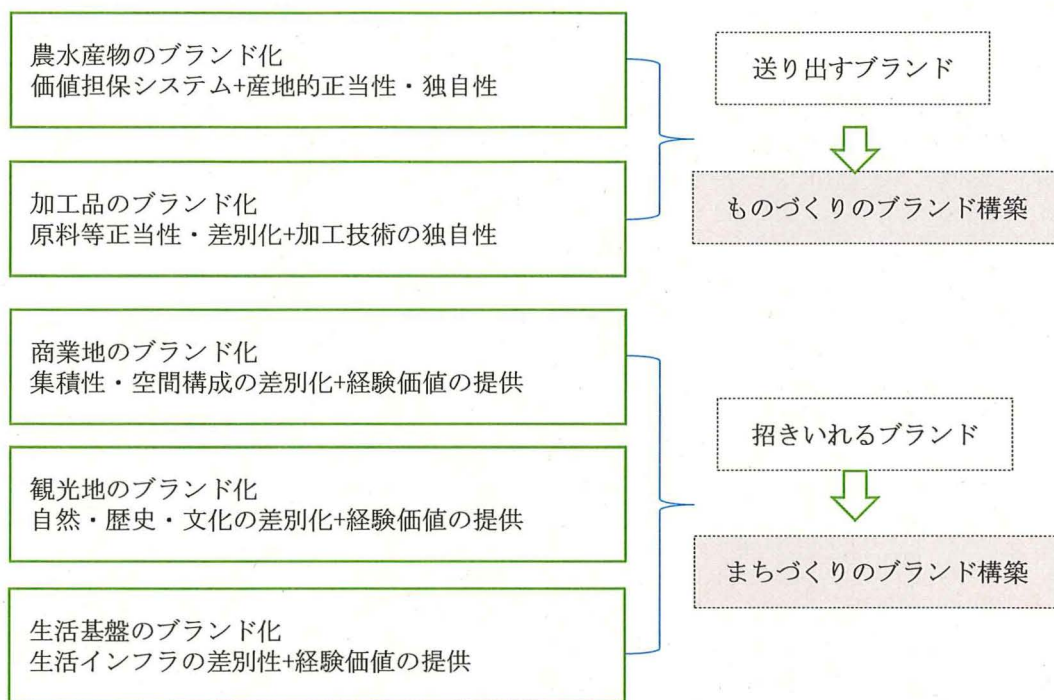


図 2-5 地域ブランドのタイプとブランドの方向性 （出所）青木(2004)、p. 23

また、青木（2004）は地域資源のタイプごとにブランド化の方向性を示した（図 2-5）。農水産物や加工品ブランドは、域外での消費を前提に作り出され、送り出されており、「送り出すブランド」として、「ものづくりのブランド構築」が1つ目のタイプである。一方、商業地や観光地のブランドは、域外から買物客や観光客を招き入れ、人々の経験や感動を生み出すとともに、「招き入れるブランド」として「まちづくりのブランド構築」が2つ目のタイプである。本研究では、主にタイプ1の「ものづくりのブランド構築」の側面に注目している。

¹³³ 林ら（2009）、p.88

2.3.2 地域ブランドの構築プロセス

地域ブランドの構築プロセスを明確にするため、関連の既存研究から整理した。二村（2004）によれば、地域ブランドのブランド・モデルは表 2-8 にあげる 8 つの構成要素から成り立つ。地域ブランドの核となるのは他の地域と差別化できる「地域性」と「送り手」いわゆる開発主体の明確化は基本課題であると考えられる。

表 2-8 地域ブランド・モデル

① ブランドの強み	ブランドの核となる「地域性」の強みは何か？ 他地域と比較して明確な独自性・革新性はあるか？
② ブランドの領域	何にブランドネームを付けるのか？ ①地理的な範囲と、②地域特性（何で括るのか、何のまちか）の両面で明確化する必要がある
③ 送り手	当事者意識が高く、競争の場で実行力のある送り手主体となっているのか？ そもそも送り手は明確か？
④ 送り手の夢	理念はあるか？ 受け手からも共感される夢か？ 送り手の都合になっていないか？ 共有できているか？
⑤ 受け手	受け手はだれか？ 戦略ターゲットは誰か？ 主要なターゲットは誰か
⑥ シンボル	ブランドを一瞬で想起するシンボルはあるか？ ブランドが提供できる価値を連想できるか
⑦ ステークホルダー	ブランドの独自性を高める協力者はいるか？ ブランドの一貫性を乱すことなく夢を共有できているか
⑧ 約束	結果としてブランドは受け手に対し何を約束しているのか？ 送り手の夢やブランドの強みを「受け手価値」に置き直すと何を提供できることになるか

（出所）二村（2004）、p. 20 より筆者作成

二村のモデルに挙げられる 8 つの要素の中、「ブランドの強み」、つまりブランディングされる対象となる「地域性」とは、地域の地理、気候、歴史、伝統、文化、風習、産業等といった地域特性とともに、そこで活動する組織（企業等）や生活する人々（住民等）も含まれる（久保田 2004）¹³⁴。換言すれば、地域資源を活用することである。

「送り手」といえば、明確の主体や組織構造により作られた企業ブランドと対照に、地域ブランドをマネジメントする主体が曖昧であり、ブランドのアイデンティティを定

¹³⁴ 久保田（2004）、p.7

めることが困難であるのは特徴として捉えられている(中嶋 2008¹³⁵, 久保田 2004¹³⁶)。特に、地域ブランドの構築では、自治体や大学、地域企業と住民の連携が肝心であると指摘されている(中嶋 2005)¹³⁷。

青木(2008)は特産品や観光地といった地域資源のブランドは製品ブランドに対応し、地域全体のブランドは企業ブランドに相当するものとして捉え、地域ブランド構築の基本図を提示した(図2-6)。青木(2008)¹³⁸によれば、地域ブランドの構築においては、第1ステップとして、ブランド化が可能な個々の地域資源(農水産物、加工品、商業集積、観光地等)を選び出し、それをブランディングの基盤となる「地域性」を最大限に生かしつつブランド化していく段階である。次のステップは、前段階で確立された地域資源を柱にし、そこに共通する当該地域の「地域性」を1つの焦点として、「傘」ブランドとしての地域ブランドを構築していく段階である。第3ステップでは、地域ブランドによる地域資源ブランドの強化と底上げの段階であり、当該地域が提供する価値の総体が1つの地域ブランドにより縮約された象徴されるとき、人々の各地資源ブランドに対する期待価値は地域ブランドのバックアップによって高まる。第4つのステップでは、底上げされた地域資源ブランドにより、地域経済が活性化される段階である。

135 中嶋(2008)、p.45

136 久保田(2004)、p.5

137 中嶋(2005)、p.37

138 青木(2008)、p.21

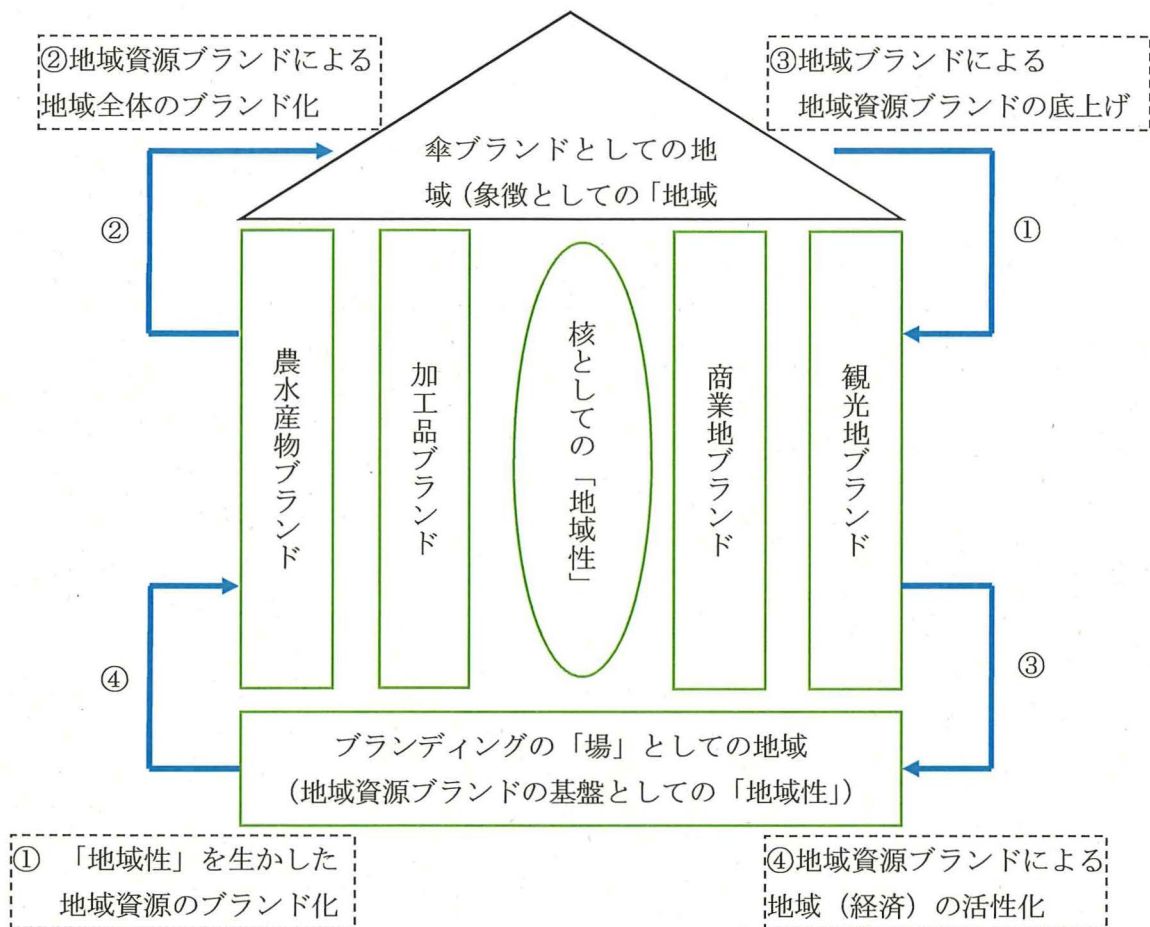


図2-6 地域ブランド構築の基本構図 (出所) 青木 (2004)、p. 20

地域ブランドの構築プロセスから見れば、特に「ものづくりのブランド」の場合は地域の農畜産物や加工品等の「地域資源」の活用及び「開発主体」の多様性という2点が地域ブランドの特殊性である。

2.3.3 PB と地域ブランドの比較分析

本項では、まず企業ブランドと地域ブランドの比較分析に関する既存視点を整理し、本研究が注目する「地域対応型」PB開発にかかわる要因について考察した。企業ブランドと地域ブランドの相違を強調した研究はいくつか挙げられる。例えば、阿久津ら (2007) は一般的な製品ブランド化に比べ、地域のブランド化の特殊性は実施主体

、最終目的、コミュニケーション対象にあると指摘した（表2-9参照）。

表2-9 一般の製品とブランド化の対象としての地域の特徴の比較

	一般製品	地域			
実施主体	企業組織	地方自治体（都道府県・市町村）			
		住民・生産者・法人（大学・財団等含む）・民間団体			
最終目的	企業利益の増大	地域の経済的活性化 地域への満足感の向上			
コミュニケーション対象	顧客（消費者・企業）	産品	観光	住みやすさ	投資受入れ
		顧客（消費者・企業）	旅行者	住民・潜在住民	企業・投資家
	従業員	生産者	住民・旅館	工事業者	銀行
		自治体職員			
株主	納税者				

（出所）阿久津ら（2007）、p. 14

阿久津ら（2007）¹³⁹によれば、一般製品、いわゆる企業ブランド構築の実施主体は、その製品・サービスの所有者である企業組織であり、ブランドの構築から管理まで一貫して行われることが特徴である。一方、地域のブランド化を実施する主体は、企業ブランドと異なり、多様に存在し、特に地方自治体は地域全体のブランド戦略を策定・管理する立場にある。つまり、地域ブランド構築の実施主体が多様で、1つの主体が一貫して実施できないことが特殊性である。また、企業ブランドの最終目的は企業利益の増大にあるが、地域ブランドは地域活性化や、地域の生活文化に対する住民の満足感の向上等であると指摘されている。さらに、コミュニケーションの対象は企業ブランドよりやや複雑である。

また、中嶋（2008）¹⁴⁰は地域ブランドと企業ブランドを比較する視点を提示した（表2-10）。彼によれば、企業には明確な組織構造があるのに対して、地域はコミュニティであり、人々や組織体の複合ネットワークとして構成されているため、利害関係が複雑に交錯し、意見調整や合意形成、顧客の絞り込み（STP: Segmentation,

¹³⁹ 阿久津ら（2007）、p.15

¹⁴⁰ 中嶋（2008）、p.43

Targeting, Positioning) 等は至難の業である。

表2-10 企業ブランドと地域ブランドの相違点

	企業ブランド	地域ブランド
主体	明確	あいまい
組織	システム型	ネットワーク型
意思決定	トップダウン	合意形成
顧客	STP	多様
選択と集中	容易	困難

(出所) 中嶋 (2008) p. 45

阿久津ら (2007) と中嶋 (2008) の視点をまとめると、企業ブランドに比較すると、地域ブランドの主な特殊性は実施主体つまり「開発主体の多様性」にある。地域ブランドの開発主体に関する主張もいくつか挙げられる。

久保田 (2004) ¹⁴¹は地域ブランドの概念構造を提示したうえ、特に地域ブランドの開発主体として中核的役割を担う①「中核メンバー」：地域ブランドの構築や育成を自らの主要な業務とする組織や人々であり、自治体における産業振興担当部門や、地域産業の振興会等が代表的である。次に②「主要メンバー」：当該地域に関係のある製品やサービスを提供するものの、地域ブランドの構築や育成を自らの本業としない組織や人々であり、特産品メーカーや、地域商店街の店主等が代表的である。そして③「周辺のメンバー」：地域性と関係の薄い企業・組織や、一般の住民等である。

¹⁴¹ 久保田 (2004) 、 p.8

表2-11 地域の組織や人々の類型化

	中核メンバー	主要メンバー	周辺メンバー
説明	地域ブランドの構築や育成を主要な業務とする組織や人々	当該地域に関する製品やサービスを提供する組織や人々	地域ブランドと直接的に関係ない、地域内の組織や人々
例	自治体 地域の振興会	特産品メーカー 商店主	一般企業 一般住民
利害性	深	深	浅
本業性	深	浅	浅
役割	地域ブランドのマネジャー	地域ブランドのユーザー	地域ブランドのエンドユーザー
基本方針	臨機応変な活動ができる環境と、柔軟なコミュニケーション・ネットワークの確保	限られた負担で地域ブランドの構築や育成に協力できる仕組みの提供	無関心な状態を脱し、好意的態度を抱いてもらう仕組みづくり

(出所) 久保田 (2004)、p. 13

前述のように、PBは流通業者が自主開発するブランドであり、企業ブランドの一形態としてみなせると考えられる。開発主体という基準から見ると、PBは小売業者が自主開発し、メーカーに委託して製造されるのが普通である。2000年代以前は、PBの製造を受託するのは中小メーカーであったが、2000年代以降はNBメーカーがPBの開発と製造に関与する動向がみられた¹⁴² (矢作 2013a)。

したがって、「開発主体」と「ブランディングの対象」という2つの基準からPBと地域ブランドを比較した結果を下記の表2-12にまとめた。

¹⁴² 矢作 (2013a)、p.28

表2-12 PBと地域ブランドの比較

	PB	「地域対応型」PB	地域ブランド
開発主体	流通業者と製造業者の連携（渡辺、1997 ¹⁴³ ；矢作、2013a ¹⁴⁴ ）	 新たな協力者 大手小売業者主導、地域の自治体、団体等の協働	自治体、地域団体、住民、生産者等（阿久津ら、2007 ¹⁴⁵ ；久保田、2004 ¹⁴⁶ ）
ブランディングする対象	低価格、健康、環境配慮等（矢作、2013b ¹⁴⁷ ；木立、2014 ¹⁴⁸ ）	 新たな価値訴求 地域性 「地域性」の応用	地域性（地理、歴史、文化、風習等地域資源）（久保田2004 ¹⁴⁹ ；青木2004 ¹⁵⁰ ）

表2-12のとおり、PBは流通業者と製造業者の連携により開発されるのに対して、地域ブランドの開発主体はより複雑で、自治体や地域団体、地元メーカー等である。ブランディングされる対象といえば、PBの開発は低価格や健康、環境配慮等の訴求に対して、地域ブランドが地域資源を活用して、地域性を訴求している。

つまり、「開発主体」と「ブランディングする対象」からみれば、PBと地域ブランドは独立している2つのブランド形態となっていることが明白である。一方、大手小売業者が「地域性」を訴求して開発する「地域対応型」PBの導入により、PBと地域ブランドが融合する可能性も出てきている。それゆえ、「地域対応型」PB開発にかかわる要因は、地域特産品等の「地域資源の活用」及び自治体等の「協力者の関与」という2つの方向から展開されると考えられる。

¹⁴³ 渡辺（1997）、p.6

¹⁴⁴ 矢作（2013a）、p.28

¹⁴⁵ 阿久津ら（2007）、p.15

¹⁴⁶ 久保田（2004）、p.8

¹⁴⁷ 矢作（2013b）、p.25

¹⁴⁸ 木立（2014）、p.28

¹⁴⁹ 久保田（2004）、p.7

¹⁵⁰ 青木（2004）、p.20

第3章 分析手法

3.1 リサーチクエスチョン

PB 開発の最新な動向として、ナショナルチェーンを展開している大手小売業者は全国画一的な品揃えを変え、地域の嗜好に合わせ、「地域性」のある PB 商品を開発し、地域限定で販売する「地域対応型」PB の導入が挙げられる。本研究は「地域対応型」PB 開発にかかわる要因を抽出し、要因間の関係を明確にし、「地域対応型」PB の概念モデルを提案するため、第2章で整理した関連の既存研究を踏まえ、特に地域ブランドと PB の比較分析を行った。その結果、「地域対応型」PB 開発にかかわる要因は「地域資源の活用」と「協力者の関与」という2つの方向から展開されるという仮説をもとにリサーチクエスチョン（以下はRQと称する）1と2を設定した。さらに、「地域対応型」PB の概念モデルをもとに、セブンイレブン、ローソン及びファミリーマートの大手コンビニ3社の「地域対応型」PB 戦略の比較に関してRQ3を設定した。

RQ1: 「地域対応型」PB の開発では、「地域性」を訴求するため、どのような地域資源を活用するのか。

「地域性」を訴求する地域ブランドの構築においては、ブランド化が可能な個々の地域資源（農水産物、加工品等）を選び出し、活用することが重要であると指摘されている（青木 2008¹⁵¹；内田 2004¹⁵²）。青木（2004）¹⁵³によると、地域ブランド化するには、地域の農水産物や加工品等の特産品だけでなく、地域の自然、歴史、文化、伝統の実体物としての各種観光資源の活用も不可欠である。また、内田（2004）¹⁵⁴はブランド化される地域は、実際に景観、自然環境、歴史背景、伝統、文化、風土、産業といった様々な地域特性によって構成され、それぞれが地域ブランドの「商品」となると指摘した。これらの多様な地域資源のうち、特に「地域の特性を生かした商品・サービス」と関連深い要素を抽出すると、「地域特産品」及び「当地メニュー」であると考えられる。

¹⁵¹ 青木（2008）、p.21

¹⁵² 内田（2004）、p.45

¹⁵³ 青木（2004）、p.20

¹⁵⁴ 内田（2004）、p.28

RQ2:大手小売業者が「地域対応型」PBを開発するには、どのような協力者が必要であるのか。

地域ブランドの実施主体として、自治体や地域団体、地元企業と大学等多様にあげられる(久保田 2004 ; 阿久津 2007 ; 中嶋 2008)。地域ブランド構築の実施主体に関して代表的な研究は久保田(2004)¹⁵⁵の研究である。彼は関係性の深さにより地域ブランドの構築や管理とかわりを持つ地域の組織や人々を①中核メンバー(自治体や地域の振興会等)、主要メンバー(特産品メーカーや商店主等)及び周辺メンバー(一般企業や住民等)の3つに分類している。また、中嶋¹⁵⁶(2008)と阿久津ら¹⁵⁷(2007)によると、民間団体、当地の大学も地域ブランド構築においては重要な存在である。

RQ3:大手小売業者の間では「地域対応型」PB戦略が一致しているのか。

コンビニ大手3社のセブンイレブン、ローソン、ファミリーマートはいずれも「地域対応型」PBの開発に力を注いでいる。しかし、競争地位や商品化戦略が異なるため、実際に「地域対応型」商品を展開するには共通する部分と相違する部分が出てくると考えられる。したがって、本研究はコンビニ業界とトップであるセブンイレブンを基準として、ローソンとファミリーマートとの比較分析を行い、「地域対応型」PB戦略の特徴について考察する。

3.2 定量分析

本研究の定量分析は主に3段階に分けて展開している。第1段階では、セブンイレブンを基準にして「地域対応型」PB開発にかかわる要因を抽出する。第2段階では、第1段階で抽出される要因間の関係を明確にし、「地域対応型」PB商品の開発パターンを特定し、各パターンにより開発される商品カテゴリーの構造を明確にする。その結果から「地域対応型」PBの概念モデルを提案する。第3段階では、「地域対応型」PBの概念モデルをもとに、セブンイレブン、ローソンとファミリーマートの「地域対応型」PB戦略

¹⁵⁵ 久保田(2004)、p.13

¹⁵⁶ 中嶋(2008)、p.45

¹⁵⁷ 阿久津ら(2007)、p.14

について比較分析を行う。

(1) 「地域対応型」開発にかかわる要因について

第1段階では、まずコンビニ業界のトップであるセブンイレブンを基準として、同社の公式HPに掲載されている2006年から2016年までの11年間のニュースリリースから「地域対応型」PB開発に関連する記事を収集し、記事の内容から、商品開発に関する用語を商品ごとに整理し、テキストデータを作成する。そのデータをもとに、「地域資源の活用」と「協力者の関与」という2つの方向から「地域対応型」PB開発に関する用語をグループ化し、シソーラスを作成し、「地域対応型」PB開発にかかわる要因を整理する（図3-1参照、第4章第1節参照）。

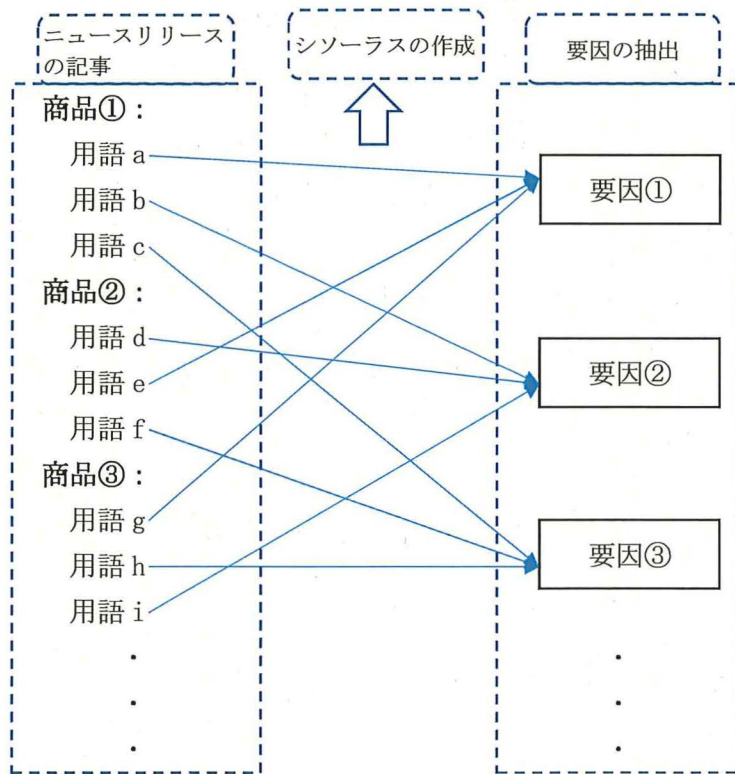


図 3-1 「地域対応型」PB 開発にかかわる要因抽出の手順

次に、シソーラスの主観性を避けるため、複数名を集め、シソーラスを渡し、各要因に当てはまる用語に対して違和感があるのかについて確認した。フィードバックされた結果に基づき、違和感有無の確率を要因ごとに集計し、シソーラスの客観性を確認する。

(2) 「地域対応型」PB 開発の要因クラスターについて

第2段階では、「地域対応型」PB 開発にかかわる要因のクラスターを明確にするため、まず各要因が商品ごとに出現しているのを「1」、出現していないのは「0」にして、数値データを作成する。そのデータをもとに、クラスター分析を行い、要因クラスターを作成する。次に要因クラスターの構造に基づき、「地域対応型」PB 商品の開発パターンを特定する（図3-2参照、第4章第2節参照）。

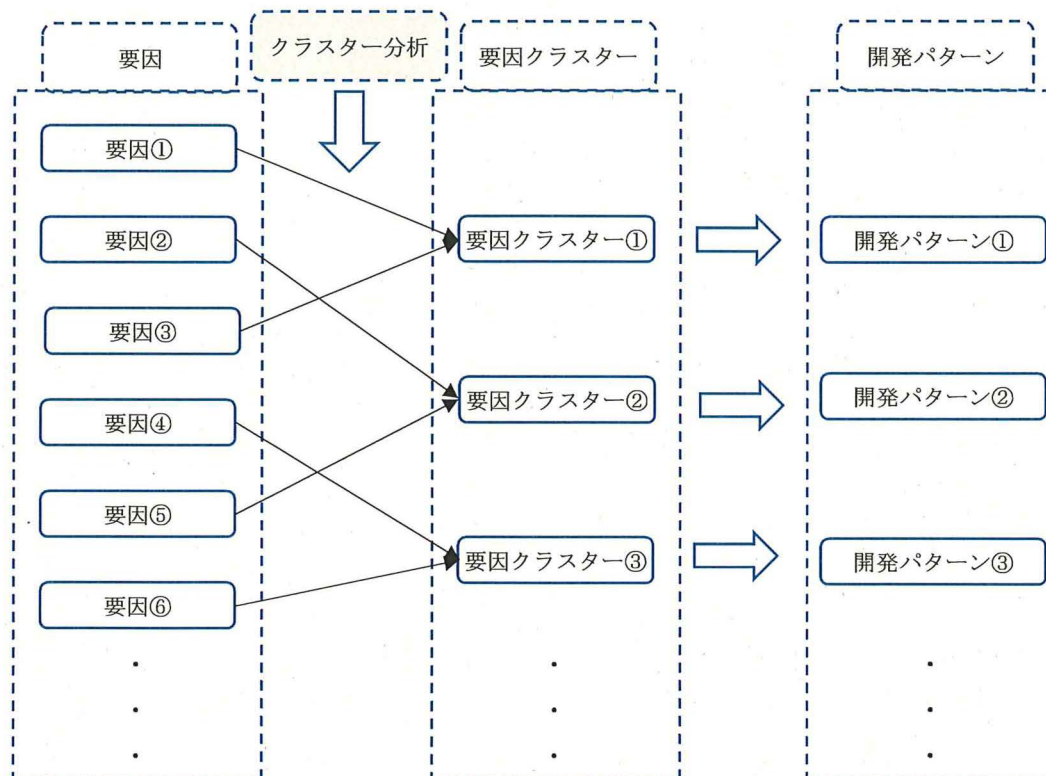


図3-2 「地域対応型」PB 商品の開発パターンを特定する手順

次に、各パターンにより開発される商品カテゴリーの構造について考察し、第1段階で抽出された要因と開発パターンを合わせ、「地域対応型」PB の概念モデルを提案する（第4章第3節と第4節参照）。

(3) コンビニ大手3社の「地域対応型」PB 戦略の特徴について

第3段階では、セブンイレブンを基準にして提案した「地域対応型」PB の概念モデルをもとに、セブンイレブン、ローソンとファミリーマートの「地域対応型」PB 戦略を比

比較分析を行い、3社の同戦略の特徴について考察する。まずは、両社の公式HPに掲載されているニュースリリースから関連の記事を収集し、商品ごとのテキスト内容から、第1段階で抽出された要因を基準としてシソーラスを作り、商品ごとに各要因の出現の有無をもとに数値データを作成する。次に、第2段階で特定した開発パターンを基準としてローソンとファミリーマートの開発パターンについて考察する。また、各パターンにより開発される商品カテゴリーの構造を明確にし、ローソンとファミリーマートの「地域対応型」PB戦略の特徴について考察する（図3-3参照、第5章第1節）。

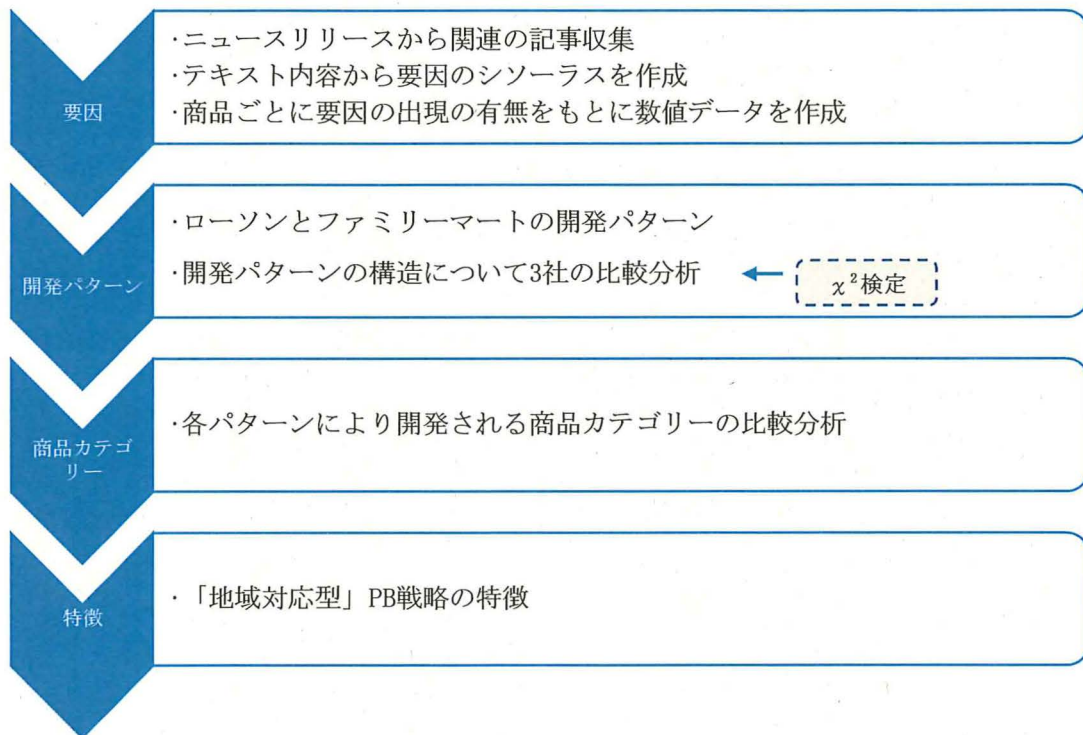


図3-3 「地域対応型」PB戦略について比較分析する手順

さらに、3社の「地域対応型」PB戦略の特徴を動的に把握するため、3社の開発パターンと商品化戦略について時系列分析を行う（第5章第2節～第5節参照）。

3.3 定量分析の際の統計手法

本研究における定量分析は主に『TwoStep クラスタ分析』、『 χ^2 乗検定』を利用した。

1) 『TwoStep クラスタ分析』(第4章第3節参照)

セブンイレブンの数値データに基づき、「地域対応型」PB 開発にかかわる要因のクラスタについて考察するため、TwoStep クラスタ分析を利用する。

『TwoStep クラスタ分析』手続きは、通常は明らかにされないデータ・セット内の自然なグループ（またはクラスタ）を明らかにすることを目的として設計された探索ツールである¹⁵⁸。特徴としては、クラスタ数を判定することができる他、レコードを要約するクラスタ機能（CF） ツリーを作成することにより、TwoStep アルゴリズムで大規模なデータ・ファイルを分析することができる。

その名称が示すように 2 段階の手続きから構成されている。まず、第 1 段階では、各ケースを処理するなかで複数のプレクラスタが作られる。これは全ケースをいきなり階層的クラスタ分析に提供すると、非常に長い作業時間が必要になるからである。距離を指標にとって、あるケースが直前のケースと融合すべきと判断されるとそこでプレクラスタが作られてゆく。ケース数よりも少ない数のプレクラスタが作成される。このプレクラスタを用いて、通常の階層的クラスタ分析を行うのが第 2 段階の作業である。2つのクラスタ間の類似度を計算する方法は「対数尤度 (I)」を指定した。この尤度測定により、変数の確率分布を求めている。対数尤度の下記の式で求められている。 $p = \{p_1, p_2, \dots, p_n\}$ を真の確率分布、 $q = \{q_1, q_2, \dots, q_n\}$ をモデルの確率分布としている。

$$I(p, q) \equiv \sum_{i=1}^n p_i \log p_i / q_i$$

¹⁵⁸ IBM 知識センター『TwoStep クラスタ分析』
https://www.ibm.com/support/knowledgecenter/ja/SSLVMB_22.0.0/com.ibm.spss.statistics.help/spss/base/idh_twostep_main.htm

2) 『 χ^2 検定』(第5章第1節参照)

セブンイレブン、ローソン及びファミリーマートの3社の「地域対応型」PBの開発パターンの構造が一致しているのかを確認するため、会社と要因の開発パターンの分布状況をもとに、 $M \times N$ 分割表¹⁵⁹を用いて χ^2 乗検定を利用する。

χ^2 検定は、帰無仮説が正しいければ検定統計量が漸近的にカイ二乗分布に従うような統計学的検定法の総称である。次式で求められている。

$$\chi^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

(注) : O = 頻度の観測値

E = 帰無仮説から導かれる頻度の期待値

¹⁵⁹ 2つ以上の変数間の関係を記録し、分析するためのもの、各変数は2つ以上の値を取っている場合は、行や列は任意の個数のものがあり、それらは $M \times N$ 分割表と呼ばれる。日本規格協会：
<http://kikakurui.com/z8/Z8101-1-1999-01.html>

第4章 「地域対応型」PB の概念モデルについて

本章では、「地域対応型」PB 開発について定量分析を行う。特に「地域対応型」PB の開発に取り組んでいるセブンイレブンを対象として、公式 HP に公開されているニュースリリースの中、関連の記事をデータをもとに、シソーラスの作成により要因を抽出し、クラスター分析の手法を用いて要因クラスターを明確にし、「地域対応型」PB の概念モデルを提案する。

4.1 「地域対応型」PB 開発にかかわる要因の抽出

セブンイレブンの「地域対応型」PB開発に関する情報収集については、商品開発に関する情報は会社の機密情報であり、一次データの収集は困難であるため、セブンイレブンの公式HPに公開されているニュースリリースから関連の記事を収集した（表4-1）。

表4-1 情報収集（セブンイレブン）

収集時間	2016年5月～2017年1月
収集範囲	2006年～2016年
記事の数	639 ¹⁶⁰
商品の数	1673

2006年から2016年までの関連記事を全部で639件を収集し、記事に掲載された商品は1673点である（付録1を参照）。

テキスト内容から商品ごとに内容をまとめ、地域ブランド構築の視点を参考し、「地域資源の活用」と「協力者の関与」という2つの方向から、用語のシソーラスを作成し、下記の10の要因に分類した。（表4-2参考）。

¹⁶⁰ 「地域限定」で展開しているPBを基準として、642件の記事を収集したが、そのうち3件が「地域性」を訴求していないゆえ、データから除外した。データ処理の便宜上、最初につけた記事番号をそのまま使っている。

表 4-2① 要因の定義

分類	NO.	要因	用語例(記事番号)
地域資源の活用	1	地域特産品	<ul style="list-style-type: none"> ● 北海道羅臼産昆布 (7) ● 長野県産アスパラガス (79) ● 静岡県三島甘藷 (145)
	2	当地メニュー	<ul style="list-style-type: none"> ● 北海道苫小牧発祥 カレーラーメン(2) ● 北海道富良野オムカレー (27) ● 青森の郷土料理せんべい汁 (72)
協力者の関与	3	自治体との連携	<ul style="list-style-type: none"> ● 北海道網走支庁公認 オホーツクフェア(5) ● 北海道と包括連携協定を締結した際の取組み事項の一つである食育の普及・啓発への協力(28) ● 長野県との共同企画 長野県が取り組む信州 ACE (エース) プロジェクト世界で一番 (ACE) の健康長寿を目指す想いを込めた、健康づくりの県民運動の名称 Action: 体を動かす、Check: 健診を受ける、 Eat: 健康に食べる(113)
	4	地域団体との連携	<ul style="list-style-type: none"> ● 北海道栄養士会監修 (13) ● 長野県上田市美味だれで委員会からアドバイスをいただき、地元でも愛される商品に仕上げ (110) ● 神奈川県カレーの街よこすか推進委員会監修 (214)
	5	地元メーカーとの連携	<ul style="list-style-type: none"> ● 北海道網走に工場のあるオホーツク金印の商品 (7) ● 栃木県 滝沢ハム株式会社と共同開発 (193) ● (新潟県) 新しい食の提案として、三条市内の漬物メーカーである野島食品様に依頼し、カレー風味の漬物を開発した(167)
	6	人気店監修	<ul style="list-style-type: none"> ● 北海道「らーめんてつや」監修 (6) ● 静岡県・沼津の人気ラーメン店「松福」監修 (142) ● 神奈川県横浜中華街「重慶飯店」監修 (231)
	7	教育研究機関との連携	<ul style="list-style-type: none"> ● 天使大学監修 (生徒さんから見て) お父さんに食べてもらいたいヘルシーなお弁当」がコンセプトのお弁当 (28) ● 静岡県立大学食品栄養科学部の市川准教授および学生さんの栄養学を学んだ知識、食育に配慮したご意見を参考に開発いたしました (140) ● 新潟医療福祉大学の学生さんと一緒に「健康体験型のお弁当」として開発 (168)
その他	8	イベントとの連動	<ul style="list-style-type: none"> ● 札幌市円山動物園キリン “ナナコ” のお披露目を記念して (38) ● さっぽろ雪まつり応援 (65) ● トキめき新潟国体冬季大会の応援 (165)
	9	季節性	<ul style="list-style-type: none"> ● 寒い冬に体の心まで温まるグラタン (8) ● 旬の野菜も使用することで季節感あるものに仕上げ (239) ● 年末年始用に 3~4 人前の期間限定の豪華版岩国寿司 (334)

表 4-2② 要因の定義

分類	NO.	要因	用語例(記事番号)
その他	10	食育・健康志向	<ul style="list-style-type: none"> ● 北海道道庁の健康推進課の“どさんこ食事バランスガイド”の基準に沿い、カロリーは約 559kcal と控えめながらも、栄養バランスが良く食べ応えある商品 (13) ● 1 日に必要な野菜の 3 分の 1 が摂取可能 (28) ● 寒天を使用することでの「低カロリー」、酢を使用することでの「健康感」を訴求した商品規格 (98)

まず「地域資源の活用」に当てはまる要因として①「地域特産品」と②「当地メニュー」である。「地域特産品」は主に当地で生産または製造された農畜産品および加工品であり、「地域対応型」PBの開発において、最も核心的な地域資源である。「当地メニュー」は当該地域における認知されている「郷土料理」と「発祥メニュー」等が挙げられる。

次に、「協力者の関与」に当てはまる要因として、③「自治体との連携」、④「地域団体との連携」、⑤「地元メーカーとの連携」、⑥「人気店監修」及び⑦「教育研究機関との連携」が挙げられる。③「自治体との連携」は主にセブンイレブンと締結している「包括連携協定」に基づいて展開されている。地域特産品を生かし「地産地消」のフェアを開催するほか、県民の健康づくりに合わせて健康志向の商品を開発するケースもあげられる。④「地域団体との連携」は地域活性を目標として結成された民間団体との連携を指し、「長野県上田市美味だれで委員会」や「神奈川県カレーの街よこすか推進委員会」等の「当地メニュー」を手段として地域創成に取り組む団体を中心としている。⑤「地元メーカーとの連携」はセブンイレブンと共同開発し、商品自体の製造を担うケースを定義としている。また、商品の原材料として加工品を提供する地元メーカーのケースを「地域特産品」(要因①)に組み入れた。⑥「人気店監修」は地域において人気のある飲食店の監修のもと、お店の人気メニューを商品化し、「専門店の味を再現する」ことをコンセプトとして商品開発を行うケースを指す。最も頻出しているのはラーメン店である。⑦「教育研究機関との連携」は当地の高校、大学、学会、研究所等から構成されている。特に多く展開されたのは大学との連携である。当地大学の栄養学科と健康志向のヘルシーメニューの共同開発は代表的ケースである。

最後、「地域資源の活用」と「協力者の関与」と直接的な関係が薄い要因として、「食育・健康志向」、「季節性」または、スポーツ観戦を代表とする「イベントとの連動」と

いう付加価値訴求の要因が挙げられる。

4.1.1 シソーラスの客観性

本研究が収集したデータのもとではテキスト内容であるため、まず各要因に当てはまる用語をリストアップし、要因のシソーラスを作成した。主観的な要素が避けられない部分があるため、14人（日本人、うち10人が商大生、4人が社会人）を集め、シソーラスを読み合わせたうえで、違和感がある商品をピックアップした。その結果に基づき、ある用語がある要因に当てはまる確率として、違和感なしの人数/全部の人数（14人）で計算した（表4-3）。確率の結果から見れば、このシソーラスの客観性が確認できた。

表4-3 要因ごとの確率（平均値）

NO.	要因	確率の平均値 (小数点2位)
1	地域特産品	0.97
2	自治体との連携	0.96
3	当地メニュー	0.93
4	イベントとの連動	0.95
5	食育・健康志向型	1
6	季節性	0.98
7	地域団体との連携	0.94
8	人気店監修	1
9	教育研究機関との連携	1
10	地元メーカーとの連携	1

4.1.2 各要因の出現頻度

1673点の商品のうち、ほぼ8割の商品に、「地域特産品」という要因が出現しており、即ち当地生産の野菜、肉、牛乳等の農畜産品及び当該地域において製造される醤油や味噌等の加工品を中心とする「地域特産品」の使用は「地域対応型」PB商品の開発において主要な要因である（表4-4）。

表 4-4 各要因の出現頻度

NO.	要因	出現度数	出現確率
1	地域特産品（農畜産品・加工品）	1333	79.7%
2	自治体との連携	862	51.5%
3	当地メニュー	311	18.6%
4	イベントとの連動	198	11.8%
5	季節性	114	6.8%
6	食育・健康志向	109	6.5%
7	人気店監修	71	4.2%
8	地域団体との連携	56	3.3%
9	教育研究機関との連携	37	2.2%
10	地元メーカーとの連携	15	0.9%

セブンイレブンが各自治体と締結している「包括連携協定」によれば、商品の共同開発にかかわる内容は、大抵2つの方向に展開している。まずは、地域特産品等の地域資源を活用して「地産地消」を訴求することであり、次に、自治体の食育プロジェクトや当地の教育研究機関と連動して、「食育・健康」をコンセプトとして商品開発するケースが挙げられる。表4-4のとおり、1673点の商品のうち、「自治体との連携」という要因は5割以上の商品に採用されているため、「地域対応型」PB開発において「協力者」として最も重要な要因となっている。

その次に頻出している要因は「当地メニュー」であり、北海道の「ジンギスカン」、青森県の郷土料理「イカメンチ揚げ」、信州の「味噌ラーメン」、宮崎県の名物「チキン南蛮」、新潟県三条市の名物「カレーラーメン」等の当該地域において長く伝わってきた「当地メニュー」を商品化するケースは311点で、2割弱占め、「地域対応型」PB開発の重要な要因となっている。

さらに、「その他」の要因グループとして、「イベントとの連動」、「季節性」及び「食育・健康志向」はいずれも5%以上の商品に採用されている。「イベントとの連動」という要因は198点（11.8%）の商品に採用されている。「さっぽろ雪まつり応援」、「YOSAKOIソーラン祭り」等の当該地域の祭りをテーマとして商品を開発するケースの他、「J2リーグ第28節徳島ヴォルティス戦松本山雅応援」や「トキめき新潟国体冬季大会の応援」等の当地で開催されるイベントと連動して商品開発するケースも挙げられる。「季節性」は114（6.8%）点の商品にみられる要因であり、「寒い冬に体の心まで温まるグラタン」、

「夏にぴったりのカレー」等の季節向けにアレンジするケースが多数であり、「年末年始限定」や「帰省や行楽等、人の動きが活発になる時期」の特定時期に合わせて商品開発するケースも挙げられる。「食育・健康志向」は109点であり、6.5%を占めている。

「低カロリー」や「低塩分」或いは「栄養バランス」をテーマとしてヘルシーメニューの開発するケースが中心である。

地方自治体以外の「協力者の関与」の要因を採用した商品数は割と少ない。「人気店監修」のもとで人気メニューを商品化するケースは71点(4.2%)である。札幌人気ラーメン店「さっぽろ純連」や長野県松本の名店「寸八らあめん」等の当地の人気ラーメン店が多数であり、洋食店や焼肉店等の飲食店もあげられる。「地域団体との連携」という要因は56点(3.3%)の商品に採用されている。「富良野「食のトライアングル(農・商・消)研究会」監修」や「長野県駒ヶ根ソースかつ丼会公認」等の団体の監修のもとで商品開発を行うケースが中心である。「教育研究機関との連携」のもとで開発される商品は37点(2.2%)である。当該地域の大学、特に栄養学科の教師や大学生と健康志向の商品を共同開発するのはほとんどであるが、高等学校の生徒のアイデアを商品化するケースもあげられる。「地元メーカーとの連携」のもとで開発される商品は15点(0.9%)である。「栃木県滝沢ハム株式会社」等の地元のメーカーと連携して共同開発するケースが挙げられる。

4.2 「地域対応型」PBの開発パターン

本節では、商品ごとに要因出現の有無をもとに数値データを作成し、要因間の関係を明確にするため、クラスター分析を行い、その結果に基づき、「地域対応型」PB商品の開発パターンを特定する。

数値データをもとにクラスター分析(Two-step手法)を行った。クラスターの数は4クラスターから1つずつ増やし、9クラスターまで分析し、それぞれの場合におけるクラスターの特徴を確認し、それらを最も解釈しやすい7クラスターを採用した。

表 4-5 クラスタ分析（セブンイレブン）

クラスタ/度数 要因/度数	クラスタ ー1 (585)	クラスタ ー2 (364)	クラスタ ー3 (250)	クラスタ ー4 (167)	クラスタ ー5 (124)	クラスタ ー6 (102)	クラスタ ー7 (81)
地域特産品 1333	100.0%	100.0%	33.6%	61.1%	88.7%	74.5%	15.9%
自治体との連 携 862	100.0%	0.0%	35.6%	40.7%	66.9%	15.7%	26.8%
当地メニュー 311	0.0%	0.0%	100.0%	19.8%	7.3%	17.6%	2.4%
イベントとの 連動 198	0.0%	0.0%	0.8%	100.0%	4.0%	2.0%	17.1%
季節性 114	0.0%	0.0%	0.8%	0.0%	14.5%	100.0%	0.0%
食育・健康志向 109	0.0%	0.0%	0.4%	0.0%	86.3%	1.0%	0.0%
人気店監修 71	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	8.8%	75.6%
地域団体との 連携 56	0.0%	0.0%	16.8%	1.2%	9.7%	0.0%	0.0%
教育研究機関 との連携 37	0.0%	0.0%	0.4%	0.0%	29.0%	0.0%	0.0%
地元メーカー との連携 15	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.0%	17.1%

(注)：構成比のデータ：「各要因が出現度数/クラスタ全体の商品数」(N=1673)

表 4-5 では、クラスタごとに各要因が採用される割合が 60%以上を要因クラスタを判別する基準として、クラスタ分析の結果を表 4-6 に再整理し、セブンイレブンの「地域対応型」PB 商品の開発パターンについて考察した。

表 4-6 開発パターンの特定

NO.	要因クラスター	開発パターン	度数	構成比
1	地域特産品 + 自治体との連携	自治体連携型	585	35.0%
2	地域特産品	地域特産品活用型	364	21.8%
3	当地メニュー	当地メニュー流用型	249	14.9%
4	地域特産品 + イベントとの連動	イベント連動型	109	6.5%
5	人気店監修	人気店監修型	71	4.2%
6	地域特産品 + 季節性	季節限定型	69	4.1%
7	地域特産品 + 自治体との連携 + 食育・健康志向	健康志向型	62	3.7%
8	そのほか	その他	164	9.8%

「地域特産品」と「自治体との連携」が合わせて出現するケースが要因クラスター①となっている。地域資源の代表である「地域特産品」を活用し、地方自治体との連携を加えるパターンとして、最も頻出し、35.0%を占めており、「地域対応型」PB開発の主要パターンである。久保田（2004）¹⁶¹による地域ブランドの実施主体のうち、地方自治体が地域全体のブランド戦略を策定・管理したりする立場にあるので、中核メンバーとなっている、と指摘したように、「地域対応型」PB開発においては、自治体が「地域資源」に関する情報提供、供給側のコーディネート、またはプロモーション面のサポート等の側面からの連携が展開されているため、「自治体連携型」という開発パターンと名付けた。

次に頻出しているパターンは「地域特産品」という要因が単独に出現しているパターン、いわゆる「地域特産品活用型」が21.8%の商品に採用されており、「地域対応型」PB開発の主要パターンの1つである。

次の要因クラスターは「当地メニュー」という要因のみが出現し、14.9%の割合を占めている。当地メニューといえは、当地発祥メニューや郷土料理等は、つまり地域住民の嗜好が長年の蓄積の結晶であるため、当地メニューを商品化することにより、既存の認知度を活用し、地域住民の嗜好に対応する面から、「当地メニュー流用型」というラベルを付けた。

¹⁶¹ 久保田（2004）、p.13

次の要因クラスターは「イベントとの連動」と「地域特産品」の併用であり、6.5%を占めており、当地に開催される「イベント」に合わせて、商品の「地域性」高め、話題性もアップさせることが意図されていると考えられる。中心要因が「イベントとの連動」であるゆえ、「イベント連動型」というラベルをつけた。

次に頻出しているのは「人気店監修」がメイン要因とされているクラスターである。71点の商品が4.2%を占めている。セブンイレブンが提携したお店の殆どは当該地域において有名な老舗であり、長年の経営により地域住民の嗜好に合わせ、人気メニューを開発してきた。それゆえ、このパターンを「人気店監修型」というラベルを付けた。

要因クラスター⑥は4.1%の割合を占め、「地域特産品」+「季節性」という2つの要因が併用され、「季節限定型」というラベルをつけた。宮下(2011)¹⁶²は「地域性」や「季節性」という価値を訴求することがPB戦略のカギを握っていると指摘した。商品全体に占める比率はまだ少ないが、「地域対応型」PB開発では重要な視点である。

次の要因クラスターは最も構造が複雑となっており、「地域特産品」、「自治体との連携」及び「食育・健康志向型」という3つ要因が同時に出現している。自治体も地域住民の健康をサポートするため、いろんな面から取り組んでおり、健康推進課が「ヘルシーメニュー」の基準を提示するのは一般的である。その面からセブンイレブンと連携し、「地域特産品」も活用しながら、ヘルシーメニューを開発するパターンは「健康志向型」というラベルを付けた。陶山ら(2008)¹⁶³が「健康志向」を付加価値として訴求するPB商品がロイヤルティへの寄与が高い、と指摘したように、「健康志向型」パターンが「地域対応型」PB戦略においては不可欠である。

4.3 「地域対応型」PBの商品カテゴリー

本節では、各パターンにより開発される商品カテゴリーの構造について考察した。セブンイレブンのHPに掲載されている商品カテゴリーを参考し、本研究の商品カテゴリーを定義した。「地域対応型」のPB商品は米飯類や惣菜系を中心としている。特に弁当、おにぎり、デザートと麺類(蕎麦・うどん・ラーメン)の比率が高い(表4-7)。

¹⁶² 宮下(2011)、p.133

¹⁶³ 陶山ら(2008)、p.65

表 4-7 「地域対応型」PB 商品カテゴリーの構造（セブンイレブン）

カテゴリー	商品数	比率	累積比率
弁当	408	24.4%	24.4%
おにぎり	267	16.0%	40.3%
デザート	267	16.0%	56.3%
麺類	258	15.4%	71.7%
パン	146	8.7%	80.5%
惣菜	114	6.8%	87.3%
サンドイッチ	69	4.1%	91.4%
サラダ	63	3.8%	95.2%
寿司	37	2.2%	97.4%
パスタ	13	0.8%	98.1%
飲料	11	0.7%	98.8%
グラタン・ドリア	11	0.7%	99.5%
酒類	8	0.5%	99.9%
おせち料理	1	0.1%	100.0%
加工食品	0	0.0%	100.0%

(注)データ範囲:2006~2016年 商品数=1673

表 4-8 各パターンにより開発される商品カテゴリーの分布について

	自治体 連携型 (585)	地域特産品 活用型 (364)	当地メニュ ー流用型 (249)	イベント 連動型 (109)	人気店 監修型 (71)	季節限 定型 (69)	健康志 向型 (62)
おにぎり	21.7%	12.1%	14.5%	16.5%	2.8%	16.0%	3.2%
デザート	18.6%	26.1%	5.6%	12.6%	7.0%	17.3%	0.0%
弁当	19.1%	14.8%	29.3%	30.1%	28.2%	29.3%	74.2%
パン	10.3%	14.0%	2.4%	16.5%	1.4%	2.7%	0.0%
麺類	11.1%	7.1%	28.5%	10.7%	54.9%	16.0%	9.7%
サラダ	5.3%	4.7%	0.0%	2.9%	0.0%	2.7%	4.8%
サンドイ ッチ	5.1%	4.9%	3.2%	5.8%	0.0%	1.3%	1.6%
惣菜	3.9%	9.6%	10.8%	1.9%	4.2%	5.3%	3.2%
寿司	2.1%	3.0%	2.8%	1.9%	0.0%	5.3%	0.0%
グラタン	1.0%	0.3%	0.8%	0.0%	0.0%	1.3%	1.6%
パスタ	1.4%	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	2.7%	1.6%
飲料	0.3%	0.5%	2.0%	1.0%	0.0%	0.0%	0.0%
おせち料 理	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.4%	0.0%	0.0%
酒類	0.0%	2.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
加工食品	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

(注)データ範囲:2006年~2016年

各パターンにより開発される商品のカテゴリーの構造について集計した（表 4-8）。まず、「自治体連携型」により開発される商品カテゴリーでは、おにぎり、弁当およびデザートが過半数を占めている。「地域特産品活用型」の商品カテゴリーのうち、デザートと弁当を中心としている。「当地メニュー流用型」と「人気店監修型」により開発された商品は、弁当と麺類（特にラーメン系）が殆どである。「イベント連動型」と「季節限定型」により開発される商品カテゴリーの分布は分散しており、弁当、おにぎり、デザートの比率が高い。「健康志向型」の商品は弁当を中心としている。

4.4 「地域対応型」PB の概念モデルの提案

セブンイレブンを対象として関連記事をもとにクラスター分析を行った結果、「地域対応型」PB 商品の開発パターンを特定し、各パターンによる開発される商品カテゴリーについて分析した結果に基づき、「地域対応型」PB の概念モデルを下記の図 4-1 のとおりに提案した。

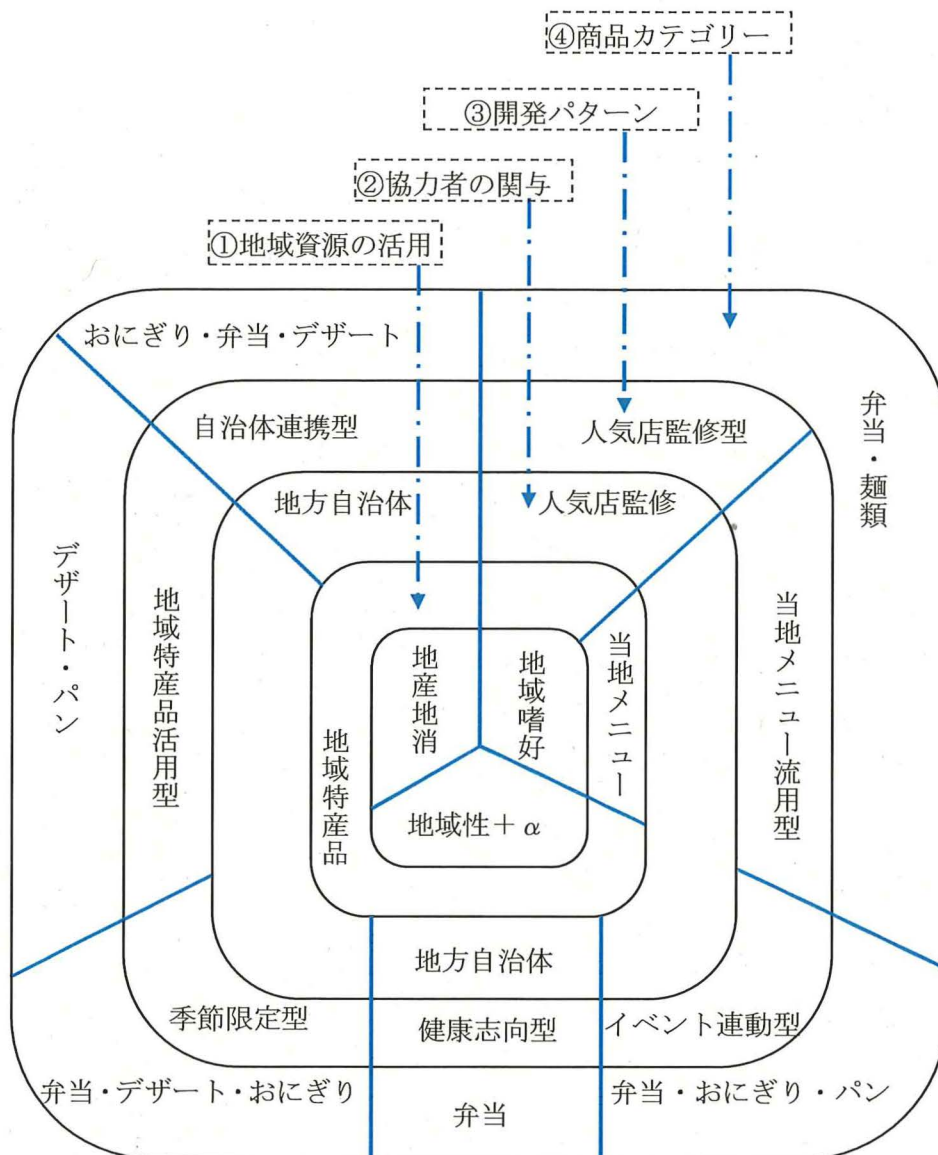


図 4-1 「地域対応型」PB の概念モデル (セブンイレブンを基準として)

「地域対応型」PB 開発は 7 パターンは価値訴求の面からみると、「地産地消」、「地域嗜好対応」及び「地域性+α」という「複合的価値訴求」に分けられる。地産地消のパターンとして、「自治体連携型」と「地域特産品活用型」が挙げられる。「地域性」に別の付加価値を加えるパターン、いわゆる複合的価値訴求パターン「地域性+α」であり、地域特産品を活用する上で、「季節限定型」、「イベント連動型」及び「健康志向型」に分けられる。さらに、地域住民の嗜好に合わせるパターンとして、「当地メニュー流用型」と「人気店監修型」が挙げられる。

領域①は「地域資源の活用」を指している。つまり、PB商品の開発において活用される地域資源として、当地で生産された農畜産物と加工品を中心とした「地域特産品」と当該地域の食文化を反映している「当地メニュー」が挙げられる。次の領域②は、「地域対応型」PB開発の「協力者の関与」であり、地方自治体及び人気のある飲食店（「その他」の部分では地域団体と教育研究機関との連携も見られる）との連携が求められている。

「地域資源の活用」と「協力者の関与」いう2つの要因グループに加え、「季節性」、「健康志向」及び「イベントとの連動」という付加価値訴求の要因との組み合わせが領域③の「地域対応型」PB商品の開発パターンである。「自治体連携型」、「地域特産品活用型」、「当地メニュー流用型」、「人気店監修型」、「季節限定型」、「健康志向型」及び「イベント連動型」という7パターンに分けられる。

さらに、各パターンにより重点的に開発される商品カテゴリーは領域④である。「自治体連携型」による開発される商品カテゴリーが「おにぎり、弁当、デザート」であるのに対して、「地域特産品活用型」は「デザート・パン」が殆どである。「地域嗜好対応型」である「当地メニュー流用型」と「人気店監修型」により開発されるカテゴリーが「弁当・麺類」である。「地域性+ α 」の複合的価値訴求型のパターンでは、「健康志向型」の商品カテゴリーが殆ど弁当であり、スポーツ観戦に合わせるケースも含まれている。「イベント連動型」の商品カテゴリーが携帯性の高い「弁当、おにぎり、パン」が多く開発されており、「季節限定型」の商品カテゴリーと似ている。

また、セブンイレブンの「地域対応型」PB開発パターンの特徴として、以下の3点が挙げられる。

1) 地産地消パターンの最も主要的なパターンとして、地域特産品を基本軸とした自治体と連携する「自治体連携型」の商品開発がある。前述のように、地域ブランド構築の実施主体には、地方自治体が中核的な役割を果たしていると指摘されている（阿久津ら 2007¹⁶⁴； 久保田 2004¹⁶⁵）。この面から見ると、大手小売業者がPBの開発に「地域性」を考慮するために、自治体との連携が効果的であると考えられる。

2) 地域住民の嗜好に合わせた「当地メニュー流用型」、「人気店監修型」が挙げられ

¹⁶⁴ 阿久津ら（2007）、p.14

¹⁶⁵ 久保田（2004）、p.13

る。いわゆる「地域嗜好対応型」というグループである。地域住民の嗜好とニーズに対応するには、当地メニューの活用と人気のある飲食店との連携が考えられている。特に、「人気店監修型」のパターンでは、セブンイレブンは主に当地のラーメン店との連携を求めており、商品のカテゴリーはラーメン系中心としている。

3) 「地域性」に、「季節性」、「健康志向」及び「イベントとの連動」等の付加価値を加える「地域性+ α 」の複合的付加価値訴求型パターンが重要視されている。

「健康志向型」のパターンでは、地方自治体の健康推進課等の部門による提示された「ヘルシーメニュー」の提案や健康推進プロジェクトに合わせて、地域特産品を活用するために、「地域性」のある「健康志向型」の商品開発が展開されている。また、「地域特産品」を活用しつつ、当地に開催される祭りや試合等のイベントに連動することにより、地域住民の親近感を強め、商品の話題性を高める「イベント連動型」パターンが不可欠である。

第5章 コンビニ大手3社の「地域対応型」PB戦略の特徴について

本章では、セブンイレブンのデータを基準にして提案した「地域対応型」PBの概念モデルをもとに、同じく大手コンビニエンスストアであるローソンとファミリーマート2社の「地域対応型」PB開発について考察し、比較分析を行う。また、3社の商品化戦略の時系列分析を行い、「地域対応型」PB戦略の特徴について把握する。

5.1 3社の「地域対応型」PB開発に関する比較分析

ローソンとファミリーマートの公式HPに掲載されているニュースリリースの中、「地域対応型」PBに関連する記事を収集した（付録2と付録3参照）。次に、セブンイレブンのデータと同様に、シソーラスを作成、商品ごとに要因の出現の有無に基づき数値データを作成した。第4章で提案した「地域対応型」PBの概念モデルを基準に、ローソンとファミリーマートの「地域対応型」PB開発について比較分析を行う（データの期間をそろえるため、3社とも2010年～2016年の範囲に特定した）。

表 5-1 情報収集の概要

	ローソン	ファミリーマート
収集時間	2016年10月～2016年12月	2017年1月～2017年3月
収集範囲	2010年～2016年	2006年～2016
記事の数	176	824
商品の数	604	1812

5.1.1 開発パターンについての比較分析

セブンイレブンを基準にして、ローソンとファミリーマート「地域対応型」PB商品の開発パターンについて考察した。それぞれの開発パターンの構成比を照り合わせ、3社の比較分析を行った（図5-1、図5-2参照）。

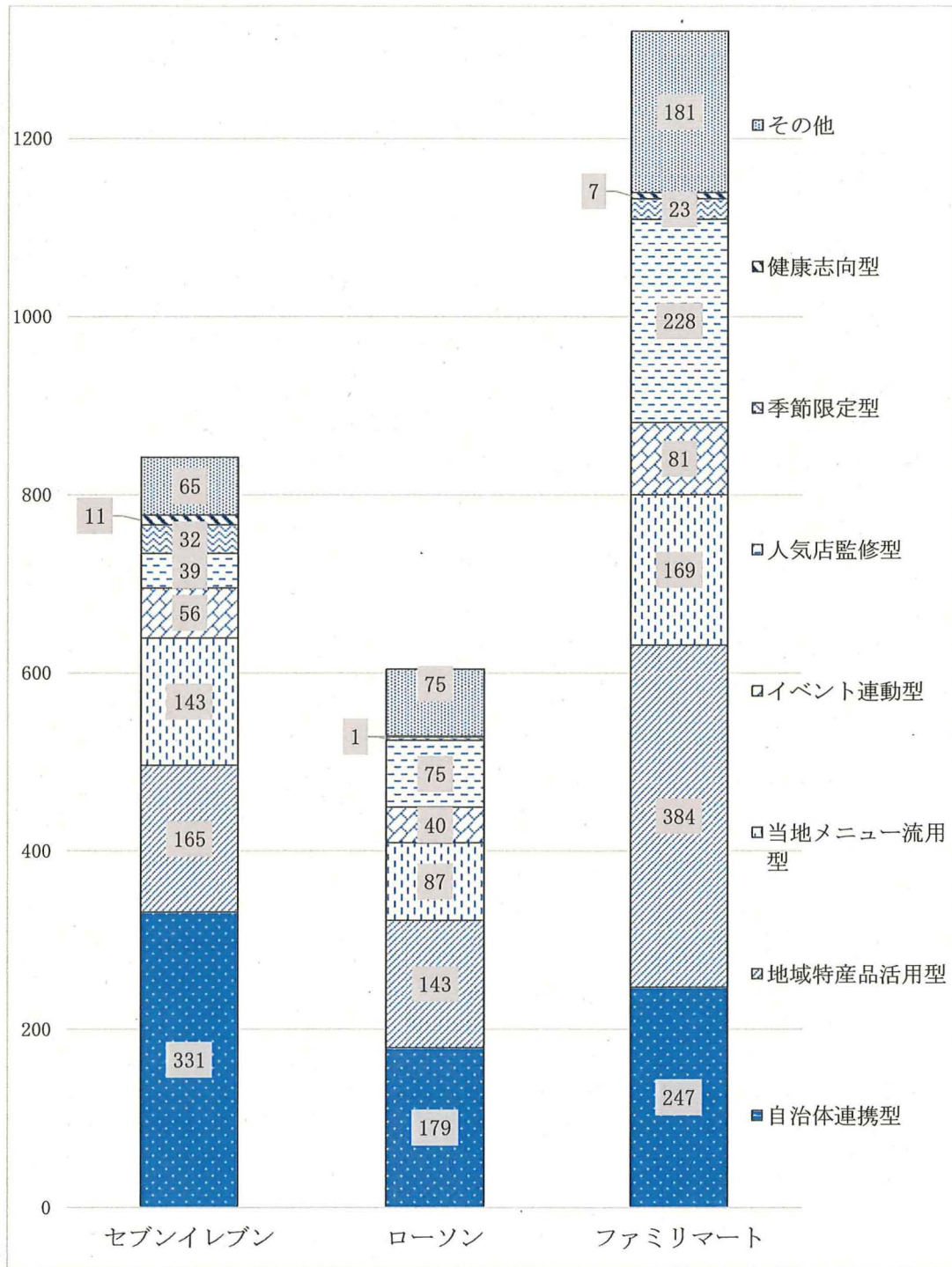


図 5-1 「地域対応型」PB 商品の開発パターンの比較分析（商品数）

（注）データの範囲：2010年～2016年

セブンイレブン：N=842 ローソン：N=604 ファミリーマート：N=1320

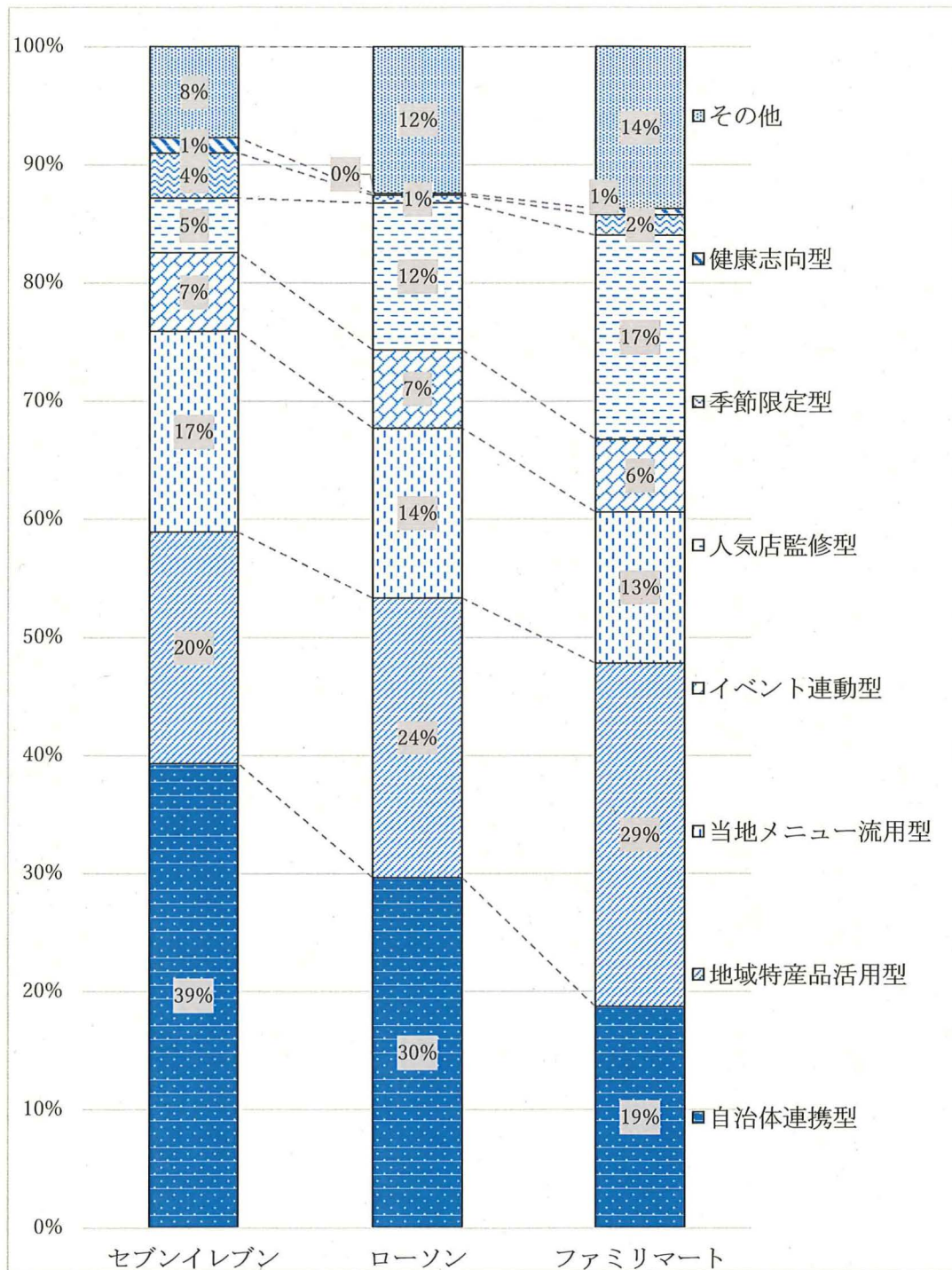


図 5-2 「地域対応型」PB 商品の開発パターンの比較分析（構成比）

(注) データの範囲は 2010 年～2016 年

セブンイレブン : N=842

ローソン : N=604

ファミリーマート : N=1320

商品の数からみれば、2010年～2016年の7年間では、ファミリーマートが発売された商品は一番多く、1320点である。業界トップであるセブンイレブンは842点で、ローソンは一番少なく、604点の商品を開発した。

構成比から見れば、セブンイレブンを基準とした概念モデルに出現した開発パターンはすべてローソンとファミリーマートにも出現した。また、「そのほか」の部分を除いて、同モデルが解釈できる商品の構成比は、セブンイレブンが92%であり、ローソンが88%であり、ファミリーマートではやや低い、86%である。さらに、「自治体連携型」、「地域特産品活用型」及び「当地メニュー活用型」という3つのパターンは3社ではいづれも、6割以上の割合を占め、「地域対応型」PB開発の基本パターンであることが共通している。

一方、3社の「地域対応型」PB戦略の特徴を捉えるため、3社の各開発パターンの出現度数が商品全体に占める構成を比較した。その結果、3社の開発パターンの分布が明らかに異なっていることを確認した（ χ^2 検定、有意差1%）（表5-2）。

表5-2 3社の開発パターンの分布に関する χ^2 乗検定の結果

χ^2 検定		
N	自由度	対数尤度
2445	12	106.99716
検定	カイ2乗	P値(Prob>ChiSq)
尤度比	213.994	<.0001*
Pearson	201.707	<.0001*

3社の開発パターンの分布の特徴について主に下記の4点がある。

1) ローソンとファミリーマートに比べると、セブンイレブンは特に、自治体との連携を重要視していることが分かる。前述のように、セブンイレブンは2004年から地方自治体と「地域活性化包括協定連携」を締結し始め、2016年12月現在では、全国72以上の自治体と同協定を結んでいる。特に、他の2社より、県の他に、市町村との連携も多く展開した(表5-3)。地産地消の面のみではなく、セブンイレブンは特に、「健康志向型」の商品を開発するために、自治体との連携を求めている。地域ブランド構築の中核

メンバー¹⁶⁶として、地域資源に関する情報提供と地元メーカーや団体等の協力者のコーディネーターの面から、大手小売業者が「地域対応型」PB 開発に自治体の協力を得るのは効果的であると考えられる

表 5-3 自治体との包括連携協定の締結（3 社）

会社	自治体との包括連携協定の締結
セブンイレブン	72 自治体（42 道府県 30 市）
ローソン	52 自治体（45 道府県 7 市）
ファミリーマート	51 自治体（45 道府県 6 市）

2) 「季節限定型」と「健康志向型」という 2 つのパターンに注目すると、ローソンとファミリーマートより、セブンイレブンが「地域対応型」PB 開発の重要な視点として取り組んでいる姿勢が強い。一方、ローソンとファミリーマートは、「地域性+ α 」という「複合的価値訴求」の戦略にまだ意識的に展開していないと考えられる。

3) ローソンとファミリーマートはセブンイレブンより、「地域嗜好対応」のパターンをより多く採用していることである。特に当地の人気のある飲食店と連携してメニューを商品化するケースが多かった。つまり、セブンイレブンより、ローソンとファミリーマートはこのパターンに力を入れていることが明らかである。特に、「人気店監修型」パターンはファミリーマートにとって基本パターンの 1 つとなっている。

4) 「その他」の部分では、要因の出現頻度から 3 社の特徴について簡潔にまとめると、セブンイレブンは「教育研究機関」、特に当地の大学との連携により健康志向を意識したヘルシーメニューの共同開発を展開した。対照的に、ローソンとファミリーマートに協力した「教育研究機関」である大学もあったが、ほとんど「地産地消」を訴求していた。ただし、ファミリーマートでは神戸市立医療センター中央市民病院（本研究では「地域団体」に配属している）と協働し、健康志向型の「ヘルシーメニュー」の開発をここ数年間繰り返して展開している。

¹⁶⁶ 阿久津ら（2007） p.14

まとめると、セブンイレブンは「地産地消」と「地域性+ α 」を訴求し、地方自治体や、当地の大学との連携をより重要視しているのに対して、ファミリーマートは当地の人気のある飲食店と連携して「地域嗜好対応」を訴求し、地元の医療機関と健康志向商品の共同開発するパターンを多く展開している。ローソンは両社の間に位置している。

5.1.1 商品カテゴリーの構造について 3社の比較分析

本項では、各開発パターンにより開発される商品カテゴリーの構造が一致しているかを確認するため、商品数と構成比の面から3社の比較分析を行った（データ範囲：2010-2016、「その他」の部分を除いている）。

(1)「自治体連携型」により開発される商品カテゴリーの構造について

開発パターンごとに商品カテゴリーの構造の比較分析を行った。まず、「自治体連携型」により開発される商品カテゴリーの構造は図 5-3（商品数）と図 5-4（構成比）のとおりである。「地域特産品」を使用し、地方自治体と連携する「自治体連携型」により開発される商品数は、セブンイレブンが 331 点、ローソンが 179 点、ファミリーマートが 247 点である。

構成比から見れば、セブンイレブンがおにぎり、デザートと弁当を中心に展開している。ローソンはデザートを一番多く開発し、続いて弁当とおにぎりである。ファミリーマートは、デザートの他に、弁当を重点的に展開している。

第 4 章で定義した「自治体連携型」は、「地域特産品」と「自治体との連携」という 2 つの要因が同時に出現しているパターンである。このパターンに活用されている「地域特産品」は当地の JA や農協と手を組み、「北海道産米」、「信州産アスパラ」や「静岡県産しらす」等の自治体の名前で冠した特産品を中心としている。また、「自治体との連携」は主に特産品を持つ農協や生産者からの産品調達チャネル確保のサポートと、自治体のキャラクター等の認証マークを添付した商品の開発という 2 つの面から展開されている¹⁶⁷。また、このパターンにより開発される商品は、自治体との包括連携協定の締結の記念商品として発売されるケースが代表的である。

セブンイレブンでは、地方自治体と連携し、特に地元産の米を使用し、おにぎりや弁

¹⁶⁷ 「コンビニと自治体連携」、日本経済新聞夕刊、2008 年 5 月 17 日、001 頁

当の開発を重点的に展開している。例えば、2012年1月から、北海道道庁が取り組んでいる北海道米食率向上に賛同し、おにぎりに初めて道産米を使用した。同年の5月に、道内全店舗の米飯類を道産米への切り替えを実現した。その他に、長野県産、新潟県産及び佐賀県産の米、または、ブランディングされている滋賀県産「近江米」及び山梨県産の「梨北米」の活用も見られている。

ローソンは他の2社より特に女性及び高齢者向けにデザートの開発を重点的に展開している。特に自治体との包括連携協定に基づき、地元産の牛乳や果物を活用するケースが多く展開されている。また、サンドイッチの比率も他の2社より多く開発されている。「栃木県産豚肉」や「北海道苫小牧産舞茸」や「和歌山県州産のはちみつ梅」等地元産の豚肉や野菜を使用するケースが代表的である。

ファミリーマートがローソンの構造と似ているが、弁当の比率が他の2社より多いことが特徴である。中食を重点的に強化する商品化戦略に起因していると考えられる(5.5.2参照)。

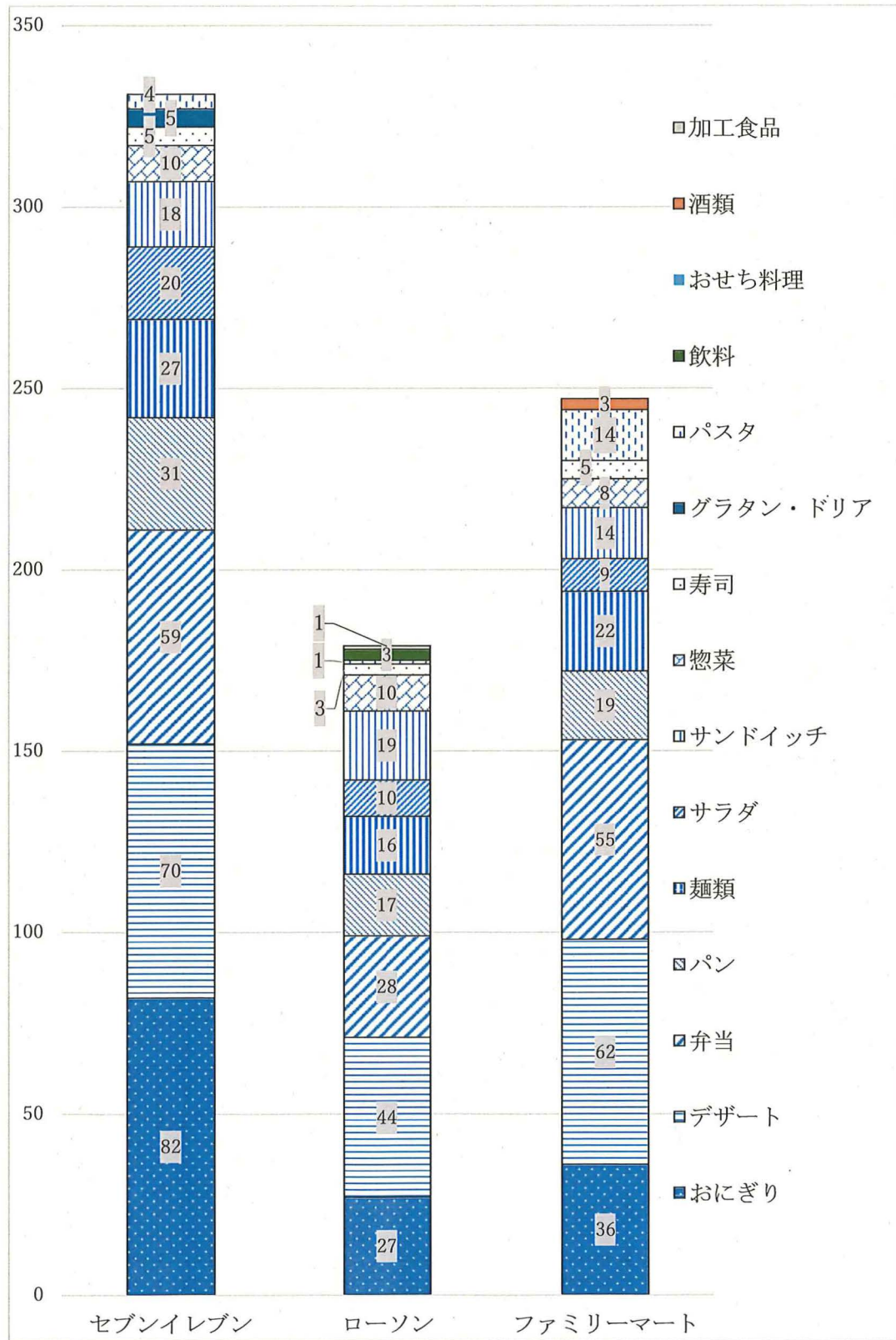


図 5-3 「自治体連携型」により開発される商品カテゴリーの比較 (商品数)

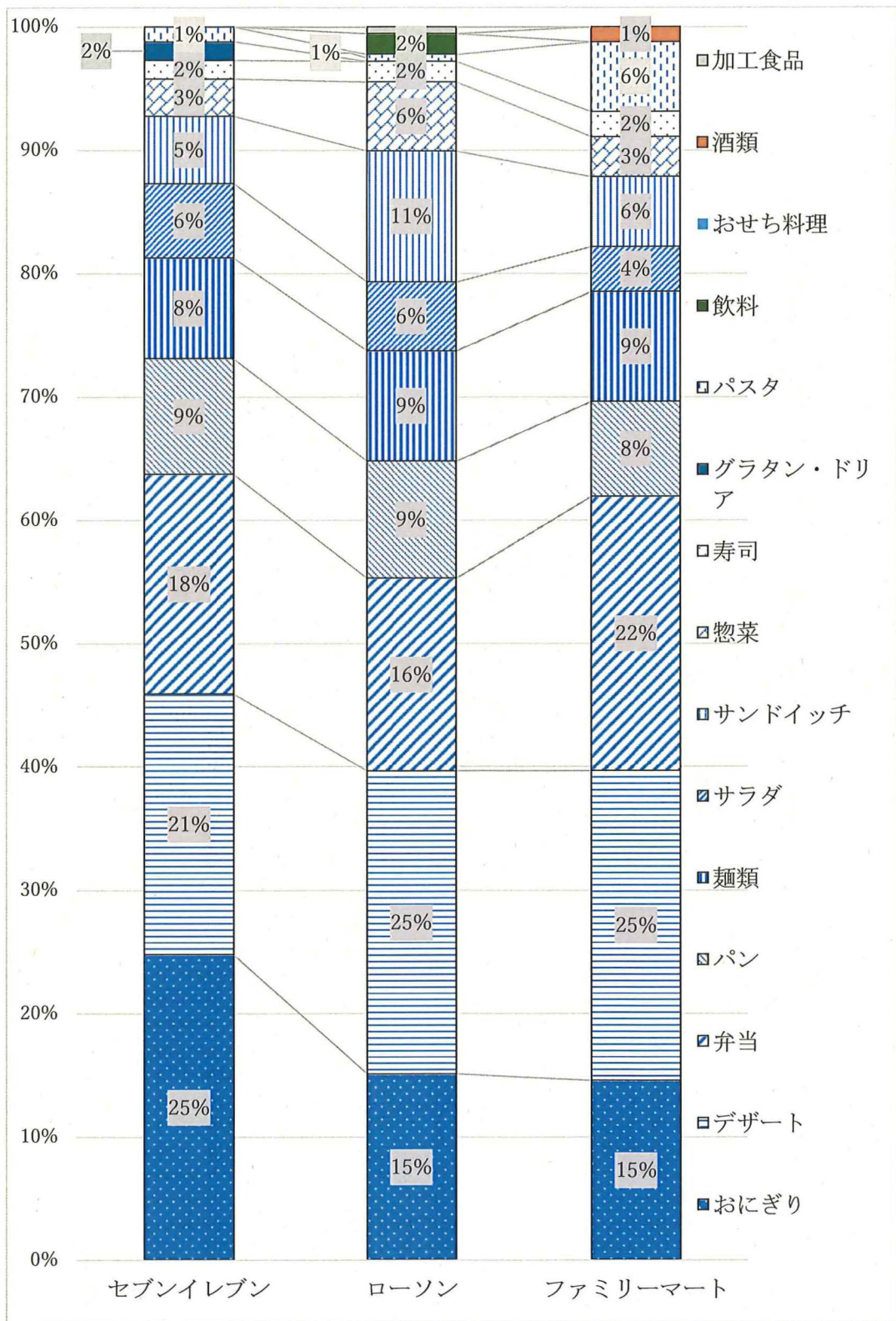


図 5-4 「自治体連携型」により開発される商品カテゴリーの比較（構成比）

(2) 「地域特産品活用型」により開発される商品カテゴリーの構造について

「地域特産品活用型」は「地域特産品」という要因のみ採用されるパターンであり、「自治体連携型」に利用されている自治体の名前で冠した「地域特産品」に対して、「地域特産品活用型」では、ブランディングが進んでいる商品ブランドを活用するケースが代表的である。

「地域特産品」を使用する「地域特産品活用型」パターンにより開発される商品数は、セブンイレブンは165点、ローソンは143点、ファミリーマートが圧倒的に多く384点である（図5-5）。構成比から見れば、「地域特産品」を活用して開発される商品カテゴリーは、セブンイレブンとローソンがデザートが一番多く開発しており、パンの構成比もファミリーマートより高いが、ファミリーマートは弁当とおにぎりを重点的に展開している（図5-6）。

セブンイレブンとローソンは地元産の牛乳、特に、北海道の「函館3.8牛乳」、栃木県の「那須だいすき牛乳」、神奈川県「きんたろう牛乳」、群馬県「榛名牛乳」等のブランディングされている牛乳を活用して、デザートとパンを重点的に開発してきた。

一方、ファミリーマートの主要パターンとして（商品数全体の29%）、山形県産の「佐藤錦」や群馬県「上州若鶏」等の地域特産品を活用し、デザートに加え、米飯類のおにぎりや弁当及び麺類の開発を重点的に展開していることが明らかである。中食を中心的に強化する戦略に起因していると考えられる（5.5.2参照）。

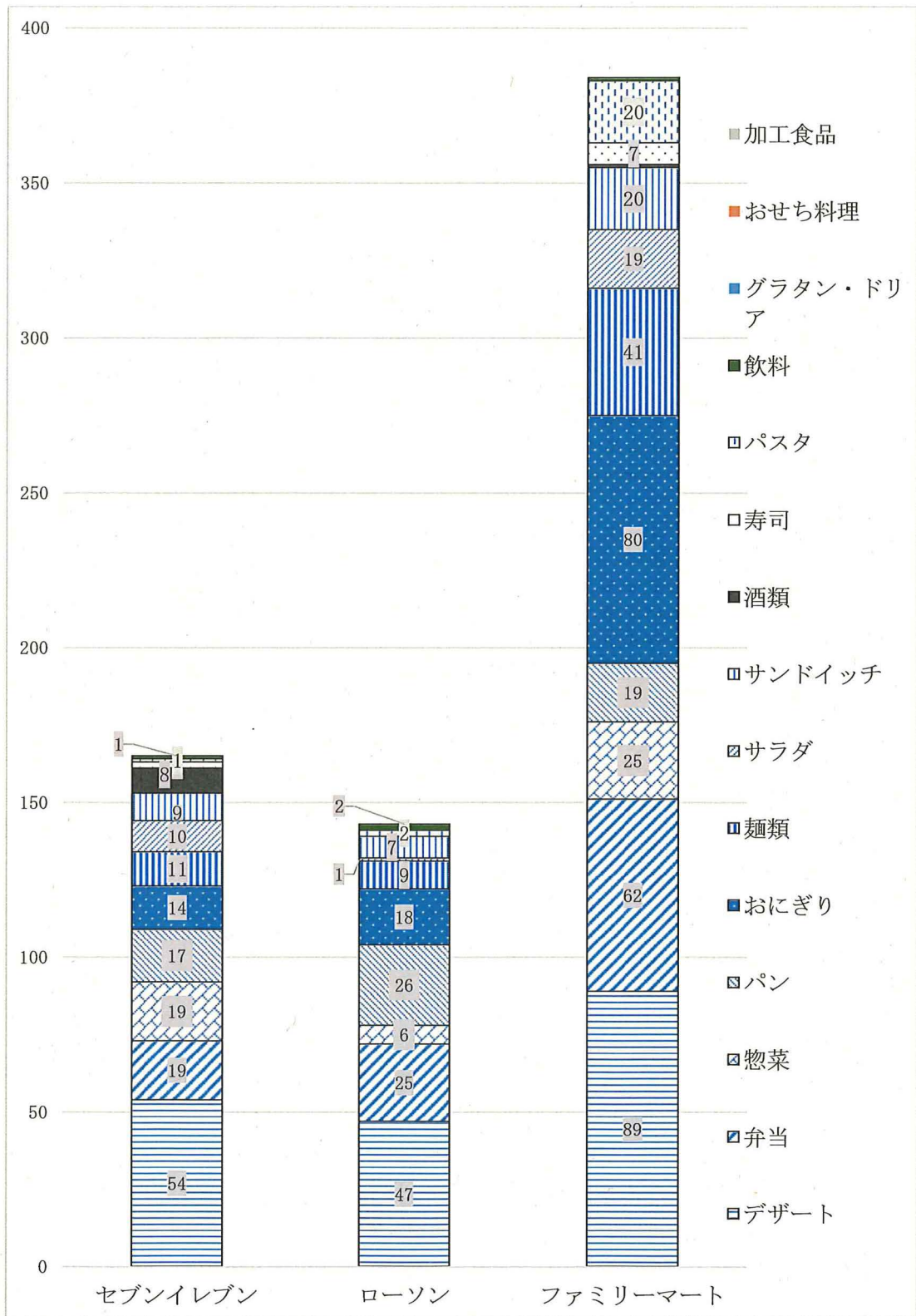


図 5-5 「地域特産品活用型」により開発される商品カテゴリーの比較（商品数）

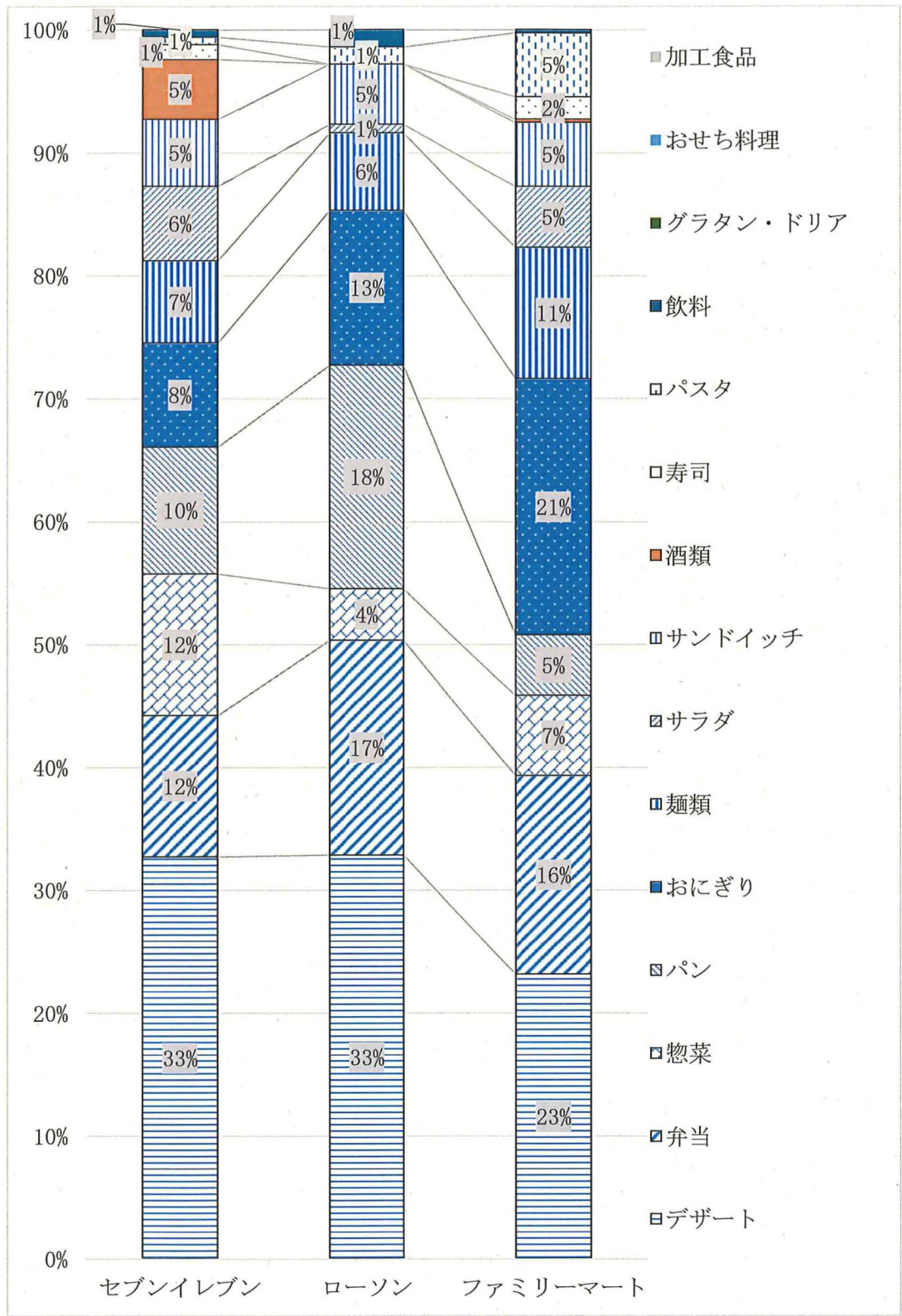


図 5-6 「地域特産品活用型」により開発される商品カテゴリーの比較 (構成比)

(3) 「当地メニュー流用型」により開発される商品カテゴリーの構造について

当地メニューは地域に親しまれている特有の料理であり、東京の郷土料理として愛されている「深川めし」や鹿児島県の郷土料理である「鶏飯」等をもとに弁当や和歌山で親しまれている「醤油豚骨ラーメン」や富山県「ブラックラーメン」等のラーメン系を中心として麺類の開発が多く展開されていた。

「当地メニュー流用型」のパターンにより開発される商品数は、セブンイレブンが143点、ローソンが87点、ファミリーマートが169点である（図5-7）。

「地域対応型」PB開発の7パターンでは、「当地メニュー流用型」により開発される商品カテゴリーの構造は3社の間に一致している部分が一番多い（図5-8）。弁当、麺類及びおにぎりを合わせて3社ではいずれも70%程度を占めている。一方、他の2社より、ファミリーマートは独自の部分多く、デザートの高構成比が高いことが特徴であり、和歌山県のご当地スイーツ「わかやまポンチ」の商品化のケースが代表的である。

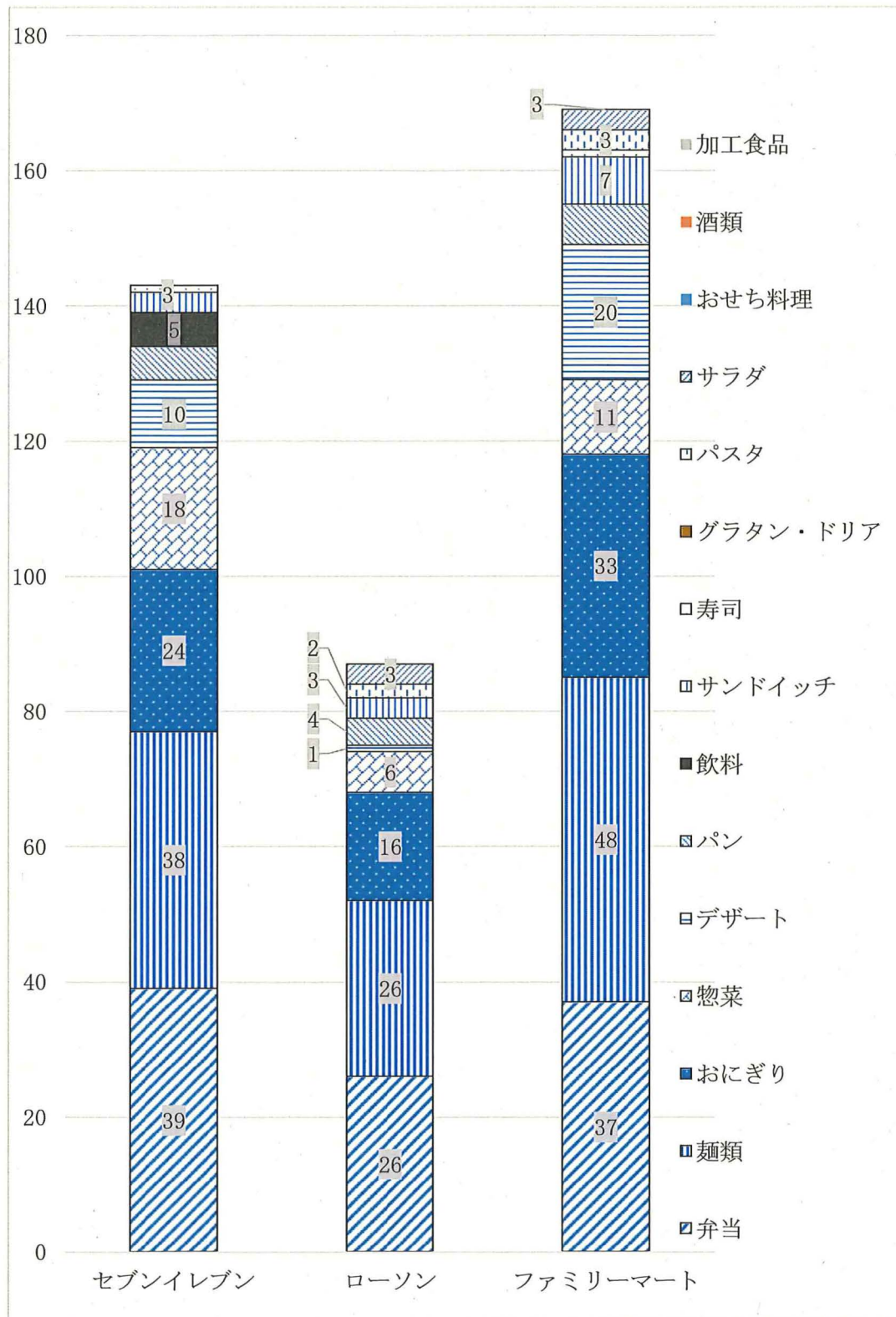


図 5-7 「当地メニュー流用型」により開発される商品カテゴリーの比較（商品数）

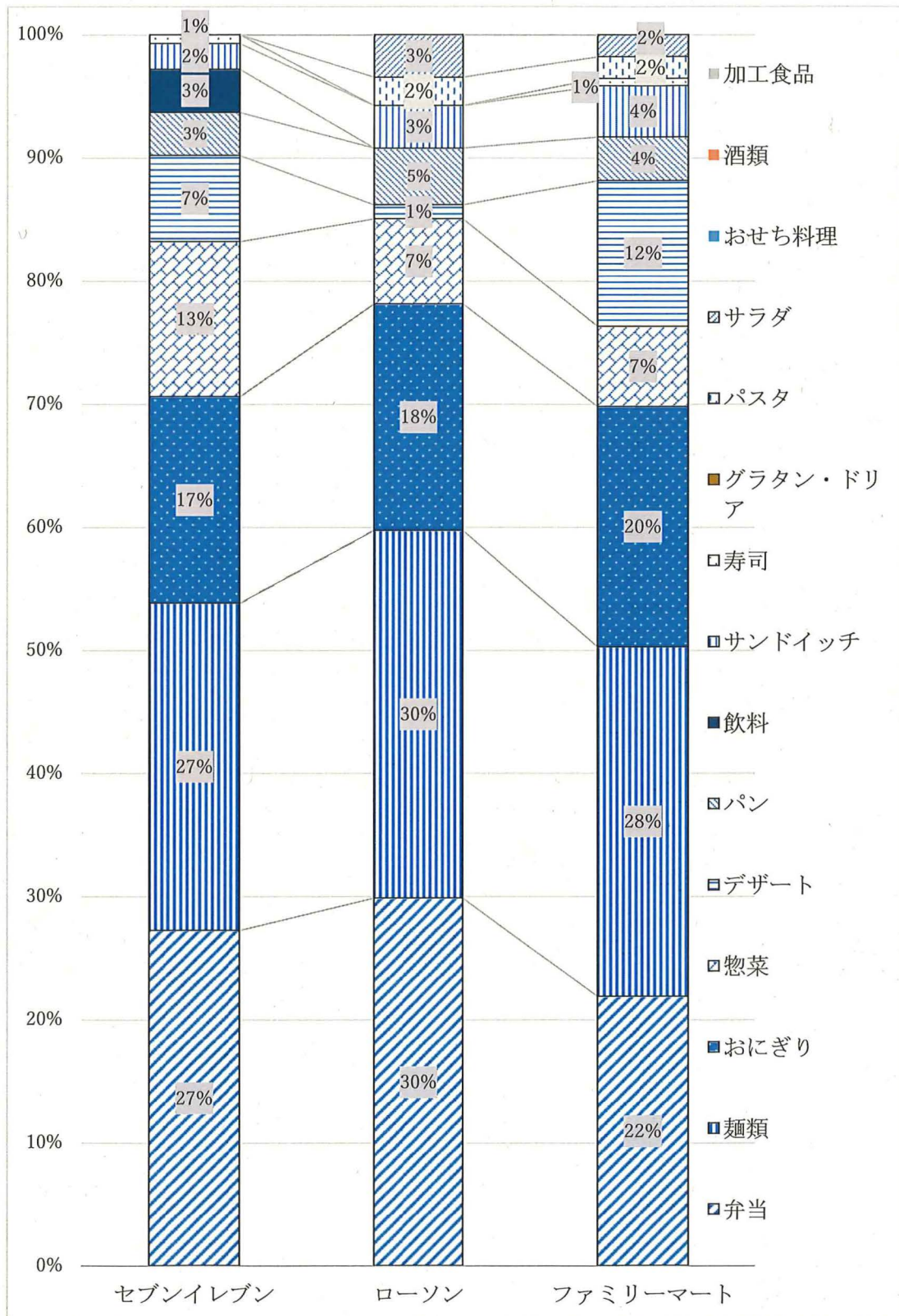


図 5-8 「当地メニュー流用型」により開発される商品カテゴリーの比較 (構成比)

(4) 「イベント連動型」により開発される商品カテゴリーの構造について

地域特産品を使用し、当地で開催されるイベントに連動する「イベント連動型」パターンにより開発される商品数はセブンイレブンが50点で、ローソンが40点、ファミリーマートが81点である（図5-9）。構成比からみれば、弁当とデザートが中心となっていることが共通している。スポーツ観戦のケースが多く、携帯性の高いカテゴリーに集中していると考えられる（図5-10）。また、包括連携協定の締結や出店周年の記念商品として発売されるケースが代表的である。

一方、セブンイレブンは、他の2社よりパンの比率が高いことが特徴である。地元産の牛乳や果物を使用し、「札幌雪まつり」や「YOSAIKOI ソーランまつり」と連動して開発されるケースが挙げられる。

ローソンでは、サンドイッチの比率は他の2社より高く、2010年NHK大河ドラマ「龍馬伝」の放送を機に、高知県下で「土佐・龍馬であい博」の開催に合わせて、高知県産の「四万十鶏」や「文旦の果皮」を活用するケースが代表的である。

ファミリーマートは他の2社より、おにぎりの比率が高く、石川県産「コシヒカリ」や「アンデス高原豚」等の地元産の特産品を活用し、スポーツ観戦に合わせるケースが代表的である。

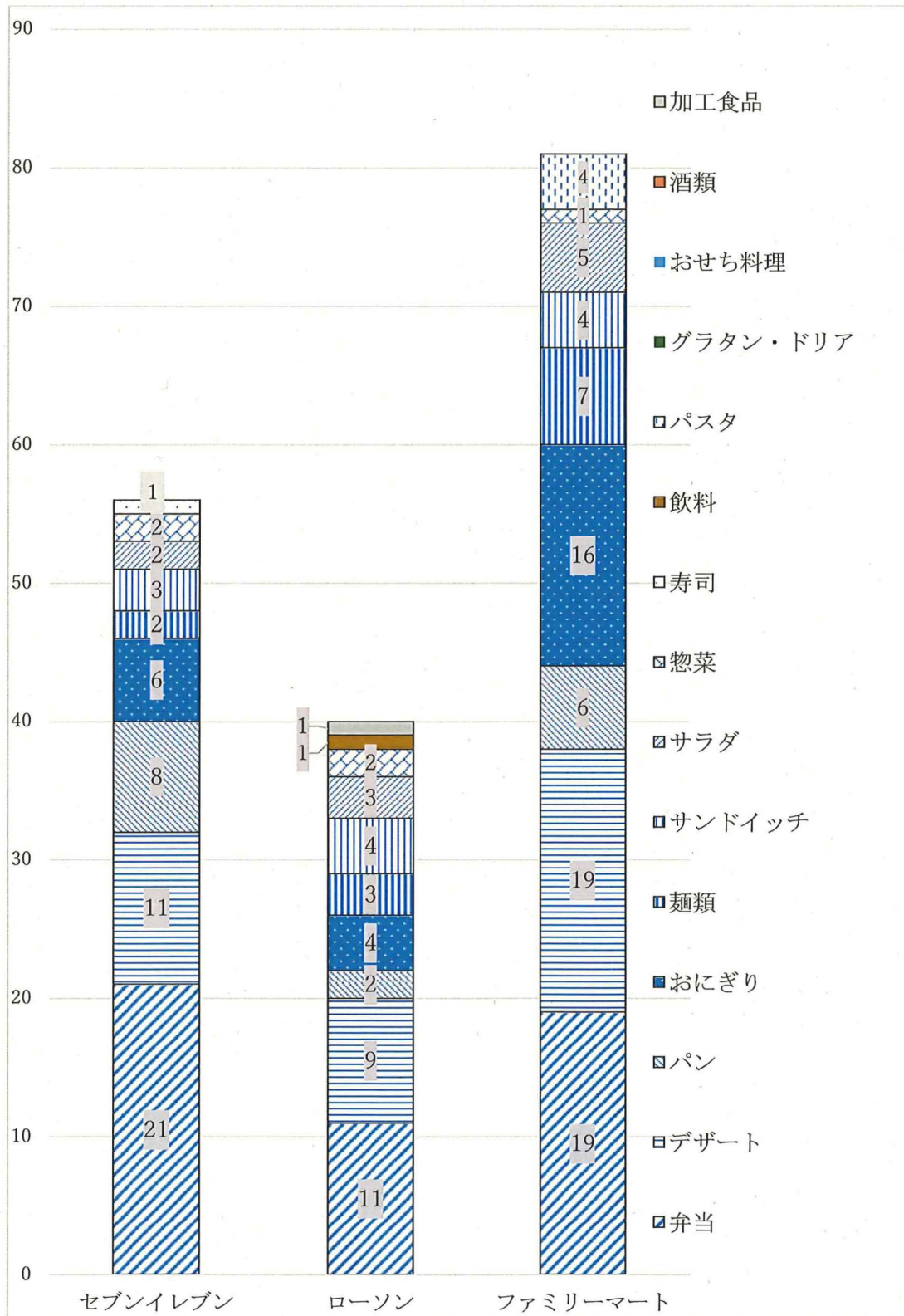


図 5-9 「イベント連動型」により開発される商品カテゴリーの比較（商品数）

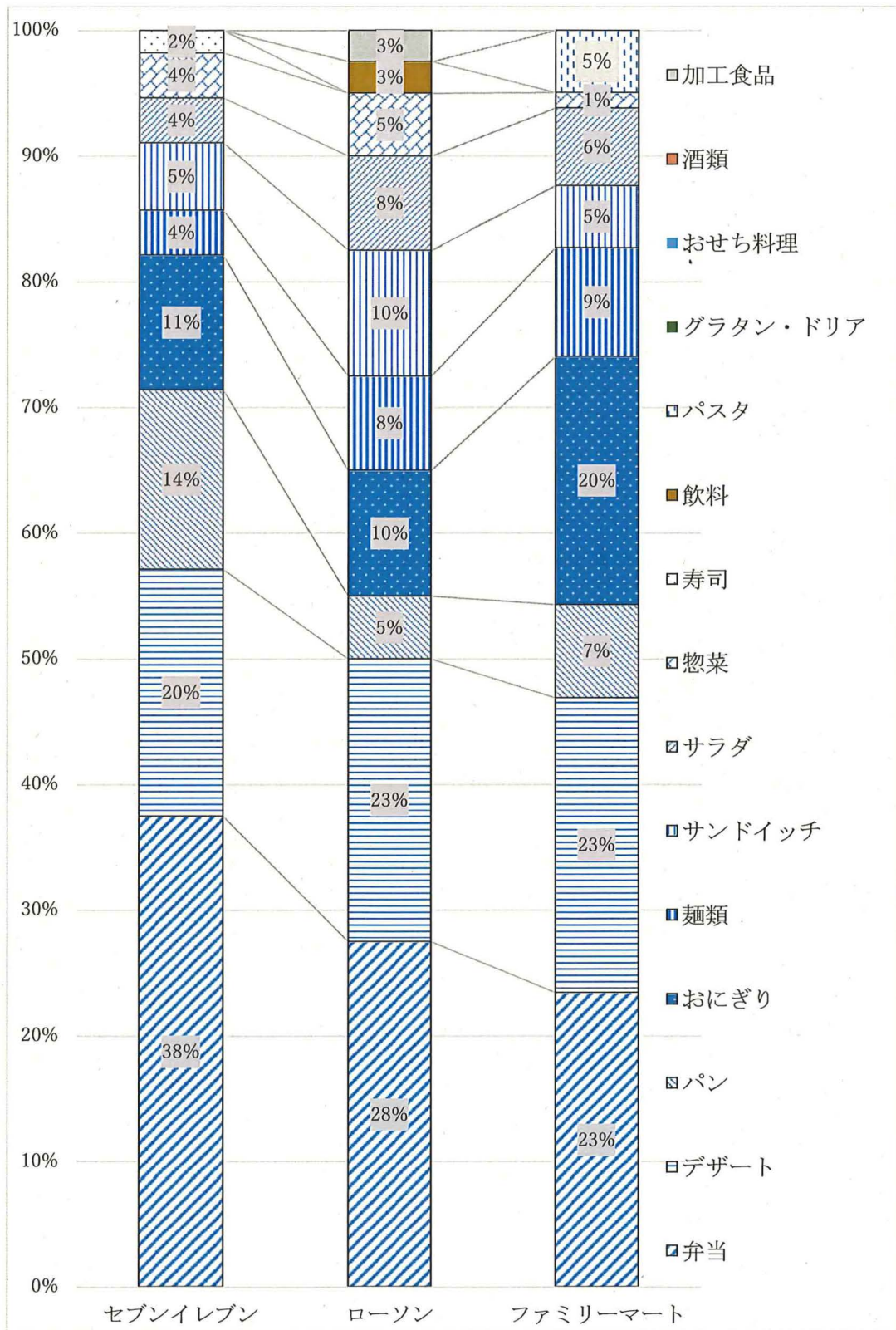


図 5-10 「イベント連動型」により開発される商品カテゴリーの比較 (構成比)

(5) 「人気店監修型」により開発される商品カテゴリーの構造について

地域において人気のある飲食店と連携し、人気メニューを商品化する「人気店監修型」により開発される商品数として、セブンイレブンが一番少なく、39点である、ローソンは75点で、ファミリーマートが圧倒的に多く、228点である（図5-11）。

「人気店監修型」の商品カテゴリーの構成比から、3社それぞれの特徴がみられる。セブンイレブンでは、麺類が過半数を占めており、ローソンは麺類の他に、デザートの開発をより重要視している。ファミリーマートはまた異なって、弁当の構成比が一番高かった（図5-12）。

セブンイレブンは、当地の人気なラーメン店と連携し、店の人気メニューを商品化するケースを中心に展開している。3社では、商品数が一番少ないが、2006年～2009年までの4年間では同パターンにより開発された商品は32点であったにもかかわらず、2010年以降、「セブンプレミアム ゴールド」の『日清 名店仕込み』のカップ麺シリーズ¹⁶⁸の全国展開に伴い、「人気店監修型」により地域限定PB商品の開発はとどまっていたと考えられる（第3節参照）。

ローソンでは、麺類の他に、デザートの開発を他の2社より重要視している。小樽市の有名菓子店「館」や珈琲店の「可否茶館」等の当地の人気店の人気メニューを商品化するケースが代表的である。女性や高齢者向けの商品開発を強化する戦略の展開であると考えられる（第4節参照）。

「地域対応型」PB開発の主要パターン（商品数全体の17%）の1つとして、ファミリーマートは当地の人気なラーメン店、洋食店及び菓子店との連携を全面的に強化しており、麺類、弁当及びデザートを重点的に開発している。また、中華料理店の人気メニューをおにぎりにアレンジするケースも他の2社より多く開発することも特徴である。米飯類と麺類の開発を重点的に開発するのは、中食を強化する商品化戦略に起因していると考えられる（第5節参照）。

¹⁶⁸ 「セブンプレミアム ゴールド」の「日清 名店仕込み」
<http://www.sej.co.jp/i/item/310400340852.html?category=352&page=1>

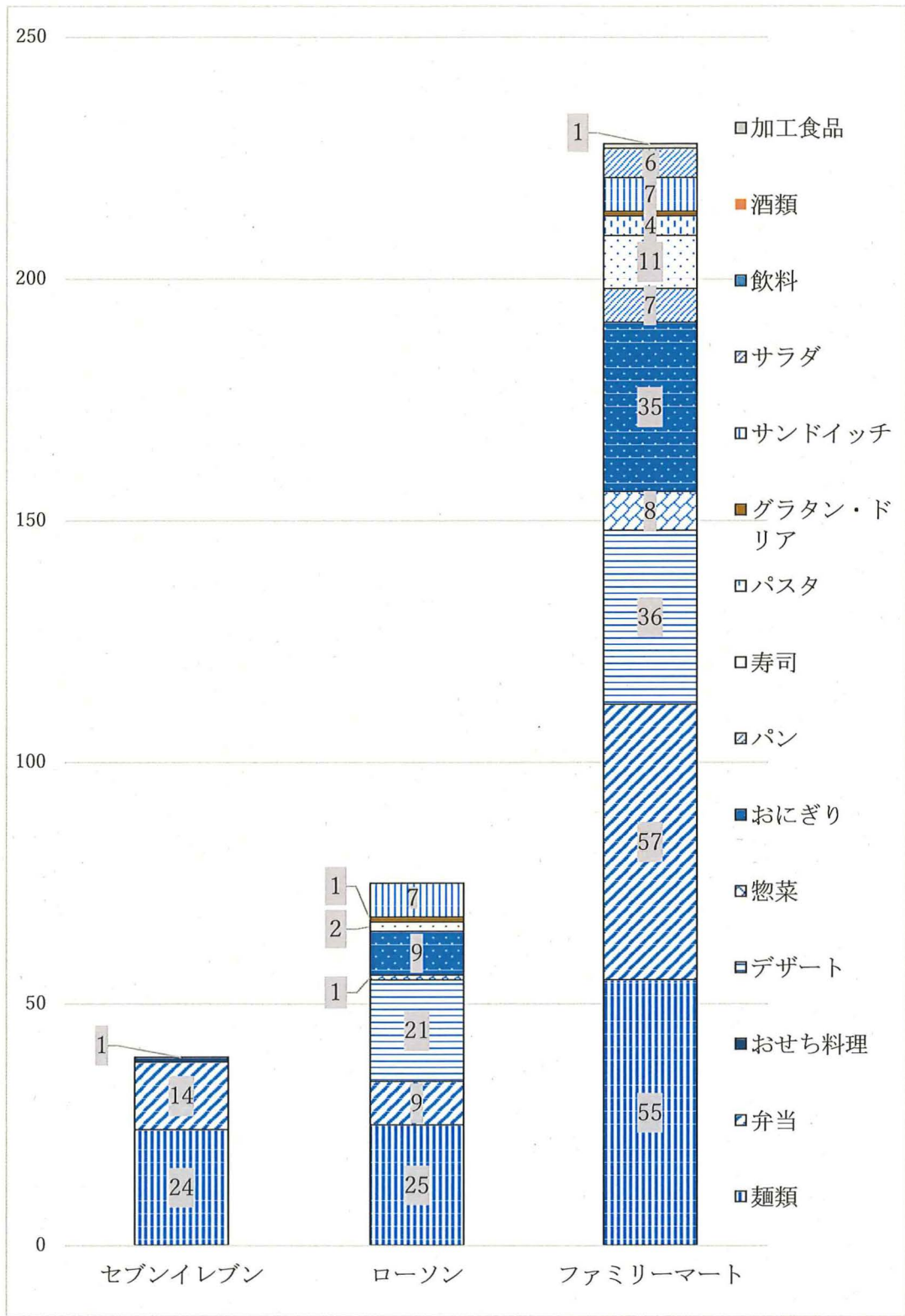


図 5-11 「人気店監修型」により開発される商品カテゴリーの比較 (商品数)

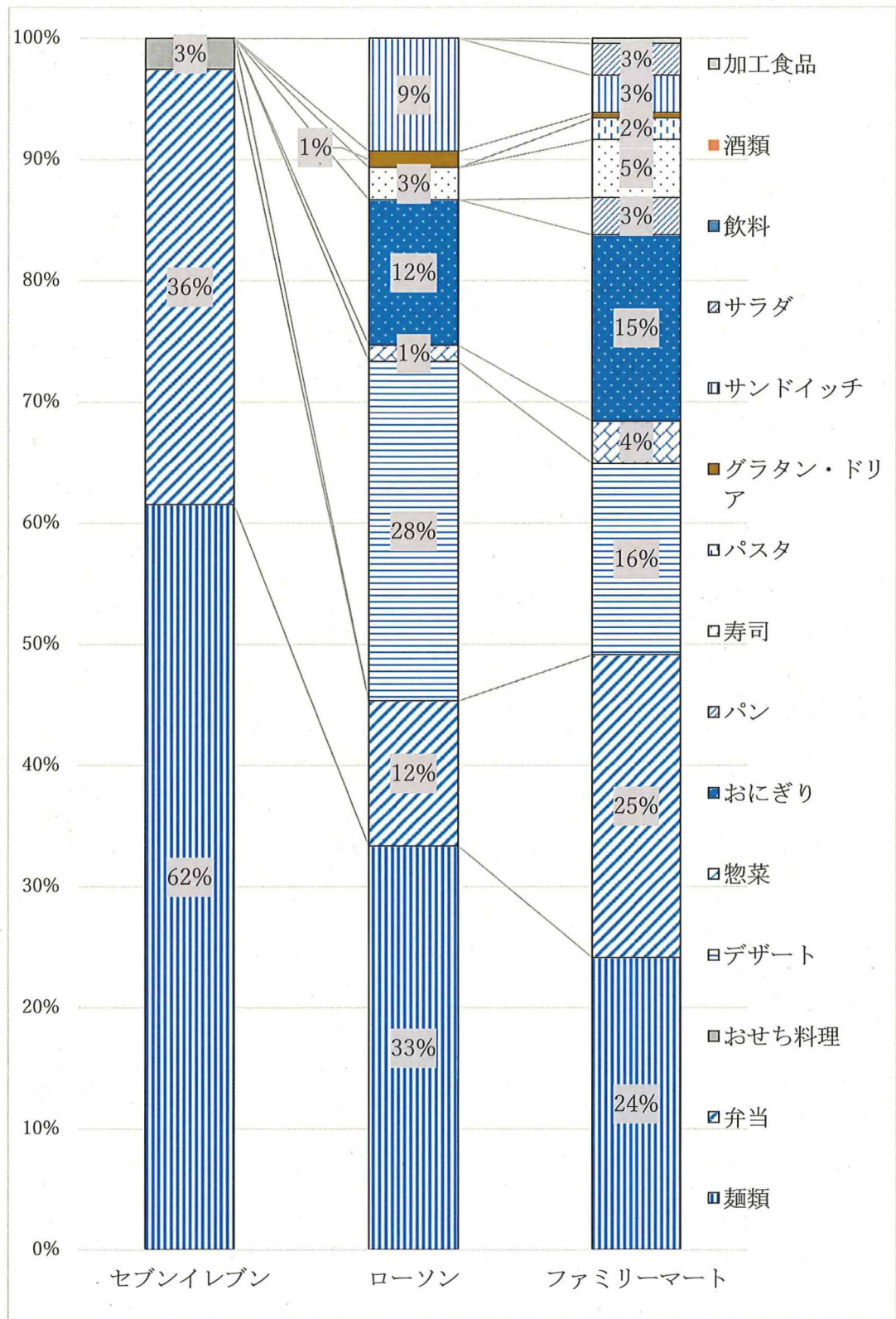


図 5-12 「人気店監修型」により開発される商品カテゴリーの比較 (構成比)

(6) 「季節限定型」により開発される商品カテゴリーの構造について

「地域特産品」を使用し、季節限定で販売する「季節限定型」商品は、セブンイレブンが38点、ファミリーマートは23点、ローソンはほとんど展開しておらず、4点である(図5-13)。ローソンとファミリーマートより、セブンイレブンは「季節性」の訴求を重要視していることが分かる。

「季節限定型」の商品カテゴリーの構成比をみると、セブンイレブンではバラつきが小さく、デザート、弁当、麺類及びおにぎりが中心である。しかし、ファミリーマートでは、麺類及びパスタの構成比が高い比率を占めていることが特徴となっている。ローソンはほとんど展開されていない(図5-14)。

セブンイレブンは、春を呼ぶ野菜と言われる「かき菜」¹⁶⁹を使用したり、えのきや舞茸等秋の味覚に合わせて弁当と麺類を開発するケースが多くあげられる。十勝産小豆や群馬県産りんご等の地域特産品を使用し、年末年始や夏期向けのデザートの開発も展開している。

一方、ファミリーマートは、地元産の特産品を使用し、うどんや素麺を夏や冬向けに開発するケースと、地元産のしらすを活用し、気温があがる季節向けにパスタの開発を重視していることが特徴である。

¹⁶⁹ 春を呼ぶ伝統野菜～”かき菜”について
栃木県県政ブログ <https://www.agrinet.pref.tochigi.lg.jp/tochiума/2015/03/10/12481.html>

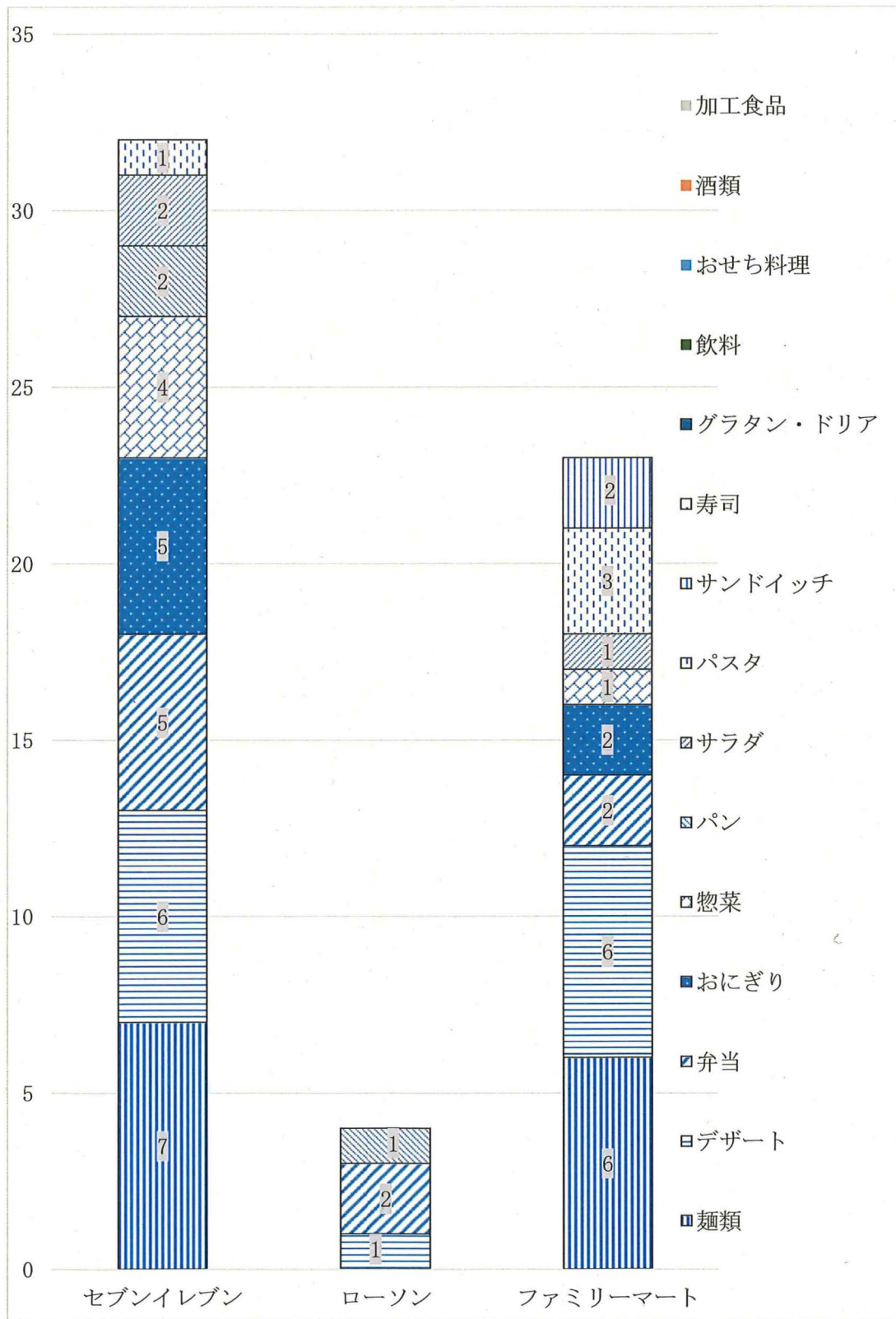


図 5-13 「季節限定型」により開発される商品カテゴリーの比較 (商品数)

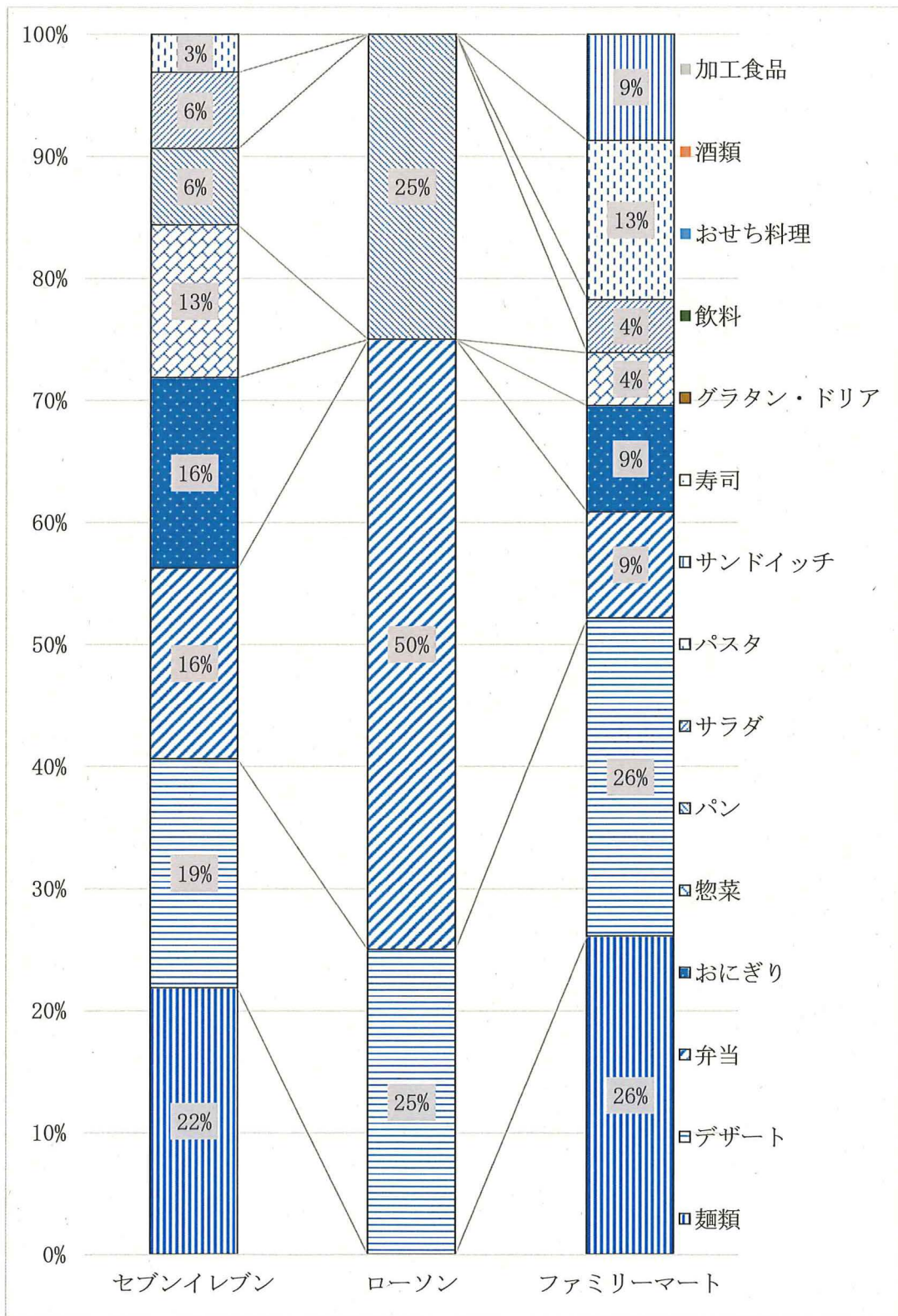


図 5-14 「季節限定型」により開発される商品カテゴリーの比較 (構成比)

(7) 「健康志向型」により開発される商品カテゴリーの構造について

「地方自治体」と連携し、「地域特産品」を使用する「健康志向型」の商品の開発はほとんど展開されておらず、セブンイレブンが11点、ローソンが1点、ファミリーマートが7点である(図5-15)。「健康志向型」の商品数は少ないが、構成比から見れば、弁当が中心となっていることが3社で共通している(図5-16)。

セブンイレブンでは、地元産の特産品を活用し、長野県が実施する「ACEプロジェクト¹⁷⁰」に合わせて、一食分として望ましいエネルギー、食塩相当量、野菜使用量等の基準に沿った、バランスの良い食事として弁当の開発が代表的なケースである。

ファミリーマートは、自治体の保険福祉部健康増進課と連携し、栄養バランスを考慮したメニューとして、弁当のみではなく、おにぎりやデザートの開発も展開している。一方、「その他」の部分において、ファミリーマートは自治体の代わりに、地域の医療機関と連携してヘルシーメニューの開発を重点的に展開することが特徴である。

¹⁷⁰ 長野県が新たに展開する健康づくり県民運動の名称である。ACEは脳卒中等の生活習慣病予防に効果のあるAction(体を動かす)、Check(健診を受ける)、Eat(健康に食べる)を表し、世界で一番(ACE)の健康長寿を目指す想いを込めたものである。<http://acc.nagano.jp/about>

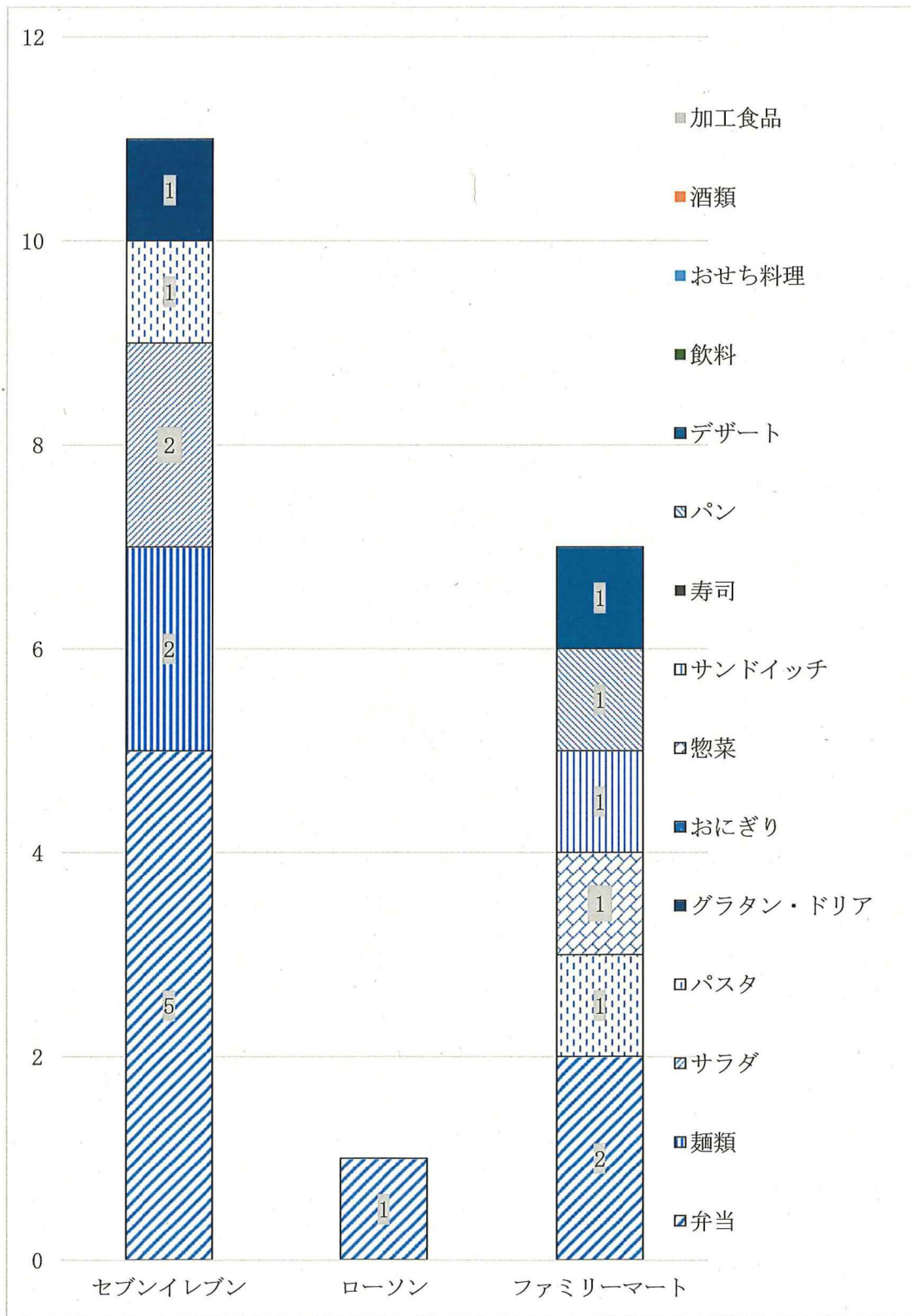


図 5-15 「健康志向型」により開発される商品カテゴリーの比較 (商品数)

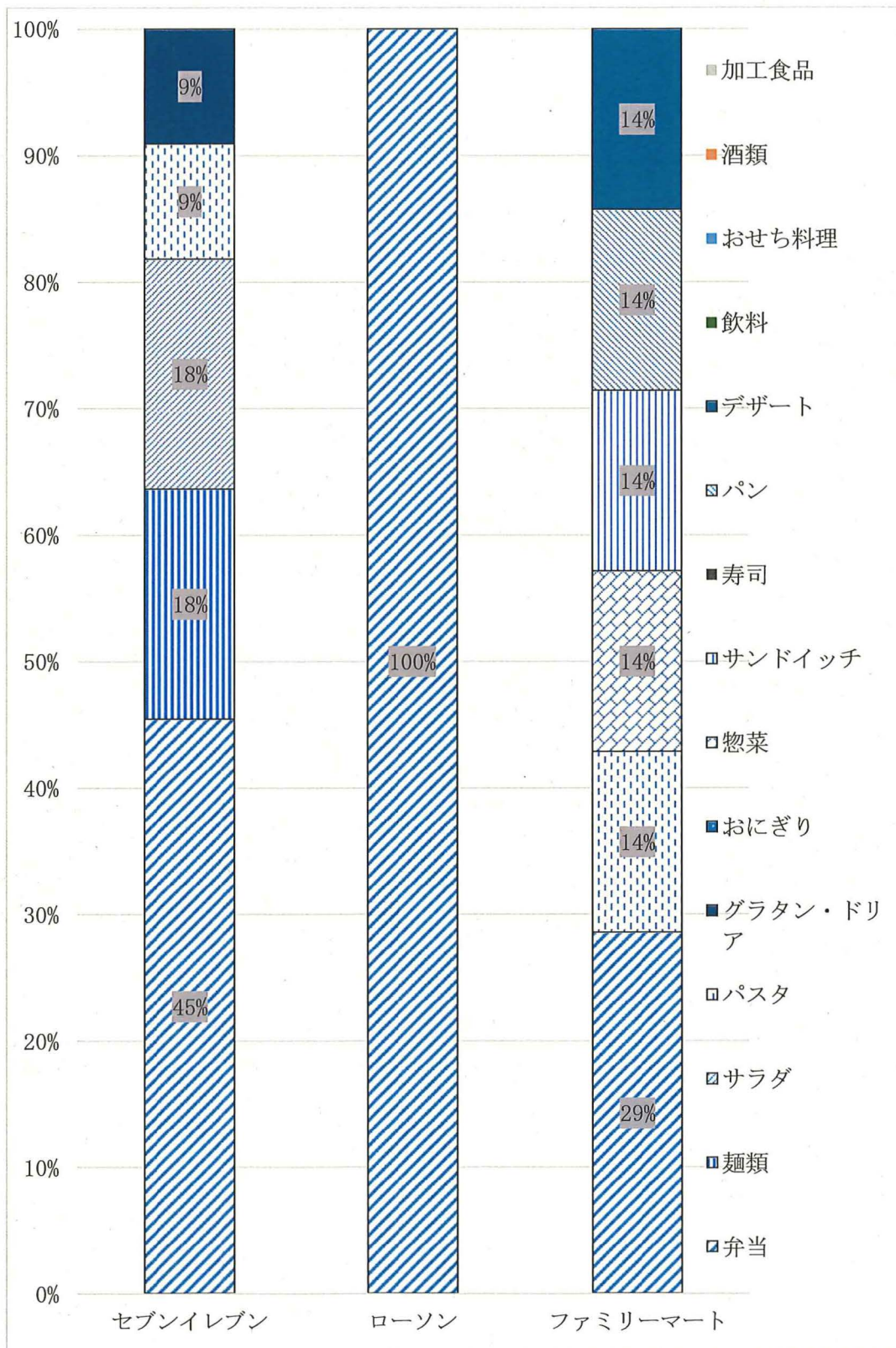


図 5-16 「健康志向型」により開発される商品カテゴリーの比較（構成比）

5.1.2 「地域対応型」PBの概念モデルから見た3社の特徴

第1項と第2項では、「地域対応型」PB商品の開発パターンと商品カテゴリー構造の3社の比較分析を行った。その結果に基づき、第4章で提案した「地域対応型」PBの概念モデルをもとに、ローソンとファミリーマートとの比較分析を行った(図5-17、図5-18)。

「価値訴求の方向」、「地域資源の活用」、「協力者の関与」及び「開発パターン」のコアの部分では、3社では一致している。ただし、各開発パターンの分布では、セブンイレブンが特に地方自治体との連携を重要視し、「自治体連携型」及び「地域性+ α 」の「複合的価値訴求」により力を注いでいるのに対して、ファミリーマートは地域嗜好対応のパターン、特に「人気店監修型」を重点的に展開している。

また、各パターンにより開発される商品カテゴリーの構造の3社の共通点は以下の3点ある。第1点、「地産地消」を訴求する「自治体連携型」と「地域特産品活用型」により開発される商品カテゴリーは弁当・デザートを中心とされている。第2点、「地域嗜好対応」を訴求するパターンとして、「当地メニュー流用型」と「人気店監修型」により開発される商品カテゴリーは麺類と弁当が基本である。第3点、「地域性+ α 」の「複合的価値訴求」のパターンとして、「季節限定型」、「健康志向型」及び「イベント連動型」により開発される商品のカテゴリーもデザートと弁当を重点とされている。

一方、セブンイレブンは、地方自治体との連携をもとに、地元産の米を活用し、米飯類を重点的に開発した。ローソンは客層を拡大するため、女性向けの商品開発を強化し、特にデザートの開発に重点を置いたことが特徴である。一方、ファミリーマートは中食を強化する戦略として、地域特産品を活用し、当地の人気のある飲食店との連携を通して、米飯類や麺類の開発を重視している。

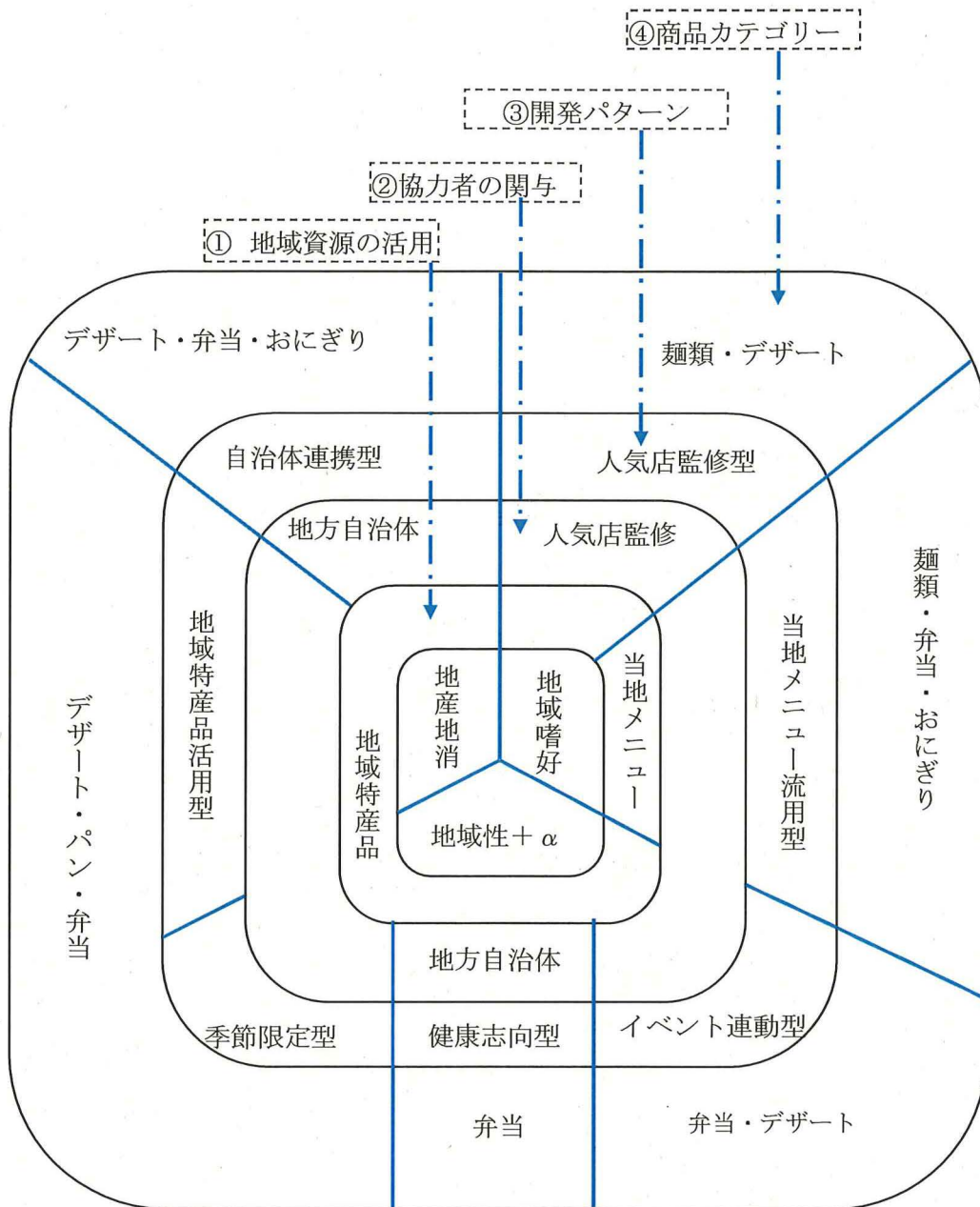


図 5-17 「地域対応型」PB の概念モデル (ローソン)

(注) データ範囲：2010年～2016年

重点カテゴリーの基準：構成比が15%以上の上位3位

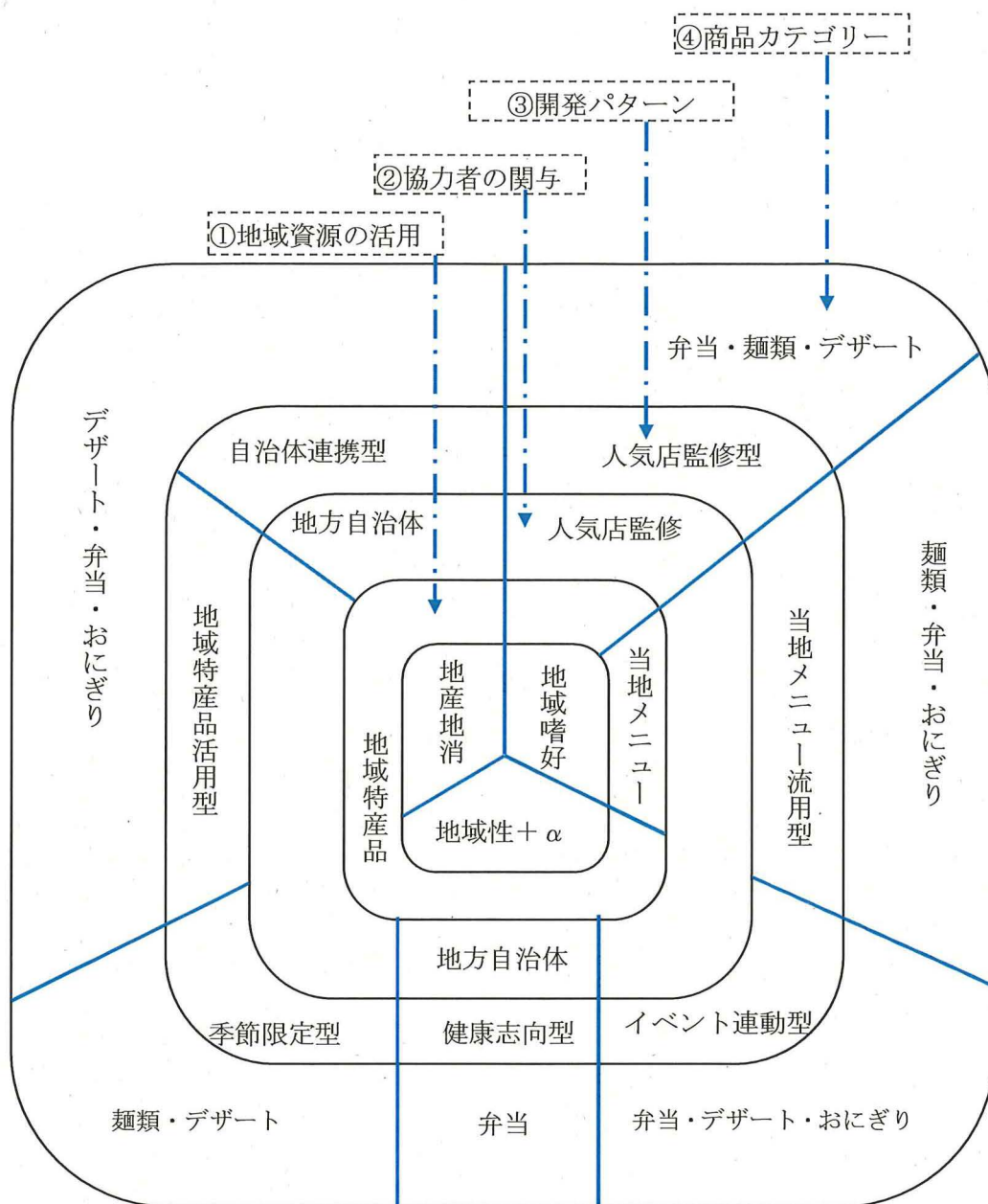


図 5-18 「地域対応型」PB の概念モデル (ファミリーマート)

(注) データ範囲：2010 年～2016 年

重点カテゴリーの基準：構成比が 15%以上の上位 3 位

本節では、セブンイレブンを基準にして、「地域対応型」PB 商品の開発パターン及び開発された商品カテゴリーの構造を合わせて比較分析を行った上で、第 4 章で提案した「地域対応型」PB の概念モデルをもとに、ローソンとファミリーマートとの比較分析

を行った結果、開発パターンまでのコアの部分は一致しており、出力された商品カテゴリーのみが異なっていることが分かった。次節から、「地域対応型」PBの開発パターン及び商品化戦略の時系列分析を行い、3社の「地域対応型」PB戦略の特徴について動的に考察する。

5.2 3社の「地域対応型」PBの開発パターンに関する時系列分析

本節では、2006年から2016年までの11年間で(ローソンのみが2010年から2016年までの7年間)、商品数の年度別変化及び各パターンにより開発された商品数の年度別変化について分析した。

図5-19は3社の商品数の年度別推移となっている。セブンイレブンとファミリーマートでは、2006年から公式HPのニュースリリースから「地域対応型」PB商品に関する記事を掲載し始めた。一方、ローソンの場合では、2010年から始まった。まずは、商品数の年度別推移から見ると、セブンイレブンでは、2008年に一気に上がり、2009年をピークとして、2010年から急激に下がり、2011年に底を打ち、それ以降は少しずつ増えてきた。ローソンは2010年に発足し、2011年から低下し、2012年にはほとんど止まったが、2013年からは緩い成長が見られている。ファミリーマートは独特な歩みを示し、2006年に始まり、翌年から勢いよく成長し、2013年までは毎年200点以上な好調が続いたが、2014年から一気に低落し、2016年はほとんど停止してしまった。

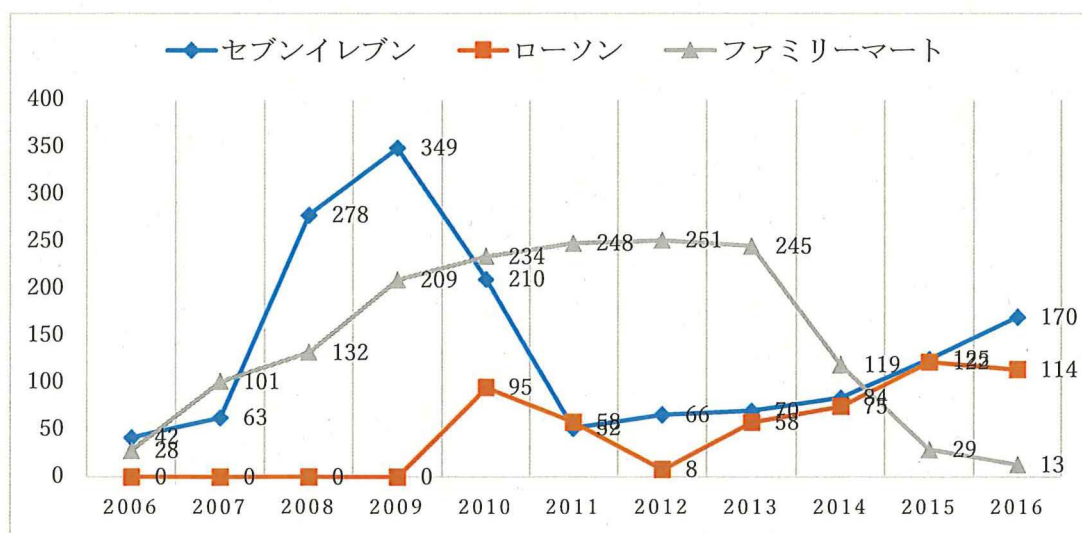


図5-19 3社の商品数の年度別推移

(1) 「自治体連携型」により開発された商品数の年度別変化

次に、各パターンにより開発される商品数の年度別推移の比較分析を行った。まずは、「自治体連携型」の商品数変化である（図 5-20）。「地域対応型」PB 開発の主要パターンの 1 つであるため、「自治体連携型」により開発される商品数の変化は全体の商品数変化（図 5-19）と一致している部分が多いである。

また、3 社はいずれも地方自治体と「包括連携協定」を締結し、地域特産品を活用しオリジナル商品の開発の面からの提携を求めてきたため、各自治体と 3 社の公式 HP から情報を収集し、「包括連携協定」締結数の年度別推移について整理した。

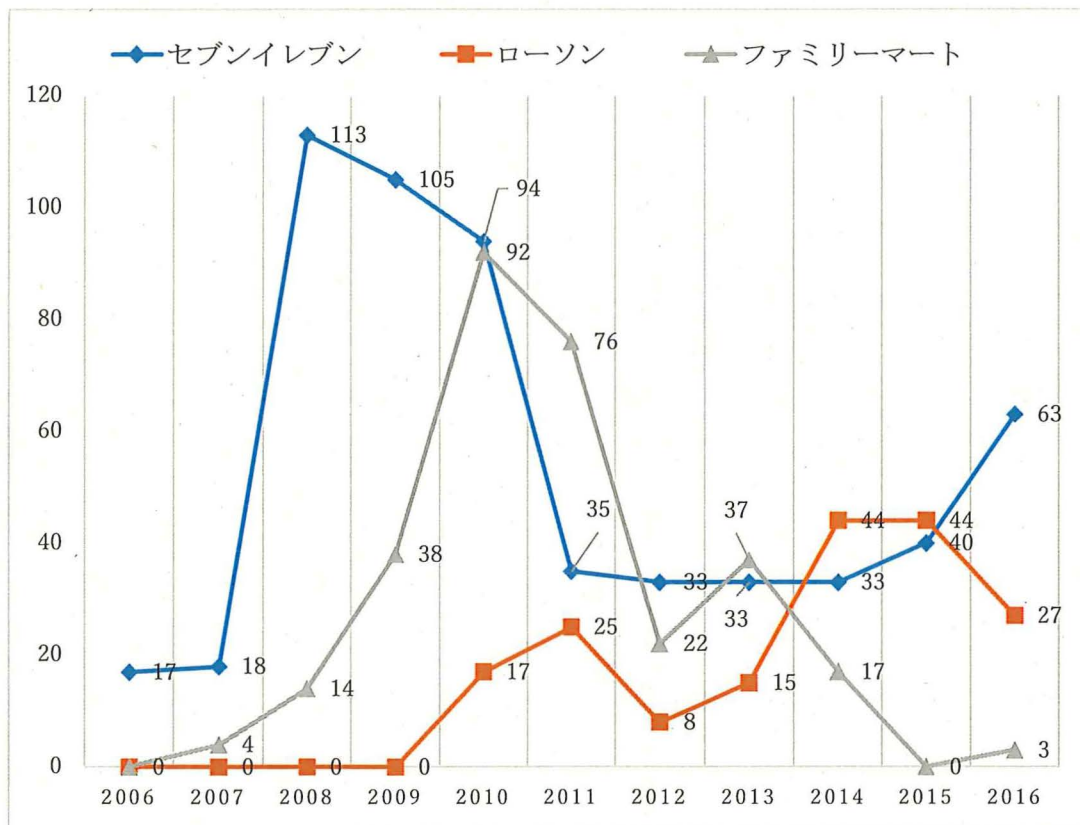


図 5-20 「自治体連携型」の商品数の年度別推移の比較

地方自治体との「包括連携協定」の締結に先手を打っているのはローソンであったが、2008 年ではセブンイレブンは一気にローソンを抜き、特に 2015 年以降は他の 2 社はほとんど止まっているが、都道府県の他に、市町村との締結に取り組んできた。ファミリーマートは他の 2 社よりはやや遅れているが、2010 年から 2013 年までの 4 年間、締結

件数がずっと1位であり、後発性が示されている（図 5-21）。

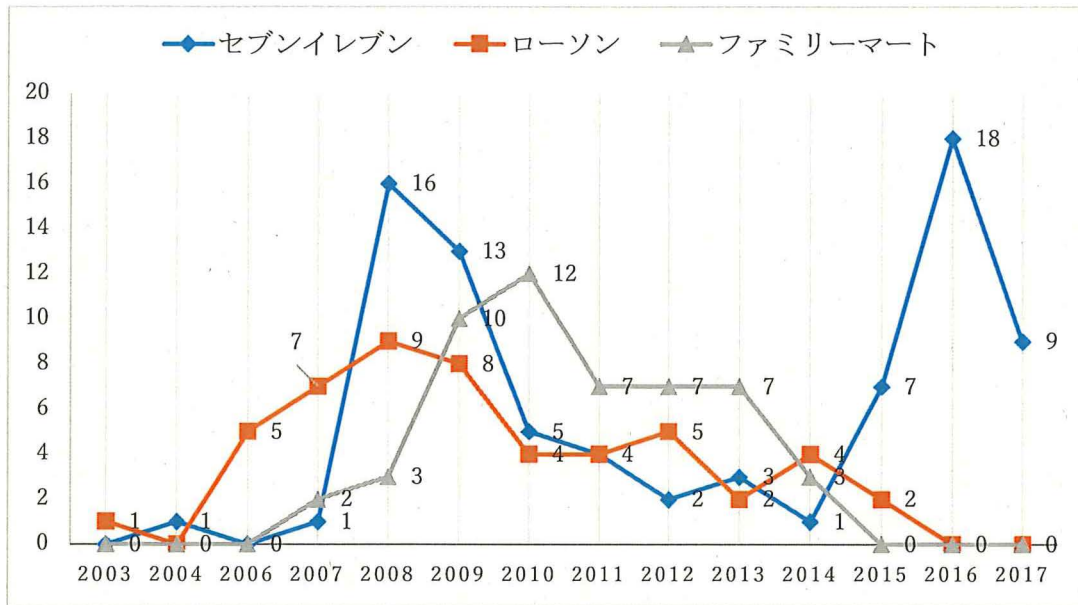


図 5-21 「包括連携協定」の締結件数の年度別推移の比較¹⁷¹

商品数全体、「自治体連携型」の商品数、「包括連携協定」の締結件数の年度別推移を合わせると、3社の変動が一致している部分が多いことが分かる。つまり、各社の「地域対応型」PBの開発は、地方自治体との包括連携協定の締結と深く関連していると考えられる。

(2) 「地域特産品活用型」の商品数の年度別変化の比較

「地域特産品活用型」により開発された商品数の年度別変化の3社の比較分析を行った。特に、「地域特産品活用型」の商品数は、2011年の東日本大震災の影響から強く影響されていることが分かる。また、3社はそれぞれの傾きを示している。

ファミリーマートの商品数はほとんどの年では一番多く、2011年を分水嶺として、2つのピークを示したが、2014年に一気に下がり、2016年まではほとんど停止した。商

¹⁷¹ セブンイレブンの公式HPで掲載されている「地域活性化包括連携協定一覧」：

http://www.sej.co.jp/csr/file/pdf/csr/community/nsmail_2017.pdf

ローソンの公式HP「自治体との連携」<http://www.lawson.co.jp/company/activity/stakeholder/community/>

ファミリーマートの公式HP「自治体との連携」

http://www.family.co.jp/company/csr/commitment_to_society/action/administration.html

品数全体と「自治体連携型」の商品数と同様に、セブンイレブンの場合では、2008年をピークとして、2012年に底を打ち、それ以降は緩やかな成長が見られている。一方、ローソンは、2010年から2012年までは、ほとんど展開されておらず、2013年から2016年までは変動しつつ増える傾向が見られている。

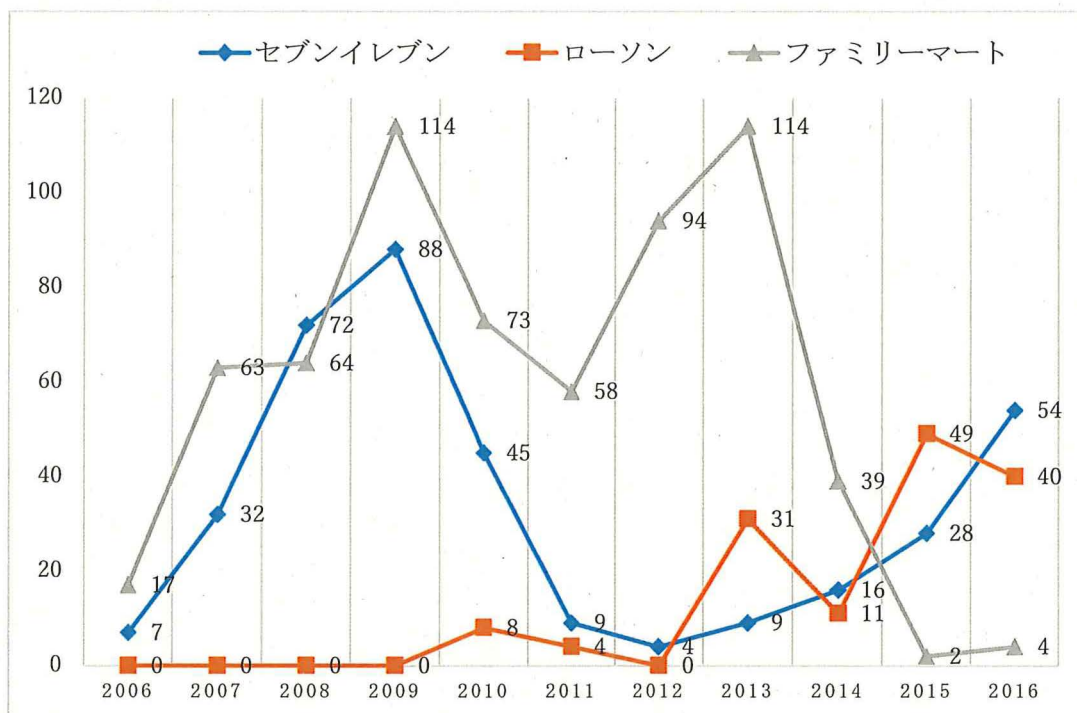


図 5-22 「地域特産品活用型」の商品数の年度別変化の比較

(3) 「当地メニュー流用型」の商品数の年度別変化の比較

当地メニューを商品化するパターンにより開発商品数の年度別変化について 3 社の比較分析を行った。まず、セブンイレブンとしては、「自治体連携型」と「地域特産品活用型」の商品数の年度別変化と似ており、2008年にピークを迎え、2011年に底打ちとなり、それ以降は成長が続いた。ローソンもセブンイレブンと似たような歩みをたどり、2010年のピークのあと、2012年に止まりつつ、それ以降は緩やかに増えてきた（図 5-23）。

一方、ファミリーマートには独特な変動が見られ、特に、2012年前後では、他の 2 社は低迷したが、逆にピークであったが、2014年から低下し始まり、2016年にはほとんどストップしている。

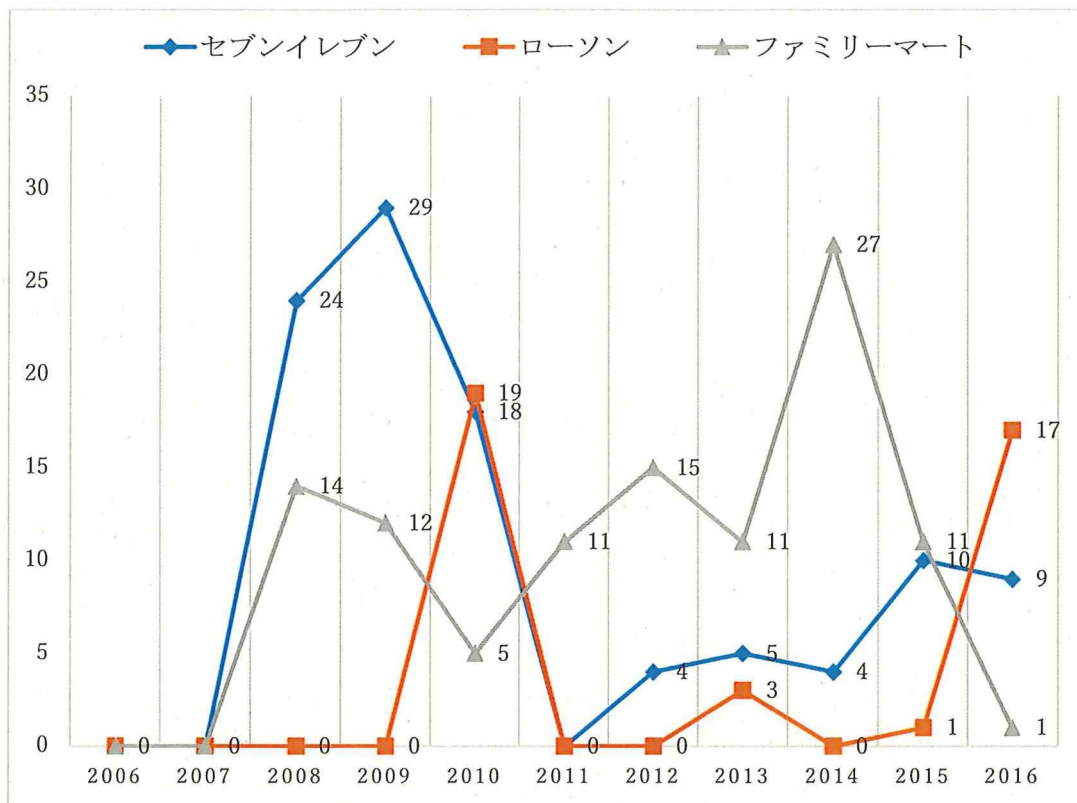


図 5-23 「当地メニュー流用型」の商品数の年度別変化の比較

(4) 「イベント連動型」の商品数の年度別変化の比較

「イベント連動型」により開発された商品数の年度別変化について3社の比較分析を行った(図5-24)。セブンイレブンでは、2008年に始まり、翌年でピークを迎えたが、2011年に完全に止まってしまい、2012年からは、緩い伸びが見られている。ローソンは、2010年をピークとして、2011年から2015年まではほとんど展開されていないにもかかわらず、2016年には一気に他の2社を抜いた。ファミリーマートはまた後発性を示し、2010年に一旦下がったが、2013年までは安定的に展開され、2014年にピークを迎えたが、他のパターンと同様に、2015年前後から一気に下がり、2016年にはほぼ止まってしまった。

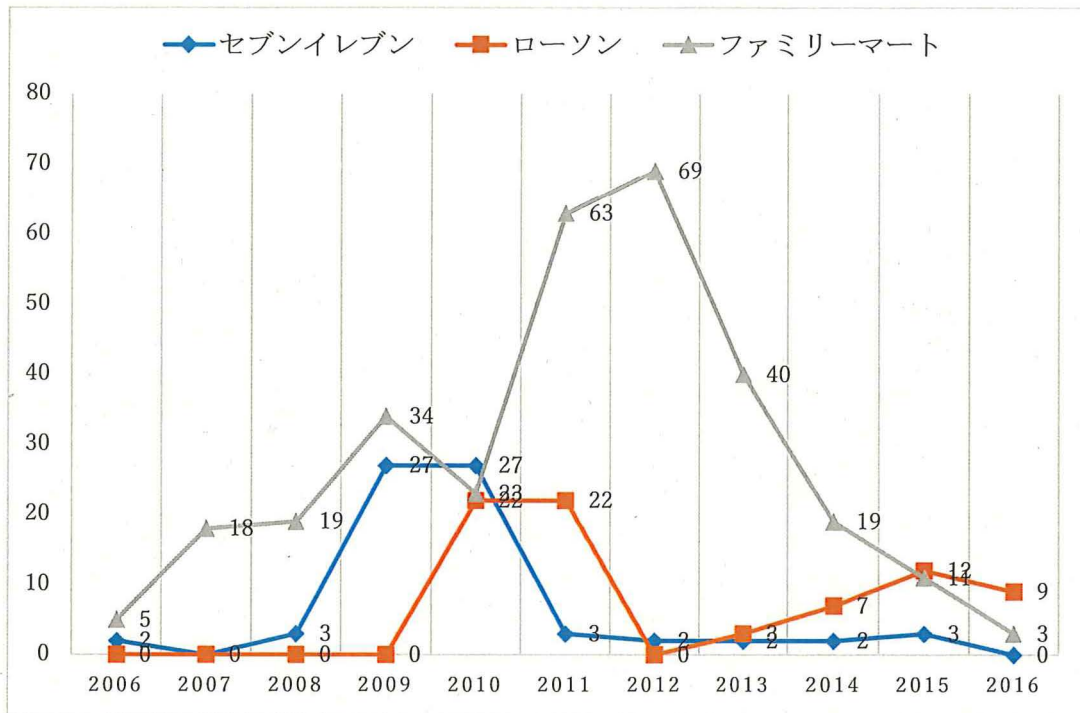


図 5-24 「イベント連動型」の商品数の年度別変化の比較

(5) 「人気店監修型」の商品数の年度別変化の比較

「人気店監修型」の商品数の年度別変化について3社の比較分析を行った(図 5-25)。セブンイレブンでは、2009年と2010年は27点ずつ開発したが、他の年では、ほとんどストップしていることが特徴である。ローソンはセブンイレブンの跡につき、2010年と2011年にピークを迎えたが、セブンイレブンと異なり、2012年に底を打ち、それ以降はやや増えつつあった。「人気店監修型」の商品数が一番多く開発したファミリーマートでは、他の2社よりも先手を打ったに加え、2011年の震災の前後でも、逆にピークを迎えた。一方、他のパターンと同様に、2014年から下がり、2016年まではほとんど止まってしまった。

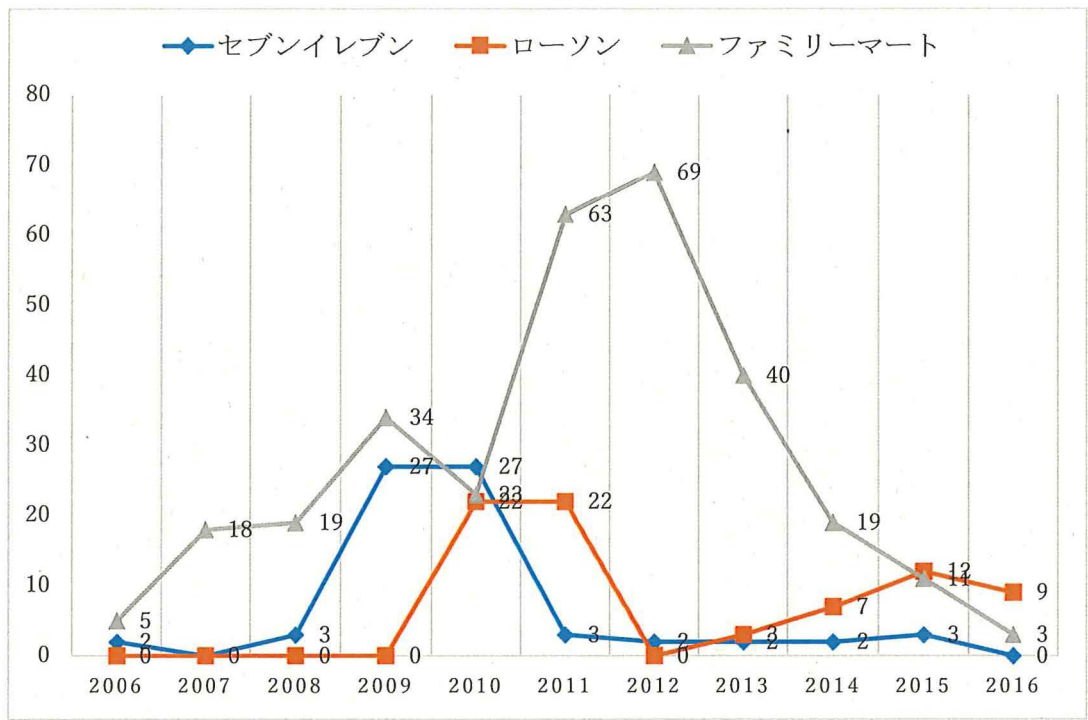


図 5-25 「人気店監修型」の商品数の年度別変化の比較

(6) 「季節限定型」の商品数の年度別変化の比較

「季節限定型」の商品数の年度別変化について3社の比較分析を行った(図5-26)。セブンイレブンの年度別変化をみると、前述したパターンと同様に、2008年にピークを迎え、2011年に底打ちであるが、2015年から低下し、2016年はほぼストップしたことが特徴となっている。ローソンは「季節限定型」の商品を殆ど展開されておらず、2014年4点のみであった。ファミリーマートはセブンイレブンの跡をたどり、2010年をピークとしていた。しかし、2012年から下がりつつ、2014年からはほぼ止まっていた。

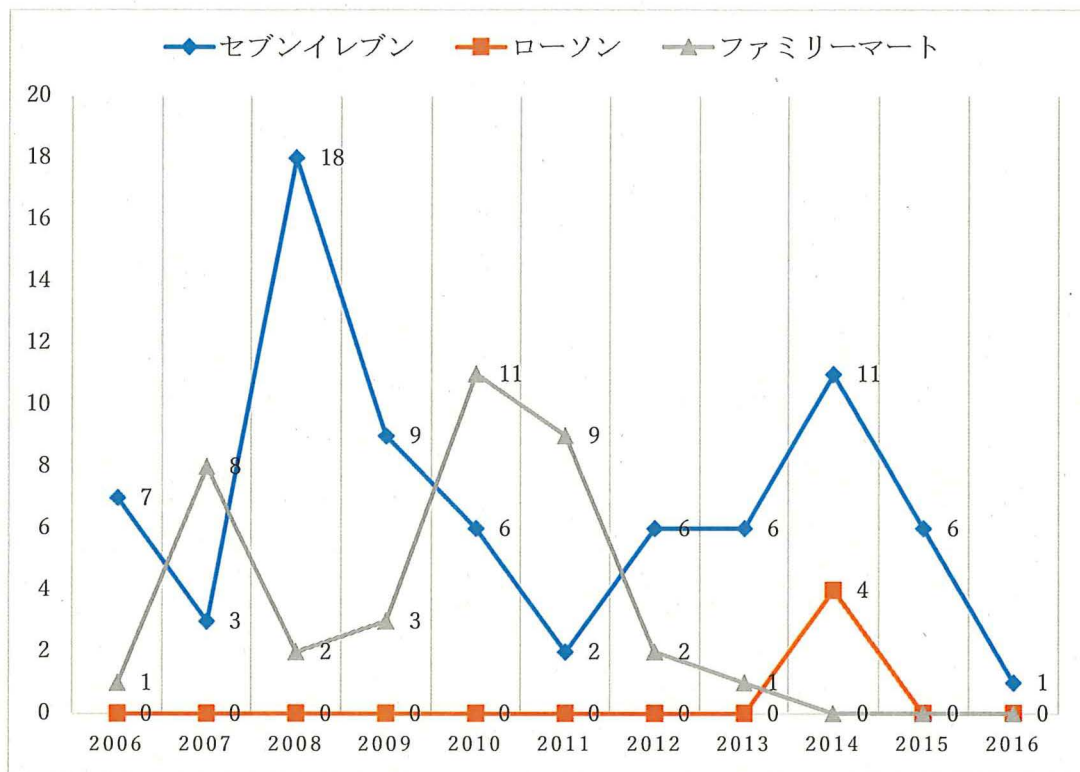


図 5-26 「季節限定型」の商品数の年度別変化の比較

(7) 「健康志向型」の商品数の年度別変化の比較

「健康志向型」により開発された商品数の年度別変化についての3社の比較分析を行った(図5-27)。セブンイレブンでは、「健康志向型」の開発はほぼ2008及び2009年に集中している。他の年はほとんど展開されていない。セブンイレブンに比べて、ローソンとファミリーマートは自治体と連携して「健康志向型」の商品開発をほぼ展開されていない。一方、「その他」の部分に入っているが、ファミリーマートは当地の医療機関と連携し、「健康志向」の商品を開発するケースが挙げられる。

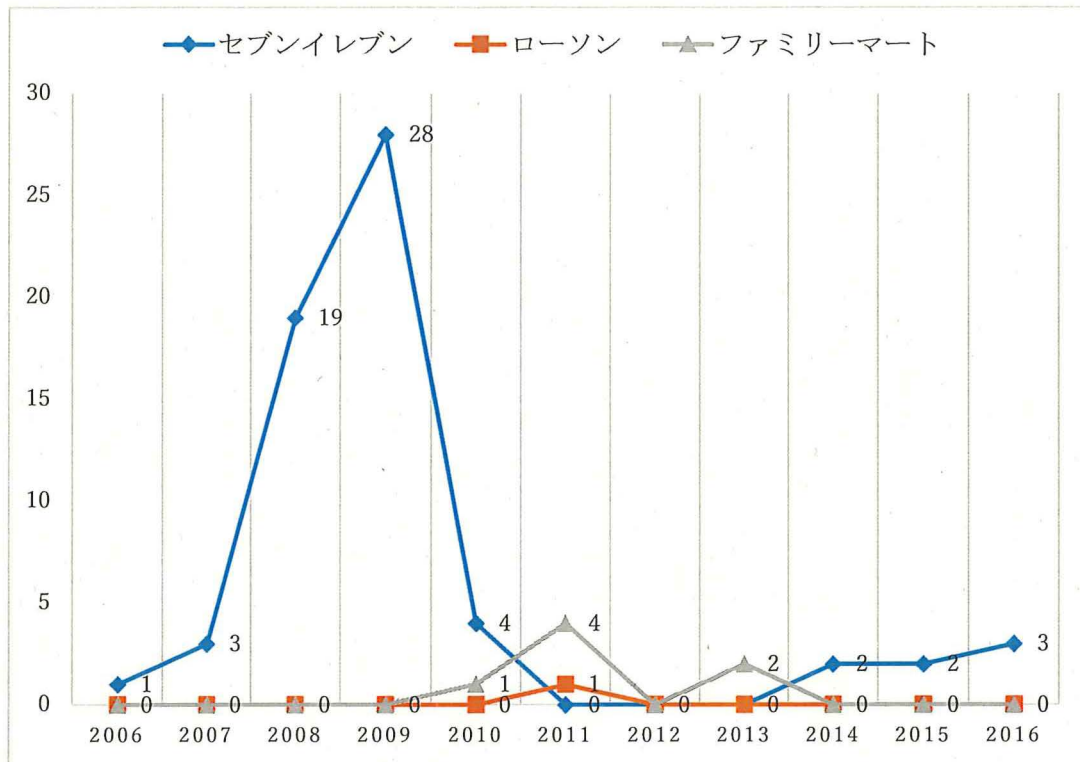


図 5-27 「健康志向型」の商品数の年度別変化の比較

3社の商品数全体及び各パターンにより開発される商品数の年度別変化の特徴についてまとめると以下の3点が挙げられる。

1) 2011年の震災の影響により、セブンイレブンとローソンの商品数は一旦低下したが、ファミリーマートには見られていない傾向である。また、2013年前後からセブンイレブンとローソンが緩い右上がりの傾向が示されているのに対して、ファミリーマートは2014年前後から、「地域対応型」PB商品の開発を全面的にストップしてきた姿勢が見られている。2016年にユニーグループ・ホールディングス(株)との合併に備えるための商品化戦略の見直しの影響であると考えられる。

2) 3社の「地域対応型」PB商品数の年度別変化は、地方自治体と地域活性化の包括連携協定の件数の年度別推移と関連していることが分かった。つまり、「地域対応型」PB開発に最も強くかかわっている要因は「自治体との連携」である。

3) 各パターンにより開発された商品数の年度別変化からみれば、ほとんどのパターンでは、セブンイレブンがリードしてきた。ローソンはセブンイレブンの跡をたどる

傾向が強いが、ファミリーマートが後発であり、独自のルートで展開し、特に「人気店監修型」のパターンに重点を置いている。

次の節から、3社の経営戦略、特に商品化戦略の時系列分析に合わせ、「地域対応型」PB開発の年度別変化の特徴について考察する。

5.3 セブンイレブンの「地域対応型」PB戦略に関する時系列分析

本節では、セブンイレブンの「地域対応型」PB戦略の経時的特徴について把握するため、「地域対応型」PB開発パターンの年度別推移と商品化戦略の変化を合わせて考察する。

5.3.1 セブンイレブンの開発パターンの年度別推移

各パターンの商品数と構成比の年度別推移について整理した（図5-28、図5-29）。まず、商品数の推移から見ると、2006年と2007年に発売された商品数がまだ少なかったが、2008年のPBブームに合わせ、一気に増え、2009年をピークとして、2011年に急激な落ち込みが見られた。2011の東日本大震災の影響であると考えられる。一方、そのあとは安定的に成長し、2016年では、平均で2日に1品のペースで発売されている。

各パターンの構成比の推移について、「自治体連携型」は7年間連続で構成比が一番高かったことが明らかである。特に、商品数が少ない年では構成比は6割以上占め、セブンイレブンにとって、「地域対応型」PB開発の基本パターンとして位置づけられる。

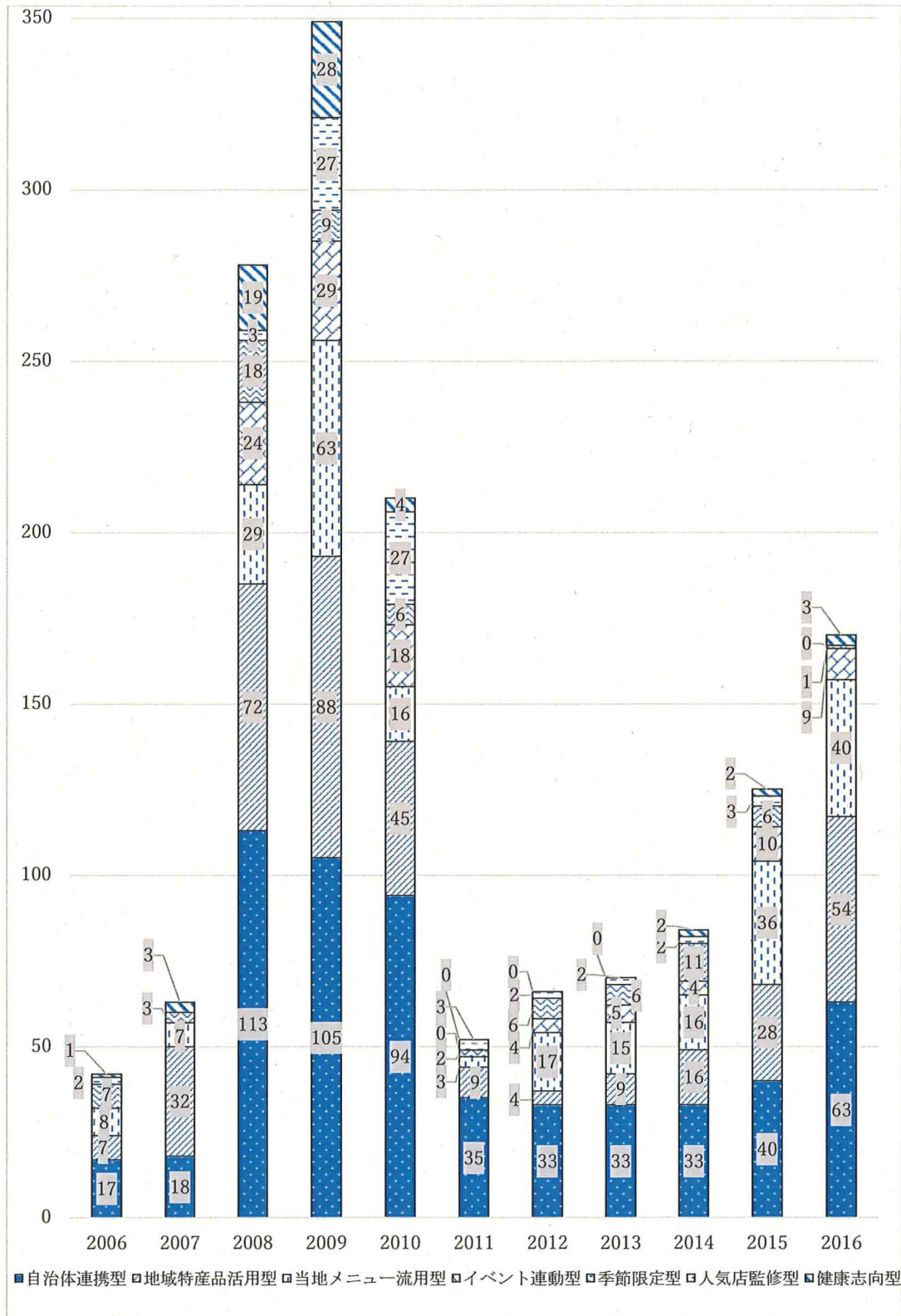


図 5-28 セブンイレブンの開発パターンの年度別推移 (商品数)

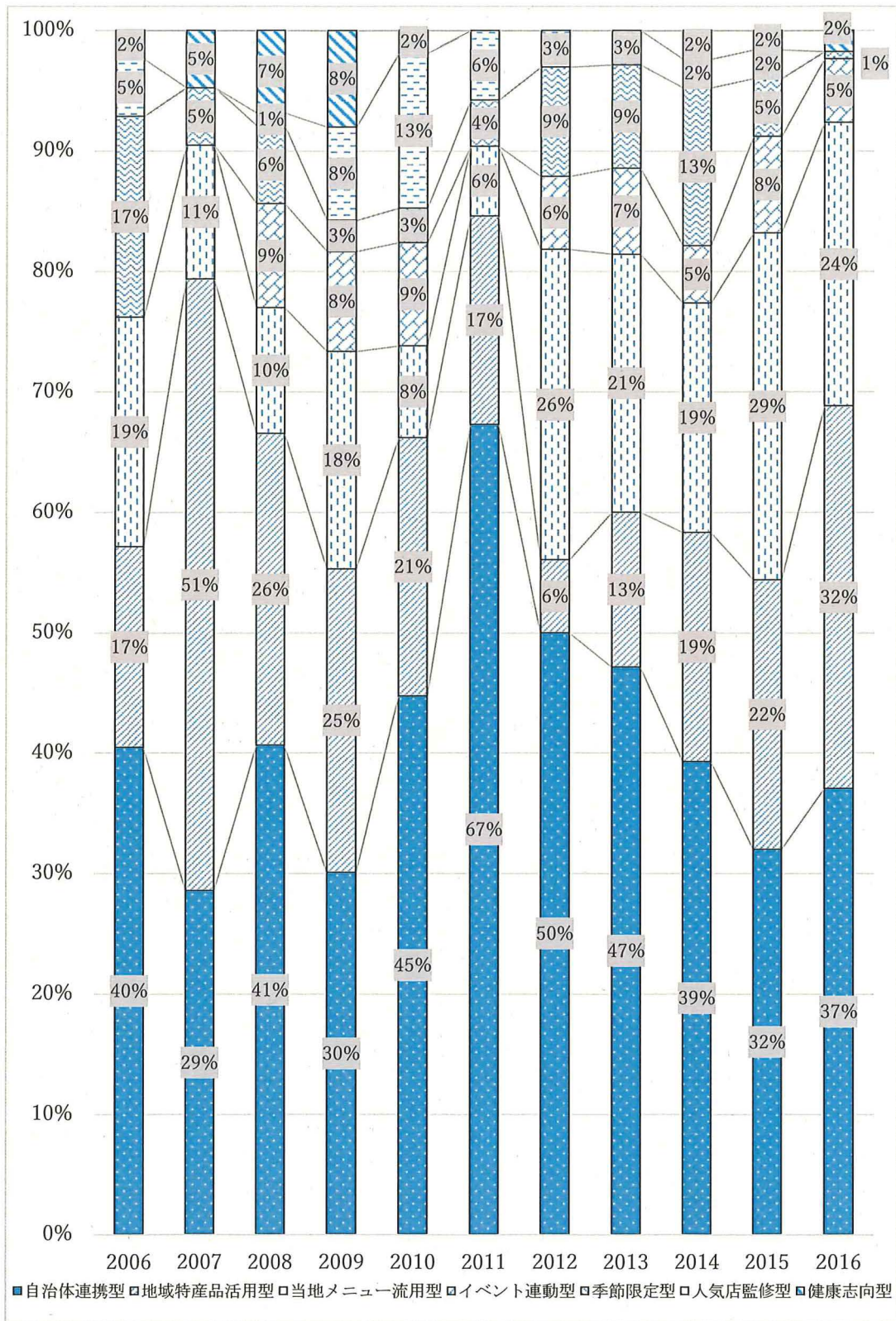


図 5-29 セブンイレブンの開発パターンの年度別推移（構成比）

セブンイレブンは、2003年から地方自治体と地域活性化包括連携協定の締結をはじめ、2016年まで72の自治体と同協定を締結している。特に、商品の話題性を高めるため、セブンイレブンは、包括連携協定の締結日や記念日に合わせて商品を発売するパターンを採用した。それゆえ、「自治体連携型」というパターンを採用した商品数の変動とその年に締結した包括連携協定の数は比例関係にあると考えられる（図5-30）。

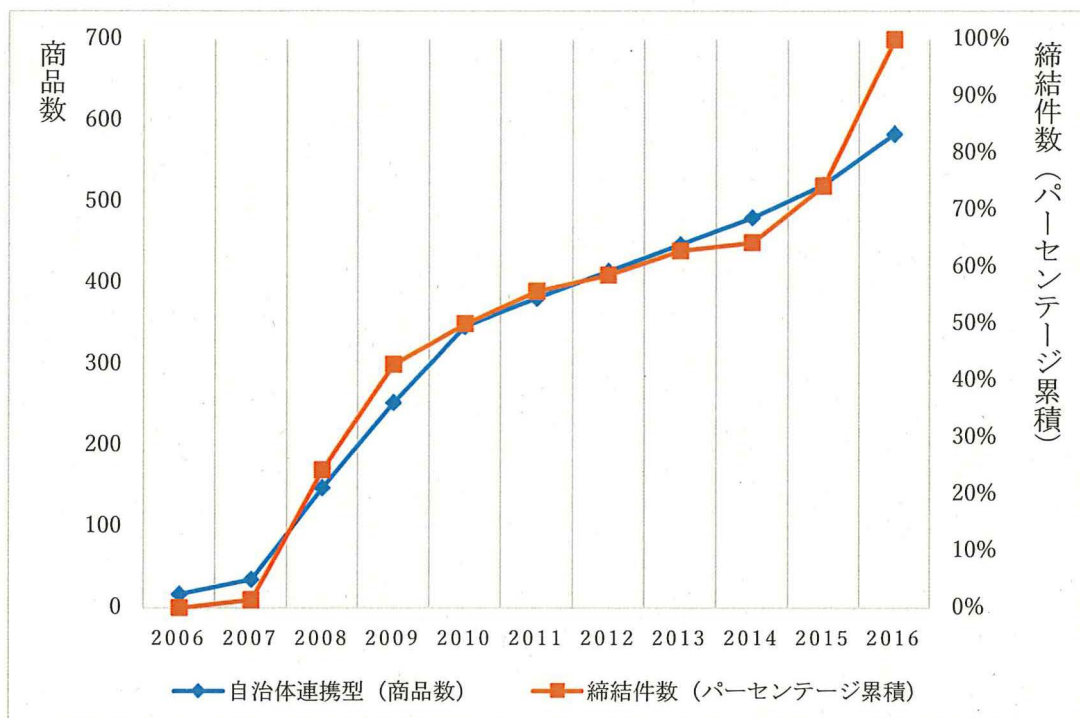


図5-30 包括連携協定の締結と「自治体連携型」商品数の年度別推移（セブンイレブン）

「地域特産活用型」というパターンが占める比率は、変動の幅が大きく、2010年は高かったが、2011年から2015年までは低い水準で増加し、2016年では、31.8%の比率を占めるようになった。「自治体連携型」と合わせ、「地産地消」を訴求するパターンとして、比率的には高いことが明らかであり、セブンイレブンの「地域対応型」PB開発の主要パターンである。

「地域嗜好対応」を訴求するパターンとして、「当地メニュー流用型」の比率は安定的であったが、「人気店監修型」というパターンを採用した商品は2011年以降ずっと低い水準となっていた。

〔地域性+α〕の「複合的価値訴求」パターンとして、「健康志向型」、「季節限定型」及び「イベント連動型」の比率は他のパターンよりは、比率的に低く、安定している。

5.3.2 セブンイレブンの商品化戦略の年度別変化

セブンイレブンの商品化戦略について動的に把握するため、公式HPと2006年から2017年までのセブン&アイのアンニュアルレポートから情報を収集した。セブンイレブンは「地域対応型」PB開発は2004年に遡る。2004年の商品化戦略について、下記の3点が挙げられた¹⁷²：創業以来「変化への対応と基本の徹底」をスローガンに、つねに変化し続けるお客さまのニーズに対して、価値のある商品の開発やより便利なサービスなど、今までにない絶対的な質の追求に挑戦してきた。その挑戦の中心となる商品開発においては、マーケティングを徹底することで市場ニーズを把握し、3つの戦略を柱として取り組みを進めている：

- ① 価値ある商品の開発
- ② 地域商品の開発
- ③ グループマーチャンダイジングの促進

また、これらの戦略を実現するには、厳選された原材料の調達、味の地域性を実現する本格的な調味料の製造、差別化商品の開発が可能となる生産体制が必要であるとして、差別化戦略を進める上で独自の事業インフラを確率した。次に、2006年2月期から2017年2月期までの商品化戦略の情報についてセブン&アイのアンニュアルレポートから収集した。商品化戦略に関する情報を年度別に下記の表5-4に整理した。

¹⁷² セブン-イレブンの新たな挑戦～差別化戦略と新商品について
http://www.sej.co.jp/mngdbps/material/_localhost/pdf/2004/112902.pdf

表 5-4① セブンイレブンの商品化戦略の年度別変化

年度	商品化戦略
2006年2月期 ¹⁷³	① 他社の店舗にない差別的な商品 ② 地域嗜好に合わせた地域限定商品 ③ 美味しさと健康志向を訴求する商品を作り、少量パッケージの商品も導入
2007年2月期 ¹⁷⁴	① 他社の店舗にない差別的な商品 ② 地域嗜好に合わせた地域限定商品の開発 ③ 安心・安全な商品
2008年2月期 ¹⁷⁵	① 安心安全な商品 ② 地域のニーズと食育の理念を反映した地域限定商品 ③ 「セブンプレミアム」の発売 ④ 2011年2月までの中期経営計画：グループ価値の最大化を目指す
2009年2月期 ¹⁷⁶	① ファーストフードの強化 ② 家庭でよく消費される商品ラインを拡張する（加工食品、日配品等） ③ リーズナブルな価格でNB商品を目玉として新しい顧客を吸引する ④ 地域の農家、牧畜業者組合及び地元メーカーと手を組み、地域限定の商品の開発
2010年2月期 ¹⁷⁷	① セブンプレミアムの商品ラインを拡張した ② 品質を保ちながら賞味期限が延長されたチルドランチを発売した
2011年2月期 ¹⁷⁸	① 需要が拡大しつつあるチルド商品の販売を拡大するため、新しい備品——アイランドタイプのチルドケースを導入した。 ② プレミアム型PB：「セブンゴールド」の発売
2012年2月期 ¹⁷⁹	強力的な商品開発により圧倒的な差別化する訴求する： ① 日配品の品質向上を図る ② 新しいカテゴリーの商品開発とリニューアルにより、セブンプレミアムの販売を拡大する

¹⁷³ セブン&アイ 2006年2月期総合レポート (p.25)
http://www.7andi.com/dbps_data/template/user/SITE/localhost/res/ir/library/ar/pdf/2006_all.pdf

¹⁷⁴ セブン&アイ 2007年2月期総合レポート (p.19)
http://www.7andi.com/dbps_data/template/user/SITE/localhost/res/ir/library/ar/pdf/2007_all.pdf

¹⁷⁵ セブン&アイ 2008年2月期総合レポート (p.20)
http://www.7andi.com/dbps_data/template/user/SITE/localhost/res/ir/library/ar/pdf/2008_all.pdf

¹⁷⁶ セブン&アイ 2009年2月期総合レポート (p.21)
http://www.7andi.com/dbps_data/template/user/SITE/localhost/res/ir/library/ar/pdf/2009_all.pdf

¹⁷⁷ セブン&アイ 2010年2月期総合レポート (p.19)
http://www.7andi.com/dbps_data/template/user/SITE/localhost/res/ir/library/ar/pdf/2010_all.pdf

¹⁷⁸ セブン&アイ 2011年2月期総合レポート (p.23)
http://www.7andi.com/dbps_data/template/user/SITE/localhost/res/ir/library/ar/pdf/2011_all.pdf

¹⁷⁹ セブン&アイ 2012年2月期総合レポート (p.29)
http://www.7andi.com/dbps_data/template/user/SITE/localhost/res/ir/library/ar/pdf/2012_all.pdf

表 5-4② セブンイレブンの商品化戦略の年度別変化

年度	商品化戦略の展開
2013年2月期 ¹⁸⁰	差別的な商品の開発と新しい商品とサービスの導入： ① 日配品開発の強化とコア商品のラインアップの拡大 ② セブンプレミアムとセブンゴールドの販売拡大を図る
2014年2月期 ¹⁸¹	差別的な商品開発の強化： ① セブンプレミアムとセブンゴールドの商品開発を強化する ② セブンカフェとセブンドーナツの販売を拡大する ③ 西日本プロジェクトの導入、特に商品開発面に重点を置く
2015年2月期 ¹⁸²	地域のニーズに合わせるにより、「近くて便利な店」という理念をさらに延長することを目指している： 地域性のある商品の開発を進化させる（日本を9ブロックに分けて地域性のある商品を開発）
2016年2月期 ¹⁸³	① 「食の外部化」という大きなトレンドを踏まえ、おにぎりやサンドイッチなどの基本商品の一層の品質向上に努める ② 地域のニーズへの対応を強化するため、全国を11ブロックに分け、商品開発や店舗の運営・開発を各ブロック単位で一体的に行っている。お客様の潜在ニーズや地域ごとに異なる嗜好に合わせた新商品の開発
2017年2月期 ¹⁸⁴	① お客様のライフステージ・ライフシーンに寄り添いながら、商品・サービスの提供を通じて、暮らしの利便性を高める ② 地域になくはない親しみのあるグループを目指す（取引先・世の中の技術革新など、あらゆるリソースを活用し、商品・サービスの絶対的価値、顧客満足度最大化の追求） ③ 商品政策においては、サンドイッチやフライヤーなどの基本商品の積極的なリニューアルを実施し、さらなる品質向上に取り組んだことにより販売が好調に推移した

（出所）2006年2月期～2017年2月期のアニュアルレポートから筆者作成

¹⁸⁰ セブン&アイ 2013年2月期総合レポート（p.27）
http://www.7andi.com/dbps_data/template/user/SITE/localhost/res/ir/library/ar/pdf/2013_all.pdf

¹⁸¹ セブン&アイ 2014年2月期総合レポート（p.20）
http://www.7andi.com/dbps_data/template/user/SITE/localhost/res/ir/library/ar/pdf/2014_all.pdf

¹⁸² セブン&アイ 2015年2月期総合レポート（p.18）
http://www.7andi.com/dbps_data/template/user/SITE/localhost/res/ir/library/ar/pdf/2015_all.pdf

¹⁸³ セブン&アイ 2016年2月期総合レポート（p.30）
http://www.7andi.com/dbps_data/template/user/SITE/localhost/res/ir/library/ar/pdf/2016_all.pdf

¹⁸⁴ セブン&アイ 2017年2月期総合レポート（p.12）
http://www.7andi.com/dbps_data/template/user/SITE/localhost/res/ir/library/ar/pdf/2017_all.pdf

セブンイレブンの商品開発は価値訴求と差別化を徹底してきた。2004年から2008年まで、地域嗜好に合わせた地域限定商品の開発は引き続き商品化戦略の視点とされていた。また、2008年4月に、2008年から2011年までの中期経営計画を発表した。企業価値を最大化し、収益力の改善を図るため、内部体質強化、既存事業の事業再編及び新しい事業への挑戦という3点を経営課題の基本としていた(図5-31)。

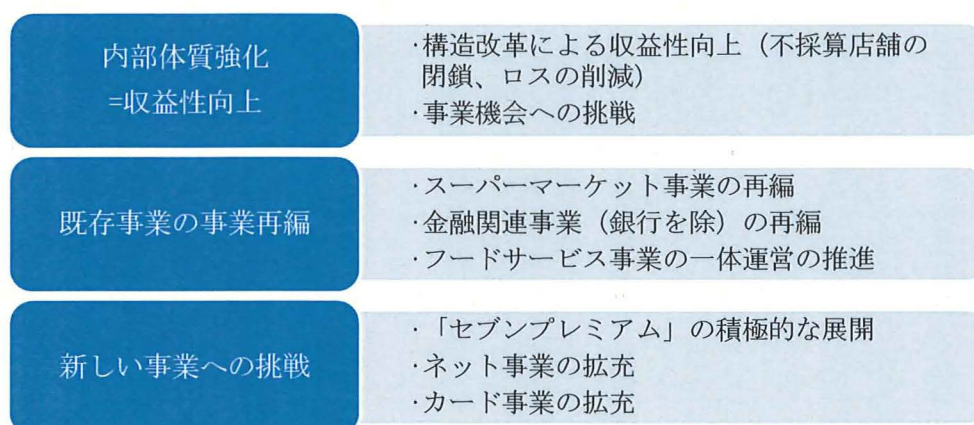


図5-31 2011年2月期までの中期計画の事業戦略の基本¹⁸⁵（一部抜粋）

2008年から2011年までの中期計画では、グループのシナジー効果を追求するため、特に2007年に発売されたグループ共通のPB「セブンプレミアム」の拡大を重点的に推進することが強調された。さらに、2009年から2013年まで、「セブンプレミアム」と2010年に発売されたワンランク上のプレミアム型PB「セブンゴールド」の商品ラインの強化と販売の拡大に重点を配置し、チルドラインやファーストフードの強化にも取り込んできた一方、「地域対応型」PBの開発は商品化戦略に見られていない。

しかし、2014年2月期から、「地域対応型」PB開発はまた商品化戦略の視点として提示された。日本全国を9つのブロックに分け、個別のブロックに商品開発担当部門を配置し、地域性のある商品を開発する取り組みを整えることを目指した。また、従来では東京発信に偏りがちだった商品づくりをもっと地域特性に合ったものにするため、関西

¹⁸⁵ セブン&アイ・ホールディングスの2011年2月期中期収益計画
https://www.7andi.com/dbps_data/template/user/SITE/localhost/res/ir/disclose/pdf/2008/20080410_01.pdf#search=%27%E3%82%BB%E3%83%96%E3%83%B3%E3%82%A2%E3%83%B3%E3%83%89%E3%82%A2%E3%82%A4+2011%E5%B9%B4%E4%B8%AD%E6%9C%9F%E8%A8%88%E7%94%BB%27

をはじめとする西日本をカバーする「西日本プロジェクト」¹⁸⁶を立ちあげた。大阪市内に本拠を置き、MD（マーチャダイジング）、店舗オペレーション（経営相談）、リクルート（店舗開発）などの機能を備えて、関西地区に根ざした取り組みを進めている。その中心となるのが商品開発であり、米飯、麺類・軽食、惣菜、ベーカリー、スイーツの5部門で、専用工場を展開するメーカー、NBメーカー、さらに原材料、機械設備、包装資材などのメーカーと、新たなチームMD体制を構築し、各チームはメーカーの開発担当者など10数名から20名ほどで構成され、毎週開催されるマーケティング・マーチャダイジング会議で、関西地域独自の商品づくりを進めている。代表的な例として、「出汁」を活かした独自の味の文化が根づいている関西地区の味に応えるため、調味料などのさまざまな商品のベースとなる部分から見直しを進め、共通する原材料などをチーム間で共有することで、店頭に並ぶ商品のどれを取っても、「セブンイレブンの味」として関西地域の消費者が満足できる品質の実現を目指している。

2014年から2016までの3年間でも、引き続き地域のニーズに合わせて商品開発することを商品化戦略の重点として捉えている。また、2015年では、全国市場をさらに細かく細分化し、11ブロックに分け、ブロック単位で一体的に商品開発や店舗の運営・開発を行うようになっている。







2004年から2016年までのセブンイレブンの商品化戦略から見ると、「地域性」のある「地域対応型」PBの開発が商品開発の重要な視点として定着していることが明らかである。また、[地域性+α]の複合的価値訴求パターンを他の2社より多く採用しているのは差別的な価値訴求を徹底する商品化戦略に起因していると考えられる。

その結果、現在ではセブンイレブンのPBの構造はより複雑になっている。基本ラインの「セブンプレミアム」とプレミアム型の「セブンゴールド」の他に、家庭料理のような作り立ての美味しさを提供する「セブンフレッシュフード」、安心・安全な生鮮品を提供する「セブンプレミアム フレッシュ」、上質な素材でつくられた出来立ての美味しいコーヒー、そして本格的なスイーツを提供する「セブンカフェ」、及び、便利で使いやすく、環境にも優しい日用品ブランド「セブンプレミアム ライフスタイル」が本格的に展開されている。各ブランドに独自のブランドロゴも考案されている（表5-

¹⁸⁶ セブンイレブン西日本プロジェクトの挑戦：<https://www.7andi.com/company/challenge/1478/3.html>

5)。商品の価値訴求から見ると、「地域対応型」PB商品は「セブンフレッシュフード」に分類できると考えられる。

表 5-5 セブンイレブンのPB

PB		特徴	ブランドロゴ
セブンプレミアム	基本ライン	女性の社会進出や高齢化、エコへの関心、健康志向、安全安心など、ますます多様化する生活のニーズに、きめ細かく応える	
	フレッシュ	安全安心の生鮮ブランド	
	ライフスタイル	便利で、使いやすく、環境にもやさしい	
セブンゴールド		上質な原料を、こだわりの技術で高品質を実現	
セブンフレッシュフード		新鮮さと、地域の味にこだわり、家庭料理のような作り立ての美味しさを追求する	
セブンカフェ		上質な素材でつくられた出来立ての美味しいコーヒーとスイーツ	

(出所) セブンイレブンの公式HPから筆者作成¹⁸⁷

さらに、全国展開を基本としている「セブンプレミアム」の大規模市場化と「地域対応型」PBの商品開発の関連性について把握するため、「セブンプレミアム」の品目数及び売上の年度別変化と「地域対応型」PBの商品数を合わせて分析した(図5-32; 図5-33)。

¹⁸⁷ セブンイレブンのオリジナル商品のブランドロゴについて
<http://www.sej.co.jp/products/branding.html>

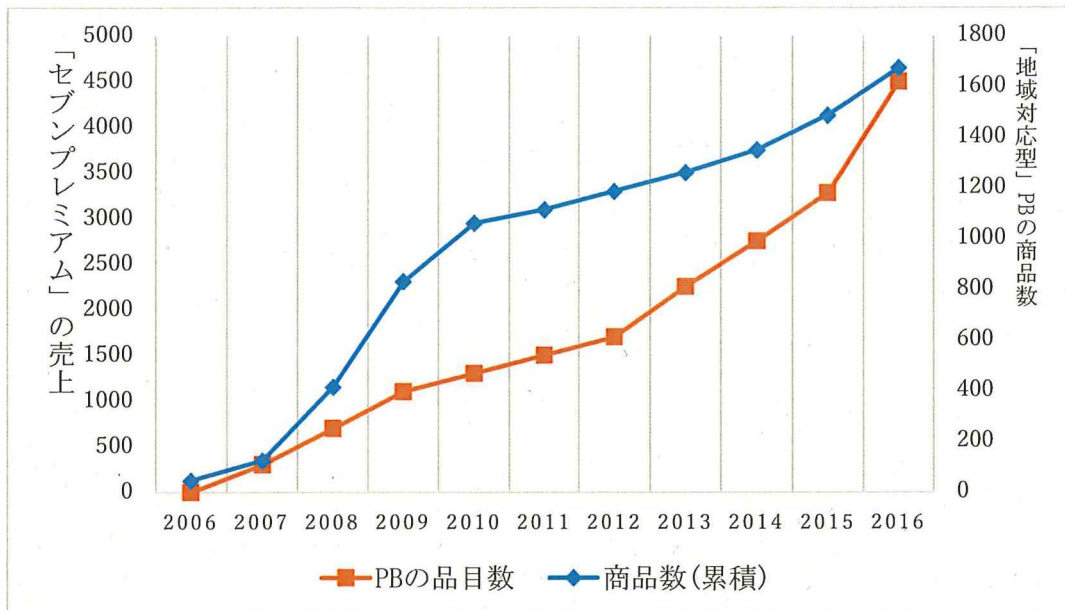


図 5-32 「セブンプレミアム」の品目数¹⁸⁸と「地域対応型」PBの商品数の年度別変化

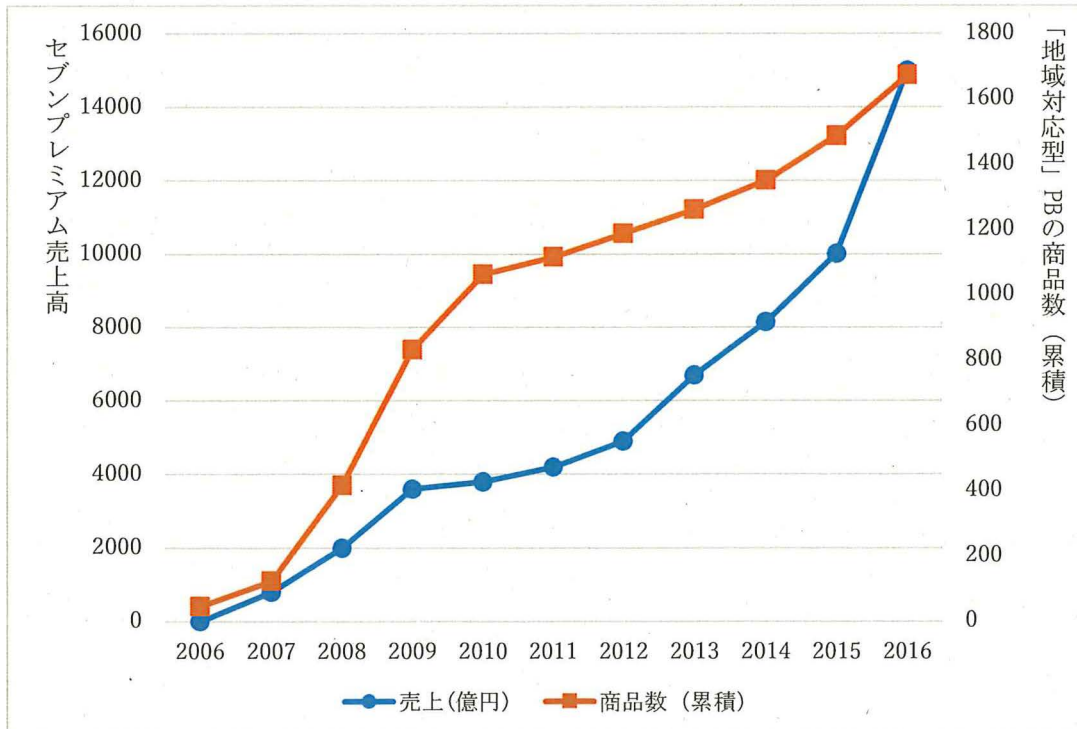


図 5-33 「セブンプレミアム」の売上¹⁸⁹と「地域対応型」PBの商品数の年度別変化

¹⁸⁸ セブン&アイ 2016年2月期総合レポート (p.15)
http://www.7andi.com/dbps_data/template/user/SITE/localhost/res/ir/library/ar/pdf/2016_all.pdf

¹⁸⁹ セブン&アイ 2016年2月期総合レポート (p.15)
http://www.7andi.com/dbps_data/template/user/SITE/localhost/res/ir/library/ar/pdf/2016_all.pdf

図 5-32 及び図 5-33 を合わせると、2010 年を分水嶺として、前半では、「地域対応型」PB の商品数の増大のスピードは後半より速いが、「セブンプレミアム」の品目数及び売上高の拡張は逆であり、2012 年から飛躍的であった。

また、「セブンプレミアム」が発売されて以来、商品開発には①「安全・安心」、②「おいしい」、③「地域の味」、④「最高の技術」（優れた技術を持つメーカーと共同開発）、⑤「ユニバーサルデザイン」、⑥「健康応援」、⑦リーズナブル・プライスという 7 つのキーポイントを貫いてきた。つまり、全国展開する「セブンプレミアム」は「地域性」を価値訴求の視点として取り込んでいることが分かる。

さらに、「セブンゴールド」シリーズのヒット商品の代表として、『金の食パン¹⁹⁰』と『日清 名店仕込み』のカップ麺シリーズが挙げられる。「金の食パン」は北海道産の生クリームを使用、つまり「地域特産品」を活用している。また、北海道札幌ラーメンの名店「すみれ」の「味噌ラーメン」を再現した「すれれ 札幌濃厚味噌」は、「人気店監修型」のパターンの活用である。特に、「日清 名店仕込み」シリーズが 2012 年に発売されて以来、地域限定の「人気店監修型」の商品数が低下した傾向がみられる（図 5-32）。つまり、「地域対応型」PB の開発は「セブンプレミアム」及び「セブンゴールド」の拡張のための準備段階であろう。

したがって、セブンイレブンでは、「地域対応型」PB の開発は、地域特産品や当地メニュー等の「地域資源」の掘り起こしや、当地の人気のある飲食店等の「協力者」との連携に関するノウハウの蓄積や、地域限定でテスト販売を行う面から、「セブンプレミアム」及び「セブンゴールド」の全国展開する PB の開発に備える重要な段階である可能性があると考えられる。

5.4 ローソンの「地域対応型」PB 戦略に関する時系列分析

ローソンの「地域対応型」PB の開発パターンの経時的特徴を把握するため、各パターンの構成比と商品数の年度別推移から分析した（2010 年～2016 年）。その上で、商品化戦略の年度別変化について対照的に考察した。

¹⁹⁰ セブンイレブンの「金の食パン」 <http://www.sej.co.jp/i/item/310100290312.html?category=352&page=1>

5.4.1 ローソンの開発パターンの年度別推移

ローソンの「地域対応型」PB 開発の各パターンの商品数と構成比の年度別推移について集計した（図 5-34、図 5-35）。ローソンの公式 HP のニュースリリースから収集したデータの範囲は 2010 年から 2016 年であった。まず、商品数の推移から見ると、2010 年に 100 点弱の商品が発売されたが、2011 年 60 点弱に下がり、2012 年には急激な落としが見られた。2011 年の大震災を機に商品化戦略の見直しに起因していると考えられる。2013 年から回復し、2016 年までは安定的に成長し、3 日に 1 品で発売するペースとなっている。

各パターンの構成比から見ると、2012 年を分水嶺として、その前は「当地メニュー流用型」と「人気店監修型」の「地域嗜好対応」が主要パターンとなっていたが、2013 から 2016 年まで自治体との連携が増え、「地域特産品活用型」の採用も多くなり、「地産地消」を訴求するパターンの比率が上がりつつあった。しかし、「地域嗜好対応」を訴求する「人気店監修型」と「当地メニュー流用型」が依然として重要視されているパターンである。

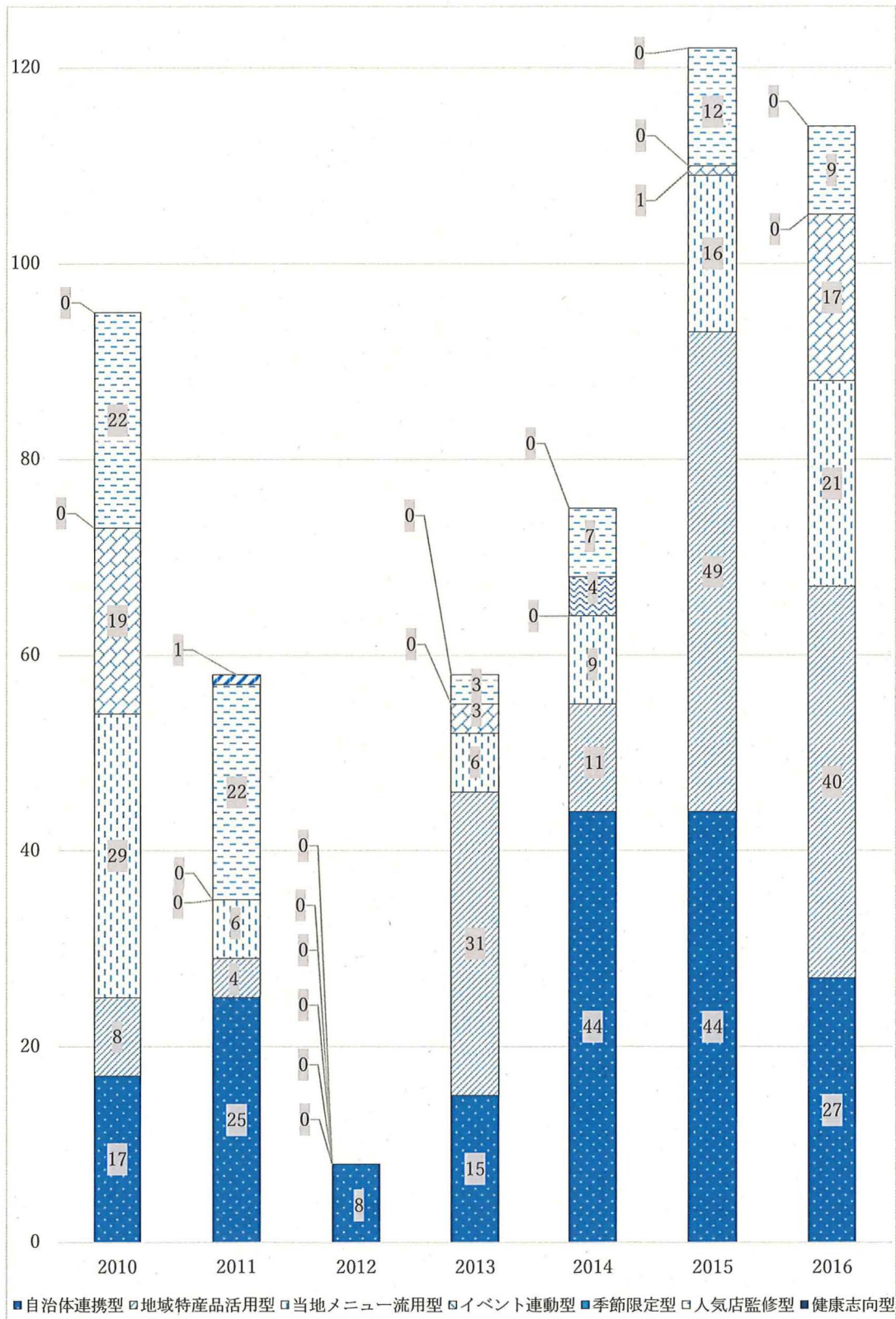


図 5-34 ローソンの開発パターンの年度別推移 (商品数)

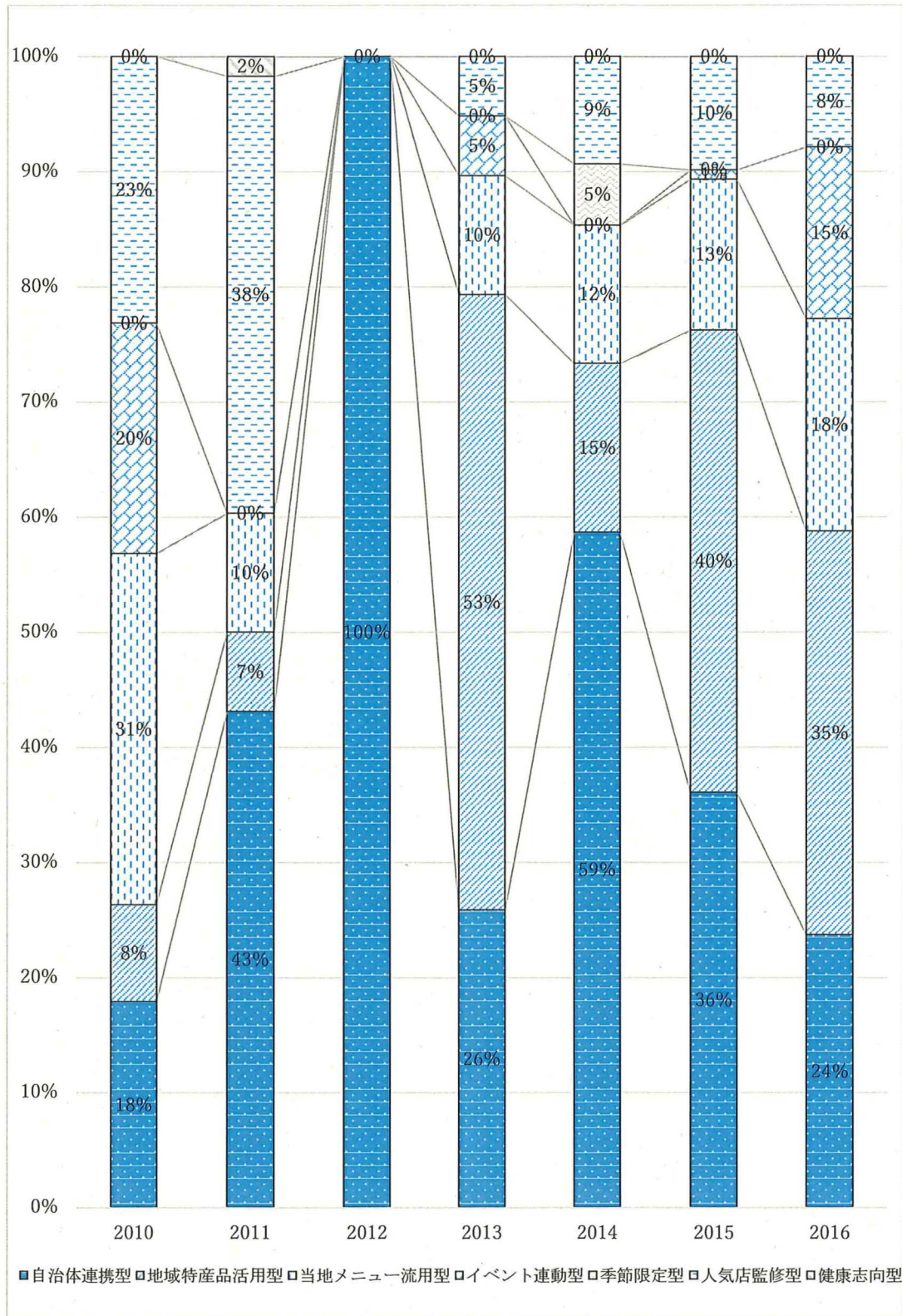


図 5-35 ローソンの開発パターンの年度別推移（構成比）

セブンイレブンと同じく、「自治体連携型」のパターンでは、自治体との地域活性化包括連携協定の締結日に合わせたり、締結周年日の記念として商品を発売するケースが殆どであるため、「自治体連携型」を採用した商品数の変動は包括連携協定の締結と関連していると考えられる（図 5-36）。

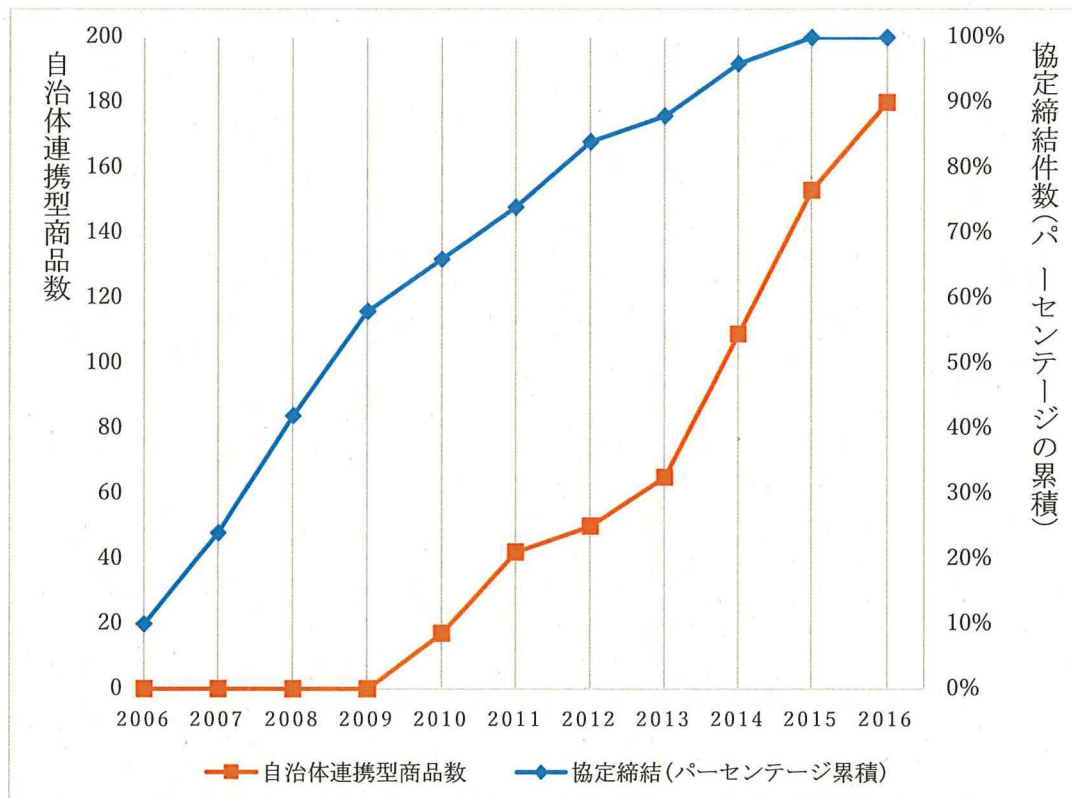


図 5-36 包括連携協定の締結と「自治体連携型」の商品数の年度別推移（ローソン）

5.4.2 ローソンの商品化戦略の年度別変化

ローソンの公式 HP のニュースリリースから「地域対応型」PB 開発のケースの掲載が始まったのは 2010 年であったが、「地域性」を訴求する商品化開発の取り組みは 2003 年に和歌山県との包括連携協定の締結に遡る。それ以降の年度別の商品化戦略についてローソンのアニュアルレポートから情報を収集した(表 5-6)。

表 5-6① ローソンの年度別商品化戦略について

年度	商品化戦略
2006年2月期 191	① 地域密着型商品、健康志向の商品、生鮮食品等の女性・シニア向けの商品 ② フォーマットの進化：「ナチュラルローソン」および「ローソンストア 100」
2007年2月期 192	① 年齢と地域のニーズに合わせ、店舗フォーマットを展開する(通常型ローソン、ナチュラルローソン、ローソンストア 100 の3種類) ② フォーマット戦略の基本：店舗のある地域、すなわち商圈のお客さまのニーズに合ったフォーマットを出店していくこと
2008年2月期 193	① マチ(地域)に合った品揃え ② 客層拡大への取り組み推進
2009年2月期 194	① 女性のニーズをより実現した健康志向「ナチュラルローソン」や、主婦シニアのニーズをより実現した生鮮「ローソンストア 100」という新しいフォーマットを開発・展開してきた ② 地産地消、地産外消の取り組み拡大 地域のお客さまのニーズに合った商品提供の一環として、地方自治体との包括協定などにより紹介された特産品を地元やその近隣で販売する「地産地消」の取り組みに加え、地域の商品を全国で販売する「地産外消」の取り組みを開始した
2010年2月期 195	① 地域に密着した取り組み推進地域に密着した取り組みでは、その地域の嗜好にあった商品を各地で採用しているほか、地元の食材を使った商品開発などを行っている
2011年2月期 196	客層拡大には、店舗フォーマットの多様化と商品開発の方向転換が必要： ① 店舗フォーマットにつきましては、主婦層・シニア層のニーズに応える生鮮食品を中心に適量・小分けで商品を販売する「ローソンストア 100」、「生鮮強化型ローソン」、高齢者のニーズに応える「ヘルスケア強化型ローソン」、健康志向の女性を強く意識した「ナチュラルローソン」、女性層やシニア層のニーズが高い「できたて弁当」を取り扱う「店内調理強化型ローソン」等を展開し、実験から本格展開へのプロセスを経て客層拡大を図っている ② Uchi Café に代表されるデザート、ファミリー向けのプライベートブランド LAWSON SELECT、チルド弁当「ろーそん亭」の開発等を進めている
2012年2月期 197	「地産地消」と「地産外消」の推進： 自治体と提携して推進している協働事業の一つとして、県産品の拡販があり、地元の産品や食材を使用した地産地消の商品開発や、地域の知名度アップのために地域色のある商品を域外に販売する地産外消を推進することで、マチの活性化に努めるとともに、地域密着の深化を目指している

191 ローソン総合レポート 2006.2 p.6 http://www.lawson.co.jp/company/ir/library/pdf/annual_report/ar_2006.pdf

192 ローソン総合レポート 2007.2 p.3 http://www.lawson.co.jp/company/ir/library/pdf/annual_report/ar_2007.pdf

193 ローソン総合レポート 2008.2 p.3 http://www.lawson.co.jp/company/ir/library/pdf/annual_report/ar_2008.pdf

194 ローソン総合レポート 2009.2 p.13 http://www.lawson.co.jp/company/ir/library/pdf/annual_report/ar_2009.pdf

195 ローソン総合レポート 2010.2 p.5 http://www.lawson.co.jp/company/ir/library/pdf/annual_report/ar_2010.pdf

196 ローソン総合レポート 2011.2 p.13 http://www.lawson.co.jp/company/ir/library/pdf/annual_report/ar_2011.pdf

197 ローソン総合レポート 2012.2 p.14 http://www.lawson.co.jp/company/ir/library/pdf/annual_report/ar_2012.pdf

表 5-6② ローソンの年度別商品化戦略について

年度	商品化戦略
2013年2月期 198	<p>① マチを活性化する商品・サービスの開発（地産地消・地産外消）、自治体との包括協定の締結も進んでいる</p> <p>② 生鮮食品や日配食品の品揃えをより強化した「生鮮強化型ローソン」には、「ローソンストア 100」のノウハウが活かされている。健康志向の弁当や惣菜には、「ナチュラルローソン」での経験が役に立っている。</p>
2014年2月期 199	<p>① 「マチ」を活性化する商品・サービス（地産地消、地産外消）の開発、自治体との包括協定の締結</p> <p>② 「ナチュラルローソン」と「ローソンストア 100」という「マルチフォーマット開発」により、女性やシニアといった新しい客層を広げるノウハウ蓄積の実験室となっている</p> <p>③ 消費者のニーズを起点として、利便性を高める商品・サービスの開発（R&D）を行い、サプライチェーンに踏み込んだ「小商圏型製造小売業」を目指している</p>
2015年2月期 200	<p>① 「ナチュラルローソン」と「ローソンストア 100」という新しい形態の店舗が、女性や高齢者等と異なる消費者のニーズをとらえ、客層拡大の実験を積み重ねた</p> <p>② 消費者のニーズを起点として、利便性を高める商品・サービスの開発（R&D）を行い、サプライチェーンに踏み込んだ「小商圏型製造小売業」へと進化し、新潟コシヒカリを使ったおにぎりや原材料にこだわったプレミアムロールケーキ等のヒット商品を生み出した。</p>
2016年2月期 201	<p>ローソン全店をあげて品揃え強化をはかり、店舗の品揃えを従来比 10%程度増やし、3,500品目にまで拡大する：</p> <p>① お弁当などコンビニエンスストアの定番商品の強化、ローソンの持つ原材料調達の強みを生かして商品力をアップする</p> <p>② 忙しい女性や高齢者の方々に利用するカウンターで販売するおかずや、お惣菜、飲料、冷凍食品などといったローソンセレクトの品揃えの充実</p> <p>③ 引き続き「マチの健康ステーション」として、お客さまの健康に配慮した商品の販売にも注力していく。昨年からヒット商品であるナチュラルローソンブランドの「グリーンスムージー」など、“おいしくて健康”を目指して、健康関連商品のカテゴリーについても拡充させていく。</p>
2017年2月期 202	<p>① 生活全般のニーズにお応えする品揃えをベースに、コンビニエンスストアのコア商品である弁当やおにぎりをさらに強化するほか、ローソンが他社に負けないカウンターファストフードをさらに充実させる。また、個別の商品力強化に加えて、関連するカテゴリーの品揃えの拡大も重要である</p> <p>② 売場力の強化にも継続的に取り組む。特に、午後から夕方にかけて、お客さまがゆっくり商品を選んでいただける時間帯に、きちんと商品が揃っていることが重要である</p>

198 ローソン総合レポート 2013.2 p.3 http://www.lawson.co.jp/company/ir/library/pdf/annual_report/ar_2013.pdf

199 ローソン総合レポート 2014.2 p.6 http://www.lawson.co.jp/company/ir/library/pdf/annual_report/ar_2014.pdf

200 ローソン総合レポート 2015.2 p.4 http://www.lawson.co.jp/company/ir/library/pdf/annual_report/ar_2015.pdf

201 ローソン総合レポート 2016.2 p.5 http://www.lawson.co.jp/company/ir/library/pdf/annual_report/ar_2016_2.pdf

202 ローソン総合レポート 2017.2 p.7 http://www.lawson.co.jp/company/ir/library/pdf/annual_report/ar_2017.pdf

ローソンは地域のニーズに合わせて店舗運営と商品開発の展開に先駆けていた。高齢化や女性の社会進出等の社会環境の下、客層を拡大するため、他の2社より特徴的な取り組みとして、2001年から女性のニーズをより実現した健康志向「ナチュラルローソン」や、2005年から主婦シニアのニーズをより実現した生鮮「ローソンストア100」という「マルチフォーマット」という戦略の展開が挙げられる。

この「マルチフォーマット」戦略により女性やシニアといった新しい客層を広げるノウハウを蓄積し、サプライチェーンに踏み込んだ「小商圏型製造小売業」への進化を図った。また、2005年度より中期経営計画「ローソンチャレンジ2007」²⁰³をスタートし、持続可能な成長を実現するため、マルチフォーマット戦略の展開に重点を置いた(表5-7)。

また、「地域性」の訴求に関して、2009年から、地域の消費者のニーズに合った商品提供の一環として、地方自治体との包括協定などにより紹介された特産品を地元やその近隣で販売する「地産地消」の取り組みに加え、地域の商品を全国で販売する「地産外消」の取り組みを開始した。それ以降も、地元食材の活用や自治体との連携を図ることが重要視されている。

2011年では、チルド弁当の開発に取り組み始め、セブンイレブンに対抗する意図が顕著である。2016年では、全店の品揃えを強化し、特にお弁当等の定番商品やカウントフードや健康志向の商品を充実することを目指している。

²⁰³ ローソン総合レポート 2006.2 p.24 http://www.lawson.co.jp/company/ir/library/pdf/annual_report/ar_2006.pdf

表 5-7 ローソンの展開する各フォーマット

	通常型ローソン	ナチュラルローソン	ローソンストア 100
フォーマット開始時期	1975年4月	2001年7月	2005年5月
顧客特性	20～30代男性主力	20～30代の働く女性・健康志向顧客への品揃え強化	主婦・中高齢者への品揃え強化（生鮮食品・日配食品）
女性顧客比率（推計）	約30%	約45%	約40%
出店地域性	全国	大都市圏のオフィス街・住宅地	都市圏の住宅地・駅前立地
取扱品目数	約2800	約2500	約4500
通常型ローソンの共通商品比率	—	約60%	約10%
総店舗数	12167	141	798

（出所）ローソンの総合レポート2017年2月期²⁰⁴、30頁より筆者作成

ローソンの「地域対応型」PBの開発パターンの特徴に合わせると、自治体との連携を通して「地産地消」を訴求するパターンを重要視していることが明らかである。また、健康志向の商品開発が「ナチュラルローソン」を土台にして女性向けに開発されているゆえ、「健康志向型」の「地域対応型」PBの開発はあまり展開されていない。また、各パターン、特に「人気店監修型」による開発される商品カテゴリーの構造では、デザート比率が他の2社より高いことが特徴であり、女性の顧客を吸引する意図が見られている。

まとめると、ローソンは客層を拡大するため、女性と高齢者向けの商品開発を展開し、独自戦略として、「マルチフォーマット」に取り組んできた。女性・健康志向の顧客向けの品揃えを強化するナチュラルローソンと主婦・中高齢者への品揃え強化（生鮮食品・日配食品）の「ローソンストア100」を実験室として、商品開発のノウハウをレギュラーローソンに活用する。その結果、ローソンは、それぞれの客層向けにPBを展開してきている（図5-37）。

²⁰⁴ http://www.lawson.co.jp/company/ir/library/pdf/annual_report/ar_2017.pdf

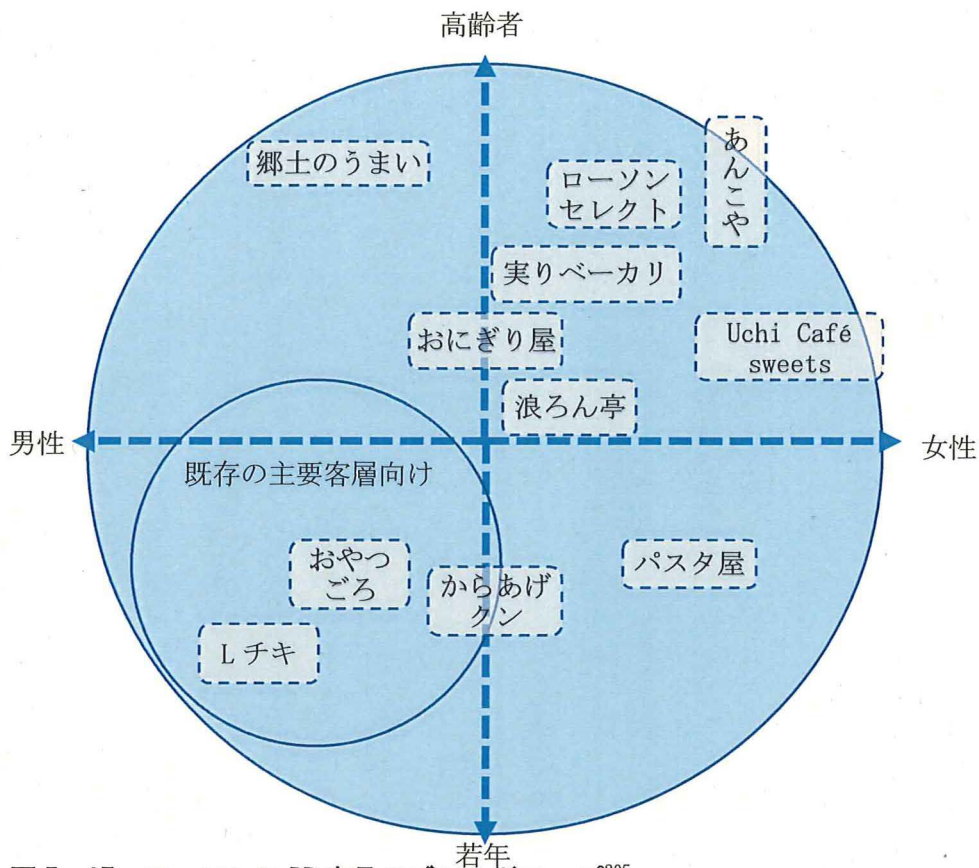


図5-37 ローソンのPB商品のブランドマップ²⁰⁵

特に、「郷土のうまい」シリーズ、いわゆる各地に散らばるおいしい料理や食材を発見して全国にお届けする商品が挙げられる。原材料の調達手法や具材の調理方法等のノウハウを活用し、宮崎の黒瀬ぶりや近江牛等の希少な原材料をおにぎりに合うメニューに仕上げている。2013年4月からは弁当にもシリーズを拡大して展開している。このシリーズの展開から見れば、ローソンは、地域性のある商品を全国展開するための試行プロジェクトとして「地域対応型」PB開発を展開する可能性がある。

²⁰⁵ ローソン総合レポート 2013.2 p.12 http://www.lawson.co.jp/company/ir/library/pdf/annual_report/ar_2013.pdf

5.5 ファミリーマートの「地域対応型」PB 戦略に関する時系列分析

本節では、ファミリーマートの「地域対応型」PB の開発パターンの経時的特徴を把握するため、各パターンの構成比と商品数の年度別推移から分析する(2006年～2016年)。その上で、商品化戦略の年度別変化を対照的に考察する。

5.5.1 ファミリーマートの開発パターンの年度別推移

ファミリーマートの「地域対応型」PB 開発の各パターンの構成比と商品数の年度別推移について集計した(図5-38、図5-39)。

ファミリーマートの「地域対応型」PB 商品の発売もセブンイレブンと一緒に2006年から発足した。商品数の推移から見ると、2006年に始まったあと、勢いよく成長し、2009年から2013年までは、毎年200点以上のペースで発売された。2014年からは一気に下がり、2016年はほとんど止まっている状態となった。2016年9月にユニーグループ・ホールディングスを吸収合併するための準備に起因していると考えられる。

各パターンの構成比からみると、2010年以外では、「自治体連携型」より「地域特産品活用型」のほうが比率的に高く、ファミリーマートの「地域対応型」PB 開発の主要パターンとなっている。

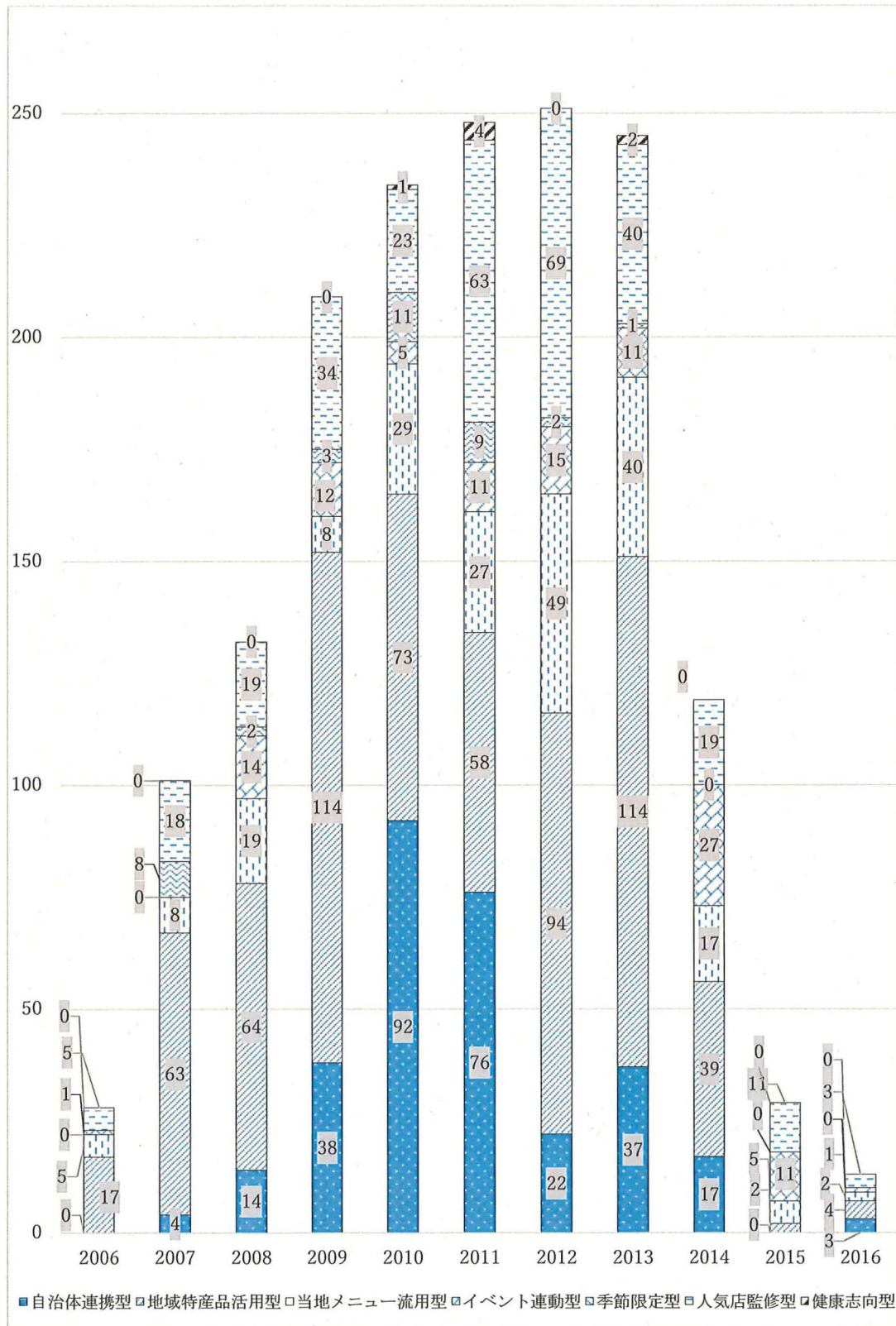


図 5-38 ファミリーマートの開発パターンの年度別推移 (商品数)

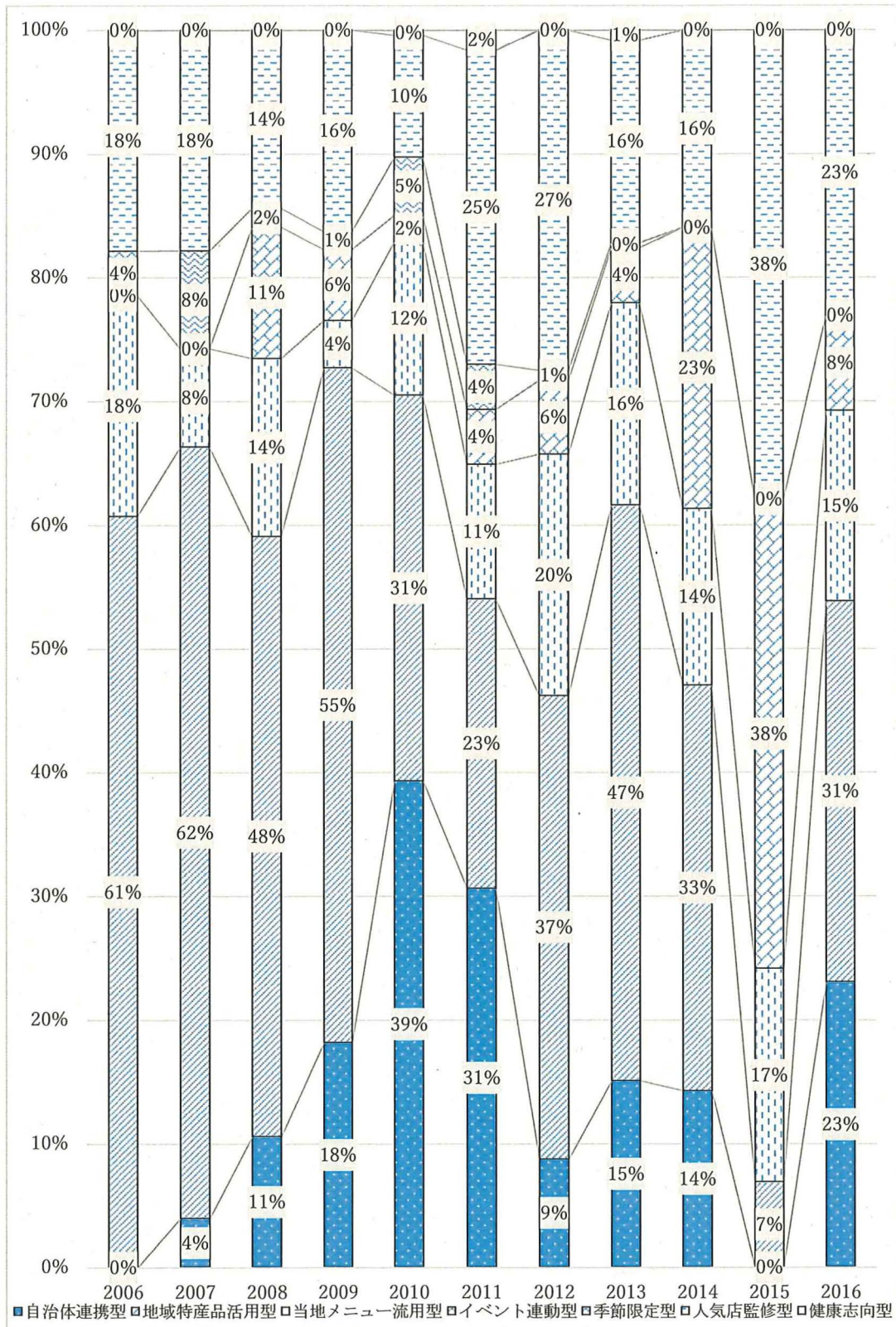


図 5-39 ファミリーマートの開発パターンの年度別推移（構成比）

また、「自治体連携型」により開発される商品数と自治体との包括連携協定の締結件数の年度別推移が一致する傾向が示されている（図 5-40）。

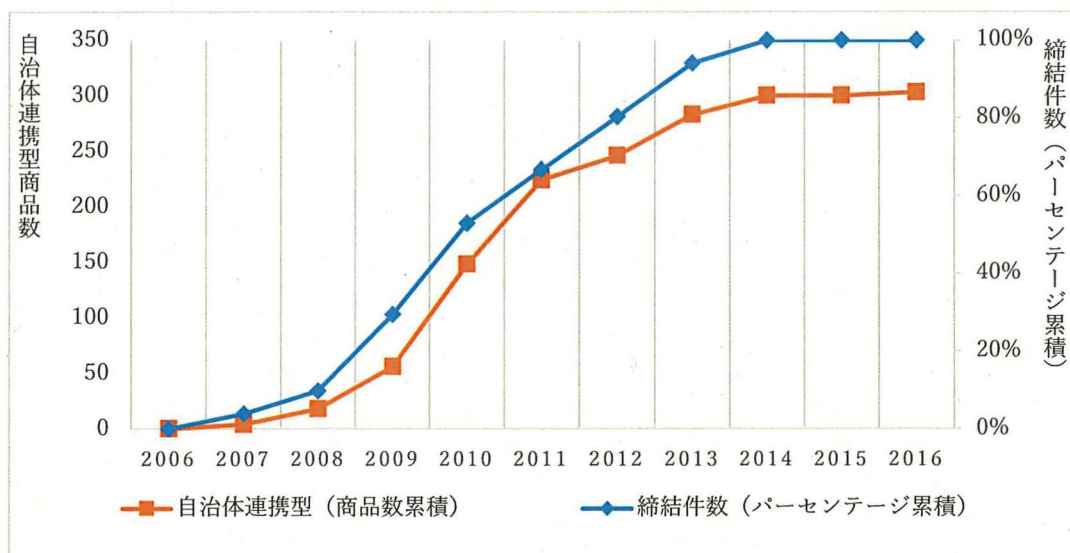


図 5-40 包括協定の締結と「自治体連携型」商品数の年度別推移(ファミリーマート)

「地位嗜好対応」を訴求パターンでは、2009年から特に「人気店監修型」を重点的に採用した点は他の2社より特徴的である。[地域性+ α]の「複合的価値訴求」パターンでは、「イベント連動型」の比率は安定的であったが、「季節限定型」及び「健康志向型」という2つのパターンはあまり展開されていなかったことも特徴的である。

5.5.2 ファミリーマートの商品化戦略の年度別変化

ファミリーマートの公式HPのニュースリリースから「地域対応型」PB開発のケースが掲載始まったのは2006年であった。2006年から商品化戦略についてファミリーマートのアニュアルレポートから情報を収集した(表 5-8)。

表 5-8① ファミリーマートの商品化戦略の年度別変化について

年度	商品化戦略
2006年2月期 ²⁰⁶	<p>① ファミリーマートでは、「ジェネレーション」「プライス」「リージョナル」の3つの視点からのマーケティング戦略を展開し、“価格・味覚・視覚”を追求した本格的な中食*商品や「包み仕立て弁当」や「過熱蒸気調理弁当」などのオリジナル商品を開発することで、他チェーンとの差別化を図る</p> <p>② 全国を7つのブロックに分け、各地域の特性とニーズに対応した地域限定商品を開発・販売している。“地産地消”をキーワードに、地域の食材を使い、地域に密着した商品を開発することで、地元のお客様のニーズに応えている</p>
2007年2月期 ²⁰⁷	<p>①3つのマーケティングの深耕 ②商品の価格バランスの調和 ③個店品揃えの推進</p>
2008年2月期 ²⁰⁸	<p>「ファミリーマートらしさ」の具現化を徹底的に追求している： 他社と比較して相対的に強みであった「パスタ」「ファスト・フード」「デザート」に焦点を当て、一層の商品力向上に取り組んでいる。</p>
2009年2月期 ²⁰⁹	<p>① 多様化するお客様のニーズに対応し、あらゆる顧客層の支持を獲得するため、ファミリーマートは「ジェネレーション」、「プライス」、「リージョナル」の3つのマーケティング戦略を基軸に、きめ細やかな商品政策を展開している</p> <p>② 地産地消や地域のニーズに合わせた商品展開に取り組んでいる。今後も地域生産者、メーカーなどとの取り組みを進めることで、より地域ニーズを細分化した商品開発を進めていく。2009年度は中食重点領域（米飯、惣菜、調理麺）および日配品における地区商品の売上構成比50%を目指している</p>
2010年2月期 ²¹⁰	<p>① 多様化するお客様のニーズに対し、「ジェネレーション」「プライス」「リージョナル」の3つのマーケティング戦略を軸に、客層にあった商品の開発を行っている</p> <p>② 地域生産者や地元メーカーなどとの協力により、地産地消や地域のニーズに合わせた商品展開に取り組んでいる。地区商品比率の向上に努めており、2009年度の中食重点領域（米飯、惣菜）および日配品における地区商品の売上構成比は約44%となっている。</p>
2011年2月期 ²¹¹	<p>① 多様化するお客様のニーズに対し、ものづくりの発想の起点となっている3つのマーケティングである「ジェネレーション」「プライス」「リージョナル」の視点から、きめ細やかなマーチャライジングを行っている。</p> <p>② 主力の中食商品においては、原材料や製法などのイノベーションを進めながら、コンビニエンスストアのイメージを超えた本格的な商品の開発に取り組んでいる</p> <p>③ 地域ごとのあるべき品揃えを追求している。地域の食材を活用した商品開発を深耕させ、学校行政や観光地などと連携しながら公共性・社会性のある企画に取り組むことで、「地域における社会的な存在」としての認知アップに努めていく。</p>

²⁰⁶ファミリーマート総合レポート 2006.2 p.6 <http://www.fu-hd.com/ir/library/annual/document/fm/fm2006.pdf>

²⁰⁷ファミリーマート総合レポート 2007.2 p.14 <http://www.fu-hd.com/ir/library/annual/document/fm/fm2007.pdf>

²⁰⁸ファミリーマート総合レポート 2008.2 p.8 <http://www.fu-hd.com/ir/library/annual/document/fm/fm2008.pdf>

²⁰⁹ファミリーマート総合レポート 2009.2 p.14 <http://www.fu-hd.com/ir/library/annual/document/fm/fm2009.pdf>

²¹⁰ファミリーマート総合レポート 2010.2 p.34 <http://www.fu-hd.com/ir/library/annual/document/fm/fm2010.pdf>

²¹¹ファミリーマート総合レポート 2011.2 p.34 <http://www.fu-hd.com/ir/library/annual/document/fm/fm2011.pdf>

表 5-8② ファミリーマートの商品化戦略の年度別変化について

年度	商品化戦略
2012年2月期 ²¹²	① ファミリーマートの商品政策のテーマである「イノベーション」のもと、ジェネレーション、プライス、リージョナルからなる3つのマーケティング戦略を進め、固有価値の強化に注力していく。
2013年2月期 ²¹³	① 多様化するお客様のニーズにきめ細かく対応するため、ファミリーマートでは「ジェネレーション（世代）」「プライス（価格）」「リージョナル（地域）」の3つの視点から商品開発・品揃えを行っている。
2014年2月期 ²¹⁴	① 優れた商品と魅力ある店舗で、他業態から新規顧客を獲得する商品力の強化：競争力ある商品で来店を促す中食商品、魅力ある品揃えの強化 ② 商品の中でもニーズが高まる中食商品の品揃えを強化することにより、より多くのお客様の来店を促す
2015年2月期 ²¹⁵	① 新たな需要に応える、女性やシニア層など、コンビニエンスストアにとっての潜在顧客層に向けた商品の品揃え強化に引き続き取り組む ② 「健康中食」のカテゴリー：健康志向の高まりや高齢化社会に対応した新たな中食カテゴリーとして、カロリーや糖質等の低減を訴求するなど、「健康」を切り口にした商品展開を推進している。また、医療機関との協業による商品開発も進め、「健康中食」市場を拡大していく。
2016年2月期 ²¹⁶	① 多様化するお客様のニーズに応える高品質な商品の投入に引き続き取り組む ② 単身世帯や共働き家庭をサポートできるように、家庭の食卓に彩りを添える小容量の惣菜の品揃えを拡充する
2017年2月期 ²¹⁷	2017年4月、「統合の完遂」を軸に据えた2020年度までの中期経営計画が始動した。特に注力する事項： ① 店舗の高質化である。国内約18,000店舗のネットワークを活かして成長するために、改革を通じた店舗競争力の向上に注力しています。商品力やマーケティング面の強化に加え、店舗運営の効率化についても重要な経営課題として取り組んでいる ② 中食商品が競争力向上のカギ：即時性の高い中食商品には、新鮮さ、季節やトレンドの変化への対応など、高い品質が求められる、次々に中食商品の刷新

ファミリーマートの商品化戦略として、「ジェネレーション」「プライス」「リージョナル」という3つのマーケティングを貫いてきた。2006年に、全国を7つのブロックに分け、各地域の特性とニーズに対応した地域限定商品を開発する取り組みを開始した。

²¹²ファミリーマート総合レポート 2012.2 p.32 <http://www.fu-hd.com/ir/library/annual/document/fm/fm2012.pdf>

²¹³ファミリーマート総合レポート 2013.2 p.34 <http://www.fu-hd.com/ir/library/annual/document/fm/fm2013.pdf>

²¹⁴ファミリーマート総合レポート 2014.2 p.32 <http://www.fu-hd.com/ir/library/annual/document/fm/fm2014.pdf>

²¹⁵ファミリーマート総合レポート 2015.2 p.19 <http://www.fu-hd.com/ir/library/annual/document/fm/fm2015.pdf>

²¹⁶ファミリーマート総合レポート 2016.2 p.26 <http://www.fu-hd.com/ir/library/annual/document/fm/fm2016.pdf>

²¹⁷ファミリーマート総合レポート 2017.2 p.14

http://www.fu-hd.com/ir/library/annual/document/fuhd/UFHD_AR17J_final.pdf

地域生産者、メーカー、学校、行政、観光地及び地域の医療機関との連携の必要性も強調された。商品カテゴリーでは、特に中食を重点領域として展開された。さらに、2009年度の中食重点領域（米飯、惣菜、調理麺）および日配品における地域限定商品の売上構成比は約44%となっている²¹⁸。各パターンにより開発された商品カテゴリーの構造の特徴から見れば、ファミリーマートは他の2社より、特に弁当の開発に重点を置いていることが分かる（5.1.2）。

2014年までは、「リージョナル」つまり「地域性」のある商品の開発はファミリーマートの商品化戦略の3本柱の1つとして重要視され続けてきた。「地域対応型」PBの商品数や商品化戦略における重要度はいずれも他の2社より高い傾向が示されている。言い換えれば、コンビニ大手3社のうち、ファミリーマートは「地域対応型」PBの開発を最も重点的に展開している。

その原因は店舗数の差及びPBの大規模市場化が遅れていることにあると考えられる。

「セブンプレミアム」は2007年に発売されて以来、セブンイレブンの巨大な販売力を手段として、数年間のうち品目数と売上が飛躍的な膨張を実現した。ローソンはマルチフォーマット戦略を生かし、客層別にPBを展開してきた。一方、ファミリーマートは既存のPBの名称を「ファミリーマートコレクション」に統一したのは2012年10月であり、当時の品目数は400品目にとどまった²¹⁹。したがって、「地域対応型」PBの開発はPB商品の市場化への過渡期である可能性がある。

2014年からは「地域対応型」PBの商品数は一気に低下し、商品化戦略には品揃えの強化や健康中食等の中食分野の構造改革が新たな課題として提示されてきた。特に、2017年には、「統合の完遂」をテーマとして2020年までの中期経営計画が発表された。ブランドの統合やグループのシナジー強化が強調され、今後はセブン&アイグループと同様に、「地域対応型」PBの開発を通して蓄積された原材料の調達チャネルや商品開発のノウハウを生かし、グループ共通のPB商品の開発に取り組む可能性があると考えられる。

²¹⁸ファミリーマート総合レポート 2010.2 p.23 <http://www.fu-hd.com/ir/library/annual/document/fm/fm2010.pdf>

²¹⁹ 「ファミマ、10月名称統一」、日経MJ（流通新聞）009頁

第6章 考察

本研究は「地域対応型」PB の概念モデルを提案することを主な目的としているため、「どのような地域資源が活用されるのか」(RQ1)、「どのような協力者が求められるのか」(RQ2) 及び「コンビニ大手 3 社の「地域対応型」PB 戦略が一致しているのか」(RQ3) という 3 つのリサーチクエスチョンを設定した。RQ1 と RQ2 に対する定量分析をもとに、「地域対応型」PB の概念モデルを提案した。RQ3 に対して、「地域対応型」PB の概念モデルをもとに、コンビニ大手 3 社の「地域対応型」PB 戦略に関する比較分析と時系列分析を行い、3 社の同戦略の特徴について考察した。

6.1 「地域対応型」PB の概念モデルの提案 (RQ1・RQ2)

本研究は、地域ブランドの視点を援用し、「地域資源の活用」と「協力者の関与」という 2 つの方向から「地域対応型」PB 開発にかかわる要因を抽出し、クラスター分析により要因間の関係を明確にし、開発パターンを特定した。その上で、「地域対応型」PB の概念モデルを提案した。

(1) 「地域対応型」PB の概念モデルの提案

「地域対応型」PB の概念モデルを、「価値訴求の方向」、「地域資源の活用」、「協力者の関与」、「開発パターン」及び「商品カテゴリー」という 5 つのレベルから提案した (図 4-1)。

セブンイレブンの公式 HP のニュースリリースから「地域対応型」PB 開発に関連する記事を収集し、シソーラスを作成し、「地域対応型」PB 開発にかかわる要因を抽出した。次に、抽出された要因を商品ごとに集計したデータでクラスター分析を行い、その結果に基づき、「地域対応型」PB の開発パターンを特定した。さらに、商品の価値訴求の面から、この 7 パターンを「地産地消型」、「地域嗜好対応型」及び「地域性+ α 」という「複合的価値訴求」という 3 つのグループに分けた。

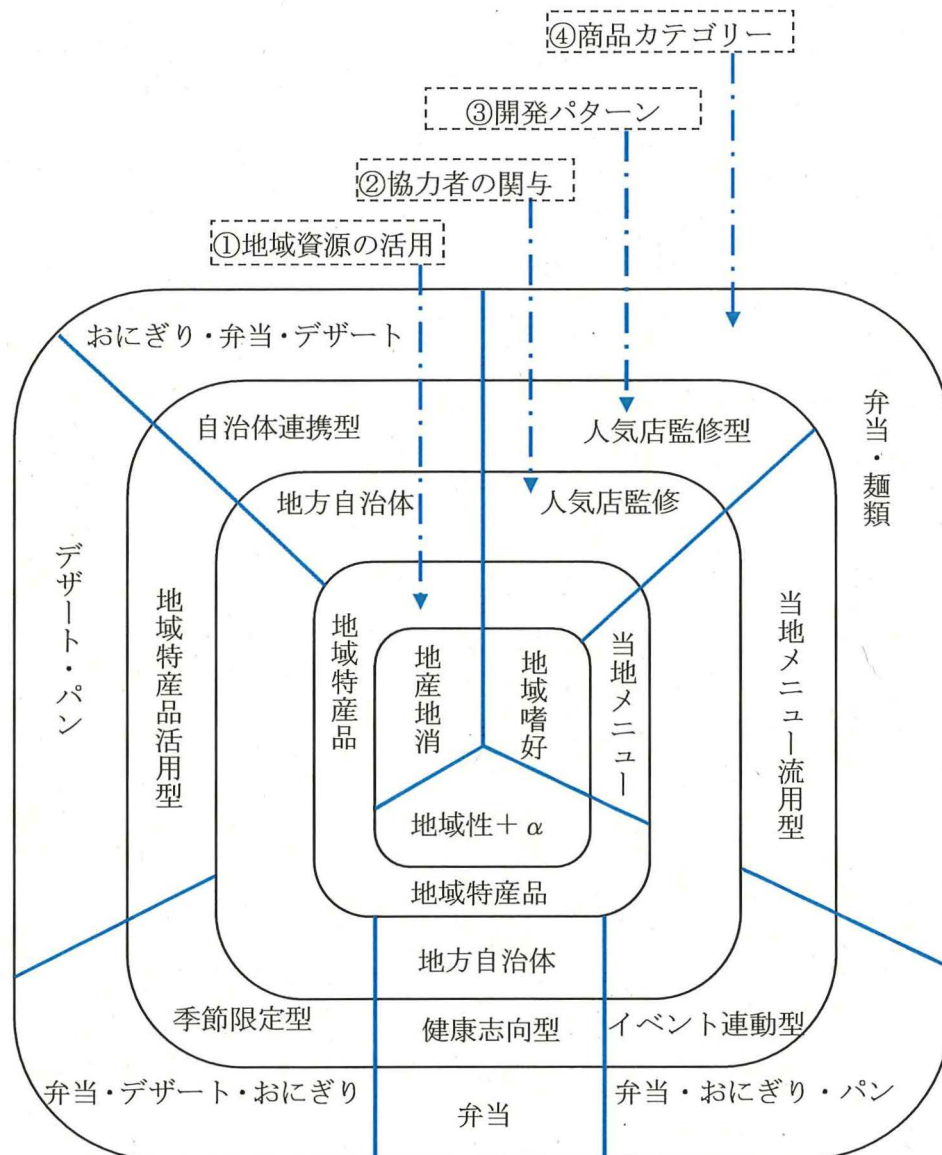


図 4-1 「地域対応型」PB の概念モデル（セブンイレブンを基準として）再掲

まずは、「地域特産品」の活用を基本としている「地産地消型」のパターンとして、「自治体連携型」、即ち「自治体との連携」と「地域特産品」という2つの要因が同時に出現しているパターンが挙げられる。このパターンでは、自治体との包括連携協定の締結記念に合わせるケースが多く、自治体の認証マークを添付するケースが頻繁にみられている。また、このパターンに活用されている「地域特産品」は自治体名を冠した特産品を中心としている。同じく「地産地消型」パターンとして挙げられるのは、「地域特産品活用型」であり、「地域特産品」という要因のみが出現しているパターンである。

「自治体連携型」に活用される「地域特産品」に比べ、個別の商品ブランドの活用が中心である。

次に、地域住民の嗜好を反映する「地域嗜好対応型」パターンとして、「当地メニュー流用型」、つまり当地の代表的な料理を商品化するパターンである。長野県上田市「美味だれで委員会」、新潟県「三条カレーラーメン部会」等の「地域団体」との連動も一部の商品に見られている。また、「人気店監修」のもと、人気メニューを商品化する「人気店監修型」パターンも「地域対応型」PB 開発の主要パターンの1つである。

最後に、[地域性+ α]の「複合的価値訴求」パターンとしては、「地域特産品+季節性」の「季節限定型」、「地域特産品+イベント連動」の「イベント連動型」と「地域特産品+自治体との連携+健康志向」の「健康志向型」という3つが挙げられる。特に「イベント連動型」により開発された商品数が他の2パターンよりは多いことが分かった。

各パターンにより開発される商品数から見れば、「地産地消型」及び「地域嗜好対応型」のパターンが中心となっており、[地域性+ α]という「複合的価値訴求」パターンは補助的なパターンである意味合いが強い。

全体的にみると、「地域対応型」PB 商品のカテゴリーは米飯類、麺類、デザートを中心とされている。また、各開発パターンにより開発される商品カテゴリーの構造について考察した結果、「自治体連携型」、「当地メニュー流用型」及び「人気店監修型」というパターンにより開発される商品カテゴリーは米飯類と麺類を中心としている。「地域特産品活用型」の商品カテゴリーはデザートとパンを基本としている。[地域性+ α]の3パターンは弁当を重点的に展開している。

(2) 「地域対応型」PB 開発において活用される「地域資源」について (RQ1)

「地域対応型」PB の概念モデルからみると、「地域資源の活用」として、地域で生産された農畜産品・加工品を中心とする①「地域特産品」と、地域において認知度が高く、代表的な郷土料理である②「当地メニュー」という2つの要因にまとめられた。特に、「地域特産品」が重点的に採用されていることが分かった(3社では、いずれも70%以上の商品に採用されている)。また、自治体の名を冠した地元特産の他に、個別な商品ブランドの特産品を原材料として活用するケースも多く展開された。

(3) 「地域対応型」PB 開発の「協力者」について (RQ2)

「地域対応型」PB は大手小売業者が主導し、地域市場にかかわる「協力者」が求められている。「自治体との連携」、「地域団体との連携」、「人気店監修」、「教育研究機関との連携」及び「地元メーカーとの連携」という 5 つの要因が抽出された。特に「地域対応型」PB の開発に関与が深いのは地方自治体と当地の人気のある飲食店である。

地方自治体は「地域対応型」PB の開発において果たす役割は主に地域特産品を持つ農協や生産者からの産品調達の仲介と、自治体の認証マークを添付することにより商品の安心感を向上させるという 2 点である。また、「自治体との連携」を反映する「包括連携協定」の締結件数と「地域対応型」PB の商品数全体との比例関係が確認されたことから (5.2 参照)、「自治体との連携」という要因が「地域対応型」PB 開発においては重要な視点であると考えられる。また、当地の人気のある飲食店との連携も「地域対応型」PB 開発において重要視される傾向が示されている。特に、有名なラーメン店及び洋食店と連携するケースが中心となっている。

さらに、「地域資源の活用と「協力者の関与」と直接的に関係していない要因として、「季節性」、「イベントとの連動」と「健康志向」という 3 つの要因が抽出された。特に、スポーツの試合や祭りと連動する「イベントとの連動」という要因を採用したケースが多く展開されている。

6.2 3 社の「地域対応型」PB 戦略の特徴について (RQ3)

(1) 「地域対応型」PB の概念モデルからみた 3 社の共通点

セブンイレブンを基準にして提案した「地域対応型」PB の概念モデルをもとに、ローソンとファミリーマートの公式 HP のニュースリリースから収集した情報をもとに、セブンイレブンの「地域対応型」PB 商品の開発パターンを基準に両社の開発パターンの構造について考察した。

その結果、セブンイレブンの「地域対応型」PB 開発において特定した開発パターン（自治体連携型、地域特産品活用品、当地メニュー流用品、イベント連動型、人気店監修型、季節限定型及び健康志向型）がすべてローソンとファミリーマートの「地域対応型」PB 開発に見られ、「その他」の部分を除き、この概念モデルで解釈できる商品は全

体の85%以上を占めている。また、「自治体連携型」、「地域特産品活用型」及び「当地メニュー流用型」という主要パターンを合わせて、3社ではいずれも6割以上の比率を占めている。

また、各パターンにより開発される商品カテゴリーの構造に関して、「自治体連携型」と「地域特産品活用型」、いわゆる「地産地消型」のパターンにより開発される商品カテゴリーは弁当やデザートに集中しているが、「当地メニュー流用型」と「人気店監修型」という「地域嗜好対応型」により開発される商品カテゴリーは麺類と弁当が中心となっている。さらに、[地域性+ α]のパターンとして、「季節限定型」が麺類、「健康志向型」が弁当、「イベント連動型」が弁当・デザートを基本としていることが3社では共通している。

したがって、「地域対応型」PBの概念モデルの領域「商品カテゴリー」以外のコアな部分、つまり領域「地域資源の活用」と領域「協力者の関与」または領域「開発パターン」の部分では3社がほぼ一致している。

(2) 3社の「地域対応型」PB商品の開発パターンの特徴

各開発パターンの構成比を3社の比較分析を行った結果、それぞれの特徴があることが分かった。セブンイレブンは他の2社より、「自治体連携型」及び[地域性+ α]の「複合的価値訴求」パターンに力を入れている。特に地方自治体との連携を重視し、地域独自の文化や、特産品及び生産者に関する情報提供と、自治体認証マークの添付や、県民の健康増進プロジェクトとの連動の面から協働し、「地産地消型」及び「健康志向型」の商品開発を重点的に展開していることが分かった。

ファミリーマートは特に「地域特産品活用型」及び「人気店監修型」に重点的に取り組んでいることが明らかとなった。「地域特産品活用型」においては、特に地域ブランディングしている商品ブランドを活用するケースが中心となっている。また、「人気店監修型」のパターンでは、当地の人気ラーメン店の他に、洋食店との連携も多く展開していることが特徴である。

ローソンはセブンイレブンとファミリーマートの間に位置し、「人気店監修型」への取り組みはセブンイレブンより多く展開しているが、ファミリーマートよりは地方自治体との連携に先手を打っていることが分かった。

(3) 3社の「地域対応型」PBの商品カテゴリー構造の特徴

各開発パターンにより開発される商品カテゴリーの構造について3社の比較分析を行った結果、3社の特徴がみられるパターンとして、「自治体連携型」、「地域特産品活用型」及び「人気店監修型」という3つが挙げられるが、他の4つのパターンでは商品カテゴリーとほぼ一致していることが分かった。

「自治体連携型」においては、セブンイレブンが自治体との連携を通し、特に地元産の米を利用し米飯類の開発に重点を置いているのに対して、ローソンは地元産の牛乳や果物を活用し、デザートの開発が他の2社より多く展開していることが特徴である。

「地域特産品活用型」のパターンでは、セブンイレブンとローソンの商品カテゴリーが一致している部分が多く、特に地元産の牛乳や果物を活用しデザートとパンの開発を重視している。一方、ファミリーマートは中食を強化する戦略の展開として、地域特産品を活用し、米飯類及び麺類の開発により力を入れていることが明らかである。

また、「人気店監修型」のパターンでは、セブンイレブンは人気なラーメン店と手を組み、麺類の開発を基本としているが、ローソンは菓子屋等と連携しデザートの開発も重要視している。ファミリーマートは中食の強化を重要視しているため、他の2社に比べると、ラーメン店の他に、特に洋食店と協働し、弁当の開発に重点を置いている。

(4) 3社の「地域対応型」PBの開発パターンの年度別変化の特徴

3社の商品数全体及び各パターンにより開発される商品数の年度別変化の特徴についてまとめると以下の3点が挙げられる。

1) 2011年の震災の影響がセブンイレブンとローソンの「地域対応型」PBの商品数変化に影響していることが分かった。また、ユニーグループ・ホールディングス(株)との合併に備え、ファミリーマートが「地域対応型」PB戦略の見直しが見られた。

2) 3社の「地域対応型」PBの商品数の年度別変化は、地方自治体との包括連携協定の締結件数の年度別推移と関連していることが分かった。

3) 多くの開発パターンでは、セブンイレブンはリードしてきたことが分かる。ファミリーマートは後発であるものの、「人気店監修型」のパターンはきわだっていた。

(5) 商品化戦略の年度別変化から見た3社の特徴について

セブンイレブンでは、「地域対応型」の開発は2004年の商品化戦略の1つとして示されて以来、2009年2月までは商品化戦略の視点として取り組んでおり、「地域対応型」PBの商品数も2009年をピークとしたが、2010年から商品化戦略を「セブンプレミアム」と「セブンゴールド」の販売拡大への転換を機に、PBの大規模市場化に取り組んできた。一方、2014年には「地域対応型」PB戦略の再提示をきっかけに「地域対応型」PBの商品数の成長が見られた。全国展開の「セブンプレミアム」の売上及び商品数の年度変化を「地域対応型」PBの商品数の年度別推移に合わせた結果、「セブンプレミアム」の成長により「地域対応型」PBの増加スピードが鈍化する傾向が示された。つまり、「地域対応型」PB戦略はPBの大規模市場化の準備段階であると考えられる。また、ヒットしたプレミアム型PBとして、「一風堂」、「山頭火」と「すみれ」の「日清 名店仕込み」のカップ麺シリーズ及び食パンの「金の食パン」のケースから見れば、PBの大規模市場化が実現した後も、「地域対応型」PB開発は「プレミアム型」PBの価値訴求の方向付けやテスト販売の面から意義がある戦略であると考えられる（5.3を参照）。

ファミリーマートは3社では、店舗数が一番少なかった（合併前）が、「地域対応型」の商品数は業界トップのセブンイレブンより圧倒的に多いことが特徴である。ファミリーマートとしては、2006年から、「リージョナル・マーケティング」つまり、地域性のある商品の開発を商品化戦略3本柱の1つとして重要視してきた。PB商品の統一化が2012年に実施したが、品目数も少なく、PBの大規模市場化を実現するにはセブンイレブンより大幅に遅れていることが明らかである²²⁰。一方、「地域対応型」のPB戦略は、ファミリーマートの商品化戦略において、特に差別化戦略として中心となっていると考えられる（5.5を参照）。

一方、3社では、「地域対応型」PB戦略の展開に最も消極的なのはローソンである。ローソンが2006年から力を注ぎ続けてきた「マルチフォーマット」戦略の展開に起因していると考えられる。特に女性や高齢者向けの品揃え強化に目を向け、「ナチュラルローソン」や「ローソンストア100」を実験室として、蓄積されたノウハウをレギュラー店に活用する形で取り組んできた。また、マチを活性化する商品・サービスの開発を

²²⁰ 「ファミマ、10月名称統一」、日経MJ（流通新聞）009頁

実現するため、「地産地消」と「地産外消」の取り組みを展開している。つまり、地域性のある商品を地域から地域外への販売にも力を入れていることが分かった（5.4を参照）。

まとめると、PBの大規模市場化を実現する前の段階では、「地域対応型」PB開発が中心的な商品化戦略であると位置づけられる。一方、PBの大規模市場化が成功した後でも、価値訴求型PB商品開発において、新しい価値訴求の方向及びテスト販売の手段として、PB開発の1つの視点として存続していく可能性がある。

6.3 「地域対応型」PBの概念モデルの意義について

前述のように、本研究は「地域対応型」PB開発にかかわる要因を抽出し、要因クラスターから開発パターンを特定し、パターンごとに開発される商品カテゴリー等の商品開発面から「地域対応型」概念モデルを提案した。同概念モデルの主な意義は下記の3点である。

(1) 「地域対応型」PBの概念を明確にしたこと

「地域対応型」PBの概念モデルを提案することにより、「展開エリアが限定的」という特徴に加え、「地域対応型」PB開発にかかわる要因、開発パターン及び商品カテゴリーの構造等の商品開発面から「地域対応型」PBの概念を明確にした。特に、地域特産品を中心とする「地域資源の活用」及び自治体や飲食店を代表とする「協力者の関与」という2つの側面から、「地域対応型」PB開発が展開されていることが分かった。

(2) コンビニ大手3社の「地域対応型」PB戦略の特徴を明確にしたこと

「地域対応型」PBの概念モデルをもとに、コンビニ大手3社の「地域対応型」PB戦略について比較分析を行い、特に開発パターン及び商品カテゴリーの構造から3社の特徴について明確にした。セブンイレブンは自治体との連携を重視し、「自治体連携型」パターンにより地元産の米を活用し米飯類の開発が重点的に展開されているのに対して、ファミリーマートが特に「地域特産品活用型」と「人気店監修型」という2つのパターンに力を入れ、商品カテゴリーでは中食の開発に重点を置いていることが分かった。

ローソンは他の 2 社より「地域対応型」PB 開発に消極的であるものの、女性向けのデザートを開発を多く展開している。

(3) 商品化戦略における「地域対応型」PB の意義を明確にしたこと

「地域対応型」PB の概念モデルに合わせて、コンビニ大手 3 社の商品化戦略の時系列分析を行った。その結果、セブンイレブンでは、PB の大規模市場化の進行とともに「地域対応型」PB 商品の増加が鈍くなる傾向に加え、「地域対応型」PB が全国展開する「プレミアム型」PB へ転換するケースが見られる。ファミリーマートが PB の大規模市場化がまだ実現されていない段階では「地域対応型」PB 開発を商品化戦略の中心とされている。つまり、「地域対応型」PB はテストマーケティングの展開と価値訴求の新しい方向の面から、PB の大規模市場化のワンステップとして捉えられる可能性がある。

第7章 結論及び展望

7.1 結論

本研究はナショナルチェーンを展開している大手小売業者が「地域性」を取り入れて開発するオリジナル商品、いわゆる「地域対応型」PB という新しい概念について、商品開発面に焦点を当て、「地域対応型」PB 開発にかかわる要因を抽出し、開発パターンを特定する上で、「地域対応型」PB の概念モデルを提案した。また、同モデルをもとに、セブンイレブン、ローソン及びファミリーマートの大手コンビニ 3 社の比較分析を行い、3 社の「地域対応型」PB 戦略の特徴について考察した。

(1) 「地域対応型」PB の概念モデルについて

本研究は商品の「価値訴求の方向」、「地域資源の活用」、「協力者の関与」、「開発パターン」と「商品カテゴリー」という 5 つのレベルから「地域対応型」PB の概念モデルを提案した。

「価値訴求の方向」は地域特産品の活用を基本とする「地産地消型」、当地メニューや人気店メニューの商品化する「地域嗜好対応型」、または地域特産品の活用に加え、季節性、イベントとの連動と健康志向という複合的価値訴求の「地域性+ α 」という 3 つのルートに分けられる。

「地域資源の活用」では、地域特産品と当地メニューの利用が中心である。特に地域特産品は「地域対応型」PB 開発において最も重要な地域資源となっている。また、当地メニューは地域住民の好みの反映であり、地域嗜好へ対応する面では不可欠な地域資源である。

「協力者の関与」について、地方自治体、人気のある飲食店、地域団体、教育研究機関及び地元メーカーとの連携が見られる。特に関与が深いのは地方自治体と人気のある飲食店である。地方自治体は地域特産品の調達チャネルの仲介及び認証マークの添付の面から「地域対応型」PB 開発に協働している。人気のある飲食店は長年にわたり地域住民に親しまれているため、地域嗜好の面から「地域対応型」PB 開発において重要な役割を果たしている。

地域資源と協力者の組み合わせにより構成される「開発パターン」は、「自治体連携型（自治体との連携+地域特産品）」、「地域特産品活用型」、「当地メニュー流用型」、「イ

ベント連動型（地域特産品+イベントとの連動）」、「人気店監修型」、「季節限定型（地域特産品+季節性）」及び「健康志向型（地域特産品+自治体との連携+食育・健康志向）」という7パターンが挙げられる。また、「地域対応型」PB開発の主要パターンは「自治体連携型」、「地域特産品活用品」または「当地メニュー流用品」という3つのパターンである（6割以上の商品に採用されている）。「地域対応型」PBの商品カテゴリーの構造は会社によりやや異なっているが、全体的にみると、米飯類、麺類とデザートが中心である。

(2) 3社の「地域対応型」PB戦略の特徴について

セブンイレブンは特に自治体との連携を重要視し、「自治体連携型」パターンを重点的に展開している。他の2社より、「季節限定型」と「健康志向型」という複合的価値訴求型のパターンに力を入れている。また、「開発パターン」の時系列分析により、殆どのパターンでは、セブンイレブンはリードしていた。さらに、商品カテゴリーでは、特に自治体と連携し、地元産の米を活用し米飯類の開発を多く展開している。

ファミリーマートは「地域特産品活用品」と「人気店監修型」を重点的に展開している。特に、ブランディングされている地域特産品の活用と人気な洋食店との連携が特徴である。商品カテゴリーでは、特に、弁当や麺類等の中食の開発を重要視している。

ローソンはセブンイレブンとファミリーマートの戦略の混合型として、「人気店監修型」と「自治体連携型」パターンを重要視し、特にデザートの開発に重点を置いている。

また、セブンイレブン、ローソンとファミリーマートの「地域対応型」PB開発と商品化戦略に関する時系列分析に基づき、「地域対応型」PB戦略は大手小売業者のPBが大規模市場化するまで、中心的な戦略となり、PBの大規模市場化が成功する以降、「プレミアム型」PBの価値訴求の方向付けやテスト販売の面から依然として商品化戦略の重要な視点として存続していく可能性がある。

7.2 学術的意義

本研究は「地域対応型」PB という新しい概念について考察した。主な学術的な貢献は以下の2点である。

(1) 「地域対応型」PB の概念モデルを提案したこと。

PB 開発に関する既存研究から整理した先行レビューから見れば、既存研究は大手小売業者の全国展開している PB を対象にして展開されているため、大手小売業者が地域限定で展開する「地域対応型」PB の開発に注目した研究は少なく、特に商品開発面から考察した研究はまだ展開されていないことを問題意識として提示した。

それゆえ、コンビニ業界のトップであるセブンイレブンを基準にして、公式 HP から収集した「地域対応型」PB 開発に関する情報をもとに、クラスター分析を用いて、「地域対応型」PB 商品の開発パターンを明確にし、概念モデルを提案した。また、同モデルをもとに、セブンイレブン、ローソンとファミリーマートの「地域対応型」PB 戦略について比較分析を行った。この概念モデルは他の大手小売業者の関連の商品化戦略の解釈に活用できると考えられる。

(2) 「クラスター分析」手法の活用

研究方法の面から、本研究の主なオリジナリティとして、企業の公式 HP のニュースリリースから関連の記事を収集し、テキストデータを生かし、クラスター分析の活用により考察したことである。特に、シソーラスの作成により要因を抽出することと、クラスター分析により、開発パターンを特定することが本研究の分析手法の中心である。

本研究が利用した「Two-step クラスター」手法の特徴は、クラスター数を判定することができる他、レコードを要約するクラスター機能ツリーを作成することにより、TwoStepアルゴリズムで大規模なデータ・ファイルを分析することができることである。大量な二次データの収集と分析する方法として今後の研究にも生かせる可能性があると考えられる。

7.3 本研究の展望

本研究の主な限界は主に下記の3点が挙げられる。

(1) 「地域対応型」PB の概念モデルについての検証が行われていない。

本研究では、コンビニ大手3社のセブンイレブン、ローソンとファミリーマートの公式HPのニュースリリースから収集した記事をデータとして、クラスター分析の結果に基づき、「地域対応型」PB の概念モデルを提案した。また、「地域対応型」PB 戦略の特徴について3社のアニュアルレポートから商品化戦略に関する情報を収集した。しかし、商品開発に関する一次データの収集や特に商品の売上高に関する情報は入手できないため、「地域対応型」PB 商品の売れ行きと「地域対応型」PB 開発に対する企業の戦略的意図について把握していない。

(2) 「地域対応型」PB 開発の効果測定が行われていないこと。

第2章ではPBの開発動機に関する実証研究から整理した結果、「プレミアム型」PBの新しい流れとして捉えられる「地域対応型」PBの導入により地域市場における店舗の差別化を実現する効果が期待できると仮説を立てたが、現段階の研究ではまだ検証されていない。特に、各パターンにより開発される商品に対して、消費者の反応について調査していないため、どのパターンが効果的であるのかについて把握していない。

(3) 「地域対応型」PB の概念モデルを他の小売業態への応用が行われていないこと

本研究はコンビニ業界に焦点を当てたが、他の小売業態の「地域対応型」PBの開発についての考察は行われていない。つまり、「地域対応型」PB の概念モデルは他の小売業態に応用する可能性についてまだ確認されていない点である。

今後、主に下記の3つの方向から「地域対応型」PBに関する研究を深めていく。

(1) 「地域対応型」PB 概念モデルの検証を行う

本研究は企業の公式HPから収集した二次データをもとに分析を行ったため、まずは現段階までの研究成果を整理し、セブンイレブン、ローソンとファミリーマートにインタビュー調査に努める。特に、「地域対応型」PB商品の売れ行き及び商品化戦略について調査し、本研究が提案した「地域対応型」PB の概念モデルは企業の実際の戦略的意図

と一致しているかを判別し、「地域対応型」PB 開発の実態を把握する。

(2) 「地域対応型」PB 開発の効果測定を行う

前述のように、「プレミアム型」PB である「地域対応型」PB の導入により地域市場における店舗差別化とストア・ロイヤルティの向上に貢献するという仮説の検証することにより、「地域対応型」PB 戦略の効果測定を行う。特に、消費者が「地域対応型」PB 商品に対する態度について重点を置き、開発パターン別の商品情報を見せ、購買意欲等から調査する形で展開する予定である。

(3) 「地域対応型」PB の概念モデルの応用

イオンを代表とする総合スーパーやツルハホールディングスが代表であるドラッグストアも「地域対応型」PB の開発に取り組んでいる。ただし、本研究は、大手コンビニ業者に注目し、「地域対応型」PB の概念モデルを提案した。今後の研究では、この概念モデルを他の小売業態へ応用する可能性について考察する。

参考文献のリスト：

(洋文献)：

1. Aaker, David A, Brand Portfolio Strategy, Free Press, 2004.
2. Abril and Sanchez “Will They Return? Getting Private Label Consumers to Come Back: Price, Promotion, and New Product Effects,” *Journal of Retailing and Consumer Services*, 31, 2016, pp.109-116.
3. Abril, Sanchez and Garcia-Madariaga “The Effect of Product Innovation, Promotion, and Price on Consumer Switching to Private Labels,” *Journal of Marketing Channels*, 22, 2015, pp.192-201.
4. Ailawadi and Harlam “An Empirical Analysis of the Determinants of Retail Margins: The Role of Store-Brand Share,” *Journal of Marketing*, 68(January), 2004, pp.147-165.
5. Ailawadi and Keller “Understanding Retail Branding: Conceptual Insights and Research Priorities,” *Journal of Retailing*, 80, 2004, pp.331-342.
6. Ailawadi, Neslin and Gedenk “Pursuing the Value-Conscious Consumer: Store Brands Versus National Brand Promotions,” *Journal of Marketing*, 65(1), 2001, pp.71-89.
7. Ailawadi, Pauwels and Steenkamp “Private-Label Use and Store Loyalty,” *Journal of Marketing*, 72(November), 2008, pp.19-30.
8. Baltas and Doyle “An Empirical Analysis of Private Brand Demand Recognizing Heterogeneous Preferences and Choice Dynamics,” *The Journal of the Operational Research Society*, 49(8), 1998, pp.790-798.
9. Baltas “Determinants of Store Brand Choice: A Behavioral Analysis,” *Journal of Product & Brand Management*, 6(5), 1997, pp.315-324.
10. Baltas, Doyle and Dyson “A Model of Consumer Choice for National vs Private Label Brands,” *The Journal of the Operational Research Society*, 48(10), 1997, pp.988-995.

11. Baltas "A combined segmentation and demand model for store brands," *European Journal of Marketing*, 37(10), 2003, pp.1499-1513.
12. Batra and Sinha "Co,sumer-Level Factors Moderating the Success of Private Label Brands," *Journal of Retailing*, 76(2), 2000, pp.175-191.
13. Bellizzi, Krueckberg, Hamilton and Martin "Consumer Perceptions of National, Private, and Generic Brands," *Journal of Food Distribution Research* 12, 1981, pp.56-70.
14. Burt, Stebe "The Strategic Role of Retail Brands in British Grocery Retailing," *European Journal of Marketing*, 34(8), 2000, pp.875-890.
15. Chintagunta, Bonfrer and Song "Investigating the Effects of Store-Brand Introduction on Retailer Demand and Pricing Behavior," *Management Science*, 48(10), 2002, pp.1242-1267.
16. Choi "Defensive Strategy Against a Private Label: Building Brand Premium for Retailer Cooperation," *Journal of Retailing and Consumer Services*, 34, 2017, pp.335-339.
17. Choi and Counhlan "Private label positioning: Quality versus feature differentiation from the national brand," *Journal of Retailing*, 82(2), 2006, pp.79-93.
18. Coe "Private Versus National Preference Among Lower-Income and Middle-Income Consumers," *Journal of Retailing*, 47(3), 1971, pp.61-72.
19. Connor and Peterson "Market-Structure Determinants of National Brand-Private Label Price Differences of Manufactured Food Products," *The Journal of Industrial Economics*, 40(2), 1992, pp.157-171.
20. Corstjens and Lal "Building Store Loyalty Through Store Brands," *Journal of Marketing Research*, 37, 2000, pp.281-291.
21. Cotterill, Putsis and Ravi Dhar "Assessing the Competitive Interaction between Private Labels and National Brands," *The Journal of Business*, 73(1), 2000, pp.109-137.
22. Cuneo, Milberg, Benavente and Palacios-Fenech "The Growth of Private Label Brands,"

- Journal of International Marketing*, 22(1), 2015, pp.72-90.
23. Dhar, Sanjay k. and Stephen J. Hoch , “Why Store Brand Penetration Varies by Retailer,” *Marketing Science*, 16(Summer), 1997, pp.208-227.
 24. Fornari^a, Fornari^b, Grandi and Menegatti ” Leading national brands facing store brands competition: Is price competitiveness the only thing that matters?”, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 30, 2016, pp.234-241.
 25. Frank and JR. “Are Private-Brand-Prone Grocery Customers Really Different,” *Journal of Advertising Research*, 5(4), 1965, pp.27-35.
 26. Geyskens, Gielens and Gijbrecchts ” Priliferating Private-Label Portfolios: How Introducing Economy and Premium Private Labels Influences Brand Choice,” *Journal of Marketing*, 47(5), 2010, pp.791-807.
 27. Hansen and Singh “Are Store-Brand Buyers Store Loyal? An Empirical Investigation,” *Management Science*, 54(10), 2008, pp.1828-1834.
 28. Hoch, Stephen J. and Shumeet Banerji “When Do Private Labels Succeed?” *Sloan Management Review*, 34(Summer), 1993, pp.57-67.
 29. Hokelekli, Lamey and Verboven “Private Label Line Proliferation and Private Label Tier Pricing: A New Dimension of Competition Between Private Labels and National Brands,” *Journal of Retailing and Consumer Services*, 36, 2017, pp.39-52.
 30. Hoskins “Offering Value and Capturing Surplus: A Strategy for Private Label sale in a new customer loyalty building scenario,” *Journal of Retailing and Consumer Services*, 28, 2015, pp.274-280.
 31. Ipek, Askin and Ilter “Private Label Usage and Store Loyalty: The Moderating Impact of Shopping Value,” *Journal of Retailing and Consumer Services*, 31, 2016, pp.72-79.
 32. JR “An Empirical Study of The Effect of Brand Proliferation on Private Label – National

- Brand Pricing Behavior,” *Review of Industrial Organization*, 12(3), 1997, pp.355-371.
33. Juhl, Esbjerg, Grunert, Bech-Laren and Brunso “The Fight Between Store Brands and National Brands – What`s the Score?” *Journal of Retailing and Consumer Services*, 13, 2005, pp.331-338.
 34. Kaswengi and Diallo “Consumer Choice of Store Brands across Store Formats: A panel data analysis under crisis periods,” *Journal of Retailing and Consumer Services*, 23, 2015, pp.70-76.
 35. Kumar, Nirmalya and Jan-Benedict E.M. Steenkamp, *Private Label Strategy*. Cambrigh, MA: Harvard Business School Press, 2007.
 36. Keller, Dekimpe & Geyskens “Let Your Banner Wave? Antecedents and Performance Implications of Retailers` Private-Label Branding Strategies,” *Journal of Marketing*, Vol.80, 2016, pp.1-19.
 37. Koschate-Ficher, Cramer & Hoyer “Moderating Effects of the Relationship Between Private Label Share and Store Loyalty,” *Journal of Marketing*, Vol.78, 2014, pp.69-82.
 38. Laaksonen, H. and Reynolds, J. “Own brands in food retailing across Europe”, *Journal of Brand Management*, Vol.2, No.1, 1994, pp.37-46
 39. Lamey, Deleersnyder, Dekimpe and Steenkamp “How Business Cycles Contribute to Private-Label Success: Evidence from the United States and Europe,” *Journal of Marketing*, 71(January), 2007, pp.1-15.
 40. Lee & Hyman “Hedonic/Functional Congruity Between Stores and Private Label Brands,” *Journal of Marketing Theory and Practice*, Vol.16(3), 2008, pp.219-232.
 41. Martos-Partal and Gonzalez-Benito “Store Brand and Store Loyalty: The Moderating Role of Store Brand Positioning,” *Marketing Letters*, 22(3), 2011, pp.297-313.
 42. Miquel, Caplliure, Perez and Bigne “Buying Private Label in durables: Gender and other

- psychological variables,” *Journal of Retailing and Consumer Services*, 34, 2017, pp.349-357.
43. Myers “Determinants of Private Brand Attitude,” *Journal of Marketing Research*, IV(February), 1967, pp.73-81.
 44. Shiva Nandan, Roger Dickinson, "Private Brands: Major Brand Perspective", *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 11 Issue: 4, 1994, pp.18-28.
 45. Narasimhan and Wilcox “ Private Labels and the Channel Relationship: A Cross-Category Analysis,” *Journal of Business*, 71(4), 1998, pp.573-600.
 46. Nenycz-Thiel and Romaniuk, “Understanding Premium Private Labels: A Consumer Categorization Approach,” *Journal of Retailing and Consumer Services*, 29, 2010, pp.22-30.
 47. Nenycz-Thiel, Sharp, Dawes and Romaniuk “Competition for memory retrieval between private label and national brands,” *Journal of Business Research*, 63, 2016, pp.1142-1147.
 48. Ngobo “Private Label Share, Branding Strategy and Store Loyalty,” *Journal of Retailing and Consumer Services*, 18, 2011, pp.259-270.
 49. Olbrich and Grewe “Proliferation of Private Labels in the Groceries Sector: The Impact on Category Performance,” *Journal of Retailing and Consumer Services*, 20, 2013, pp.147-153.
 50. Olbrich, Jansen and Hundt “ Effects of pricing strategies and product quality on private label and national brand performance,” *Journal of Retailing and Consumer Services*, 34, 2017, pp.294-301.
 51. Palmeria and Thomas “Two-Tier Store Brands: The Benefic Impact of a Value Brand on Perceptions of a Premium Brand,” *Journal of Retailing*, 87(4), 2011, pp.540-548.
 52. Papadopoulos, N. “Place Branding: Evolution, meaning and implications,” *Place Branding*, 1(1), 2004, pp.36-49.
 53. Pauwels and Srinivasan “Who Benefits from Store Brand Entry,” *Marketing Science*, 23(3), 2004, pp.364-390.

54. Pepe, Abratt and Dion "Competitive Advantage, Private-Label Brands, and Category Profitability," *Journal of Marketing Management*, 28(1-2), 2012, pp.154-172.
55. Quelch, John A. and David Harding, "Brands Versus Private Labels: Fighting to Win," *Harvard Business Review*, January-February 1996, pp.99-109.
56. Rao "Are Some Consumers More Prone to Purchase Private Brands," *Journal of Marketing Research*, 6(4), 1969, pp.447-450.
57. Richards, Hamilton and Patterson "Spatial Competition and Private Labels," *Journal of Agricultural and Resource Economics*, 35(2), 2010, pp.183-208.
58. Richardson, Dick and Jain "Extrinsic and Intrinsic Cue Effects on Perceptions of Store Brand Quality," *Journal of Marketing*, 58, 1994, pp.28-36.
59. Richardson, Jain and Dick "Household Store Brand Proneness: A Framework," *Journal of Retailing*, 72(2), 1996, pp.159-185.
60. Rossi, Borges and Bakpayev "Private Labels versus National Brands: The Effect of Branding on Sensory Perceptions and Purchase Intentions," *Journal of Retailing and Consumer Services*, 27, 2015, pp.74-79.
61. Rubio, Villasenor and Yague "Creation of Consumer Loyalty and Trust in the Retailer through Store Brands: The Moderating Effect of Choice of Store Brand Name," *Journal of Retailing and Consumer Services*, 34, 2017, pp.358-368.
62. Sayman, Hoch and Raju "Positioning of Store Brands," *Marketing Science*, 21(4), 2002, pp.378-397.
63. Schnittka "Are They Always Promising ? An Empirical Analysis of Moderators Influencing Consumer Preferences for Economy and Premium Private Labels," *Journal of Retailing and Consumer Services*, 24, 2015, pp.94-99.
64. Sethuraman and Gielens "Determinants of Store Brand Share," *Journal of Retailing*, 90(2),

- 2014, pp.141-153.
65. Soberman and Parker "The economics of quality-equivalent store brands," *International Journal of Research in Marketing*, 23, 2006, pp.125-139.
 66. Steenkamp, Heerde and Geyskens "What Makes Consumers Willing to Pay a Price-Premium for National Brands over Labels?" *Journal of Marketing Research*, 47(6), 2010, pp.1011-1024.
 67. Steiner "The Nature and Benefits of National Brand/Private Label Competition," *Review of Industrial Organization*, 24(2), 2004, pp.105-127.
 68. Sudhir and Talukdar "Does Store Brand Patronage Improve Store Patronage," *Rev. Indust. Organ.* 24(2), 2004, pp.143-160.
 69. Ter Braak, Dekimpe and Geyskens "Retailer Private-Label Margins: The Role of Supplier and Quality-Tier Differentiation," *Journal of Marketing*, 77(July), 2013, pp.86-103.
 70. Ter Braak, Geyskens and Dekimpe "Taking Private Labels Upmarket: Empirical Generalizations on Category Drivers of Premium Private Label Introductions," *Journal of Retailing*, 90(2), 2014, pp.125-140.
 71. Tomas F. Schutte, "The Semantics of Branding," *Journal of Marketing*, 33(April), 1969, pp.6-10.
 72. Vale, Matos and Caiado "The Impact of Private Labels on Consumer Store Loyalty: An Integrative Perspective," *Journal of Retailing and Consumer Services*, 28, 2016, pp.179-188.
 73. Verhoef, Nijssen and Sloot "Strategic Reactions of National Brand Manufacturers towards private labels," *European Journal of Marketing*, 36(11/12), 2002, pp.1309-1326.
 74. Vroegrijk, Gijsbrechts and Campo "Battling for the Household's Category Buck: Can Economy Private Labels Defend Supermarkets Against the Hard-Discounter Threat?" *Journal of Retailing*, 92(3), 2016, pp.300-318.

75. Ward, Shimshack, Perloff and Harris “Effects of the Private-Label Invasion In Food Industries,” *American Journal of Agricultural Economics*, 84(4), 2002, pp.961-973.
76. Whelan and Davies “Profiling Consumers of Own Brands and National Brands Using Human Personality,” *Journal of Retailing and Consumer Services*, 13, 2006, pp.393-402.

(和文献)

1. 青木幸弘 a 「地域ブランド構築の視点と仕組み」, 『商工ジャーナル』 8月号, 2004年, pp. 14-17。
2. 青木幸弘・恩蔵直人 『製品・ブランド戦略』, 有斐閣, 2004年。
3. 青木幸弘 「地域ブランドを地域活性化の切り札に」, 『地銀協月報』 第560号, 2008年, pp. 2-8。
4. 秋川卓也・戸田裕美子 「プライベート・ブランドのサプライチェーン・マネジメント」, 『一橋ビジネスレビュー』 第61巻第2号, 2013年, pp. 144-156。
5. 阿久津聡・天野美穂子 「地域ブランドとそのマネジメント課題」, 『マーケティングジャーナル』 第105号, 2013年, pp. 4-19。
6. 渥美俊一・桜井多恵子 『チェーンストアの商品開発』, ダイヤモンド社, 2011年。
7. 伊藤賢次 「NB と PB—開製販の流れの視点から考える」, 『名城論叢』 第14巻第3号, 2013年, pp. 113-131。
8. 石原武政・石井淳蔵 『製販統合』, 日本経済新聞社, 1996年。
9. 伊部泰弘 「プライベート・ブランド開発の現代的意義」, 『経営学論集』 第42巻第21号, 2002年, pp. 18-32。
10. 『一冊まるごとプライベート・ブランド』 (月間BOSS 2014. 3)。
11. 上原征彦 「製販同盟と流通機構の変化」, 『経済研究』 (明治学院大学) 第108号, 1997年, pp. 9-27。

12. 内田純一「地域ブランドの形成と展開をどう考えるか：観光マーケティングの視点を中心に」,『北海道大学大学院国際広報メディア研究科言語文化部紀要』第 47 号, 2004 年, pp. 27-45。
13. 大崎孝徳「高付加価値 PB のマーケティング」,『名城論叢』第 14 巻第 4 号, 2014 年, pp. 1-12。
14. 岡山武史「小売業における PB 戦略とストア・ロイヤルティ」,『商経学叢』第 57 巻第 1 号, 2010 年, pp. 239-258。
15. 大野尚弘著『PB 戦略 その構造とダイナミックス』千倉書房, 2007 年。
16. 大野尚弘「地域市場における小売店舗間の競争と PB の開発」,『経済情報学論集』第 14 巻, 2000, pp. 131-152。
17. 緒方知行、田口香世著『セブンプレミアム進化論』, 朝日新聞出版社, 2013 年。
18. 重富貴子「PB の新しい発展段階における消費者の意識と行動」,『流通情報』第 480 号, 2009 年, pp. 6-14。
19. 重富貴子「日本における PB の展開状況と PB に対する消費者の意識・態度の変化」,『流通情報』, 第 514 号, 2015 年, pp. 19-31。
20. 加藤義忠「製販連携の基本的性格」,『関西大学商学論集』第 47 巻 6 号, 2003 年, pp. 59-74。
21. 片野浩一「小売業態フォーマットの漸進的イノベーションと持続的競争優位:クイーンズ伊勢丹の事例研究に基づいて」,『流通研究』第 17 巻第 1 号, 2014 年, pp. 75-96。
22. 神谷渉「米国におけるプライベート・ブランドの展開と日本への示唆」,『流通情報』第 514 号, 2015 年, pp. 32-38。
23. 木立真直、辰馬信男著『流通の理論・歴史・現状分析』, 中央大学出版部, 2006 年。
24. 木立真直「日本における食品 PB 市場の新段階と食品メーカーの課題」,『食包協会

- 報』第143号, 2014年, pp. 26-37。
25. 木綿良行「プライベート・ブランドと`ツウ・パラレル・システムズ」, 『ビジネスレビュー』第23号(2), 1975年, pp. 25-35。
 26. 菊池宏之「小売業におけるPB商品取扱の現状と成果並びに課題」, 食品需給研究センター, 2010年。
 27. 菊池宏之「小売業におけるPB商品の展開と課題-スーパーマーケットのPB商品を主体に」, 『経営論集』第77号, 2011年, pp. 141-151。
 28. 久保田進彦「地域ブランドのマネジメント」, 『流通情報』4月号, 2004年, pp. 4-17。
 29. 後藤こず恵み「イギリスにおけるPBロイヤルティの構造」, 『流通情報』9月号, 2005年, pp. 22-32。
 30. 小林二三夫「ビジネスモデルの違いに見る地域対応の必然」, 『販売革新』11月, 2015年, pp. 64-65。
 31. 清水良部「地域ブランド育成におけるマーケティングの実践」, 『名古屋学院大学論集』第44巻第1号, 2007年, pp. 33-45。
 32. 社団法人食品需給研究センター『食品企業財務動向調査報告書』, 2010年。
 33. 住谷宏著『利益重視のマーケティング戦略』, 同文館, 2000年。
 34. 崔相鐵、石井淳蔵著『流通チャネルの再編』, 中央経済社, 2009年。
 35. 崔相鐵「日本におけるチャネル研究の空白ゾーン-流通系列化と製販同盟の挟間」, 『マーケティング・ジャーナル』第31号(1), 2013年, pp. 4-18。
 36. 田村正紀著『セブンイレブンの足跡』, 千倉書房, 2014年。
 37. 田村正紀著『リサーチ・デザイン』, 白桃書房, 2006年。
 38. 為広吉弘「プライベート・ブランドに対する消費者の評価について-商品カテゴリー別の購入状況と売場の評価」, 『流通情報』第480号, 2009年, pp. 15-21。

39. 坪井明彦 「地域ブランド構築の動向と課題」, 『地域政策研究』第 8 卷第 3 号, 2006 年, pp. 189-199。
40. 陶山計介・後藤こず恵・大田謙一郎 「PB ロイヤルティ構造の日英米比較」, 『流通研究』第 11 卷第 2 号, 2008 年, pp. 55-69。
41. 「特集・PB 商品の裏側」, 『週刊東洋経済』, 2012 年 12 月 22 日号, pp. 36-67。
42. 富永朋信 「スーパーマーケットのブランド構築に関する一考察」, 『流通情報』第 520 号, 2016 年, pp. 40-46。
43. 中村博 a 「プライベート・ブランドの成長戦略」, 『流通情報』第 475 号, 2009 年, pp. 16-24。
44. 中村博 b 「PB シェア増加に対する NB の対応戦略」, 『流通情報』第 480 号, 2009 年, pp. 27-35。
45. 中村博 a 「セブンプレミアムのブランド強化——株式会社セブン・イレブン・ジャパン取締役常務執行役員鎌田靖氏に対するインタビュー調査」, 『流通情報』第 514 号, 2015 年, pp. 77-86。
46. 中村博 b 「プライベート・ブランドは小売業のプライド・ブランド——株式会社ヨークベニマル代表取締役社長高田善興氏に対するインタビュー調査」, 『流通情報』第 514 号, 2015 年, pp. 55-63。
47. 中村博 c 「プライベート・ブランドの現状と論点」, 『流通情報』第 514 号, 2015 年, pp. 6-19。
48. 中嶋聞多 「地域ブランド学序説」, 『地域ブランド研究』第 1 号, 2005 年, pp. 33-49。
49. 中嶋聞多 「企業と地域ブランド戦略」, 『地域ブランド研究』第 4 号, 2008 年, pp. 25-46。
50. 生田孝史・湯川抗・濱崎博 「地域ブランド関連施策の現状と課題—都道府県・政令指定都市の取り組み」, 『富士通総研 (FRI) 経済研究所研究レポート NO.251』, 2006 年。
51. 日本経済新聞編 『PB 「格安、高品質」 競争の最前線』, 2009 年。

52. 二村宏志「地域ブランドを創る—高岡市(富山県)の伝統工芸」,『日経グローバル』、第1号、2004年、pp.37-41。
53. 根本重之著『プライベート・ブランド NB と PB の競争戦略』, 中央経済社, 1995年。
54. 根本重之「プライベート・ブランドのリスクに関する検討」,『流通情報』第480号, 2009年, pp.42-54。
55. 野口智雄著『価格破壊時代のPB戦略』, 日本経済新聞社, 1995年。
56. 林靖人・中嶋聞多「地域ブランド研究における研究領域構造の分析: 論文書誌情報データベースを活用した定量分析の試み」,『人文科学論集人間情報学科編』第43号, 2009年, pp.87-109。
57. 藤野香織著『PB商品』, 同文館, 2009年。
58. 藤本隆宏・新宅順次郎・粕谷誠『リサーチ・マインド 経営学研究法』, 有斐閣アルマ, 2005年。
59. 松井温文・岡田一範「プライベート・ブランド商品の概念」,『追手門経営論集』第20号(2), 2014年, pp.147-161。
60. 丸山雅祥・南川和充「流通チャネルの選択と製品競争」,『流通研究』第3号(1), 2000年, pp.1-21。
61. 水野清文「食品関連企業の戦略的展望—プライベート・ブランド商品戦略の課題克服と新たな企業形態の広がり」,『日本産業経済学会産業経済研究』第11号, 2011年, pp.125-138。
62. 水野清文 a「セブン&アイ HLDGS. にみる価値訴求商品の追求」,『経研会紀要』第16巻, 2010年, pp.23-29。
63. 水野清文 b「食品関連企業にみる製販連携の広がり」,『経研会紀要』, 第16巻, 2010年, pp.125-138。

64. 宮下雄治「日本における PB 商品の開発動向と発展可能性」,『城西国際大学紀要』第 19 号(1), 2011 年, pp.117-135.
65. 矢野尚幸「消費者行動で見る PB 動向」,『流通情報』, 2009 年, pp.33-38.
66. 矢作敏行「PB 戦略の枠組と展開」,『法政大学産業情報センター紀要』第 5 号, 1996 年, pp.3-13.
67. 矢作敏行『コンビニエンス・ストア・システムの革新性』, 日本経済新聞社, 1994 年。
68. 矢作敏行『現代流通』, 有斐閣アルマ, 1996 年。
69. 矢作敏行『欧州の小売りイノベーション』, 白桃書房, 2000 年。
70. 矢作敏行 a「NB と PB-2 つのブランドの歴史の素描」,『経営志林』第 50 巻 1 号, 2013 年, pp.15-33.
71. 矢作敏行 b「プライベート・ブランド戦略の基本論点」,『経営志林』第 50 巻 3 号, 2013 年, pp.15-30.
72. 矢作敏行『デュアル・ブランド戦略』, 有斐閣, 2014 年。
73. 矢作敏行「個店経営はチェーンストアを否定するものではなく、その進化形である」,『販売革新』11 月号, 2015 年, pp.67-69.
74. 山崎泰弘「消費者の食品・日用品における小売業態使い分けの研究」,『流通情報』第 520 号, 2016 年, pp.6-13.
75. 和田充夫著『ブランド・ロイヤルティ・マネジメント』, 同文館, 1984 年。
76. 綿貫真也・川村晃司「量販店自社開発商品(プライベート・ブランド)の“ブランド性”に関する実証的検討」,『マーケティングジャーナル』第 34 号(4), 2015 年, pp.102-123.

行政・企業からの情報：

1. 内閣官房に事務局を置く知的財産戦略本部のコンテンツ専門調査会に設置した日本ブランド・ワーキンググループの第1回会合の報告資料（2004年）
<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/tyousakai/contents/brand1/041124gijisidai.html>
2. 中小企業基盤整備機構（2005年）『地域ブランドマニュアル』, 地域ブランドフォーラム参考資料 http://tiiki.jp/column/brand_manual/manual.html
3. コンビニ大手3社の情報源：公式HPのニュースリリース：
セブンイレブン：http://www.sej.co.jp/company/news_release/news/index.html
ローソン：<http://www.lawson.co.jp/company/news/>
ファミリーマート：http://www.family.co.jp/company/news_releases/2017.html

謝辞

本研究を遂行し学位論文をまとめるにあたり、多くの御支援と御指導を賜りました。ここに深く感謝の意を申し上げます。

学部から研究活動全般にわたり格別なる御指導と御高配を賜りました小樽商科大学商学科の伊藤一教授に甚大なる謝意を表します。長年にわたる先生の御指導を賜ることにより研究が進展し、学位論文を完成することができたことを心より感謝いたします。また、本研究を進めるにあたり、貴重な御指摘及び御助言を賜りました同大学商学科の平沢尚毅教授に心より感謝申し上げます。さらに、併せて御助言をいただきました論文の審査員である同大学商学科の穴沢眞教授及び同大学大学院商学研究科のプラート・カロラス教授に感謝しております。

シソーラスの客観性を確認する作業にご協力をいただいた日本人の友達と先輩に心から感謝いたします。

最後に、長年にわたって、日本での留学生生活を温かく見守り、そして辛抱強く支えて下さった妻と両親に対して深い謝意を表し、謝辞といたします。

付録1 セブンイレブンのニュースリリースから収集した記事のリスト

- (1) 2006. 2. 27 釧路地区発祥の洋食「スパカツ (ミートスパゲティカツ)」を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2006/022702.pdf
- (2) 2006. 6. 23 苫小牧発祥「カレーラーメン」を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2006/062301.pdf
- (3) 2006. 7. 28 北海道産 100%の牛乳を使用した商品を順次発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2006/072801.pdf
- (4) 2006. 8. 7 北海道産ハスカップを 100%使用：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2006/080701.pdf
- (5) 2006. 8. 31 網走支庁公認「オホーツクフェア」を開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2006/083102.pdf
- (6) 2006. 9. 15 「らーめんてつや」を北海道限定発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2006/091501.pdf
- (7) 2006. 10. 24 網走支庁公認「オホーツクフェア」第2弾：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2006/102401.pdf
- (8) 2007. 2. 2 「十勝フェア」を開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2007/020201.pdf
- (9) 2007. 11. 9 「オホーツクフェア」を北海道限定開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2007/110902.pdf
- (10) 2008. 1. 21 北海道地区限定『週末よしもとフェア』おススメ商品：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/012101.pdf
- (11) 2008. 3. 18 直巻おむすび炭火焼室蘭風焼鳥 (豚精)：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/031804.pdf
- (12) 2008. 4. 30 洞爺湖サミット弁当第一弾を発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/043003.pdf
- (13) 2008. 7. 24 北海道のうまいもの弁当：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/072401.pdf
- (14) 2008. 8. 28 根室地区初出店記念!“はばまい昆布八方つゆ”を初めて使用：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/082802.pdf
- (15) 2008. 9. 8 地元で馴染みの牛乳“函館 3.8 牛乳”を初めて使用しました：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/090802.pdf
- (16) 2008. 10. 7 地元で馴染みの牛乳“十勝よつ葉牛乳”を使用：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/100701.pdf
- (17) 2008. 11. 12 地元で馴染みの牛乳“特選北海道根釧牛乳”を使用しました：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/111202.pdf
- (18) 2008. 12. 17 JA ふらの製造“富良野ソース”を使用：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/121701.pdf
- (19) 2009. 1. 19 網走支庁と連携「オホーツクフェア」開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/011903.pdf

- (20) 2009.2.16 道内限定「地産地消」の取り組み 第二弾：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/021603.pdf
- (21) 2009.2.16 濃厚函館 4.0 牛乳をつかったシュー：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/021602.pdf
- (22) 2009.2.25 留萌千望高等学校との共同開発商品：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/022501.pdf
- (23) 2009.3.2 十勝牛乳を使ったちぎりパン：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/030201.pdf
- (24) 2009.3.16 道内限定「地産地消」の取組み 第三弾：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/031601.pdf
- (25) 2009.4.27 ふらの牛乳をつかったムースシュー：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/042702.pdf
- (26) 2009.4.30 北海道各地のこだわりの牛乳を使用した：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/043006.pdf
- (27) 2009.5.18 今話題のご当地メニュー“富良野オムカレー”が登場：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/051802.pdf
- (28) 2009.6.12 天使☆のお弁当（天使大学監修食育弁当）：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/061202.pdf
- (29) 2009.6.17 地元で馴染み深い牛乳“倉島牧場牛乳”を初めて使用：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/061705.pdf
- (30) 2009.6.19 オロロン（留萌～稚内）の味わいを楽しむ「留萌フェア」開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/061901.pdf
- (31) 2009.7.17 函館の銘店「五島軒」とタイアップした商品が大集合：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/071701.pdf
- (32) 2009.8.5 オホーツクあばしり牛乳のミルク&カフェオレシュー：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/080501.pdf
- (33) 2009.8.18 松前・函館へ行こうフェア：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/081801.pdf
- (34) 2009.9.10 地元で馴染み深い牛乳“まちむら農場の特選牛乳”を初めて使用：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/091001.pdf
- (35) 2009.9.11 「さっぽろ 純 連」監修のチルドカップ麺を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/091101.pdf
- (36) 2009.10.16 「らーめん山頭火」監修のチルドカップ麺を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/101601.pdf
- (37) 2009.10.19 「さっぽろ純連」監修のおむすび を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/101901.pdf
- (38) 2009.10.24 札幌市円山動物園キリン“ナナコ”のお披露目を記念して：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/102401.pdf
- (39) 2009.11.13 『ナナコ』第2弾商品を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/111303.pdf
- (40) 2010.1.8 らっきょ大サーカス名物 おこげでスープカレー：

http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/010802.pdf
(41) 2010.2.3 北海道・オホーツク冬のフェア：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/020301.pdf
(42) 2010.3.19 上川町の名産「溪谷・味豚」等、上川の食材が大集合：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/031902.pdf
(43) 2010.4.12 北海道各地のこだわりの牛乳を使用：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/041201.pdf
(44) 2010.5.12 北十勝フェア：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/051202.pdf
(45) 2010.5.14 らーめんてつや 正油ラーメン：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/051401.pdf
(46) 2010.6.18 伊達フェア：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2010/061801.pdf
(47) 2010.7.16 湧別・オホーツクフェア：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2010/071604.pdf
(48) 2010.8.5 花畑牧場とセブン-イレブンが初の共同開発：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2010/080501.pdf
(49) 2010.8.19 期間限定！「日高フェア」開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2010/010819.pdf
(50) 2010.9.17 空知総合振興局と初の連携！『空知フェア』開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2010/091701.pdf
(51) 2011.6.2 上川総合振興局『カムイミンタラフェア』：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2011/2011060202.pdf
(52) 2011.7.5 うまいべっ！渡島フェア：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2011/2011070501.pdf
(53) 2011.9.1 まるごとくっちゃろ！釧路フェア：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2011/2011090101.pdf
(54) 2011.11.22 北海道の食を応援 どさんこ弁当：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2011/2011112201.pdf
(55) 2012.1.13 「こだわり米の塩むすび」「こだわりおむすび」：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2012011301.pdf
(56) 2012.5.1 北海道内のセブン-イレブンの米飯等を全て北海道米への切り替え
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2012050102.pdf
(57) 2012.5.16 釧路総合振興局管内の牛肉を具材にした北海道産米のおにぎり：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2012051601.pdf
(58) 2012.9.12 セブン-イレブン初！おむすびに「函館産真いか」を使用：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2012091201.pdf
(59) 2012.12.3 北海道の「食」を応援した商品を新発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2012120301.pdf
(60) 2013.7.2 『いぶ ONE』胆振フェアを開催：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2013070202.pdf

- (61) 2013. 9. 17 上川総合振興局管内の原材料「キッコーニホン」の醤油を初めて：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material/_localhost/pdf/2011/2013091701.pdf
- (62) 2013. 11. 18 オホーツクフェア：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material/_localhost/pdf/2011/2013111801.pdf
- (63) 2014. 12. 17 年末年始限定！“パーティーサイズスイーツ”：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material/_localhost/pdf/2011/2014121701.pdf
- (64) 2015. 1. 6 北海道米を使用したおにぎりを新発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material/_localhost/pdf/2011/20150106omusubi.pdf
- (65) 2015. 1. 28 さっぽろ雪まつり応援フェア：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material/_localhost/pdf/2011/2015012801.pdf
- (66) 2015. 4. 23 『北海道産小麦』を使用した商品を新発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material/_localhost/pdf/2011/20150423dousankomugi.pdf
- (67) 2015. 5. 28 「YOSAKOI ソーラン祭りフェア」を開催：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material/_localhost/pdf/2011/2015052801.pdf
- (68) 2015. 8. 18 道産野菜を使ったチルド弁当を新発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material/_localhost/pdf/2011/2015081801.pdf
- (69) 2015. 10. 20 『やわらかジンギスカン丼』を新発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material/_localhost/pdf/2011/2015102001.pdf
- (70) 2015. 11. 26 “札幌市事業者等による見守り事業に関する協定” 締結記念：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material/_localhost/pdf/2011/2015112601.pdf
- (71) 2016. 2. 3 さっぽろ雪まつりフェア：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material/_localhost/pdf/2011/20160203sapporo.pdf
- (72) 2016. 3. 17 北海道新幹線開業 旨いもの巡りフェア：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material/_files/000/000/016/425/2016031701.pdf
- (73) 2016. 4. 22 函館市包括協定締結記念商品：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material/_files/000/000/016/744/16042201.pdf
- (74) 2016. 5. 27 YOSAKOI ソーラン祭りフェア：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material/_files/000/000/017/078/yosakoimaturi.pdf
- (75) 2006. 10. 3 『栗おこわ』を長野・山梨地区限定発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2006/100301.pdf
- (76) 2006. 10. 26 信州産巨峰シュー：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2006/102601.pdf
- (77) 2007. 1. 16 長野県産ふじりんごのデニッシュ：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2007/011602.pdf
- (78) 2007. 1. 12 信州酒粕味噌ラーメン：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2007/011201.pdf
- (79) 2007. 5. 7 長野県産アスパラガスを使用した商品 新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2007/050701.pdf
- (80) 2007. 8. 6 千曲産“あんず”を使用した商品を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2007/080601.pdf
- (81) 2007. 9. 14 行楽におすすめ！「秋の彩り幕の内」新発売：

http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2007/091401.pdf
(82) 2007. 11. 16 信州道楽フェア :

http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2007/111602.pdf
(83) 2008. 4. 23 つらなる つながる 信州フェア :

http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2008/042301.pdf
(84) 2008. 6. 4 蕎麦つゆ仕立ての漬物 :

http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2008/060401.pdf
(85) 2008. 7. 7 信州ポークの豚めし :

http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2008/070702.pdf
(86) 2008. 8. 13 信州アルプス牛の牛めし :

http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2008/081301.pdf
(87) 2008. 9. 22 信州麺バトル! そば vs らーめん大決戦 :

http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2008/092201.pdf
(88) 2008. 10. 31 搾りたてぶどうのちぎりパン :

http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2008/103101.pdf
(89) 2008. 11. 11 松本の人気ラーメン店とのコラボレーション :

http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2008/111101.pdf
(90) 2008. 11. 11 秋の信州うまいものフェア :

http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2008/111201.pdf
(91) 2009. 1. 13 “地域のブランド食材”を使用した恵方巻 :

http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2009/011302.pdf
(92) 2009. 1. 19 梓川倭で作ったクリームチーズのシュークリーム :

http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/011901.pdf
(93) 2009. 3. 13 駒ヶ根ソースかつ丼会公認 ソースかつ重 :

http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/031301.pdf
(94) 2009. 4. 2 七年に一度の御開帳記念商品を発売 :

http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/040201.pdf
(95) 2009. 4. 14 長野県で初の銘柄鶏を使用したお弁当 :

http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/041401.pdf
(96) 2009. 4. 28 松本の名店『寸八らあめん』商品を2品発売 :

http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/042801.pdf
(97) 2009. 4. 30 手巻おにぎり 戸隠大根味噌漬 :

http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/043003.pdf
(98) 2009. 5. 26 「こころをと・か・すプロジェクト」連動商品を新発売 :

http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/052201.pdf
(99) 2009. 6. 15 信州素材を使ったソースのボロネーゼ :

http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/061502.pdf
(100) 2009. 6. 24 N A M S A N 南山 監修炭火焼肉重 :

http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/062401.pdf
(101) 2009. 8. 21 セブン-イレブン・ジャパン 新しい環境への取り組み :

http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/082101.pdf

- (102) 2009. 11. 4 信州きのこマイスター監修 きのこづくし弁当：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/110402.pdf
- (103) 2010. 3. 26 コンビニでもマイバッグキャンペーン：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/032601.pdf
- (104) 2010. 3. 29 七年に一度の大祭「御柱祭」に合わせて新商品を発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/032901.pdf
- (105) 2010. 4. 23 「信州ラーメン四天王」監修 冷しつけ麺：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/042301.pdf
- (106) 2010. 4. 27 味地（産地消）を食べようフェア：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/042701.pdf
- (107) 2010. 9. 30 信州を食べようフェア：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2010/093003.pdf
- (108) 20101026 伝統ある赤味噌を使った信州佐久のご当地ラーメン：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2010/20101026.pdf
- (109) 2012. 11. 20 未知を歩こう。信州おいしいフェア：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2012112001.pdf
- (110) 2013. 3. 12 長野県上田市のご当地メニュー：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2013031201.pdf
- (111) 20130731 松本山雅応援！信州産ブルーベリーの杏仁：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2013073101.pdf
- (112) 2014. 6. 2 信州産ロメインレタスのシーザーサラダ：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2014060201.pdf
- (113) 2014. 6. 23 松本山雅応援!!キャンペーン商品 3 品を発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2014062301.pdf
- (114) 2014. 9. 12 長野県・山梨県限定 “秋の味覚！きのこフェア”：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2014091203.pdf
- (115) 2014. 10. 30 信州ACE弁当（長野県産コシヒカリ使用）：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2014103001.pdf
- (116) 2014. 11. 21 長野県内のセブン-イレブンのお弁当やおにぎり
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2014112101.pdf
- (117) 2015. 5. 8 『信州ACE弁当』“第2弾”：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2015050802.pdf
- (118) 2015. 9. 8 長野県 オリジナルのひやおろしシリーズ発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2015050802.pdf
- (119) 20160509 「信州産アスパラ」を使用したスパゲティ・サラダ・惣菜を新発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/files/000/000/016/932/2016050901.pdf
- (120) 20160602 旬の“信州産レタス”を使用したサラダ・サンドイッチ 18 品：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/files/000/000/017/148/2016060201.pdf
- (121) 20160721 信州ACEカレー：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/files/000/000/017/539/16072101.pdf
- (122) 2006. 6. 25 しらすフェア：

http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2008/062502.pdf
(123) 2006. 9. 15 静岡県産 “クラウンメロン” を使用：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2006/091502.pdf
(124) 2006. 10. 16 クラウンメロンシュークリーム：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2006/101602.pdf
(125) 2007. 4. 6 静岡県産 紅ほっぺのいちごサンド：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2007/040601.pdf
(126) 2007. 4. 26 駿河湾産桜海老のかき揚げ蕎麦：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2007/042601.pdf
(127) 2007. 6. 22 静岡県内限定『駿河湾産しらすの御飯』を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2007/062201.pdf
(128) 2007. 8. 3 今が旬！ “伊豆産わさび茎” を使用：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2007/080301.pdf
(129) 2007. 9. 21 駿河湾より海の幸たっぷりの御飯をお届けします：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2007/092101.pdf
(130) 2007. 12. 6 駿河湾産桜海老のかき揚げ蕎麦：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2007/120601.pdf
(131) 2008. 1. 11 静岡県産 紅ほっぺのいちごサンド：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2008/011101.pdf
(132) 2008. 8. 11 太陽の恵みをたっぷり受けた “伊豆産ニューサマーオレンジ”：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2008/081101.pdf
(133) 2008. 10. 1 静岡県食育応援幕の内：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2008/100101.pdf
(134) 2008. 11. 10 美味しい静岡フェア：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2008/111001.pdf
(135) 2008. 12. 19 飛騨牛の牛めし：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2008/121901.pdf
(136) 2009. 1. 22 大好き！静岡！うまいものフェア：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/012201.pdf
(137) 2009. 3. 18 丹那牛乳で作ったミルクシュー：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/031801.pdf
(138) 2009. 4. 30 桜海老フェア：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/043002.pdf
(139) 2009. 5. 28 富士山静岡空港開港記念！九州フェア」：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/052801.pdf
(140) 2009. 6. 11 「静岡県」「静岡県立大学」と共同開発：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/061103.pdf
(141) 2009. 6. 23 富士山静岡空港開港記念：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/062302.pdf
(142) 2009. 11. 5 「松福」監修のチルドカップ麺：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/110501.pdf

- (143) 2010. 1. 13 静岡県産の「紅ほっぺのいちごサンド」を新発売
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/011301.pdf
- (144) 2010. 3. 17 伊豆産牛を使ったお弁当と丹那牛乳&紅ほっぺのシュークリームを発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/031701.pdf
- (145) 2010. 4. 16 『静岡県 ふじのくに地産地消フェア』を開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/041601.pdf
- (146) 2010. 5. 10 松福」監修 冷しつけ麺・チャーハンを新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/051002.pdf
- (147) 2010. 6. 17 セブン-イレブンは静岡県の食育を応援します：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2010/061701.pdf
- (148) 2010. 7. 16 静岡県・藤枝市の人気ラーメン店「伊駄天」監修
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2010/071605.pdf
- (149) 2010. 8. 16 まかないチャーシュー丼を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2010/081601.pdf
- (150) 2010. 9. 13 カウンターフライヤー商品「みしまコロッケ」の販売について：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2010/091301.pdf
- (151) 2013. 6. 24 静岡県浜松市の小学校・中学校給食の定番メニューを商品化：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2013062401.pdf
- (152) 2013. 10. 29 静岡県三島市のご当地メニュー：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2013102901.pdf
- (153) 2014. 3. 17 三島市特産『三島甘藷』を使用した：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2014031701.pdf
- (154) 2014. 6. 30 静岡県浜松市の給食の定番メニューを商品化：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2014063001.pdf
- (155) 2014. 10. 28 静岡県産じゃがいもを使用した揚げ物惣菜：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2014102801.pdf
- (156) 2015. 3. 16 三島市特産『三島甘藷』を使用したタルトとパンを新発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/15031601.pdf
- (157) 2016. 3. 10 三島市特産『三島甘藷』を使用したオリジナルのデザートとパン：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/20160310_RE.pdf
- (158) 2007. 10. 26 旬を迎える新潟県産“きのこ”をたっぷり使用：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2007/102601.pdf
- (159) 2008. 6. 9 津南町産アスパラガスを使用した商品が勢ぞろい：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/060901.pdf
- (160) 2008. 8. 21 うまさぎっしり新潟フェア：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/082101.pdf
- (161) 2008. 9. 30 直巻おむすび新潟県産コシヒカリの藤五郎梅：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/093001.pdf
- (162) 2008. 11. 26 うまさぎっしり新潟フェア第2弾：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/112601.pdf
- (163) 2008. 12. 26 地元の武将「直江兼続」ゆかりのメニューを商品化：

http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2008/122602.pdf
(164) 2009. 2. 2 日本スキー発祥の地 上越の味スキー汁うどん：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/020201.pdf
(165) 2009. 2. 16 トキめき新潟国体応援フェア：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/021601.pdf
(166) 2009. 2. 24 三条名物 カレーラーメン：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/022401.pdf
(167) 2009. 5. 29 セブン-イレブン発 三条の冷しカレーラーメン：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/052901.pdf
(168) 2009. 5. 29 産官学の取組みに基づき新潟医療福祉大学の学生さんと弁当：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/052902.pdf
(169) 2009. 6. 16 新潟県産米粉を使用したデザートとパンを発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/061601.pdf
(170) 2009. 9. 17 新潟県産牛 炭火炙り焼肉の棒寿司：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/091706.pdf
(171) 2009. 9. 25 トキめき新潟国体応援フェア：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/092503.pdf
(172) 2009. 10. 26 三条名物 カレーラーメン～第二章：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/102601.pdf
(173) 2009. 11. 26 うまさぎっしり新潟の味フェア：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/112601.pdf
(174) 2010. 2. 5 「ラーメン亭 孔明」つけ麺（あつもり）新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/020501.pdf
(175) 2010. 3. 15 長岡名物洋風カツ弁当：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/031501.pdf
(176) 2010. 4. 27 越後姫の“サンドイッチ”と“デザート”を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/042702.pdf
(177) 2010. 5. 5 新潟県産のもち米『こがねもち』を100%使用したおこわ：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/050501.pdf
(178) 2010. 5. 10 『ラーメン亭 孔明』監修 冷しつけ麺：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/051004.pdf
(179) 2010. 7. 2 新潟県三条市名物 カレーラーメン部会による初監修：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2010/070202.pdf
(180) 2010. 7. 16 「フェニックス」応援商品を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2010/071602.pdf
(181) 2010. 8. 23 ご当地牛乳塚田牛乳を使用したデザート：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2010/082301.pdf
(182) 2010. 9. 30 新潟県燕市の名店「らーめん処 潤」×セブン-イレブンのコラボ：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2010/093001.pdf
(183) 2010. 11. 4 手巻 野沢菜わさび（新潟県産コシヒカリ使用）：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2010/2010110401.pdf

- (184) 2011. 1. 24 新潟県産米粉を使ったパン：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2011/2011012402.pdf
- (185) 2011. 6. 20 ヤスダヨーグルトを使ったヨーグルト風味のシュークリーム：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2011/2011062001.pdf
- (186) 2011. 10. 26 こだわり米の塩むすび わさびの海苔佃煮：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2011/2011102601.pdf
- (187) 2012. 5. 10 [新潟市限定]『野菜入りミルフィーユカツ弁当』を新発売：
http://www.sej.co.jp/company/news_release/news/2012.html
- (188) 2013/05/09[新潟市限定]『野菜入り肉巻き弁当』を発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2012051001.pdf
- (189) 2015/05/22[新潟限定]お弁当やおにぎり等に『新潟県産米使用』マークを表示：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2012051001.pdf
- (190) 2016/08/19 新潟県と高齢者等の見守り・支援に関する協定締結記念商品を発売：
http://www.sej.co.jp/company/news_release/news/2016.html
- (191) 2006/11/28-栃木県との初の取り組み！「とちぎ健康 21 協力店」に参加：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2006/112801.pdf
- (192) 2007/04/11-栃木県との取り組み弁当 第2弾：
http://www.sej.co.jp/company/news_release/news/2007.html
- (193) 2007/06/07 加工肉「那須の高原豚」シリーズ発売：
http://www.sej.co.jp/company/news_release/news/2007.html
- (194) 2007/06/14-栃木県との「食育」の取り組み：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2006/112801.pdf
- (195) 2007/08/10 栃木県産いちご“とちおとめ”を使用
http://www.sej.co.jp/company/news_release/news/2007.html
- (196) 2007/12/07-栃木県『炭火で焼いた那須の高原豚カルビ重』新発売
http://www.sej.co.jp/company/news_release/news/2007.html
- (197) 2008/02/07-栃木県との地域活性化包括協定締結記念 第1弾-
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2006/112801.pdf
- (198) 2008/03/19 地元の味“ソース味の商品”5アイテムを3/18(火)より一斉発売
http://www.sej.co.jp/company/news_release/news/2008.html
- (199) 2008/06/18 - 栃木県との地域活性化包括連携協定記念 第2弾：
http://www.sej.co.jp/company/news_release/news/2008.html
- (200) 2008/06/23 栃木県日光市独鈷沢(とっこざわ)のわさびの葉・茎を初めて使用：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/062301.pdf
- (201) 2008/10/24 - 栃木県との地域活性化包括連携協定記念 第3弾：
http://www.sej.co.jp/company/news_release/news/2008.html
- (202) 2009/02/18[佐野市・足利市限定]『かき菜フェア』実施：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/021801.pdf
- (203) 2009/03/18[足利市限定]第2回『足利ソース祭り』を開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/031803.pdf
- (204) 2009/04/08[栃木(一部)限定]「とちぎ娘が作ったうまいもの弁当」を新発売：

http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/040801.pdf
(205) 2009/06/17[栃木(一部地区)限定]「とちぎ健康づくり応援弁当」を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/061704.pdf
(206) 2009/07/09[栃木]『那須だいすき牛乳で作ったミルクムースシュー』新発売
http://www.sej.co.jp/company/news_release/news/2009.html
(207) 2009/07/09[栃木(一部)限定]『手巻おにぎり 日光わさび海苔』新発売
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/070903.pdf
(208) 2009/11/06[栃木限定]『大好き とちぎ弁当』新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/110601.pdf
(209) 2010/03/12 [栃木]「とちおとめのミルクムースシュー・ロールケーキ」を発売
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/031201.pdf
(210) 2010/03/17 [栃木(一部地区)限定]第3回「足利ソース祭り」を開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/031702.pdf
(211) 2010/03/25 [栃木(一部地区)限定]「新生・栃木市」フェア開催
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/032501.pdf
(212) 2010/07/20 [栃木(一部地区)限定]『手巻おにぎり 日光わさび海苔』新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2010/062001.pdf
(213) 2012/10/24[宇都宮限定]『宇都宮餃子会監修！自家製焼餃子W弁当』を新発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2012102401.pdf
(214) 2008/03/19 カレーの街よこすか推進委員会認定“よこすか海軍カレー”を使用
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/031901.pdf
(215) 2008/04/24 “よこすか海軍カレー”商品が続々登場：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/042403.pdf
(216) 2008/05/08 セブーン-イレブン×横浜ベイスターズのコラボ商品：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/050802.pdf
(217) 2008/11/06－藤沢市との地域活性化包括協定締結記念 第1弾：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/110601.pdf
(218) 2009/01/26[神奈川限定]『「きんたろう牛乳」をつかったシュー』新発売
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/012601.pdf
(219) 2009/02/19[横浜市限定]『見つけよう！横浜 横濱開港150周年フェア』開催
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/021902.pdf
(220) 2009/04/06[神奈川限定]「横浜ベイスターズ応援キャンペーン」を実施：
http://www.sej.co.jp/company/news_release/news/2009.html
(221) 2009/05/18 セ・パ交流戦チケット ペア招待券をプレゼント：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/051803.pdf
(222) 2009/08/26[相模原市内限定]『チェンジ！！さがみはらフェア』開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/082602.pdf
(223) 2009/09/17[川崎市内限定]『かわさきいいな。フェア』開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/091704.pdf
(224) 2009/11/06[厚木市限定]『あつぎ元気！！フェア』を開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/110604.pdf

- (225) 2009/01/26[神奈川県限定]『「きんたろう牛乳」をつかったシュー』新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/012601.pdf
- (226) 2011/07/28 [神奈川県限定]「神奈川県うまいものフェア」を開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2011/2011072810.pdf
- (227) 2012/06/14 横浜市との『地域活性化包括連携協定』締結記念商品を発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2012061405.pdf
- (228) 2012/07/30[神奈川県限定]『神奈川県うまいものフェア』を開催：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2012073002.pdf
- (229) 2013/06/19[神奈川県限定]『神奈川県 応援商品』第1弾を発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2013061901.pdf
- (230) 2013/08/19[神奈川県限定]『神奈川県 応援商品』第3弾を発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2013081901.pdf
- (231) 2014/09/19[神奈川県限定]『神奈川県応援商品』第1弾を期間限定発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2014091901.pdf
- (232) 2014/11/19[神奈川県限定]『神奈川県応援商品』第2弾を期間限定発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2014111901.pdf
- (233) 2015/06/22[川崎市限定]『川崎フロンターレ応援商品』を期間限定で発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2015062202.pdf
- (234) 2015/09/17【神奈川県限定】「神奈川県応援商品」第1弾を発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/20150917kanagawa.pdf
- (235) 2015/11/19 神奈川県との“連携と協力に関する包括協定”4周年記念：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/20151119.pdf
- (236) 2008/01/28 久慈浜港で水揚げされた“久慈浜しらす”を初めて使用：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/012801.pdf
- (237) 2008/03/31 茨城県久慈漁港で水揚げされた“さくらダコ”を使用：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/033101.pdf
- (238) 2008/04/24-茨城県との地域活性化包括連携協定締結記念 第1弾：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/042402.pdf
- (239) 2008/06/18 - 茨城県との地域活性化包括連携協定記念 第2弾：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/061801.pdf
- (240) 2008/08/18 地元“那珂湊港水揚げの鰹”を使用した商品：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/081801.pdf
- (241) 2008/10/16 - 茨城県との地域活性化包括連携協定記念 第3弾：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/101601.pdf
- (242) 2009/03/30[茨城限定]“さくらダコ”を使ったおむすび・御飯を発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/033001.pdf
- (243) 2009/04/09[茨城(一部)限定]「おあがりなんしょ！茨城の恵み弁当」を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/040902.pdf
- (244) 2009/04/30[茨城(一部)限定]うどんと蕎麦の「合い盛り」新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/043004.pdf
- (245) 2009/06/17[茨城限定]「おあがりなんしょ！茨城の恵み弁当」を新発売：

http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/061703.pdf
(246) 2009/07/03[茨城/栃木限定]『ほこまるメロンパン』新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/070302.pdf
(247) 2009/08/20[茨城(一部地区)限定]『韓国家庭の味フェア』を開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/082001.pdf
(248) 2009/10/14[茨城(一部地区)限定]『古河の七福カレーめん』新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/101401.pdf
(249) 2009/11/20[茨城(一部)限定]『こがねちゃんのさつま芋御飯おむすび』新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/112001.pdf
(250) 2010/04/26 [茨城(一部地区)限定]「キングポークの炭火焼ロース丼」新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/042601.pdf
(251) 2010/05/10 [栃木・茨城限定]「手巻おにぎり 大葉味噌」新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/051001.pdf
(252) 2010/06/07 [茨城限定]「いばらきメロンフェア」を開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/060702.pdf
(253) 2010/09/27 [茨城限定]「水戸ホーリーホック」キャンペーン：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2010/092701.pdf
(254) 2010/11/02 [茨城]『麵堂稲葉監修 つけ麵(鶏白湯魚介塩つけだれ)』を発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2010/2010110201.pdf
(255) 2011/02/14 [茨城]『茨城県産ブルーベリーのデニッシュ』を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2011/2011021401.pdf
(256) 2013/04/11 「茨城県×セブン-イレブンうまいもんどころ応援フェア」を実施：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2013041101.pdf
(257) 2016/05/30 【茨城県】「オトメメロンのメロンパン」を発売
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/files/000/000/017/100/otomemeronnmeronpannn.pdf
(258) 2008/11/17 地元群馬県産の豚肉を初めて使用しました：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/111702.pdf
(259) 2009/02/12[前橋地区限定]「TONTON(トントンのまち まえばし)」：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/021202.pdf
(260) 2009/03/18[群馬県限定]『はばたけ上州フェア』を開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/031804.pdf
(261) 2009/04/30[群馬(一部)限定]「TONTONのまち まえばし」商品を発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/043005.pdf
(262) 2009/06/30[群馬(一部)限定]『桐生名物 生ひもかわ(2食入り)』を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/063001.pdf
(263) 2009/06/30[群馬(一部)限定]『榛名牛乳』を使用したパンとデザートを発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/063002.pdf
(264) 2009/08/25[群馬限定]『伊勢崎の味 もんじゃ焼き(カレー&イチゴ)』新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/082502.pdf
(265) 2009/08/26[群馬限定]“ご当地ソースかつ丼”を2品新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/082604.pdf

- (266) 2009/09/17[群馬限定]「上州牛 炭火炙り焼肉の棒寿司」新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/091705.pdf
- (267) 2009/10/04[群馬限定]「富岡製糸場と絹産業遺産群」応援フェア』を開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/100401.pdf
- (268) 2009/11/06[群馬限定]『お楽しみ！ぐんまちゃん弁当』新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/110602.pdf
- (269) 2010/01/08 [群馬(一部地区)限定]『分福茶釜の釜玉うどん』を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/010801.pdf
- (270) 2010/04/22 [群馬限定]館林市限定「釜玉うどん」と「シュークリーム」を発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/042201.pdf
- (271) 2010/07/02 [群馬限定]「プレ群馬デスティネーションキャンペーン」を応援：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2010/070201.pdf
- (272) 2010/11/25 [群馬(一部地区)限定]『桐生の味ポテト入り焼そば』新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2010/2010112501.pdf
- (273) 2010/12/27 [群馬(一部地区)限定]『群馬県産りんごのアップルパイ』を発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2010/2010122701.pdf
- (274) 2013/04/25[群馬一部地区限定]『分福茶釜の冷し釜玉うどん』を発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2013042501.pdf
- (275) 2008/09/17—滋賀県との「地域活性化包括連携協定」締結記念 第1弾：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/091701.pdf
- (276) 2008/10/28 地元の名品 “近江牛” を初めて使用「近江牛の牛めし」を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/102801.pdf
- (277) 2009/01/14[滋賀限定]「おいしが！うれしが！滋賀の恵み弁当」を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/011401.pdf
- (278) 2009/07/09[滋賀限定]『滋賀県産メロン』を使用したパンとデザートを新発売
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/070901.pdf
- (279) 2010/03/23 [滋賀限定]「弁当」「サンドイッチ」「パン」を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/032301.pdf
- (280) 2009/09/03[滋賀限定]県産の食材を使用した「パスタ」と「弁当」を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/090301.pdf
- (281) 2010/07/13 [滋賀限定]滋賀県産メロンを使った『杏仁』『ちぎりパン』を発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2010/071301.pdf
- (282) 2010/12/02 [滋賀限定]滋賀の食材を使った商品続々登場
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2010/2010120206.pdf
- (283) 2011/05/10 [滋賀限定]『滋賀県産いちごのちぎりパン』を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2011/2011051001.pdf
- (284) 2013/06/26[滋賀限定]滋賀の食材を使った商品を新発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2013062601.pdf
- (285) 2013/09/20[滋賀限定]滋賀の食材を使った商品を新発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2013092001.pdf
- (286) 2014/06/24[滋賀限定]滋賀の食材を使った商品を新発売：

http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2014062401.pdf
(287) 2015/05/08[滋賀県限定]『近江米』を使用したおにぎり・弁当を発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/oumimail.pdf
(288) 2015/6/23 滋賀県にゆかりのある商品を発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/files/000/000/017/322/16062302.pdf
(289) 2015/06/26[滋賀県限定]滋賀県で馴染みのあるメニューを商品化
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2015062605.pdf
(290) 2016/02/12 [滋賀県限定]「滋賀県包括協定7周年記念商品」を発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/16021201.pdf
(291) 2006/10/16 埼玉県初！ご当地商品を県内限定発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2006/101603.pdf
(292) 2007/11/21 埼玉県と初の取組み！『地産地消月間』に参加：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2007/112101.pdf
(293) 2008/05/20 埼玉県産の地粉・野菜を使用した郷土料理を商品化：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/052001.pdf
(294) 2008/06/17ー埼玉県との地域活性化包括協定締結記念 第1弾：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/061701.pdf
(295) 2009/02/23[高崎地区限定]『榛名牛乳をつかったミルクムースシュー』新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/022304.pdf
(296) 2009/06/12[埼玉限定]『彩の国うまいものフェア』開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/061201.pdf
(297) 2009/11/12[埼玉限定]「美味いぞ！セブン-イレブンの埼玉フェア」を開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/111201.pdf
(298) 2010/06/16 [埼玉限定]『美味うまいぞ！セブン-イレブンの埼玉フェア』開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2010/061601.pdf
(299) 2010/10/27 [埼玉限定]「美味いぞ！セブン-イレブンの埼玉フェア」開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2010/20101027.pdf
(300) 2011/06/16 [埼玉限定]『ガンバレ埼玉 応援フェア』開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2011/2011061601.pdf
(301) 2011/10/31 [埼玉限定]『ガンバレ埼玉応援フェア』を開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2011/2011103101.pdf
(302) 2012/11/05[埼玉限定]『埼玉県 地産地消応援商品』を発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2012110501.pdf
(303) 2013/06/07[埼玉限定]『埼玉県地産地消応援商品』を販売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2013060701.pdf
(304) 2014/11/18[埼玉限定]『埼玉県地産地消応援商品』を発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2014111801.pdf
(305) 2015/08/03 [浦和・川口・越谷地区限定] 浦和レッズ“応援弁当”を発売：
http://www.sej.co.jp/company/news_release/news/2015.html
(306) 2008/05/22 奥多摩の名産“奥多摩産わさび”の茎を使用：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/052202.pdf

- (307) 2009/01/19[東京限定]『「東京牛乳」をつかったミルクシュー』を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/011902.pdf
- (308) 2009/02/12[東京（一部地区）限定]八王子ラーメンを新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/021201.pdf
- (309) 2009/03/05[東京多摩地区（一部除く）限定]『八王子ラーメン』発売エリア拡大：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/030501.pdf
- (310) 2009/03/30[東京（一部地区）限定]『東京牛乳の白いミルクメロンパン』新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/033002.pdf
- (311) 2009/04/28[東京（一部地区）限定]「手巻おにぎり わさび海苔」を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/042802.pdf
- (312) 2009/05/14[東京（一部地区）限定]『東京の味 深川めし』新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/051401.pdf
- (313) 2009/07/30[東京（一部）限定]『太陽のまち！八王子ラーメン祭り』を開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/073002.pdf
- (314) 2009/08/24[東京（一部地区）限定]「なみすけパン」を発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/082401.pdf
- (315) 2009/09/07[東京（一部地区）限定]『伝説のすた井(温玉)』ついに登場：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/090701.pdf
- (316) 2010/01/18 [東京（一部）限定]『ラーメン多摩組監修』チルドカップ麺を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/011801.pdf
- (317) 2010/01/27 [東京（一部）限定]『六厘舎監修 あつもりつけ麺』新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/012701.pdf
- (318) 2010/09/08 [東京（一部地区）限定]『梁山泊監修：肉あんかけ炒飯』を発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2010/090801.pdf
- (319) 2015/12/18 東京都「ながら見守り連携事業に関する協定」締結記念商品を発売：
http://www.sej.co.jp/company/news_release/news/2015.html
- (320) 2008/07/23－千葉県との地域活性化包括協定締結記念 第1弾：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template_/user_/SITE_/localhost/_res/pdf/2008/072301.pdf
- (321) 2009/03/23[千葉県]「手巻おにぎり金田漁協(東京湾)青混ぜ海苔佃煮」を発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/032301.pdf
- (322) 2009/04/09[千葉限定]『栄養士のタマゴが考えた食育弁当』第一弾発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/040903.pdf
- (323) 2009/05/08[千葉限定]『栄養士のタマゴが考えた食育弁当』第二弾発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/050801.pdf
- (324) 2009/05/21[千葉限定]『栄養士のタマゴが考えた食育弁当』第三弾発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/052102.pdf
- (325) 2009/07/07[千葉限定]『中華蕎麦 とみ田 冷しつけ麺』新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/070701.pdf
- (326) 2009/07/24[千葉限定]『千葉県千産千消フェア』開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/072401.pdf
- (327) 2009/08/24 千葉県産コーシン牛乳のミルクシュー』販売エリア拡大：

http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/082402.pdf
(328) 2009/11/20[千葉限定]『中華蕎麦 とみ田 つけそば』を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/112002.pdf
(329) 2014/04/07 成田市大栄地区産「大栄愛娘」を使用した商品を新発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2014040702.pdf
(330) 2014/05/07 千葉県白子町の特産品「白子町たまねぎ」を使用したサラダ：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2014050701.pdf
(331) 2014/07/31 千葉県との地域振興・地域貢献に関する包括協定締結 6 周年記念：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/chibagensenshokuzai.pdf
(332) 2015/07/28 [千葉県限定] 千葉県との『見守り協定 1 周年記念商品』を発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/20150728chiba.pdf
(333) 2008/07/03-山口県との地域活性化包括連携協定締結記念 第 1 弾：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template_/user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/070301.pdf
(334) 2008/12/19-山口県の伝統の郷土料理『岩国寿司』が登場：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template_/user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/121903.pdf
(335) 2008/10/01 - 山口県との地域活性化包括連携協定記念 第 2 弾：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template_/user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/100102.pdf
(336) 2009/01/15 山口県生まれの野菜「はなっこりー」を使ったスパゲティ新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/011501.pdf
(337) 2009/02/19[山口限定]『SUSHI サンド (岩国寿司風)』新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/021901.pdf
(338) 2009/04/30[山口限定]「長州どりのチキンチキンごぼう弁当」新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/043007.pdf
(339) 2009/05/21[山口限定]『やまぐちきから牛乳を使ったミルクシュー』新発売
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/052101.pdf
(340) 2009/07/02『「住み良さ日本一の県づくり」応援キャンペーン 2009』開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template_/user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2009/070201.pdf
(341) 2009/10/01 住み良さ日本一の元気県づくり応援「ご当地うまいものフェア」：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/100101.pdf
(342) 2010/07/21 [山口限定]『長門やきとりフェア』を開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2010/072101.pdf
(343) 2012/06/01[山口限定]「千石台大根」を使ったお惣菜・冷たい麺を新発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2012060101.pdf
(344) 2013/05/24[山口「千石台大根」を使用したサラダ・冷たい麺・惣菜を発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2013052401.pdf
(345) 2014/05/26[山口限定]「千石台大根」を使用した麺類・惣菜を新発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2014052601.pdf
(346) 2015/05/26[山口限定]「千石台大根」を使用した麺類・惣菜を新発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/15052601.pdf
(347) 2016/05/31【山口限定】「千石台大根」を使用した商品を新発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/_files/000/000/017/113/16053101.pdf

- (348) 2006/12/22 広島県産 “なかやま牛” を使用 「牛すき焼き重」 を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2006/122201.pdf
- (349) 2007/10/18 広島市との初の取り組み！ “元気じゃけんひろしま 21” に協力：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2007/101801.pdf
- (350) 2008/02/04 『広島風目玉焼きをのせたオムソバロール』 を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2008/020401.pdf
- (351) 2008/06/24 国産シェア No. 1！ 広島県 “瀬戸田のレモン” を初めて使用：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2008/062401.pdf
- (352) 2008/09/12 『夢と感動をありがとう「さよなら市民球場フェア」』：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2008/091203.pdf
- (353) 2008/09/26 『広島ご当地グルメ 府中焼き』 を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2008/092601.pdf
- (354) 2008/10/17 爆発的人気商品！ 『広島ご当地グルメ 府中焼き』 販売エリア拡大：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2008/101701.pdf
- (355) 2009/04/09[広島限定] 「広島市民球場フェア」 を開催
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/040901.pdf
- (356) 2009/06/18[広島(一部)限定] 「みやじまトライアスロン開催記念フェア」 開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/061801.pdf
- (357) 2009/09/25 「広島ご当地グルメ ネギたっぷり府中焼き」 を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/092502.pdf
- (358) 2009/10/22[広島限定] 『食べてみんさい！ 広島フェア』 を開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/102202.pdf
- (359) 2013/10/15[広島限定] 「ひろしまトンチキレモン」 をお弁当、惣菜で発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material/_localhost/pdf/2011/2013101501.pdf
- (360) 2015/01/23[広島限定] 広島県の新しい給食メニュー：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material/_localhost/pdf/2011/2015012301.pdf
- (361) 2006/11/13- 『枝豆の王様』 鶴岡名産 “だだちゃ豆” を使用：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2006/111302.pdf
- (362) 2008/02/15-山形限定 『週末よしもとフェア』 タイアップ商品：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2008/021501.pdf
- (363) 2008/05/28 新緑の風物詩、山形鶴岡産 “孟宗筍” を初めて使用：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2008/052803.pdf
- (364) 2008/10/08-山形県との地域活性化包括連携協定締結記念 第1弾：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2008/100801.pdf
- (365) 2009/05/05[山形限定] 「おいしい山形フェア第2弾」 を開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/050502.pdf
- (366) 2009/10/07[山形限定] 「おいしい山形地産地消フェア」 を開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/100701.pdf
- (367) 2009/10/13[山形限定] 『龍上海』 店主監修のカップ麺を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/101301.pdf
- (368) 2010/06/02 [山形限定] 「ようこそ山形うまいものフェア」 を開催：

http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/060201.pdf
(369) 2010/11/02 [山形限定] 『スタミナ焼肉弁当』を発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2010/2010110202.pdf
(370) 2013/10/24[山形限定] 『山形うま煮ラーメン (特製魚粉付き)』を新発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2013102401.pdf
(371) 2014/12/08[山形限定] 『平牧三元豚の豚まん』を新発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2014120801.pdf
(372) 2008/01/11 “みんなの夢がかなうおいしいいちご” 「ゆめのか」を使用：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template_/_user_/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/011102.pdf
(373) 2008/02/14 愛知県産銘柄牛 “あつみ牛” の “上質な味わい” をお届けします：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template_/_user_/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/021401.pdf
(374) 2008/04/25 愛知県産銘柄牛使用 『炭火炙り焼肉重』を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template_/_user_/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/042501.pdf
(375) 2008/04/30 セブン-イレブンは 「いいともあいち運動」 を応援します：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template_/_user_/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/043002.pdf
(376) 2008/05/23 愛知県民の食育・健康づくりを応援します：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template_/_user_/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/052301.pdf
(377) 2008/11/06－藤沢市との地域活性化包括協定締結記念 第1弾：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template_/_user_/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/110601.pdf
(378) 2009/06/11[愛知限定] 『あいち愛彩味菜(あいさいあじさい)弁当』新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/061102.pdf
(379) 2009/07/16[愛知(一部地区)限定] 『ミルクムースのシュークリーム』：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/071601.pdf
(380) 2009/10/30[愛知] 「麺の坊 晴レル屋」 監修のチルドカップ麺を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/103001.pdf
(381) 2010/06/11 [愛知限定] 「愛 (めぐみ) 知る味いっぱいフェア」 を開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/061102.pdf
(382) 2010/07/29 [愛知] 『徳川町 如水監修 冷たい塩ラーメン』を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2010/072901.pdf
(383) 2010/11/01 [愛知] 『銀のくら監修 辛味噌バターコーンらーめん』を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2010/2010110103.pdf
(384) 2008/07/02－長崎県との地域活性化包括協定締結記念 第1弾：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template_/_user_/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/070201.pdf
(385) 2008/10/29 長崎県との地域活性化包括連携協定記念 第2弾：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template_/_user_/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/102902.pdf
(386) 2008/12/22－地域の銘柄牛 “長崎県産黒毛和牛” を初使用：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template_/_user_/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/122202.pdf
(387) 2009/05/27[長崎限定] 『彩☆長崎! がんばらんば弁当』を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/052701.pdf
(388) 2012/10/11[長崎・佐賀(一部店舗のみ)限定] 『長崎和牛の牛めし』を新発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2012101101.pdf

- (389) 2013/05/23[長崎限定]『佐世保名物！長崎和牛のレモンステーキ重』を新発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2013052301.pdf
- (390) 2013/10/31[長崎限定]『長崎和牛の濃厚ビーフカレー』を新発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2013103101.pdf
- (391) 2014/05/21[長崎限定]『長崎和牛の牛すき丼』を新発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2014052101.pdf
- (392) 2014/10/09 長崎がんばんば国体・長崎がんばんば大会応援商品を発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2014100901.pdf
- (393) 2015/06/02[長崎限定]長崎出店 15 周年記念！長崎和牛を使用した商品を発売
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/15060201.pdf
- (394) 2007/11/09 安全・安心で美味しい！“宮城県産ほうれん草”を使用
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2007/110901.pdf
- (395) 2008/04/30 “食材王国みやぎ 地産地消の日”に向けた新商品：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/043001.pdf
- (396) 2008/06/20 宮城県の銘柄牛“蔵王牛”を贅沢に使用 「蔵王牛の牛めし」：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/062001.pdf
- (397) 2008/09/29 地元の食材を使用した商品が勢ぞろい：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/092901.pdf
- (398) 2009/06/03[宮城/岩手/福島限定]「食材王国みやぎ地産地消フェア」を開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/060301.pdf
- (399) 2009/07/22[宮城限定]「うまいっちゃん！みやぎ地産地消フェア」を開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/072203.pdf
- (400) 2010/04/08 [宮城限定]「がんばれ！！気仙沼フェア」を開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/040801.pdf
- (401) 2010/11/08 [宮城限定]宮崎県復興応援『宮城県×宮崎県フェア』を開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2010/2010110801.pdf
- (402) 2011/01/24 [宮城限定]「宮城県食育フェア」を実施します：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2011/2011012401.pdf
- (403) 2016/04/22 【宮城県】高齢者等の支援に関する協定締結記念商品を発売：
http://www.sej.co.jp/company/news_release/016762.html
- (404) 2008/03/21 生でもあまーい！宮崎県産“空飛ぶ新玉ネギ”を使用：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/032101.pdf
- (405) 2008/05/02 宮崎県産銘柄牛“宮崎ハーブ牛”の上質な味わいをお届けします：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/050202.pdf
- (406) 2008/11/19～宮崎県と(株)セブン-イレブン・ジャパンとの包括協定締結記念：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/111901.pdf
- (407) 2008/12/22—地域の銘柄牛“宮崎県産黒毛和牛”を初使用：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/122201.pdf
- (408) 2009/02/04[宮崎県限定]『春季キャンプ応援フェア』開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/020401.pdf
- (409) 2009/02/27 宮崎県限定]『食べてみらんね！宮崎フェア第2弾』を開催：

http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/022701.pdf
(410) 2009/11/09[宮城/宮崎/東京限定]宮宮はうまい!宣言 宮城県×宮崎県フェア :
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/110902.pdf
(411) 2013/12/05[宮崎限定]「宮崎ひいむうかあフェア」開催 :
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2013120503.pdf
(412) 2014/11/14『「みやざき地域見守り応援隊」協定』を締結 :
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2014111408.pdf
(413) 2015/12/10 日本のひなた宮崎県応援プロジェクト『ひなたフェア』を開催 :
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/15121001.pdf
(414) 2008/05/21 福島県産豚ロース肉と内池醸造のもろみ醤油を使用した :
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/052101.pdf
(415) 2009/02/09『あぶくま高原牛乳を使ったシュークリーム』を新発売 :
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/020901.pdf
(416) 2009/04/02[福島県限定]『いいもの発見うつくしまフェア』を開催 :
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/040202.pdf
(417) 2009/10/22『福島県との包括連携協定締結記念フェア第2弾』を開催 :
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/102203.pdf
(418) 2010/04/15 [福島限定]「はばたけ!福島空港フェア」を開催 :
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/041501.pdf
(419) 2010/11/18 [福島限定]「福島うまいものフェア」を実施します :
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2010/2010111801.pdf
(420) 2011/10/07 [福島(一部地区除く)限定]『とら食堂監修中華そば』を新発売 :
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2011/2011100701.pdf
(421) 2013/05/27[福島限定]「東北六魂祭開催記念商品」を新発売 :
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2013052701.pdf
(422) 2015/05/14『ふくしまディステーションキャンペーン記念商品』を発売 :
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/20150514fukushima.pdf
(423) 2016/03/28 福島県観光キャンペーン 2016 記念商品を発売 :
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/files/000/000/016/520/16032801.pdf
(424) 2007/10/03~富士吉田名物「吉田うどん」と合わせておすすめします :
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2007/100302.pdf
(425) 2008/03/27 ご当地企業“はくばく”の小麦粉を初めて使用 :
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/032701.pdf
(426) 2008/07/07 山梨を代表する食材をご堪能ください :
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/070701.pdf
(427) 2009/04/10[山梨限定]『甲州うまいじゃん弁当』を新発売 :
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/041002.pdf
(428) 2010/04/02 [山梨限定]「第40回信玄公祭り」応援弁当を新発売 :
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/040202.pdf
(429) 2010/06/29 [山梨限定]「三角屋 暖」店主監修 冷しつけ麺(醤油)を新発売 :
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2010/062801.pdf

- (430) 2010/09/30 [山梨限定] 甲府名物「鳥もつ煮」を発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2010/093002.pdf
- (431) 2016/05/16 [山梨県限定] 「山梨県産レタスを使用した商品を発売」：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/files/000/000/016/978/2016051601.pdf
- (432) 2016/07/05 山梨の美味しいお米『梨北米』を使用したおにぎりやお弁当：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/files/000/000/017/453/16070501.pdf
- (433) 2007/03/19 海と山の幸に恵まれた和歌山からの贈り物：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2007/031901.pdf
- (434) 2007/10/12-和歌山食育応援弁当 登録第1号：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2007/101201.pdf
- (435) 2008/03/24 和歌山県の“食育”を応援！食育応援弁当第2弾：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/032401.pdf
- (436) 2008/10/23 「和歌山県産鯛のかま焼と梅あんかけ煮物のお弁当」を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/102301.pdf
- (437) 2008/12/08 果樹王国紀州の代表ブランド“有田みかん”を初めて使用：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/120801.pdf
- (438) 2009/10/01 [和歌山限定] 『和歌山県産桃』を使用したパンとデザート新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/100102.pdf
- (439) 2014/09/12 [和歌山限定] 「和歌山県の食材を使った商品を新発売」：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2014091201.pdf
- (440) 2015/09/17 [関西限定] がんばれ！「紀の国わかやま国体」商品を発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/15091701.pdf
- (441) 2009/04/06 [九州(一部)限定] 合馬たけのこを使用したおにぎり、弁当を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/040601.pdf
- (442) 2009/06/04 『阿蘇小国ジャーキー牛乳のプリンロール』限定発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/060401.pdf
- (443) 2009/10/29 [北九州市内限定] 「うまいっちゃん！北九州フェア」を開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/102902.pdf
- (444) 2010/03/15 [福岡(一部地区)限定] 「合馬たけのこ」入りのお弁当を発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/031502.pdf
- (445) 2012/03/29 福岡市「地域共働事業に関する包括連携協定」締結記念：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2012032902.pdf
- (446) 2013/11/15 [福岡限定] 「うまいもん福岡フェア」開催：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2013111502.pdf
- (447) 2014/04/07 『合馬たけのこ御飯おむすび』を新発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2014040701.pdf
- (448) 2014/11/25 [福岡限定] 「やっぱ福岡や県！うまいもんフェア」を開催：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2014112501.pdf
- (449) 2009/06/01 [富山限定] 『とやま牛のメンチカツバーガー』を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/060101.pdf
- (450) 2009/07/02 [富山/新潟限定] 「冷たいブラックラーメン」新発売：

http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2009/070202.pdf
(451) 2009/07/21[富山限定]『とやま牛の押し寿司』を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/072101.pdf
(452) 2009/08/03[富山/新潟(一部)限定]『ブラックラーメンフェア』を開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/080301.pdf
(453) 2009/08/11[富山限定]『とやま牛炭火炙り焼肉の棒寿司』新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/081102.pdf
(454) 2011/07/08『富山の味 冷たいブラックラーメン』を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2011/2011070801.pdf
(455) 2016/03/10 富山県包括協定締結記念商品を発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material/_localhost/pdf/2011/16031001.pdf
(456) 2009/05/25[福井限定]「若狭牛の炭火炙り焼と筍椎茸入り牛しぐれの押し寿司」：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/052501.pdf
(457) 2009/07/27[福井限定]『越のルビーの冷製パスタ』を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/072703.pdf
(458) 2009/08/11[福井限定]『若狭牛炭火炙り焼肉の棒寿司』を発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/081101.pdf
(459) 2009/11/02[福井限定]敦賀の名店“一力”監修の中華そばを新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/110201.pdf
(460) 2011/07/22 [福井・石川・富山限定]『福井の味！ソースカツ丼』を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2011/2011072201.pdf
(461) 2011/12/14 [福井・石川]『敦賀の名店「一力」監修中華そば』を発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2011/2011121401.pdf
(462) 2012/05/07[福井・石川・富山限定]『越前市発祥！ボルガライス』を新発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material/_localhost/pdf/2011/2012050701.pdf
(463) 2006/11/20-奈良県吉野産 安全・安心の“柿の葉”を使用：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2006/112001.pdf：
(464) 2008/04/17-奈良県との「地域活性化包括連携協定」締結記念 第1弾：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2008/041702.pdf
(465) 2008/12/17 食育応援弁当第2弾！“働き世代”を応援します：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2008/121702.pdf
(466) 2009/04/27[奈良限定]「アスカルビー&ホイップちぎりパン」新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/042701.pdf
(467) 2009/07/22[奈良限定]「近畿まほろば総体記念 元気に応援弁当」新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/072201.pdf
(468) 2010/04/20 [奈良限定]「奈良県産いちごのパン」「遷都記念弁当」を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/042001.pdf
(469) 2011/05/09 [奈良限定]『奈良県産いちごのホイップメロンパン』を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2011/2011050901.pdf
(470) 2008/12/22-地域の銘柄牛“くまもと味彩牛”を初使用：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2008/122203.pdf

- (471) 2009/01/27[熊本県限定]『白いミルクメロンパン』を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/012701.pdf
- (472) 2009/08/25[熊本限定]『熊本産メロンのメロンパン』を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/082501.pdf
- (473) 2010/03/25 [熊本限定]「くまもと うまかったいフェア」を開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/032502.pdf
- (474) 2010/04/19 [熊本限定]「フランスア ミルク蒸しケーキ」を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/041901.pdf
- (475) 2011/03/07 『ダブルカスタードシュー（阿蘇小国ジャージー牛乳使用）』：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2011/2011030701.pdf
- (476) 2012/03/28[熊本限定]『熊本市政令指定都市記念フェア』を開催：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2012032803.pdf
- (477) 2008/09/04-岡山県との地域活性化包括連携協定締結記念 第1弾：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/090401.pdf
- (478) 2008/11/26 岡山県との「地域活性化包括連携協定」記念 第2弾：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/112602.pdf
- (479) 2009/03/26[岡山限定]県産の鶏肉を使った『岡山バーガー』を発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/032601.pdf
- (480) 2009/04/15[岡山(一部地区)限定]「岡山ご当地グルメ 蒜山焼そば」新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/041501.pdf
- (481) 2009/05/11[岡山限定]「蒜山関連商品」2アイテム新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/051101.pdf
- (482) 2009/09/14[岡山限定]『秋のおかやまフェア』を開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/091401.pdf
- (483) 2016/04/14【岡山限定】晴れの国おかやまデスティネーションキャンペーン：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/files/000/000/016/693/16041401.pdf
- (484) 2008/12/24 地元の国産黒毛和牛“但馬牛” 神戸ワインビーフ”を初めて使用：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/122403.pdf
- (485) 2009/02/23[兵庫地区限定]「淡路島の原材料使用商品 第2弾」新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/022303.pdf
- (486) 2009/06/18[兵庫(一部地区)限定]『但馬牛のビーフカレーパン』新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/061802.pdf
- (487) 2010/04/15 [兵庫限定]「ひょうご 五国の恵みフェア」を開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/041503.pdf
- (488) 2015/12/02 [神戸市限定]「神戸開港 150年記念商品」を発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/15120201.pdf
- (489) 2009/01/28[堺市限定]『堺市の地産地消・食育応援フェア』開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/012801.pdf
- (490) 2009/12/09[大阪限定]“御堂筋イルミネーション” 応援弁当を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/120901.pdf
- (491) 2010/12/15 [大阪限定]『大阪うまいもん弁当』を発売：

http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2010/2010121501.pdf
(492) 2011/07/14 [大阪 (一部地区) 限定] 『ガンバ大阪応援弁当』を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2011/2011071401.pdf
(493) 2016/03/17 [大阪府限定] 「健康づくり応援団参加」記念商品を発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/files/000/000/016/420/16031701.pdf
(494) 2011/03/24 「鹿児島の優良食材」を使用した商品を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2011/20110324_01.pdf
(495) 2011/11/04 【鹿児島県限定】「本物。鹿児島県フェア」を開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2011/20111104honmonokagosimakenhuxea.pdf
(496) 2013/07/01[鹿児島県限定]鹿児島県内 100 店舗突破記念商品を発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/20130701001.pdf
(497) 2013/11/01[鹿児島県限定]「島津家別邸 仙巖園監修おせち」限定発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/20131107senngannen.pdf
(498) 2014/08/08[鹿児島県限定]鹿児島県出店 3 周年記念商品を限定発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2014080801.pdf
(499) 2008/09/12一岐阜県との地域活性化包括協定締結記念 第 1 弾
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/091201.pdf
(500) 2009/03/24[岐阜県限定]『春の岐阜食育応援幕の内』を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/032402.pdf
(501) 2009/07/27[岐阜県限定]『各務原キムチフェア』開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/072702.pdf
(502) 2016/01/15 岐阜県との「岐阜県の高齢者等の支援活動に関する締結記念商品」：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/files/000/000/015/903/16011501.pdf
(503) 2015/06/11[青森限定]青森県で馴染みのあるご当地商品を新発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2015061101.pdf
(504) 2015/09/10 [青森限定]「青森の正直フェア」を開催：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/20150910.pdf
(505) 2016/06/22 青森県と高齢者等の支援に関する協定 締結記念商品を発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/files/000/000/017/318/20160622aomori711syouhin.pdf
(506) 2009/05/18[九州限定]「佐世保セブンバーガー」を九州で順次発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/051801.pdf
(507) 2010/03/08 [佐賀限定]『「さが生まれ」牛乳のちぎりパン』を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/030802.pdf
(508) 2016/03/25 佐賀県とセブン・イレブン・ジャパンが『包括提携』を締結：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/files/000/000/016/482/20160325sagakenntosebunnhoukatu.pdf
(509) 2007/09/18 コンビニ初！京都府「健康ばんざい 京のおばんざい弁当シリーズ」：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2007/091802.pdf
(510) 2009/06/17[京都限定]『いただきます。地元産 京の地産地消フェア』を開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/061702.pdf
(511) 2014/07/18[京都限定]「おもてなしフェア」を開催：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2014071801.pdf

- (512) 2012/05/30 秋田県初出店記念「秋田の優良食材」を使用した商品を新発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/20120530akitasyouhin.pdf
- (513) 2013/07/05【秋田県限定】『あんべいいな秋田フェア』を開催：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/20130705annbeiiinaakita.pdf
- (514) 2009/09/17[岩手限定]「いわて食育応援フェア」を開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/091702.pdf
- (515) 2009/11/13[岩手限定]「いわて！まるごと美味しいもんフェア」を開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/111302.pdf
- (516) 2011/08/03 大分県「包括協定」締結記念『The・おおいたフェア』を開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2011/2011080302.pdf
- (517) 2009/02/26[島根／広島一部限定]島根出店記念「島根フェア」を開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/022601.pdf
- (518) 2013/12/052013年12月5日石川県 “包括協定” 締結記念「石川応援フェア」：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2013150502.pdf
- (519) 2012/06/22 美味しさ、まる三重！うまいものフェア：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/201206222.pdf
- (520) 2015/12/03【香川県締結記念】「食べてんまい！さぬき食のフェア」を開催：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/15120302.pdf
- (521) 2016/01/14【愛媛県包括協定締結記念】「愛ある愛媛のすご味フェア」を開催：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/16011401.pdf
- (522) 2006/10/12『味付のりおむすび』を関西地区で発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2006/101201.pdf
- (523) 2006/11/13一なにわの伝統野菜“天王寺かぶら”を使用した漬物：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2006/111303.pdf
- (524) 2006/12/28 新春の伝統料理がセブン-イレブンに初登場「七草がゆ」を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2006/122801.pdf
- (525) 2007/06/26 関西のセブン-イレブンで「たこ飯幕の内御膳」を発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2007/062601.pdf
- (526) 2007/07/17 和歌山県有田産の“青実山椒”を使用：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2007/071702.pdf
- (527) 2007/10/29 「九条ねぎと鶏肉のペペロンチーノ」を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2007/102901.pdf
- (528) 2008/10/20一句の秋しらす 和歌山県箕島漁港水揚げしらすを使用：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/102001.pdf
- (529) 2008/12/15 地元で有名な“淡路島牛乳”を初めて使用：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/121501.pdf
- (530) 2008/12/26 年明けはうどんので幸せ祈願！「年明けうどん」を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/122603.pdf
- (531) 2009/05/05[関西限定]セブンライスバーガー但馬の味どりのつくね金平新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/050501.pdf
- (532) 2010/01/25 [関西限定]「新福菜館」本店監修の商品を新発売：

http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/012502.pdf
(533) 2010/05/06 [関西限定] よしもと新喜劇×セブン-イレブン コラボ弁当新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/050601.pdf
(534) 2011/12/15 [兵庫・京都（一部店舗）限定] 『神戸牛の焼肉重』を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2011/20111215koubegyu.pdf
(535) 2014/08/28 関西で好まれる“つゆ”と“具材”にこだわりました：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/20140828oden.pdf
(536) 2014/10/17 [関西限定] 喫茶店でお馴染みの“ミックスジュース”：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/mixjuice.pdf
(537) 2014/10/17 [関西限定] 地域の嗜好にあわせた商品開発：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/kansaidashidemis.pdf
(538) 2014/12/10【関西限定】エースコック『大黒屋 大阪の味』甘辛ソース焼そば：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/oosakamon.pdf
(539) 2014/12/10【関西限定】サントリー「ほろよい いちごオーレサワー」：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/horoyoiichigo2.pdf
(540) 2015/04/10[関西]喫茶店の定番メニューをイメージした爽やかなフレーバー：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2015041001.pdf
(541) 2015/04/10[関西限定]徳島県産『すだち』を使用した商品3品を新発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2015041002.pdf
(542) 2015/06/04[関西限定]『国産小麦粉』を使用したうどんを発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/15060401.pdf
(543) 2015/08/03 [関西限定] 阪神甲子園球場にちなんだ商品を新発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/15080301.pdf
(544) 2015/09/25 [関西限定] 「づくしおにぎり」シリーズを新発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/15092501.pdf
(546) 2016/03/31 [西日本限定] 「ファンタ メロンクリームソーダ」新発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/files/000/000/016/564/FANTAmeroncreamsoda.pdf
(548) 2016/03/31 [関西限定] 新しくさらに進化した関西のこだわり「お出汁」：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/files/000/000/016/538/kansaiodashi.pdf
(549) 2009/04/16[新潟/富山限定] 武将「直江兼続」ゆかりのメニュー第二弾：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/041601.pdf
(550) 2009/11/16[福井/中京]加賀伝統野菜“五郎島金時”を使用した商品を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/111601.pdf
(551) 2009/12/03 [北陸限定] 「北陸の優良食材」を使用した商品を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/120302.pdf
(552) 2010/01/26 [北陸限定] 「北陸出店1周年記念フェア」を開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/012602.pdf
(553) 2010/02/22 [北陸限定] 「五郎島金時を使ったさつまいもプリン」を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/022201.pdf
(554) 2010/03/10 [北陸/愛知] 「五郎島金時と能登大納言のロールケーキ」を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/031001.pdf

- (555) 2010/03/15 [石川・福井限定]「能登牛の牛すき焼き弁当」を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/031503.pdf
- (556) 2010/04/26 [北陸限定]「若狭牛牛しぐれの太巻寿司」を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/042602.pdf
- (557) 2010/07/16 [関東・甲信越（一部地区）限定]『練乳入り果実苺』を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2010/071601.pdf
- (558) 2010/12/02 [石川・福井・富山限定]『北陸三県味めぐり幕の内』他4品を発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2010/2010120202.pdf
- (559) 2011/06/02 [石川・福井]『五郎島金時と能登大納言の極上ロール』を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2011/2011060201.pdf
- (560) 2011/10/07 [石川・福井・富山・新潟限定]『石川県産味平かぼちゃのシュー：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2011/2011100703.pdf
- (561) 2012/07/17 [石川・富山・福井限定]『焙煎仕立ての金沢カレー』を発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2012071702.pdf
- (562) 2012/07/23 [福井・石川・富山限定]『福井の味ソースカツ丼』を発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2012072301.pdf
- (563) 2012/07/25 [富山・石川・福井限定]『富山ブラックフェア』を開催：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2012072501.pdf
- (564) 2015/03/11 [北陸・信越エリア限定]「北陸・信越旨いもの巡りフェア」を開催：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2015031101.pdf
- (565) 2015/09/29 [北陸]「北陸デスティネーションキャンペーン記念商品」を発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/20150929ds.pdf
- (566) 2016/03/14 北陸新幹線開業一周年記念商品を発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/files/000/000/016/407/16031401.pdf
- (567) 2006/08/02 北九州のセブン-イレブンで8/6（日）1日限りの販売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2006/080201.pdf
- (568) 2006/11/07～九州有明産のり、穫れたての九州産青高菜を使用：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2006/110701.pdf
- (569) 2006/12/04 JA 鹿児島県経済連公認“鹿児島県産黒豚”を使用：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2006/120402.pdf
- (570) 2007/10/16～九州各地のこだわりの厳選素材を使用：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2007/101601.pdf
- (571) 2007/10/26 関門海峡の荒波で育った北九州の新名物：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2007/102602.pdf
- (572) 2007/12/10 JA 鹿児島県経済連公認“鹿児島県産黒豚”を使用：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2007/121001.pdf
- (573) 2008/04/07 北九州市の名産！“合馬（おうま）たけのこ”を使用：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/040701.pdf
- (574) 2008/05/02 佐賀県銘柄鶏ありたどり×長崎県名物トルコライスがコラボレート：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE_/localhost/_res/pdf/2008/050201.pdf
- (575) 2008/05/26 “鹿児島県産黒豚”100%の手作りメンチカツを使用：

http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2008/052601.pdf
(576) 2008/06/20 「桜島どりの柚子胡椒焼と鳥めしのお弁当」：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2008/062002.pdf
(577) 2008/08/25 “熊本産クインシーメロン” を初めて使用：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2008/082501.pdf
(578) 2009/01/09[九州]「博多華味鳥の柚子胡椒焼きパスタサラダ」を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/010902.pdf
(579) 2009/05/18[九州限定]「佐世保セブンバーガー」を九州で順次発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/051801.pdf
(580) 2010/04/27 九州じゃらんと共同企画 ご当地グルメキャンペーン：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/042704.pdf
(581) 2010/05/12 [九州・山口限定]「今年は食べんといかんばい！弁当」を発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/051201.pdf
(582) 2010/05/27 [九州限定]「ご当地グルメキャンペーン」第2弾“スイーツ”対決：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/052701.pdf
(583) 2013/06/12[九州限定]「ぷりん生どら」新発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material/_localhost/pdf/2011/2013061201.pdf：
(584) 2014/06/16[九州限定]『手包みばたもち』を新発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material/_localhost/pdf/2011/2014061601.pdf
(585) 2007/10/12 しらす水揚げ日本一！の漁港より海の幸をお届けします：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2007/101202.pdf
(586) 2007/12/06 “南知多産アカシャエビ（小海老）”を使った商品が登場：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2007/120602.pdf
(587) 2008/06/25 地元で水揚げされた“しらす”を使用した商品が勢ぞろい：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2008/062501.pdf
(588) 2008/10/29 マスクメロンの代表格“渥美半島産アールスメロン”を初使用：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2008/102901.pdf
(589) 2008/12/19一年末年始限定！プレミアム牛めし登場：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2008/121902.pdf
(590) 2008/12/24 地元の国産黒毛和牛“但馬牛” “神戸ワインビーフ”を使用：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2008/122403.pdf
(591) 2009/01/15[東海3県限定]「富士宮やきそば」「各務原キムチ鍋」を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/011502.pdf
(592) 2009/03/06[愛知県/三重県限定]「ちょっと贅沢おむすび松阪牛」新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_template/_user/_SITE/_localhost/_res/pdf/2008/122403.pdf
(593) 2009/04/21[東海限定]「炭火焼飛騨牛のまぶし重」を4日間限定で発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/042101.pdf
(594) 2009/09/24[福井/中京限定]『能登大納言のホイップデニッシュ』を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/092401.pdf
(595) 2009/09/14[東海限定]「渥美半島産アールスメロン」を使用した商品を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material/_localhost/pdf/2009/091402.pdf

- (596) 2010/01/14 [東海限定]地域の人気ラーメン店の味を集結：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/011401.pdf
- (597) 2010/04/27 東海じゃらんと共同プロデュース 東海・地産知食グルメ企画：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/042703.pdf
- (598) 2010/05/10 [東海・石川・福井限定]「晴レル屋監修 冷しつけ麺」を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/051003.pdf
- (599) 2016/07/07 東海エリアで馴染みのある冷たい麺を発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/files/000/000/017/474/16070702.pdf
- (600) 2016/08/19【東海3県限定】「混ぜ飯おむすび 桜海老とあおさ」を新発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/files/000/000/017/732/mazemesi8gatu.pdf
- (601) 2009/04/06[東北限定]「荳わさびと鮭のおむすび」を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/040602.pdf
- (602) 2009/05/05[岩手/宮城/福島限定]南部どりを使った商品を3アイテム新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/050503.pdf
- (603) 2009/07/01[東北限定]『宮城野ポークの冷しゃぶサラダ』を新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/070102.pdf
- (604) 2009/09/14[東北限定]「相馬港水揚げの新物しらす」を使用した新商品を発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/091403.pdf
- (605) 2012/04/23[東北限定]『三陸産わかめ』を使ったおにぎり・サラダを新発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2012042301.pdf
- (606) 2012/10/19[東北限定]『みちのく麺巡り』を開催：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2012101901.pdf
- (607) 2014/12/24[東北限定]青森県産長芋「ななこいも」を使用した商品を新発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2014122401.pdf
- (608) 2009/03/18[岡山/広島・島根限定]特産フルーツを使ったデザート新発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/031802.pdf
- (609) 2009/09/16[中国限定]「秋のご当地グルメセール」開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/091602.pdf
- (610) 2013/02/28「香川・徳島の優良食材」を使用した商品を新発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2013022803.pdf
- (611) 2015/01/08[四国3県限定]「四国3県選りすぐり！うまいものフェア」開催：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2015010801.pdf
- (612) 2015/03/05[四国限定]「高知出店記念！こじゃんとうまい高知フェア」を開催：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/kouchi2.pdf
- (613) 2016/08/29【四国限定】“高知県産野菜”を使用したサラダ・お惣菜3品：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/files/000/000/017/791/kouchiyasai.pdf
- (614) 2010/05/31 [新潟・群馬・埼玉]新潟県津南町産アスパラを使用した商品を発売：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/053101.pdf
- (615) 2009/01/22[甲信越/北陸・東海限定]北陸出店記念「北陸旨いものフェア」開催：
http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/012203.pdf
- (616) 2009/04/20[北陸・中京・新潟限定]『ハタハタの炙りと福井梅の御飯』新発売：

http://www.sej.co.jp/mngdbps/_material_/localhost/pdf/2009/042001.pdf
(617) 2016/08/19『新潟県における高齢者等の見守り・支援に関する協定』を締結：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/files/000/000/017/730/20160819niigata.pdf
(618) 2016/08/19【東海3県限定】「混ぜ飯おむすび 桜海老とあおさ」を新発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/files/000/000/017/732/mazemesi8gatu.pdf
(619) 2016/08/29【四国限定】旬の“高知県産野菜”を使用したサラダ・お惣菜3品：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/files/000/000/017/791/kouchiyasai.pdf
(620) 2016/09/08 信州の酒米・水で醸造したオリジナルの「ひやおろし」を限定販売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/files/000/000/017/874/16090802.pdf
(621) 2016/09/08 名古屋市との「連携と協力に関する包括協定」締結記念商品を発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/files/000/000/017/870/16090801.pdf
(622) 2016/10/03 岡山県笠岡市のご当地ラーメン「笠岡ラーメン」を初めて商品化：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/files/000/000/018/078/20161004.pdf
(623) 2016/10/13 関西地区限定「焼魚おむすび」シリーズを新発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/files/000/000/018/138/yakisakanaomusubi.pdf
(624) 2016/10/24 静岡県産じゃがいもを使用した揚げ物惣菜：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/files/000/000/018/210/2016102402/saikakuteimikatahara.pdf
(625) 2016/10/24〔東京都23区内限定〕「10種野菜の彩りプレート」を新発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/files/000/000/018/230/2016102402/20161024sms.pdf
(626) 2016/11/02【秋田県限定】締結を記念し『協定締結記念商品』を発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/files/000/000/018/288/akitakennkinenshouhin.pdf
(627) 2016/11/04 高知県『連携と協力に関する包括協定』を締結：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/files/000/000/018/304/kouchikenhoukatsu.pdf
(628) 2016/11/04【四国限定】「高知県包括協定記念商品」を発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/files/000/000/018/305/kouchikenkinenshouhin.pdf
(629) 2016/11/17【北海道限定】「札幌市協定締結 1周年記念商品」を発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/files/000/000/018/393/16111702.pdf
(630) 2016/11/17【尼崎限定】「尼崎あんかけチャンポン」を新発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/files/000/000/018/396/20161117amagasaki.pdf
(631) 2016/11/17【山梨県限定】山梨の美味しいお米「梨北米」を使用した：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/files/000/000/018/385/16111701.pdf
(632) 2016/11/22【長野県限定】長野の美味しいりんごを使用したデザートやパン：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/files/000/000/018/427/16112201.pdf
(633) 2016/11/22【群馬県限定】群馬名物！上州地粉のおつきりこみを発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/files/000/000/018/429/okkirikomi.pdf
(634) 2016/11/28【長野県限定】「信州ACE弁当（あんかけ鶏唐揚げ）」を発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/files/000/000/018/459/16112801.pdf
(635) 2016/12/01【熊本県限定】「熊本見守り応援隊協定記念商品」を発売：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/files/000/000/018/476/2016120101.pdf
(636) 2016/12/05【東海3県限定】「セブンプレミアム 赤だしが決め手！豚汁」：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/files/000/000/018/516/sebunnpuremiamuakadasi.pdf

- (637) 2016/12/01【山梨県限定】山梨県「健康づくり応援！山梨しぼルト弁当」：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/material/_files/000/000/018/486/2016120102.pdf
- (638) 2016/12/07【大阪府限定】大阪府推進健康的なV.O.S：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/material/_files/000/000/018/523/oosakavos.pdf
- (639) 2016/12/12【新潟県・富山県・石川県（一部）限定】「豚肉と野菜の醤油鍋」：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/material/_files/000/000/018/554/tochionoaburaagerenjinabehatubai.pdf
- (640) 2016/12/15【宮崎県限定】「宮崎ひなたフェア」を12月16日から開催：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/material/_files/000/000/018/560/2016121501.pdf
- (641) 2016/10/24 [九州限定]「九州2000店舗達成キャンペーン」開催：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/material/_files/000/000/018/200/20161024.pdf
- (642) 2016/10/03【愛媛限定】愛媛県八幡浜市のご当地麺「八幡浜ちゃんぽん」：
http://www.sej.co.jp/dbps_data/material/_files/000/000/018/079/20161003333.pdf

付録2 ローソンのニュースリリースから収集した記事のリスト

- 1- 2010. 1. 7 【高知県】『土佐・龍馬であい博』開催を記念した商品を発売：
www.lawson.co.jp/company/news/010894/
- 2- 2010. 1. 18 レンジ“白石温麺”（仙台味噌使用）を発売：
www.lawson.co.jp/company/news/010829/
- 3- 2010. 2. 1 【北海道】「小樽雪あかりの路フェア」
www.lawson.co.jp/company/news/010890/
- 4- 2010. 2. 4 【宮崎県】『宮崎美郷の朝色紅茶パン』を発売
www.lawson.co.jp/company/news/010826/
- 5- 2010. 2. 22 【高知県】「からあげクン 龍馬伝 土佐ゆず風味」
www.lawson.co.jp/company/news/010833/
- 6- 2010. 2. 25 【青森県】感動をありがとう！チーム青森フェア開催：
www.lawson.co.jp/company/news/010784/
- 7- 2010. 2. 25 【北海道】北海道日本ハムファイターズ応援企画：
www.lawson.co.jp/company/news/010819/
- 8- 2010. 3. 24 【島根県】島根県産の食材を使用した記念商品を発売：
www.lawson.co.jp/company/news/010761/
- 9- 2010. 3 【高知県】高知県の食材を使った商品5品を発売：
www.lawson.co.jp/company/news/010892/
- 10- 2010. 4. 27 【愛知県】沖縄のおいしいものを集めた「沖縄フェア」開催：
www.lawson.co.jp/company/news/010810/
- 11- 2010. 5. 13 千葉県にちなんだ4品を発売：
www.lawson.co.jp/company/news/010828/
- 12- 2010. 5. 17 【北海道】人気ラーメン店「さんばち」監修メニュー発売：
www.lawson.co.jp/company/news/010817/
- 13- 2010. 5. 18 広島県「呉の肉じゃが丼」と香川県「金時豆天の焼うどん」を発売：
www.lawson.co.jp/company/news/010815/
- 14- 2010. 5. 26 【北海道】糸井 嘉男選手プロデュース商品登場：
www.lawson.co.jp/company/news/010786/
- 15- 2010. 7. 20 【東北】「盛岡風冷麺辛味噌仕立」を発売：
www.lawson.co.jp/company/news/010855/
- 16-2010. 7. 20 【北海道】ドリームジャンボリーキャンペーン2010：
www.lawson.co.jp/company/news/010860/
- 17- 2010. 7. 27 【青森県】青森県の食材を活かしたお弁当発売：
www.lawson.co.jp/company/news/010873/
- 18-2010. 7. 27 【九州】「別府冷麺団監修 別府冷麺」発売：
www.lawson.co.jp/company/news/010775/
- 19- 2010. 8. 10 鳥取カレー倶楽部認定の『鳥取カレー』など4品を発売します：
www.lawson.co.jp/company/news/010839/

- 20- 2010. 8. 16 【北海道】「とち帯広フェア」開催：
www.lawson.co.jp/company/news/010895/
- 21- 2010. 8. 24 【関東】埼玉県のご当地メニュー発売：
www.lawson.co.jp/company/news/015169/
- 22- 2010. 9. 21 新潟県ご当地メニュー等 4 品を発売：
www.lawson.co.jp/company/news/020547/
- 24- 2010. 9. 27 北海道 ありがとうFightersセール&キャンペーン 開催：
www.lawson.co.jp/company/news/020913/
- 25- 2010. 10. 22 【福岡県】朝倉産富有柿を使用した「富有柿ロール」発売：
<http://www.lawson.co.jp/company/news/022263/>
- 26- 2010. 10. 25 【北海道】美瑛カレーうどんをアレンジした商品発売：
www.lawson.co.jp/company/news/022361/
- 27- 2010. 11. 12 【近畿】近畿地区のローソンで「北海道うまいもんフェア」開催：
www.lawson.co.jp/company/news/025828/
- 28- 2010. 11. 15 【北海道】「北海道グルメフェア」スタート：
<http://www.lawson.co.jp/company/news/026232/>
- 29- 2010. 11. 22 【北海道】日本ハム田中賢介選手プロデュース商品発売：
www.lawson.co.jp/company/news/026891/
- 30-2010. 12. 9 【北陸】ご当地メニューがいっぱいの「大感謝フェア」開催：
www.lawson.co.jp/company/news/030856/
- 31- 2010. 12. 20 【北海道】「北海道グルメフェア」スタート：
www.lawson.co.jp/company/news/031767/
- 32- 2011. 1. 25 【九州】九州産牛乳使用の人気店監修パン発売：
<http://www.lawson.co.jp/company/news/032410/>
- 33- 2010. 1. 25 【北海道】「北海道グルメフェア第3弾」スタート：
www.lawson.co.jp/company/news/032580/
- 34- 2011. 2. 8 【北海道】札幌の女子大生がつくったお弁当発売：
<http://www.lawson.co.jp/company/news/033188/>
- 35- 2010. 2. 8 【北海道】道内人気ラーメン店監修メニュー発売：
www.lawson.co.jp/company/news/033201/
- 36- 2011. 2. 8 【岡山県】岡山県にちなんだ商品 9 品を発売：
<http://www.lawson.co.jp/company/news/033217/>
- 37- 2011. 2. 15 【北海道】「北海道グルメフェア」第4弾スタート：
<http://www.lawson.co.jp/company/news/033533/>
- 38- 2011. 2. 18 【近畿】和歌山県の高校生が考えた弁当・おにぎり発売：
<http://www.lawson.co.jp/company/news/033519/>
- 39- 2011. 3. 1 【北海道】LAWSON x Fighters コラボ企画スタート：
<http://www.lawson.co.jp/company/news/034015/>
- 40- 2011. 3. 8 【九州】九州新幹線全線開通記念商品 10 品発売：
<http://www.lawson.co.jp/company/news/034037/>
- 41- 2011. 3. 8 【北海道】「北海道グルメフェア」第5弾スタート：

<http://www.lawson.co.jp/company/news/034142/>
42-2011.4.11 【北海道】「北海道グルメフェア」第6弾スタート：
<http://www.lawson.co.jp/company/news/035348/>
43- 2011.4.19 【近畿】「鉄人の店」タイアップ8商品 4月19日（火）発売：
<http://www.lawson.co.jp/company/news/035481/>
44- 2011.4.19 【近畿】森半の抹茶を使用したスイーツとベーカリー4品発売：
www.lawson.co.jp/company/news/035482/
45- 2011.4.22 【福岡】「食べんしゃい！博多」フェア開催：
www.lawson.co.jp/company/news/035591/
46- 2011.4.26 【栃木県】とちぎ元気フェア開催：
<http://www.lawson.co.jp/company/news/035644/>
47- 2011.5.17 【北海道】「北海道グルメフェア」第7弾スタート：
<http://www.lawson.co.jp/company/news/037078/>
48- 2011.5.31 【福岡県】福岡県産食材使用「あまおう苺メロンパン」発売：
www.lawson.co.jp/company/news/038142/
49- 2011.7.12 【北海道】「サッポロビール園」共同開発商品発売&お得なキャンペーン：
www.lawson.co.jp/company/news/040480/
50- 2011.8.2 【福岡県】「ありあけ新世高校監修 お好み焼き」：
<http://www.lawson.co.jp/company/news/040866/>
51- 2011.9.6 【宮城県】宮城大学×ローソンが考えたスイーツ：
<http://www.lawson.co.jp/company/news/042988/>
52- 2012.3.20 【福岡】朝倉産富有柿を使用したパン「柿くるり」発売：
www.lawson.co.jp/company/news/051416/
53- 2012.5.22 【北海道】北海道グルメフェアどうなん・追分シーニックバイウエイルート：
<http://www.lawson.co.jp/company/news/059634/>
54- 2012.9.18 【北海道】大自然で育った美瑛産豚とかぼちゃを使った3商品：
www.lawson.co.jp/company/news/066603/
55- 2013.5.28 【関東甲信越・東北】宮城県と岩手県の原料を使用したパンとデザート：
<http://www.lawson.co.jp/company/news/075994/>
56- 2013.5.28 【東北】本場の「盛岡冷麺」発売：
<http://www.lawson.co.jp/company/news/076041/>
57- 2013.9.17 【北海道】北海道産の食材を使った商品発売：
www.lawson.co.jp/company/news/080531/
58- 2013.9.24 【中国】県立広島病院の医師・管理栄養士監修の弁当発売：
<http://www.lawson.co.jp/company/news/080645/>
59- 2013.9.19 【九州】「よかばい熊本！フェア」開催：
<http://www.lawson.co.jp/company/news/080658/>
60- 2013年9月24日 ご当地ロールケーキ8種類発売：
www.lawson.co.jp/company/news/080767/
61- 2013.10.8 【関東甲信越】地元の食材を使ったベーカリー3品発売：
<http://www.lawson.co.jp/company/news/081609/>

- 62- 2013.10.22 【熊本県】県産トマトを使用したトマトジャム入りのパン：
<http://www.lawson.co.jp/company/news/081867/>
- 63- 2013.10.24 【青森県】「三農の恵みアップルン」発売：
www.lawson.co.jp/company/news/081898/
- 64- 2013.10.22 【関東甲信越地方】「新潟県産『越後姫』使用いちご練乳サンド」発売：
www.lawson.co.jp/company/news/081934/
- 65- 2013.10.21 【北海道】北海道産の食材を使った商品発売：
<http://www.lawson.co.jp/company/news/081958/>
- 66- 2013.10.29 【宮城県】「ゴロゴロ野菜のドリア」発売：
<http://www.lawson.co.jp/company/news/082013/>
- 67- 2013.11.5 熊谷喜八シェフ監修スイーツ2品：
www.lawson.co.jp/company/news/082303/
- 68- 2013.12.3 【北海道】北海道別海町の「べつかい牛乳」を使った商品発売：
www.lawson.co.jp/company/news/083172/
- 69- 2013.11.12 【大分県】佐伯ラーメン愛好会監修「佐伯ラーメン」を発売：
www.lawson.co.jp/company/news/083174/
- 70- 2013.11.8 【関東甲信越】茨城県食材を使用した商品を7品発売：
www.lawson.co.jp/company/news/083259/
- 71- 2013.11.19 【秋田】県産食材を詰め込んだ「秋田彩り御膳」：
www.lawson.co.jp/company/news/083407/
- 72- 2013.12.3 【東海】岡崎名物「八丁味噌」を使ったパン・デザートを発売：
www.lawson.co.jp/company/news/083681/
- 73- 2013.12.10 【長崎県】長崎県産じゃがいもとにんじんを使用した「シチューパン」：
www.lawson.co.jp/company/news/084453/
- 74- 2013.12.24 【北海道】道産食材を使った商品を発売：
<http://www.lawson.co.jp/company/news/084655/>
- 75- 2014.1.14 【九州】「官兵衛ゆかりの幕の内弁当」発売：
www.lawson.co.jp/company/news/084787/
- 76- 2014.1.14 【宮城県】「気仙沼復活（フカカツ）弁当」を発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1247133_2504.html
- 77- 2014.1.23 【近畿】京都にゆかりの商品7品を発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1247124_2504.html
- 78- 2014.2.4 【北海道】「小樽あんかけ焼そば」を発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1247123_2504.html
- 79- 2014.2.4 【長崎県】長崎西高等学校の生徒さん考案「びわデニッシュパン」：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1247121_2504.html
- 80- 2014.2.11 【近畿】淡路島産のちりめん・玉ねぎを使用したおにぎり2品発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1247118_2504.html
- 81- 2014.2.25 【大分】大分県産かぼすを使用した「大分かぼすシフォン」発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1247109_2504.html
- 82- 2014.2.25 【北海道】北海道うまいもの巡り 第7弾「釧路・根室地域編」開催：

www.lawson.co.jp/company/news/detail/1247106_2504.html
83- 2014.2.25 【山梨】ヴァンフォーレ甲府応援フェア 開催：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1247107_2504.html
84- 2014.4.14 【近畿地方】奈良ゆかりの商品4品を発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1246910_2504.html
85- 2014.4.22 【宮城】「響け！ありがとう弁当」発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1246907_2504.html
86- 2014.4.18 【関東】「常陸太田 精製醤油籬菊の焼おにぎり」を発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1246908_2504.html
87- 2014.4.29 【青森】「陸奥湾産ほたて弁当」発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1246904_2504.html
88- 2014.5.20 【北海道】北海道×ローソン「北海道味紀行」開催：
http://www.lawson.co.jp/company/news/detail/1246664_2504.html
89- 2014.5.24 【北海道】「壺屋 パリッとマロンドーナツ」発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1246658_2504.html
90- 2014.6.3 【宮城】「仙台マーボー焼そば」発売：
http://www.lawson.co.jp/company/news/detail/1246654_2504.html
91- 2014.6.10 【九州】女性のための商品5品発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1246652_2504.html
92- 2014.7.15 【関東・甲信越】新潟県産食材を使用した商品を発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1246635_2504.html
93- 2014.7.30 【関東甲信越】「鶏とごぼうの炊き込みご飯おにぎり」発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1246627_2504.html
94- 2014.7.30 【関東】胡麻油香る「黒天重」と「焼ビーフン」を発売：
http://www.lawson.co.jp/company/news/detail/1246626_2504.html
95- 2014.8.5 【北海道】「北海道味紀行 第2弾～渡島・檜山地域編～」開催：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1246624_2504.html
96- 2014.8.12 【関東甲信越】「茨城県大洗港水揚げ しらすご飯」発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1246617_2504.html
97- 2014.9.9 【関東甲信越】「3種ぶどうのブランマンジェ」発売 | ローソン：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1246596_2504.html
98- 2014.9.10 【新潟県】店内厨房「まちかど厨房」で使用する米：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1246590_2504.html
99- 2014.10.7 【北海道】「北海道味紀行 第3弾～十勝地域編～」開催：
http://www.lawson.co.jp/company/news/detail/1246577_2504.html
100- 2014.10.21 【埼玉県】「埼玉県コバトン健康メニュー」弁当が県内ローソンで発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1246568_2504.html
101- 2014.10.22 ローソンファームで栽培された野菜を使用した商品発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1246539_2504.html
102- 2014.11.14 【関東甲信越】地産食材を使用した商品を2品発売：
http://www.lawson.co.jp/company/news/detail/1246522_2504.html

- 103- 2014.11.18 【北海道】「北海道味紀行 第4弾～宗谷・上川・留萌地域編～」開催：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1246521_2504.html
- 104- 2014.11.18 【長崎県】長崎西高等学校の生徒さん考案「まるごとかぼっ茶パン」：
http://www.lawson.co.jp/company/news/detail/1246520_2504.html
- 105- 2015.1.20 【中四国】広島県産瀬戸田レモン果汁を使用したスイーツ発売：
http://www.lawson.co.jp/company/news/detail/1246337_2504.html
- 106- 2015.1.20 【北海道】「北海道味紀行第5弾～釧路・根室・オホーツク地域編」：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1246338_2504.html
- 107- 2015.2.6 【高知県】サニーマートの運営するローソン：
http://www.lawson.co.jp/company/news/detail/1246339_2504.html
- 108- 2015.1.27 【中四国】地産食材を使用した商品を2品発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1246341_2504.html
- 109- 2015.2.18 【宮城】「西高発！刻み揚げと生姜の酢飯弁当」発売 | ローソン：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1246346_2504.html
- 110- 2015.2.17 【関東甲信越】大人向けの本格スイーツ3品発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1246347_2504.html
- 111- 2015.3.3 【北海道】「北海道味紀行第6弾～胆振・日高地域編～」開催：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1246350_2504.html
- 112- 2015.3.3 <参考資料>【栃木】「高根沢にじいろ焼ちゃんぽん」発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1246353_2504.html
- 113- 2015.3.20 【四国】「こじゃんと！ローソン」フェア開催：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1246355_2504.html
- 114- 2015.3.10 【熊本県】熊本市新市街に「くまモン誕生祭ローソン」が登場：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1246356_2504.html
- 115- 2015.3.17 【茨城県】冷やして食べる「奥久慈りんごのアップルパイ」発売：
http://www.lawson.co.jp/company/news/detail/1246361_2504.html
- 116- 2015.3.31 【関東甲信越】「信州味わいおにぎりセット」発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1246372_2504.html
- 117- 2015.5.12 【青森県】青森県産食材や有名店監修の商品を発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1246389_2504.html
- 118- 2015.5.15 【東海・北陸地区】砂糖不使用チョコレートを使用したスイーツ2品：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1246391_2504.html
- 119- 2015.7.4 【福岡県】博多天神の有名店「小金(こきん)ちゃん」監修「焼きラーメン」：
http://www.lawson.co.jp/company/news/detail/1250796_2504.html
- 120- 2015.6.30 【大分】県産の柚子・かぼすが香る「とり天柚子マヨおにぎり」発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1246411_2504.html
- 121- 2015.7.14 【青森県】「いがめんち弁当」「青森味噌カレー牛乳焼おにぎり」発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1246418_2504.html
- 122- 2015.7.28 【北海道】北海道と協働で2015年度「北海道味紀行」開催：
http://www.lawson.co.jp/company/news/detail/1247871_2504.html
- 123- 2015.8.18 【宮崎・鹿児島】「宮崎の味！レンジ辛麺」発売：

www.lawson.co.jp/company/news/detail/1250775_2504.html
124- 2015.8.18 【九州】8月18日(火)「なすとひき肉の辛味パスタ」発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1250776_2504.html
125- 2015.8.25 【北九州市】北九州ゆかりのオリジナル商品3品を発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1250781_2504.html
126- 2015.9.1【鹿児島】黒酢・黒糖・黒ごま・醤油を使用した5商品：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1250787_2504.html
127- 2015.9.8 【青森】ご当地グルメや県産食材を使用した商品を発売
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1250788_2504.html
128-2015.9.29 埼玉県の「農業女子」が生産したはちみつを使用したスイーツ4品：
https://www.foods-ch.com/news/press_74519/
129- 2015.9.29 【東海・北陸地区】台湾ラーメン発祥の「味仙(みせん)」監修：
https://www.foods-ch.com/news/press_82804/
130- 2015.9.26 <参考資料>【近畿】和歌山県産の「紀州うめどり」「みかん」：
https://www.foods-ch.com/news/press_82808/
131- 2015.10.13 【中四国】ご当地グルメや地産食材を使用した商品発売：
https://www.foods-ch.com/news/press_88736/
132- 2015.10.6 【中四国】鳥取県のご当地食材を使用した商品発売
http://www.lawson.co.jp/company/news/detail/1282183_2504.html
133- 2015.10.13 【北海道】「北海道味紀行第2弾～十勝地域編～」開催：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1252599_2504.html
134- 2015.10.20 【青森県】県産野菜を使用した「柏農(はくのう)もりもり弁当」：
https://www.foods-ch.com/news/press_94522/
135- 2015.10.27 【東海北陸】三重県産「伊勢茶」を使用したスイーツを7か月連続：
<http://www.pref.mie.lg.jp/TOPICS/2015100242.htm>
136- 2015.10.27 【九州地区】鹿児島県の郷土料理や地産食材を使用した商品発売：
https://www.foods-ch.com/news/press_96732/
137- 2015.11.10 【北海道】「北海道味紀行第3弾～宗谷・上川・留萌地域編～」開催：
http://www.lawson.co.jp/company/news/detail/1254478_2504.html
138- 2015.11.10 【東北】岩手県のご当地グルメや地産食材を使用した商品発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1254851_2504.html
139- 2015.11.17 ローソンファーム新潟のコシヒカリおにぎり発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1255064_2504.html
140- 2015.11.24 【岐阜県】岐阜県産の飛騨牛・いび茶・ハツシモ米粉を使用した：
http://www.lawson.co.jp/company/news/detail/1255079_2504.html
141- 2015.11.24 【福岡県】福岡県産小麦を使用した調理麺やベーカリーを発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1255140_2504.html
142- 2015.12.8 <九州地区> 「熊本県産球磨栗のモンブラン」発売：
http://www.lawson.co.jp/company/news/detail/1256648_2504.html
143- 2016.1.12 【中国・四国地区】鳥取県産の食材を使用した8商品発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1259323_2504.html

- 144- 2016.1.23 【青森県】生徒さんたちが考案した「三農 MO-MO パン」発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1259787_2504.html
- 145- 2016.1.22 【秋田県】「御狩場(おかりば)焼き重」発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1259789_2504.html
- 146- 2016.2.4 【関東甲信越】風味豊かな「わさび」が香る寿司2品発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1260808_2504.html
- 147- 2016.2.4 【北海道】「北海道味紀行第4弾～空知・石狩・後志地域編～」開催：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1260842_2504.html
- 148- 2016.2.9 【鹿児島県】「南州農場「かごしま黒豚」使用 直火焼 黒豚重」発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1261936_2504.html
- 149- 2016.2.12 【宮城県】「気仙沼西高発! Come Come 弁当」発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1263761_2504.html
- 150- 2016.2.12 【福島県】地元の食材を使用したお弁当とおにぎりセット発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1263766_2504.html
- 151- 2016.2.19 【近畿地方】第5回淡路市「具ー1 (ぐーわん) グランプリ」：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1263766_2504.html
- 152- 2016.3.1 【鹿児島県】鹿児島県産の食材を使用した「生どら焼き」：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1263766_2504.html
- 153- 2016.3.1 <東北地区>東北各県の食材を使用した8商品を発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1265181_2504.html
- 154- 2016.3.1 <福岡県>福岡県産の食材を使ったベーカリー2品発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1265182_2504.html
- 155- 2016.3.22 大河ドラマ「真田丸」関連商品発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1266451_2504.html
- 156- 2016.3.22 <北海道・東北>北海道新幹線開業記念商品発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1266509_2504.html
- 157- 2016.3.22 <近畿地区>第一弾「兵庫県産小麦使用のしっとり蒸しケーキ」発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1266457_2504.html
- 158- 2016.5.17 <九州地区>「東九州サンライン」キャンペーン実施：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1269532_2504.html
- 159- 2016.5.26 <東海・北陸地区>「三重まんさい弁当」など8品発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1270212_2504.html
- 160- 2016.5.24 <東海北陸地区>静岡県産の苺、抹茶を使用したパン2品発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1270831_2504.html
- 161- 2016.6.7 <九州地区>「くまもと応援キャンペーン」 | ローソン：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1272346_2504.html
- 162- 2016.6.21 <九州地区>「プレミアム八女伝統本玉露のロールケーキ」発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1272922_2504.html
- 163- 2016.7.19 <北陸>「エゴマの葉」や「エゴマ油」を使用した3商品発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1274690_2504.html
- 164- 2016.7.19 「青森県・函館デスティネーションキャンペーン」開催記念商品発売：

www.lawson.co.jp/company/news/detail/1274757_2504.html
165- 2016.7.26 <中四国地区>広島県産のレモンを使ったベーカリーとデザート発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1274749_2504.html
166- 2016.8.9 <東北>「名取高校発！岩沼とんちゃん丼」発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1276199_2504.html
167- 2016.10.11 <中四国地区>島根県立大学短期大学部との連携開発商品2品を発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1280241_2504.html
168- 2016.10.4 <岐阜県・愛知県>「関ヶ原合戦弁当」発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1281560_2504.html
169- 2016.10.18 <九州地区>「メロンパンサンド」発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1282088_2504.html
170- 2016.10.27 <東北地区>青森県産カシス使用「柏農 カシフォン」発売：
http://www.lawson.co.jp/company/news/detail/1282175_2504.html
171- 2016.11.1 <中四国>鳥取県産食材を使用した商品やご当地メニューを発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1282183_2504.html
172- 2016.11.13 <九州地区>「かんころ餅パイ」発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1284066_2504.html
173- 2016.11.29 <中部地方>岐阜県産のハツシモ米粉・飛騨高原牛乳を使用したパン：
http://www.lawson.co.jp/company/news/detail/1284193_2504.html
174- 2016.11.29 <近畿地区>和歌山県産食材を使用した商品やご当地メニューを発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1285733_2504.html
175- 2016.12.6 <九州地区>「熊本県産 山江栗のモンブラン」発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1286137_2504.html
176- 2016.12.6 <九州地区>「ごまだしちゃんぽん」発売：
www.lawson.co.jp/company/news/detail/1286141_2504.html

付録3 ファミリーマートのニュースリリースから収集した記事のリスト

- 1- 2006年01月23日 広島県の人気お好み焼店の味をファミリーマート：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2006/20060123_01.html
- 2- 2006年03月13日 北陸地区限定の惣菜「おかあさんの味」シリーズ発売：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2006/20060313_02.html
- 3- 2006年04月13日 名古屋大須の人気店「李さんの台湾名物屋台」：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2006/20060413_01.html
- 4- 2006年04月20日 昔ながらの平打ち麺使用！北陸地区限定「田舎そば」発売
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2006/20060420_05.html
- 5- 2006年05月25日 東海地区限定「名古屋メシ」第1弾「名古屋コーチンフェア」：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2006/20060525_02.html
- 6- 2006年07月06日 広島県の人気専門店「唐々亭」の中華つけ麺が味わえる：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2006/20060706_04.html
- 7- 2006年08月10日 石川テレビの人気キャラクター 石川テレビ「石川さん」：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2006/20060810_01.html
- 8- 2006年08月21日【東北限定】焼肉レストランひがしやま監修『牛カルビ丼』：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2006/20060821_01.html
- 9- 2006年09月21日【東北地区限定】コンビニ発！「八戸せんべい汁研究所」公認：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2006/20060921_01.html
- 10- 2006年09月22日福井うめを使用したファミリーマートオリジナルおむすび：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2006/20060922_02.html
- 11- 2006年09月25日【北関東限定】映画『夜のピクニック』タイアップ弁当発売：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2006/20060925_01.html
- 12- 2006年09月28日【東北限定】スパリゾートハワイアンズ×ファミリーマート：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2006/20060928_02.html
- 13- 2006年10月20日【東北限定】やきとり大吉監修『大吉監修 やきとり丼』：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2006/20061020_01.html
- 14- 2006年11月02日【中国・四国限定】徳島県の名産品「鳴門金時さつまいも」：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2006/20061102_01.html
- 15- 2006年11月06日【九州地区限定】九州産のいちご“とよのか”を使用した：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2006/20061106_01.html
- 16- 2006年12月07日【東北・関東地区限定】「アニー伊藤」太鼓判：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2006/20061207_01.html
- 17- 2006年12月18日【北陸地区限定】新鮮おつまみ「じわもん市場」新発売：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2006/20061218_01.html
- 18- 2007年02月16日北陸地区限定！「ヤマト醤油味噌フェア」開催：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20070216_01.html
- 19- 2007年02月22日【北陸地区限定】FBCラジオ 午後はとことんワイド：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20070222_01.html

- 20- 2007年02月26日【東海地区限定】名古屋名物「どて煮」を井に：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20070226_02.html
- 21- 2007年03月28日【東海地区限定】地産地消の商品を取り揃えました：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20070328_02.html
- 22- 2007年04月09日【北陸地区限定】北陸健康鶏を使用：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20070409_01.html
- 23- 2007年04月16日【九州地区限定】長崎の“チョコー醤油”を使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20070416_01.html
- 24- 2007年04月16日【九州地区限定】福岡県産“なす”を使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20070416_02.html
- 25- 2007年04月20日【九州地区限定】鹿児島県産「きびなご」を使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20070420_01.html
- 26- 2007年04月25日【中国・四国地区限定】広島県の人気つけ麺専門店：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20070425_01.html
- 27- 2007年04月27日【埼玉地区限定】浦和レッズ応援弁当第5弾：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20070427_01.html
- 28- 2007年06月04日【中国・四国地区限定】食物繊維が白米：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20070604_01.html
- 29- 2007年06月11日【九州地区限定】佐賀県産たまねぎを使用した：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20070611_02.html
- 30- 2007年06月14日【山梨県限定】ヴァンフォーレ甲府応援弁当第3弾
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20070614_02.html
- 31- 2007年06月14日八女茶の老舗「光安青霞園茶舗」と共同開発した：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20070614_03.html
- 32- 2007年06月19日【中国・四国地区限定】神戸南京町中華街の銘店の味を再現
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20070619_02.html
- 33- 2007年06月20日【関東地区限定】有名ラーメン店『ちゃぶ屋』：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20070620_01.html
- 34- 2007年06月20日【東北地区限定】コラボレーション 東北の食材をふんだん：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20070620_03.html
- 35- 2007年06月22日【九州地区限定】九州産「六白黒豚」を使用した商品が登場：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20070622_03.html
- 36- 2007年06月28日【埼玉県限定】浦和レッズ応援弁当第6弾：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20070628_02.html
- 37- 2007年07月06日【関西地区限定】和歌山県産「柿酢」入り商品を発売開始：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20070706_01.html
- 38- 2007年07月17日【長崎県・佐賀県の一部店舗限定販売】カップに入った：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20070717_02.html
- 39- 2007年07月18日【九州地区限定】「門司港ホテル」総料理長監修：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20070718_02.html
- 40- 2007年07月26日【東海地区限定】「飛騨鶏ちゃん自慢店 ひとつく」監修：

http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20070726_02.html
41- 2007年07月27日【九州地区限定】ファミリーマート&キリンググループ：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20070727_02.html
42- 2007年07月30日「北陸地産地消：能登産ブルーベリージャム使用」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20070730_03.html
43- 2007年08月02日【四国地区限定】愛媛県との包括協定企画商品
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20070802_01.html
44- 2007年08月09日「北陸地産地消商品」あけぼの庵氷見手延うどん発売
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20070809_01.html
45- 2007年08月10日【関西地区限定】地産地消商品『京野菜』
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20070810_01.html
46- 2007年08月21日【山梨県限定】ヴァンフォーレ甲府応援弁当
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20070821_01.html
47- 2007年09月10日【九州地区限定】秋の味覚
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20070910_02.html
48- 2007年09月12日【九州地区限定】長崎県産の“旬（とき）さば”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20070912_01.html
49- 2007年09月14日【九州地区限定】鹿児島県産「黒豚」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20070914_01.html
50- 2007年09月20日愛媛県との包括協定企画商品：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20070920_02.html
51- 2007年09月21日【北関東地区限定】エフエム栃木 RADIO
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20070921_01.html
52- 2007年09月21日岐阜県産「恵那どり」を使用した商品続々
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20070921_04.html
53- 2007年09月26日岡山県産『吉備高原どり』を使用した弁当を発売
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20070926_01.html
54- 2007年10月18日【埼玉県限定】浦和レッズ応援商品
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20071018_01.html
55- 2007年11月06日【宮崎県・鹿児島県限定】須木栗を使用したデザート
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20071106_03.html
56- 2007年11月09日【中部地区限定】メガな商品続々
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20071109_02.html
57- 2007年11月12日【中国・四国地区限定】老舗の徳島ラーメン専門店
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20071112_02.html
58- 2007年11月12日【関西地区限定】老舗昆布佃煮メーカー『誠味』
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20071112_01.html
59- 2007年11月13日【埼玉県限定】浦和レッズ応援商品
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20071113_01.html
60- 2007年11月19日宮城県産「ひとめぼれ 無菌パック（新米）」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20071119_03.html

- 61- 2007年11月19日【宮城県限定】仙台・宮城デスティネーションキャンペーン
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20071112_03.html
- 62- 2007年11月19日【山形地区限定】山形県産はえぬき米使用おむすび
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20071119_02.html
- 63- 2007年12月05日【中国・四国地区限定】広島県の乳製品メーカー『チチヤス』
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20071205_01.html
- 64- 2007年12月21日「北陸地区限定」金箔を使用した商品発売
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20071221_01.html
- 65- 2007年12月25日【鹿児島県・宮崎県限定】鹿児島産そば粉使用
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2007/20071225_03.html
- 66- 2008年01月09日【関東地区限定】産地限定「野沢菜おむすび」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20080109_01.html
- 67- 2008年01月10日【東海地区限定】「オリエンタル監修オムハヤシ」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20080110_01.html
- 68- 2008年01月11日【東海地区限定】メーテレ人気番組「げりらっパ」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20080111_01.html
- 69- 2008年01月11日【九州地区限定】「味噌バタークリームスパゲティ」発売
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20080111_02.html
- 70- 2008年01月21日【鹿児島県・宮崎県】「篤姫」観光キャンペーン応援フェア
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20080121_01.html
- 71- 2008年01月23日【関東地区限定】那須塩原名物「こばや食堂監修 スープ」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20080123_02.html
- 72- 2008年01月28日【九州地区限定】レンジ麺「かしわうどん」発売
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20080128_01.html
- 73- 2008年02月12日【関東地区限定】東京・新大久保「韓国家庭料理 ハレルヤ」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20080212_01.html
- 74- 2008年02月13日【関東地区限定】お好み焼屋 ぼちぼち監修
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20080213_01.html
- 75- 2008年02月18日【四国地区限定】「徳島文理大学」の学生のアイディア
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20080218_01.html
- 76- 2008年02月21日【九州地区限定】ファミリーマート&キリングループ
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20080221_01.html
- 77- 2008年02月29日【中国四国地区限定】コーヒー専門店とコラボレーション
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20080229_02.html
- 78- 2008年03月19日【北陸地区限定】3月21日（金）中島菜おむすび発売
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20080319_03.html
- 79- 2008年03月19日【中国・四国地区限定】より細分化した地域ニーズに対応
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20080319_02.html
- 80- 2008年03月24日【関西地区限定】漬物の老舗『ぎをん八百伊』
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20080324_01.html
- 81- 2008年03月26日【九州地区限定】九州産“ふくゆたか大豆”を使用した

http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20080326_01.html
82- 2008年03月28日香川県との包括協定企画商品
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20080328_02.html
83- 2008年04月07日【九州地区限定】福岡県大川市の老舗“庄分酢”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20080407_02.html
84- 2008年04月09日【中部地区限定】「椛山女学園大学」の学生のアイディア
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20080409_01.html
85- 2008年04月14日【九州地区限定】熊本県産「はちべえトマト」を使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20080414_01.html
86- 2008年04月14日【九州地区限定】鹿児島県産「黒毛和牛」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20080414_02.html
87- 2008年04月24日【北陸地区限定】サンリオ“ハローキティ”コラボレーション
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20080424_01.html
88- 2008年05月02日【四国地区限定】愛媛県の食材を使用した弁当
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20080502_01.html
89- 2008年05月16日【九州地区限定】北部九州のブランド鶏“みつせ鶏”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20080516_01.html
90- 2008年05月20日【中部地区限定】「旬の海の幸」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20080520_01.html
91- 2008年06月05日【千葉県限定】それでも我々は応援し続ける
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20080605_01.html
92- 2008年07月10日【九州地区限定】佐世保観光コンベンション協会
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20080710_01.html
93- 2008年07月17日【九州地区限定】福岡ソフトバンクホークス
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20080717_03.html
94- 2008年07月28日【北陸地区限定】「北陸のハローキティ弁当」発売
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20080728_01.html
95- 2008年08月08日【四国地区限定】大ヒット商品「豚肉玉子めし」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20080808_01.html
96- 2008年08月13日【関西地区限定】“京都”をテーマにした商品を発売
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20080813_01.html
97- 2008年09月09日【埼玉県限定】浦和レッズ応援商品
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20080909_01.html
98- 2008年09月11日【北陸地区限定】福井梅を使用したおむすび
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20080911_01.html
99- 2008年09月12日【中部地区限定】岐阜県的美濃酪連“ひるがの牛乳”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20080912_01.html
100- 2008年09月17日【宮城県限定】仙台・宮城デスティネーションキャンペーン
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20080917_01.html
101- 2008年09月19日【九州地区限定熊本県産ブランド豚「ひごさかえ肥皇」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20080919_03.html

- 102- 2008年09月29日【四国地区限定】香川県包括協定企画商品第2弾
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20080929_04.html
- 103- 2008年10月02日【北陸地区限定】福井県・石川県
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20081002_02.html
- 104- 2008年10月02日【北陸地区限定】希少「能登牛」の旨みがいっぱい詰まった
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20081002_03.html
- 105- 2008年10月10日【関東地区限定】埼玉県産食材を使用商品を発売
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20081010_01.html
- 106- 2008年10月14日【関西地区限定】環境省「エコアクション21」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20081014_02.html
- 107- 2008年10月23日【東北地区限定】雪国まいたけ使用の「新潟産舞茸おむすび」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20081023_03.html
- 108- 2008年10月27日【四国限定】愛媛県の食材を使用した商品3種類を発売
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20081027_02.html
- 109- 2008年10月29日【中国限定】ファミリーマート“地産地消”の商品開発
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20081029_01.html
- 110- 2008年10月30日【九州地区限定】九州の食材を使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20081030_02.html
- 111- 2008年10月30日【北陸地区限定】日本海みそ使用「焼おむすび」を発売
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20081030_04.html
- 112- 2008年11月04日【中国・四国限定】ファミリーマート“地産地消”の商品
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20081104_04.html
- 113- 2008年11月06日【北関東地区限定】栃木放送の人気番組
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20081106_01.html
- 114- 2008年11月11日【東北地区限定】蔵王牛乳を使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20081111_01.html
- 115 - 2008年11月17日【九州限定】熊本県産“はちべえトマト”を使用した商品
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20081117_03.html
- 116- 2008年11月21日【中部地区限定】名古屋の洋食専門店
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20081121_01.html
- 117- 2008年11月21日【山梨県限定】「ヴァンフォーレ甲府応援カツ丼」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20081121_02.html
- 118- 2008年11月21日【埼玉県限定】埼玉県産食材を使用商品を発売
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20081121_03.html
- 119- 2008年12月03日【中部地区限定】ファミリーマート&キリングループ：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20081203_01.html
- 120- 2008年12月04日栃木県産食材を使用した商品を関東1都9県にて発売
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20081204_01.html
- 121- 2008年12月08日【東北限定】ファミリーマートオリジナルスイーツブランド
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20081208_02.html
- 122- 2008年12月11日【関西地区限定】京都お好み焼き・鉄板焼チェーン店

http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20081211_01.html
123- 2008年12月11日【北陸地区限定】石川県産五郎島金時、福井県産健康鶏
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20081211_02.html
124- 2008年12月19日【九州地区限定】熊本県産“はちべえトマト”を使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20081219_01.html
125- 2008年12月25日【九州地区限定】「熊本県産和栗モンブラン」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2008/20081225_01.html
126- 2009.01.16【関西のファミリーマート限定】心齋橋『うどんちり本家 にし家』
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090116_02.html
127- 2009.01.19【東北地区限定】仙台いちご“もういっこ”使用デザート発売
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090119_01.html
128- 2009.1.15【関東地区限定】栃木県産食材を使用した商品
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090115_01.html
129- 2009年01月19日【関西地区のファミリーマート限定】京野菜「聖護院かぶら」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090119_02.html
130- 2009年01月20日【鹿児島・宮崎限定】ファミリーマート限定発売 果実畑：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090120_01.html
131- 2009年01月22日【鹿児島・宮崎限定】肥薩おれんじ鉄道応援フェア実施
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090122_03.html
132- 2009年01月28日【関東地区限定】「そのまま宮崎フェア」第2弾
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090128_01.html
133- 2009年01月29日【九州地区限定】“阿蘇小国ジャージー牛乳”を使用した商品
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090129_01.html
134- 2009年02月02日【北陸地区限定】ヤマト醤油味噌を使用したおむすび
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090202_04.html
135- 2009年02月13日【北陸地区限定】能登ワインを使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090213_03.html
136- 2009年02月16日【東北地区限定】「宮城県産ちぢみ雪菜お浸し」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090216_01.html
137- 2009年02月20日「沖縄国際映画祭～L a u g h & P e a c e」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090220_01.html
138- 2009年03月19日【中国・四国限定】島根県産の食材を使用した商品を発売
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090319_02.html
139- 2009年03月19日【九州地区限定】“阿蘇小国ジャージー牛乳”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090319_03.html
140- 2009年03月23日【関西地区限定】『紀州梅と九条ねぎの和風パスタ』を発売
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090323_01.html
141- 2009年03月25日【九州地区限定】「五島産高菜めしおむすび」発売
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090325_02.html
142- 2009年03月30日【東北地区限定】「ミニ山形風冷シラーメン」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090330_03.html

- 143- 2009年04月09日【東北地区限定】東北でおなじみの“ずんだ”スイーツ
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090409_02.html
- 144- 2009年04月17日【関西地区限定】神戸南京町「群愛飯店」と共同開発
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090417_08.html
- 145- 2009年04月21日【北陸地区限定】食育・地産地消をテーマとした
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090421_01.html
- 146- 2009年04月23日【関西地区限定】神戸の人気洋惣菜店『神戸開花亭』
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090423_03.html
- 147- 2009年04月28日【九州地区限定】佐賀県産の新玉ねぎを使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090428_01.html
- 148- 2009年05月08日【東北限定】宮城県仙台市の「焼肉レストランひがしやま」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090508_03.html
- 149- 2009年05月11日香川県産の食材を使用した商品2アイテムを発売
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090511_05.html
- 150- 2009年05月11日「千産千消（ちさんちしょう）フェア」を実施
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090511_08.html
- 151- 2009年05月14日【鹿児島県・宮崎県限定】地域の食材を楽しむ
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090514_02.html
- 152- 2009年05月18日【中部地区限定】愛知県で人気の居酒屋「赤から」監修
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090518_08.html
- 153- 2009年05月20日石川県産の食材を使用した「石川じわもんフェア」を実施
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090520_07.html
- 154- 2009年05月21日【関西地区限定】大阪ミナミの老舗洋食店「重亭」監修
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090521_08.html
- 155- 2009年05月22日【中部限定】今が旬、愛知県「篠島産しらす」を使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090522_07.html
- 156- 2009年05月27日北海道産食材を使用したスイーツ2アイテム
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090527_02.html
- 157- 2009年06月11日【埼玉県限定】埼玉県産食材使用商品を発売
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090611_03.html
- 158- 2009年06月18日ファミリーマートは「地産地食」をめざしています
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090618_06.html
- 159- 2009年06月24日【東北地区限定】蔵王牛乳を使用した夏向けのスイーツ
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090624_01.html
- 160- 2009年06月25日【九州地区限定】旬の福岡県産“博多なす”を使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090625_04.html
- 161- 2009年06月25日【中部地区限定】三重県産食材を使った「冷しうどん」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090625_09.html
- 162- 2009年07月06日【北陸地区限定】「越前かれいの野菜あんかけ弁当」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090706_02.html
- 163- 2009年07月08日【関西地区限定】兵庫県認証食品を使用した商品

http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090708_04.html
164- 2009年07月10日【東北地区限定】庄内産メロンを使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090710_01.html
165- 2009年07月10日【中部限定】岐阜県山県市産にんにく「元気玉」を使った
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090710_08.html
166- 2009年07月16日【九州地区限定】博多で人気のつけ麺専門店
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090716_01.html
167- 2009年07月17日「北陸産豚のソースかつ丼」発売
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090717_01.html
168- 2009年07月17日【東北地区限定】山形の名店「手打ちそば竜山」が監修した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090717_02.html
169- 2009年07月17日【北関東・静岡限定】茨城県産豚肉を使用した弁当を発売
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090717_03.html
170- 2009年07月27日【東北限定】宮城県仙台市の「焼肉レストランひがしやま」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090727_03.html
171- 2009年07月27日【中国地区限定】島根県産食材使用
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090727_04.html
172- 2009年07月27日高知県産の食材を使用した商品9種類を発売
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090727_07.html
173- 2009年08月06日【関西地区限定】京都府亀岡市特産のハバネロ
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090806_08.html
174- 2009年08月10日【北関東・静岡限定】群馬県産鶏を使用した弁当を発売
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090810_01.html
175- 2009年08月12日【関西地区限定】京野菜使った商品を続々と発売
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090812_08.html
176- 2009年08月13日【東北地区限定】三陸産の穴子を使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090813_01.html
177- 2009年08月19日【中部地区限定】愛知県西尾市産の抹茶を使った
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090819_03.html
178- 2009年08月26日日本7地区のブランド豚を使用
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090826_02.html
179- 2009年09月07日佐賀県産の食材を使った商品7種類を発売
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090907_03.html
180- 2009年09月11日北海道産食材を使用した商品3種類
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090911_09.html
181- 2009年09月24日【中部地区限定】岐阜県山県市産にんにく
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20090924_08.html
182- 2009年10月01日【九州地区限定】博多で人気のつけ麺専門店
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20091001_04.html
183- 2009年10月05日【北陸地区限定】福井県産ブランドミディトマト
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20091005_01.html

- 184- 2009年10月05日【北陸地区限定】石川県の味噌メーカー「まつや」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20091005_02.html
- 185- 2009年10月08日【九州地区限定】長崎中華街の老舗「会楽園」監修
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20091008_02.html
- 186- 2009年10月09日【中部地区限定】“天然”伊勢産のひじきを使った
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20091008_04.html
- 187- 2009年10月15日【栃木県限定】栃木県産食材使用商品を発売
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20091015_02.html
- 188- 2009年10月19日【北陸地区限定】“加賀フルーツランド”のブルーベリー
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20091019_01.html
- 189- 2009年10月21日FM OSAKA「なんMEGA!」と神戸屋
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20091021_08.html
- 190- 2009年10月22日【中部地区限定】“恵那どりの唐揚げ弁当”を発売
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20091022_03.html
- 191- 2009年10月22日【東北限定】“伊達の旨塩”と蔵王の卵と牛乳を使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20091022_04.html
- 192- 2009年10月26日【関東地区限定】ファミリーマートは『地産で地食へ』
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20091026_02.html
- 193- 2009年11月04日【九州地区限定】ファミリーマートは『地産で地食へ』
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20091104_02.html
- 194- 2009年11月05日【東北地区限定】ファミリーマートは『地産で地食へ』
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20091105_02.html
- 195- 2009年11月05日【中部地区限定】「赤から」コラボ第3弾
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20091105_03.html
- 196- 2009年11月05日【関西地区限定】神戸の人気洋食店「神戸デュシャン」監修
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20091105_04.html
- 197- 2009年11月09日【群馬県・栃木県・茨城県限定発売】北関東名店めぐり
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20091109_02.html
- 198- 2009年11月16日【中部地区限定】ファミリーマートは「地産で地食へ」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20091116_08.html
- 199- 2009年11月26日【関西地区限定】がんことファミリーマートのコラボ商品
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20091126_09.html
- 200- 2009年12月02日【九州地区限定】熊本県のパウンドケーキの人気店
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20091202_01.html
- 201- 2009年12月16日静岡県と「地域活性化に関する包括連携協定」締結記念
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2009/20091216_03.html
- 202- 2010年01月07日【中国・四国地区限定】「土佐・龍馬であい博」応援企画
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100107_01.html
- 203- 2010年01月08日沖縄県産の食材を使用した商品11種類を発売
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100108_06.html
- 204- 2010年01月21日【中部地区限定】絶大な人気を誇る「シェ・シバタ」

http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100121_09.html
205- 2010年01月22日北陸を代表するB級グルメ「ブラックラーメン」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100122_03.html
206- 2010年01月22日北陸産“豆あじ”使用「豆あじの南蛮漬け」を発売
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100122_04.html
207- 2010年01月26日【四国地区】ファミリーマートは「土佐・龍馬であい博」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100126_01.html
208- 2010年02月01日【東北地区限定】宮城県産いちご“もういっこ”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100201_01.html
209- 2010年02月02日「愛知県包括協定締結記念フェア」開催
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100202_03.html
210- 2010年02月08日【九州地区限定】長崎県産“そのぎ茶”を使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100208_01.html
211- 2010年02月08日【関東地区限定】2010みやざきweek協賛
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100208_02.html
212- 2010年02月10日【九州地区限定】九州でおなじみのアイスクリーム
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100210_02.html
213- 2010年02月12日【中国・四国地区限定】島根県立出雲商業高等学校
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100212_01.html
214- 2010年03月01日【関西地区限定】“純喫茶アメリカン”の人気メニュー
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100301_03.html
215- 2010年03月03日【東北限定】テレビユー福島のカラクター「ロッキン」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100303_01.html
216- 2010年03月11日【中国・四国地区限定】「土佐・龍馬であい博」応援企画商品
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100311_01.html
217- 2010年03月15日【関東地区限定】東京・新大久保「韓国家庭料理 ハレルヤ」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100315_02.html
218- 2010年03月24日【九州】門司港レトロの人気店「BEAR FRUITS」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100324_01.html
219- 2010年03月29日【九州地区限定】雲仙しまばら鶏を使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100329_01.html
220- 2010年03月30日【九州地区限定】佐賀市のご当地グルメ
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100330_01.html
221- 2010年04月02日【中部地区限定】“愛知県産豚ロース”を使った
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100402_01.html
222- 2010年04月08日【中部地区限定】名古屋発祥の名物メニュー
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100408_02.html
223- 2010年04月08日【中国・四国限定】広島県の人気つけ麺専門店“ばくだん屋”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100408_03.html
224- 2010年04月19日京都府“京のおばんざい弁当普及推進協議会”認定
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100419_08.html

- 225- 2010年04月21日【九州地区限定】熊本県産“はちべえトマト”を使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100421_01.html
- 226- 2010年04月23日「宮城県包括協定記念フェア」開催
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100423_09.html
- 227- 2010年04月28日【関東限定】中高年層向けに
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100428_01.html
- 228- 2010年04月30日【首都圏限定】ワンランク上のお弁当
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100430_02.html
- 229- 2010年05月06日【関東限定】冷やっこがおむすびに
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100506_01.html
- 230- 2010年05月13日【中国・四国地区限定】日本三大漬菜“広島菜”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100513_02.html
- 231- 2010年05月14日新潟県包括協定記念フェア
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100514_06.html
- 232- 2010年05月19日【四国限定】高松市で大人気“イタリアン・ビストロヒライ”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100519_04.html
- 233 - 2010年05月24日九州でおなじみのアイスクリーム「ブラックモンブラン」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100524_01.html
- 234- 2010年06月09日【東北地区限定】蔵王牛乳を使用したスイーツが続々登場
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100609_01.html
- 235- 2010年06月14日【四国地区限定】加戸知事お気に入りメニューをもとに開発
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100614_05.html
- 236- 2010年06月15日【中国・四国地区限定】ご当地ラーメンをおむすびに
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100615_02.html
- 237- 2010年06月16日【中国・四国】広島県で人気のお好み焼き屋“NEOすてっぶ”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100616_01.html
- 238- 2010年06月18日締結記念「信州フェア」開催
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100618_01.html
- 239- 2010年06月21日【九州地区限定】大分県のフンドーキン醤油
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100621_01.html
- 240- 2010年06月25日【九州地区限定】熊本県「尚綱大学」の女子大生
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100625_01.html
- 241- 2010年06月28日【中国地区限定】広島県の人気つけ麺専門店“ばくだん屋”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100628_07.html
- 242- 2010年06月30日【九州地区限定】今話題の「具入りラー油」を使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100630_01.html
- 243- 2010年07月01日岐阜県山県市産にんにく「元気玉」を使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100701_04.html
- 244- 2010年07月06日【東北地区限定】当社社長の故郷の味
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100706_05.html
- 245- 2010年07月06日【中部地区限定】名古屋で定番の“ひつまぶし”

http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100706_09.html
246- 2010年07月07日【中部・北陸地区限定】愛知県西尾市産の抹茶を使った
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100707_01.html
247- 2010年07月08日【地区限定発売】“ご当地ロールケーキ”登場
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100708_01.html
248- 2010年07月09日【北陸地区限定】富山湾で水揚げした白海老を使用
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100709_01.html
249- 2010年07月12日【東北地区限定】今話題の“ラー油”を使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100712_01.html
250- 2010年07月13日【関西地区限定】これぞ大阪の定番デザート
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100713_08.html
251- 2010年07月19日全国各地の地域限定ハンバーガー
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100719_01.html
252- 2010年07月23日【北陸地区限定】“なす”を使用した北陸 夏の郷土料理
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100723_07.html
253- 2010年07月28日【九州地区限定】九州限定“ご当地ロール”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100728_03.html
254- 2010年07月29日兵庫県産の食材を使用した全8種類を発売
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100729_03.html
255- 2010年08月05日【関西地区限定】平城遷都1300年を記念した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100805_06.html
256- 2010年08月09日【九州地区限定】九州でおなじみのアイスクリーム
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100809_01.html
257- 2010年08月09日【中国・四国地区限定】“ご当地ロールケーキ”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100809_03.html
258- 2010年08月11日徳島県産の食材を使用した全6種類を発売
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100811_03.html
259- 2010年08月12日【関西地区限定】京都府亀岡市特産「ハバネロ」を使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100812_02.html
260- 2010年08月23日【東北地区限定】青森県産ほたてを使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100823_02.html
261- 2010年08月23日【中国・四国地区限定】広島県ご当地グルメ「府中焼き」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100823_08.html
262- 2010年08月23日【中国・四国地区限定】島根県との“包括業務提携”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100823_09.html
263- 2010年08月24日【九州地区限定】長崎県産わかめを使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100824_01.html
264- 2010年09月06日【北陸地区限定】海苔のかわりにレタスで巻いた新食感寿司
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100906_03.html
265- 2010年09月06日【北陸地区限定】秋の味覚・北陸産“きのこ”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100906_04.html

- 266- 2010年09月09日【東北地区限定】福島県浪江町のB級ご当地グルメ
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100909_01.html
- 267- 2010年09月13日岐阜県包括協定締結記念フェア
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100913_02.html
- 268- 2010年09月16日【関西地区限定】「ファミリーマートン」商品など
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100916_02.html
- 269- 2010年09月24日【中部地区限定】赤味噌を使ったスープスパゲティ
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100924_02.html
- 270- 2010年09月27日【九州地区限定】博多ぶなしめじを使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100927_01.html
- 271- 2010年09月29日【四国地区・岡山県でも販売が決定】“阪神タイガース”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100929_11.html
- 272- 2010年09月30日【関東地区限定】“つけ麺”発祥の地 中野が送る
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20100930_03.html
- 273- 2010年10月06日【首都圏限定】女性向けに「スープ」「サラダ」の品揃
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20101006_01.html
- 274- 2010年10月13日【九州地区限定】“豊前裏打会”監修「肉汁つけうどん」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20101013_01.html
- 275- 2010年10月14日【関東・東海地区限定】宇都宮短期大学附属高等学校
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20101014_04.html
- 276- 2010年10月18日【九州地区限定】福岡県漁連の協力のもと
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20101018_01.html
- 277- 2010年10月22日【中部地区限定】パンケーキを使った
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20101022_01.html
- 278- 2010年10月26日和歌山県～“包括協定締結記念フェア”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20101026_02.html
- 279- 2010年10月28日【東北地区限定】ファミリーマートは「地産で地食へ」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20101028_02.html
- 280- 2010年10月28日【北陸地区限定】「地産で地食へ」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20101028_03.html
- 281- 2010年10月28日【中国・四国地区限定】「地産で地食へ」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20101028_04.html
- 282- 2010年10月28日【九州地区限定】ファミリーマートは「地産で地食へ」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20101028_05.html
- 283- 2010年11月02日【中国・四国地区限定】徳島県産“なると金時”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20101102_11.html
- 284- 2010年11月04日【中部地区限定】「地産で地食へ」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20101104_05.html
- 285- 2010年11月04日【関東地区限定】「地産で地食へ」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20101104_06.html
- 286- 2010年11月04日【関西地区限定】「地産で地食へ」

http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20101104_07.html
287- 2010年11月10日【東北地区限定】地産地消を推奨する奥田政行シェフ監修
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20101110_01.html
288- 2010年11月12日【関西地区限定】織田信長ゆかりの地
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20101112_04.html
289- 2010年11月25日北海道産ブランド米「ゆめぴりか」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20101125_03.html
290- 2010年11月30日【中部地区限定】コンビニではファミリーマートのみ
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20101130_01.html
291- 2010年12月03日青森県～“包括協定締結記念フェア”を開催
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20101203_02.html
292- 2010年12月06日【中部地区限定】「篠島産しらすの和風パスタ」を発売
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20101206_03.html
293- 2010年12月06日【関西地区限定】京都文教大学 人間学部の学生が商品
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20101206_06.html
294- 2010年12月07日【北陸地区限定】映画「武士の家計簿」とのコラボ商品発売
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20101206_09.html
296- 2010年12月17日～“神奈川フェア！”を開催
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20101217_02.html
297- 2010年12月28日【関西地区限定】ファミリーマート×河合塾受験生応援
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2010/20101228_01.html
298- 2011年01月18日【九州地区限定】熊本県大津町産の唐芋を使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110118_01.html
299- 2011年01月21日【九州地区限定】福岡県漁連の協力のもと
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110121_03.html
300- 2011年01月21日【埼玉県限定】埼玉県産“深谷ねぎ”使用
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110121_05.html
301- 2011年01月21日【中国・四国地区限定】広島県・尾道観光協会が監修
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110121_06.html
302- 2011年01月24日【九州地区限定】“ラー油”の次は“黒マー油”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110124_03.html
303- 2011年01月24日【福井県限定】若狭牛のステーキをおむすびに
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110124_04.html
304- 2011年01月24日【石川県・富山県限定】若狭牛をおむすびに
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110124_05.html
305- 2011年01月24日【関西地区限定】南京町「広東菜館 群愛飯店 南京町店」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110124_07.html
306- 2011年01月24日【中部地区限定】ファミリーマート×東海テレビ
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110124_01.html
307- 2011年01月26日【中国・四国地区限定】津山ホルモンうどん研究会
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110126_03.html

- 308- 2011年01月28日群馬県の“地域活性化包括連携協定”締結記念
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110128_02.html
- 309- 2011年02月01日【中国・四国地区限定】愛媛県産“伊予牛”を使った
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110201_02.html
- 310- 2011年02月07日締結記念「美し国三重県フェア」実施
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110207_02.html
- 311- 2011年02月10日島根県産米など島根県産食材を使った
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110210_04.html
- 312- 2011年02月17日【九州限定】ファミリーマートの“食べる調味料シリーズ”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110217_02.html
- 313- 2011年02月17日【中部地区限定】岐阜県産豚肉を使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110217_03.html
- 314- 2011年02月21日【九州地区限定】熊本県産ブランド豚を使用した：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110221_01.html
- 315- 2011年02月22日【北陸地区限定】能登で水揚げされたいわしを使用：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110222_01.html
- 316- 2011年02月24日【中部地区限定】“富士つけナポリタン大志館”監修：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110224_07.html
- 317- 2011年02月25日【九州地区限定】北部九州のブランド鶏“みつせ鶏”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110225_04.html
- 318- 2011年02月25日【広島県・山口県限定】サンフレッチェ広島三本の矢弁当
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110225_01.html
- 319- 2011年03月24日【九州地区限定】鹿児島県産黒豚を使用：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110324_01.html
- 320- 2011年04月08日【九州地区限定】熊本県産ブランド豚を使用した：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110408_01.html
- 321- 2011年04月15日【中部地区限定】愛知県産アカシャエビとしらすを使用：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110415_07.html
- 322- 2011年04月20日【四国地方限定】徳島産菜の花入りクリーミィコロッケ
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110420_02.html
- 323- 2011年04月25日【北陸地区限定】石川県・金沢産筍を使用：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110425_07.html
- 324- 2011年04月27日 京都府と「地域活性化包括連携協定フェア」実施：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110427_03.html
- 325- 2011年04月28日【九州地区限定】“島原手延そうめん”を使用した：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110428_06.html
- 326- 2011年04月28日【九州地区限定】九州産トマトとクリームチーズサンド
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110428_05.html
- 327- 2011年05月06日【中部地区限定】ファミリーマート創立30周年記念商品
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110506_02.html
- 328- 2011年05月10日【関西地区限定】兵庫県産食材を使用した新商品を発売：

http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110510_11.html
329- 2011年05月16日【首都圏限定】新しいスタイルのおむすびと寿司を新発売：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110516_03.html
330- 2011年05月16日【九州地区限定】“黒マー油”を使用した「焼ビーフン」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110516_01.html
331- 2011年05月16日【関西地区限定】和歌山県産紀州梅と瀬戸内しらすを使った：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110516_04.html
332- 2011年05月20日【四国地方限定】「四万十の青のりコロッケ」を発売：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110520_01.html
333- 2011年05月24日【中国・四国地方限定】島根県浜田港で水揚げた穴子を使用：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110524_01.html
334- 2011年05月27日【北陸地方限定】北陸の郷土料理弁当発売：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110527_01.html
335- 2011年05月27日【中部地区限定】人気ラーメン店「麺屋 はなび」監修：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110527_04.html
336- 2011年05月30日【四国地方限定】ファミリーマート四国進出10周年記念：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110530_02.html
337- 2011年06月03日【九州地区限定】七味で食べる！商品4種類を発売：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110603_01.html
338- 2011年06月06日広島県「包括協定記念フェア」実施：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110606_02.html
339- 2011年06月06日【中国・四国地方限定】愛媛調理製菓専門学校と共同開発
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110606_03.html
340- 2011年06月07日【北陸地方限定】富山湾の“白海老”をかき揚げ発売：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110607_04.html
341- 2011年06月13日【中国・四国地方限定】広島県の人気つけ麺専門店監修：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110613_01.html
342- 2011年06月13日【東北地方限定】青森県の調味料「スタミナ源たれ」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110613_04.html
343- 2011年06月17日【東海・北陸地方限定】ファミリーマート創立30周年記念：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110617_02.html
344- 2011年06月20日【関西地方限定】兵庫県産鶏を使用したおむすびやお弁当
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110620_04.html
345- 2011年06月23日【関東・東北地方限定】山形県産のさくらんぼを使った：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110623_02.html
346- 2011年06月23日【九州地方限定】～山口県の幻の酒～数量限定で発売：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110623_03.html
347- 2011年06月24日【東北地方限定】石巻市河北地区の“河北茶”を使った：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110624_04.html
348- 2011年06月27日【関西地方限定】ハイボール酒場岡崎統括シェフ監修：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110627_01.html

- 349- 2011年06月29日【九州地方限定】福岡県八女市“八女抹茶”「新茶」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110629_02.html
- 350- 2011年07月06日【九州地方限定】“柚子胡椒ソース”を使用した商品を発売：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110706_01.html
- 351- 2011年07月08日【東北地方限定】青森県岩手県宮城県山形県の食材
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110708_09.html
- 352- 2011年07月11日【北陸地方限定】地元で親しみのある食材を使った：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110711_11.html
- 353- 2011年07月11日【新潟県限定】新潟発の“Negicco（ねぎっこ）”共同開発：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110711_02.html
- 354- 2011年07月15日【関西地方限定】サントリービア&スピリッツ株式会社監修：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110715_02.html
- 355- 2011年07月19日【東北地方限定】青森県で定番の調味料を使用した：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110719_05.html
- 356- 2011年07月19日「大阪府包括協定記念フェア」実施：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110719_02.html
- 357- 2011年07月25日【関東地方限定】高級弁当で有名な「神田明神下みやび」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110725_01.html
- 358- 2011年07月25日【北陸地方・数量限定】北陸地方の食材を使用した：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110725_06.html
- 359- 2011年07月29日【四国地方限定】高知県産食材を使用した商品を発売：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110729_03.html
- 360- 2011年08月01日「連携と協力に関する包括協定」締結記念：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110801_02.html
- 361- 2011年08月01日【東海地方限定】人気ラーメン店監修：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110801_06.html
- 362- 2011年08月04日【関西地方限定】神戸・南京町の中華料理店監修：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110804_04.html
- 363- 2011年08月04日【関西地方限定】兵庫県との包括協定締結1周年記念：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110804_03.html
- 364- 2011年08月05日秋田県との「連携と協力に関する包括協定」締結記念：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110805_02.html
- 365- 2011年08月18日「千葉元気プロジェクト」を実施：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110818_06.html
- 366- 2011年08月25日【関西地方限定】和歌山県、大阪の昆布などを使った：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110825_02.html
- 367- 2011年08月25日【東北地方限定】「ずんだロールケーキ」発売：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110825_01.html
- 368- 2011年09月01日【東北地方限定】“石巻茶色い焼きそばアカデミー”監修：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110901_01.html
- 369- 2011年09月08日【関東地方限定】高級弁当で有名な「神田明神下みやび」

http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110908_07.html
370- 2011年09月09日【中国・四国地方限定】岡山県産の清水白桃を使用した：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110909_01.html
371- 2011年09月12日【東北地方限定】蔵王クリームチーズ100%使用：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110912_02.html
372- 2011年09月20日パーソナリティ「ズミさん」思い出のメニューを飲食店が監修
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110920_03.html
373- 2011年09月20日【東海地方限定】岐阜県との包括協定締結1周年記念：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110920_04.html
374- 2011年09月26日【四国地方限定】香川県産の“鶏肉”と“玉子”を使用した：
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110926_02.html
375- 2011年09月28日【東北地方限定】東北地方応援メニューを「梅宮辰夫」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20110928_09.html
376- 2011年10月03日【東北・新潟県限定】“ずんだ”を使用した東北地方・新潟県
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111007_03.html
377- 2011年10月05日【関西地方限定】「がんこ」の特製の豆乳や舍利酢
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111005_06.html
378- 2011年10月07日【関西地方限定】和歌山大学附属小学校
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111007_02.html
379- 2011年10月11日【九州地方限定】熊本県立大学の学生とのコラボ商品
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111011_02.html
380- 2011年10月17日【東北地方・新潟県限定】東北地方で活躍する
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111017_03.html
381- 2011年10月18日東海地方・関東地方のファミリーマート限定
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111018_07.html
382- 2011年10月18日【九州地方限定】“博多ぶなしめじ
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111018_01.html
383- 2011年10月21日【中国・四国地方限定】島根県のご当地グルメ
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111021_02.html
384- 2011年10月21日【四国地方限定】愛媛県産の“長茄子”を使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111025_02.html
385- 2011年10月21日【新潟県・東北地方限定】新潟発のローカルアイドル
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111025_05.html
386- 2011年10月21日【関西地方限定】ビーフン専門店としても名高い
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111021_01.html
387- 2011年10月25日【九州限定】“2011佐賀インターナショナルバルーンフェスタ”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111025_01.html
388- 2011年10月28日【関東地方限定】宇都宮短期大学附属高等学校
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111028_01.html
389- 2011年11月01日滋賀県のご当地グルメ“近江ちゃんぽん”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011.html#oct

- 390- 2011年11月02日【関西地方限定】電子レンジで温める“ミニ和歌山風ラーメン”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111102_02.html
- 391- 2011年11月07日山梨県包括的連携協定記念フェア
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111107_02.html
- 392- 2011年11月11日【中国・四国地方限定】愛媛県の新イメージアップキャラクター
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111111_03.html
- 393- 2011年11月11日【東海地方限定】人気ラーメン店「麺屋 はなび」監修商品
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111111_10.html
- 394- 2011年11月14日【関西地方限定】京都女子大学×ファミリーマート×大塚食品
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111114_01.html
- 395- 2011年11月16日【関西地方限定】“赤”と“白”2種類の西京味噌で味付けた
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111116_02.html
- 396- 2011年11月17日【東北地方・新潟県限定】オリジナルスイーツブランド
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111117_03.html
- 397- 2011年11月17日【中国・四国地方限定】“津山ホルモンうどん研究会”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111117_01.html
- 398- 2011年11月18日【関西地方限定】京都・祇園「やげんぼり」監修
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111118_01.html
- 399- 2011年11月19日【関西地方限定】淡路市の食材を手軽におむすびで召し上がれ
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111119_01.html
- 400- 2011年11月24日千葉県産食材を使用した弁当を発売
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111124_05.html
- 401- 2011年11月24日【北陸・東海地方限定】人気ラーメン店「らーめん世界」監修
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111124_03.html
- 402- 2011年11月28日【中国・四国地方限定】徳島ラーメンの老舗“銀座一福”監修
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111128_01.html
- 403- 2011年11月28日埼玉県を元気にするメニュー
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111128_05.html
- 404- 2011年11月28日【関東地方限定】高級弁当で有名な「神田明神下みやび」監修
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111128_06.html
- 405- 2011年11月29日【東北地方・新潟県限定】東北地方の醤油や旬の根菜など使用
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111129_02.html
- 406- 2011年11月29日【東北地方・新潟県限定】オリジナルスイーツブランド
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111129_03.html
- 407- 2011年12月02日【東北地方・新潟県限定】“辰兄の美味大漁フェア”第2弾
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111202_01.html
- 408- 2011年12月02日【四国地方限定】徳島県産食材をふんだんに使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111202_02.html
- 409- 2011年12月05日【九州地方限定】“黒豚みそ”をスープにブレンドした
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111205_01.html
- 410- 2011年12月05日【中国・四国地方限定】人気お好み焼き店“貴家

http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111205_02.html
411- 2011年12月05日【関東地方限定】群馬県“上州若鶏”を使用
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111205_06.html
412- 2011年12月06日【東北地方・新潟県限定】青森県との包括協定締結1周年記念
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111206_03.html
413- 2011年12月06日【関西地方限定】がんこの特製の豆乳や舍利酢を使った
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111206_04.html
414- 2011年12月07日【関西地方限定】京都府産“九条ねぎ”を使った
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111207_01.html
415- 2011年12月07日【東北地方・新潟県限定】オリジナルスイーツブランド
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111207_02.html
416- 2011年12月09日【中部地区限定】人気ラーメン店
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111209_01.html
417- 2011年12月09日【東北地方・新潟県限定】仙台味噌を使った
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111209_02.html
418- 2011年12月09日【北陸地方限定】人気の敦賀屋台ラーメン
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111209_07.html
419- 2011年12月12日【東北地方・新潟県限定】宮城県塩釜高等学校
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111212_02.html
420- 2011年12月12日【中部・北陸地方限定】2種類の蕎麦と7種類の惣菜がセット
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111212_03.html
421- 2011年12月14日【中国・四国地方限定】“津山ホルモンうどん研究会”の協力
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111214_02.html
422- 2011年12月14日【九州限定】長崎県島原半島でお馴染みの郷土料理「具雑煮」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111214_03.html
423- 2011年12月19日【関西地方限定】京都府産宇治抹茶を使った
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111219_01.html
424- 2011年12月19日【関東地方限定】高級弁当で有名な「神田明神下みやび」監修
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111219_08.html
425- 2011年12月20日【東北地方・新潟県限定】オリジナルスイーツブランド
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111220_03.html
426- 2011年12月21日【中国・四国地方限定】年明けに縁起を担いで食べるうどん
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111221_02.html
427- 2011年12月27日【関西地方限定】“ファミリーマート×河合塾”受験生応援
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111227_02.html
428- 2011年12月27日【北陸地方限定】年末年始の縁起物
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111227_04.html
429- 2011年12月28日【中部・北陸地方/期間限定】伝統的な“加賀野菜”使用
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2011/20111228_02.html
430- 2012年02月24日【九州地方限定】鹿児島とんこつ「ざぼんラーメン」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120224_09.html

- 431- 2012年02月28日【九州地方限定】ファミリーマート×九州じゃらんコラボ
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120228_01.html
- 432- 2012年03月01日【北陸地方限定】日本ボルガラー協会公認
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120301_02.html
- 433- 2012年03月02日【中国地方限定】島根県出雲市出身の食プロデューサー
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120302_01.html
- 434- 2012年03月08日【東北地方・新潟県限定】青森県で定番の調味料
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120308_03.html
- 435 - 2012年03月09日【北陸地方/数量限定】石川県産の“能登豚”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120309_05.html
- 436- 2012年03月12日【関西地方限定】兵庫県加古川市のご当地メニュー
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120312_02.html
- 437- 2012年03月12日【関西地方限定】滋賀県のご当地グルメ“近江ちゃんぼん”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120312_03.html
- 438- 2012年03月12日【関西地方・東海地方限定】「彩りfamima DELI」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120312_05.html
- 439- 2012年03月14日【中国・四国地方限定】広島のお好み焼き専門店
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120314_02.html
- 440- 2012年03月14日【東北地方・新潟県限定】“フロム蔵王牛乳”を使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120314_03.html
- 441- 2012年03月21日【関西地方限定】“おとな”世代に向けたテーマ研究
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120321_01.html
- 442- 2012年03月22日長崎県産鰯を使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120322_01.html
- 443- 2012年03月22日【中国・四国地方限定】徳島県の地鶏“阿波尾鶏”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120322_02.html
- 444- 2012年03月23日【関西・北陸地方限定】人気の“サンミー”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120323_01.html
- 445- 2012年03月23日【中国・四国地方限定】島根県産コシヒカリ“仁多米”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120323_02.html
- 446- 2012年03月23日【東海・北陸地方限定】愛知県産食材を使用した商品を発売
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120323_03.html
- 447- 2012年03月28日熊本市政令指定都市記念商品
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120328_02.html
- 448- 2012年03月28日愛知県産ブランド苺『ゆめのか』
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120328_04.html
- 449- 2012年03月30日【東北地方・新潟県限定】話題の発酵調味料“塩麹”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120330_01.html
- 450- 2012年04月02日【関西地方限定】「春キャベツと九条ねぎの塩焼そば」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120402_02.html
- 451- 2012年04月03日【東北地方・新潟県限定】山形県産“だだ茶豆”

http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120403_01.html
452- 2012年04月04日【東海・北陸地方/数量限定】石川県金沢産の“筍”を使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120404_02.html
453- 2012年04月06日【九州地方限定】鹿児島県産黒豚を使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120406_01.html
454- 2012年04月06日【東北地方・新潟県限定】桃豚やあきたこまちの米粉
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120406_02.html
455- 2012年04月09日【中国・四国地方限定】おにぎり専門店“おにぎり仁多屋”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120409_01.html
456- 2012年04月10日【東海・北陸地方限定】石川県の特産品“加賀棒茶”を使用
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120410_02.html
457- 2012年04月11日【中国・四国限定】広島県の人気つけ麺専門店“広島つけ麺”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120411_01.html
458- 2012年04月13日【関西地方限定】京都府・滋賀県・大阪府の
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120413_01.html
459- 2012年04月13日【東北地方・新潟県限定】福島県のご当地グルメ“
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120413_02.html
460- 2012年04月19日【中国・四国地方限定】香川県高松市の讃岐うどん有名店
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120419_03.html
461- 2012年04月20日【関西地方限定】新緑の季節を先取り
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120420_03.html
462- 2012年04月20日【中国・四国地方限定】広島のお好み焼き専門店
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120420_04.html
463- 2012年04月23日【北陸地方限定】石川県産の“ふくらぎ”を使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120423_05.html
464- 2012年04月25日【関西地方限定】“おとな”世代に向けたテーマ研究
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120425_01.html
465- 2012年04月26日【九州地方限定】“梅の香ひじき”を使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120426_01.html
466- 2012年04月26日【東北地方・新潟県限定】オリジナルスイーツブランド
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120426_03.html
467- 2012年04月27日【関西地方限定】『キムラ君はじめました』
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120427_02.html
468- 2012年05月01日滋賀県包括協定締結記念商品フェア
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120501_02.html
469- 2012年05月08日【東海・北陸地方限定】伝統的な“加賀野菜”使用
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120508_07.html
470- 2012年05月09日【関東地方限定】「キャベツとパクチーのアジアンサラダ」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120509_02.html
471- 2012年05月09日【四国地方限定】愛媛県包括協定締結5周年企画
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120509_03.html

- 472- 2012年05月10日【九州地方限定】“八女茶”の玉露茶葉(一番茶)を使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120510_01.html
- 473- 2012年05月10日【東北地方・新潟県限定】海苔や豚肉など宮城県食材
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120510_02.html
- 474- 2012年05月11日【東北地方・新潟県限定】福島商工会議所
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120511_01.html
- 475- 2012年05月14日【関西地方限定】今が旬“淡路産の新たまねぎ”サラダ
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120514_02.html
- 476- 2012年05月14日【中国地方限定】島根県のご当地グルメ
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120514_03.html
- 477- 2012年05月17日【中国・四国地方限定】鳥取県産銘柄鶏“美味鳥”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120517_02.html
- 478- 2012年05月24日【東北地方・新潟県限定】秋田県の特産品“稲庭うどん”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120524_04.html
- 479- 2012年05月24日【中国・四国地方限定】愛媛県を代表するご当地グルメ
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120524_05.html
- 480- 2012年05月24日【東海地方限定】岐阜県産恵那どりを使用
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120524_10.html
- 481- 2012年05月28日【九州地方先行発売】
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120528_01.html
- 482- 2012年05月28日【中国・四国地方限定】島根県出雲市の有名店
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120528_03.html
- 483- 2012年05月31日【関西限定】伝統が息づく“京都・辻利兵衛本店”宇治抹茶
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120531_01.html
- 484- 2012年06月01日【中国地方限定】山口県のご当地メニュー
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120601_01.html
- 485- 2012年06月04日【東北地方・新潟県限定】“おとな”世代に向けたテーマ
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120604_03.html
- 486- 2012年06月06日【関西地方限定】“おとな”世代に向けたテーマ研究や情報
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120606_04.html
- 487- 2012年06月07日【関東地方限定】食プロデューサー“園山真希絵”さん監修
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120607_01.html
- 488- 2012年06月08日【中国・四国地方限定】“津山ホルモンうどん研究会”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120608_01.html
- 489- 2012年06月11日【中国・四国地方限定】ザ・広島ブランドに認定されている
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120611_01.html
- 490- 2012年06月12日【東北地方・新潟県限定】“フロム蔵王牛乳”を使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120612_05.html
- 491- 2012年06月14日【中国・四国地方限定】香川県高松市の讃岐うどん
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120614_02.html
- 492- 2012年06月14日【北陸地方限定】北陸地方の食材を使用したおむすび

http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120614_07.html
493- 2012年06月19日【東北地方・新潟県限定】“フロム蔵王牛乳”を使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120619_01.html
494- 2012年06月20日【関西地方限定】ハイボール酒場
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120620_02.html
495- 2012年06月21日【北陸／東海地方限定】「五郎島金時芋蒸しパン」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120621_06.html
496- 2012年06月25日【北陸地方限定】富山湾の宝石と称される“白えび”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120625_03.html
497- 2012年06月26日【関西地方限定】滋賀県・牛肉料理の老舗店「千成亭」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120626_02.html
498- 2012年06月28日【中国・四国限定】“ヒロツク”の“わさび昆布”をおむすび
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120628_02.html
499- 2012年06月28日【関東地方限定】日本野菜ソムリエ協会監修
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120628_03.html
500- 2012年06月29日【関西限定】“大阪生まれのフリフリみつくちゅじゅーちゅ”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120629_03.html
501- 2012年07月02日【東北地方・新潟県限定】“フロム蔵王牛乳”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120702_01.html
502- 2012年07月03日【中国・四国地方限定】“ひるぜん焼そば好いとん会”監修
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120703_02.html
503- 2012年07月09日【東海地方限定】人気の創作和食料理店「豆家茶寮」監修
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120709_08.html
504- 2012年07月10日【九州地方限定】福岡県産“八女抹茶”を使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120710_01.html
505- 2012年07月13日【中国・四国地方限定】瀬戸内海で水揚げされた
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120713_01.html
506- 2012年07月17日関西地方（滋賀県全域、京都府・大阪府の一部）
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120717_02.html
507- 2012年07月18日【九州地方限定】福岡市で人気の“中華そば”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120718_01.html
508- 2012年07月18日【四国地方限定】香川県産アスパラガス“さぬきのめざめ”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120718_02.html
509- 2012年07月19日【中国・四国地方限定】旬の瀬戸内海産の釜揚げしらす
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120719_02.html
510- 2012年07月19日【東海・北陸地方限定】夏にピッタリの「冷し台湾風ラーメン」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120719_03.html
511- 2012年07月20日【北陸・東海地方限定】「福井梅と篠島産しらすの和パスタ」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120720_02.html
512- 2012年07月4日【関西地方限定】兵庫県とファミリーマートが弁当の共同開発
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120704_02.html

- 513- 2012年07月26日【中国・四国地方限定】“さかいでびっぴ飯普及会”監修
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120726_03.html
- 514- 2012年07月26日【関東地方限定】日本野菜ソムリエ協会監修パスタ第2弾
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120726_05.html
- 515- 2012年07月30日【東北地方・新潟県限定】「高校生 おいしく減塩・野菜
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120730_01.html
- 516- 2012年08月01日【東北地方・新潟県限定】新潟県との「地域活性化包括連携」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120801_01.html
- 517- 2012年08月03日【中国・四国地方限定】愛媛県産の食材を使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120803_01.html
- 518- 2012年08月06日【中国・四国地方限定】高知県産の食材を使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120806_02.html
- 519- 2012年08月06日【東北地方・新潟県限定】上北農産加工農業協同組合共同開発
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120806_03.html
- 520- 2012年08月09日【中国・四国地方限定】「おいしい！広島県」商品として
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120809_01.html
- 521- 2012年08月16日【関西地方限定】「しゃかりき駐在さん」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120816_01.html
- 522- 2012年08月17日【関東地方限定】日本野菜ソムリエ協会監修パスタ第2弾
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120817_01.html
- 523- 2012年08月21日【関西地方限定】兵庫県広報専門員と一緒に開発
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120821_01.html
- 524- 2012年08月21日【九州地方限定】銘柄鶏「華味鳥（はなみどり）」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120821_03.html
- 525- 2012年08月24日【東北・新潟県】青森県産りんご“ご当地ロールケーキ”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120824_01.html
- 526- 2012年08月27日【秋田県・青森県・岩手県】ABSラジオ×ファミリーマート
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120827_01.html
- 527- 2012年08月27日【四国地方限定】“第27回国民文化祭・とくしま2012”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120827_02.html
- 528- 2012年08月27日三重県立明野高等学校の生徒達と共同開発
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120827_03.html
- 529- 2012年09月10日【関西地方限定】南京町（神戸）の有名店
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120910_01.html
- 530- 2012年09月10日【東海地方限定】“ぎふ清流国体・ぎふ清流大会”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120910_05.html
- 531- 2012年09月14日【東北地方・新潟県限定】スパリゾートハワイアンズ
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120914_01.html
- 532- 2012年09月19日【九州地方限定】博多ぶなしめじを使用したパスタサラダ発売
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120919_02.html
- 533- 2012年09月20日【四国地方限定】“第27回国民文化祭・とくしま2012”

http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120920_01.html
534- 2012年09月20日【九州地方限定】九州の食材を使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120920_02.html
535- 2012年09月25日【中国・四国地方限定】愛媛県産もち麦を使用したパン
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120925_01.html
536- 2012年09月27日岡山県内100店達成記念商品を発売
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20120927_01.html
537- 2012年10月01日【北陸地方限定】直源醤油の“国産丸大豆醤油”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20121001_06.html
538- 2012年10月01日【東海地方限定】“伊勢醤油”を使った“ご当地”焼おむすび
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20121001_07.html
539- 2012年10月04日【東北地方・新潟県限定】ご当地食材を使ったサラダめん
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20121004_02.html
540- 2012年10月05日【東海地方限定】中日ドラゴンズ応援フェアを開催
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20121005_02.html
541- 2012年10月05日【東北・新潟県限定】全国各地の餃子が“ふくしま”に集結
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20121005_04.html
542- 2012年10月05日【北陸地方限定】石川県金沢市発祥のご当地グルメ
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20121005_05.html
543- 2012年10月09日【北陸地方／東海地方限定】五郎島金時が存分に味わえる
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20121009_01.html
544- 2012年10月09日【新潟県・東北地方限定】Negicco×ファミリーマート
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20121009_03.html
545- 2012年10月11日【関西地方限定】「炭火焼肉 たむら」×ファミリーマート
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20121011_03.html
546- 2012年10月12日【東北地方・新潟県限定】ファミリーマートは「東北観光博」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20121012_01.html
547- 2012年10月12日【東海地方限定】～愛知県立愛知商業高等学校
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20121012_02.html
548- 2012年10月17日【九州地方限定】“和牛の祭典 in ながさき”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20121017_04.html
549- 2012年10月18日【四国・中国地方限定】徳島ラーメンの人気店“中華そば奥屋”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20121018_01.html
550- 2012年10月18日【関西地方限定】人気サラダ専門店「S a l a d C a f e」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20121018_05.html
551- 2012年10月22日【四国・中国地方限定】“第27回国民文化祭”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20121022_02.html
552- 2012年10月25日京都女子大学×ファミリーマート×大塚食品
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20121025_03.html
553- 2012年10月29日わかやまポンチプロジェクト第3弾
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20121029_02.html

- 554- 2012年10月30日【東海地方限定】「中日ドラゴンズ 感動をありがとう！フェア」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20121030_05.html
- 555- 2012年10月31日【九州地方限定】“星野村産紅茶”を使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20121031_01.html
- 556- 2012年10月31日【中国・四国地方限定】香川県高松市の讃岐うどん有名店
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20121031_02.html
- 557- 2012年11月01日【四国地方限定】 “四国四県めぐり” おむすびを発売
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20121101_01.html
- 558- 2012年11月01日中国地方400店達成記念
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20121101_02.html
- 559- 2012年11月05日茨城うまいもんどころ商品フェア
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20121105_02.html
- 560- 2012年11月07日【四国地方限定】 “第27回国民文化祭”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20121107_01.html
- 561- 2012年11月08日【中国・四国地方限定】「おいしい！広島県」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20121108_01.html
- 562- 2012年11月15日【東海・北陸地方限定】ファミリーマート“州”の自信作
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20121115_03.html
- 563- 2012年11月15日【東北地方・新潟県限定】フレンチレストラン「ロレオール」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20121115_05.html
- 564- 2012年11月16日愛媛県・愛媛調理製菓専門学校と共同開発した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20121116_03.html
- 565- 2012年11月16日【東海・北陸地方限定】三重県“伊勢産ひじき”を使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20121116_05.html
- 566- 2012年11月21日【中国・四国地方限定】 “第27回国民文化祭”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20121121_01.html
- 567- 2012年11月22日【中国・四国・関西地方限定】フルーツを使用したスイーツ
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20121122_07.html
- 568- 2012年11月29日【中国・四国地方限定】島根県出雲市の有名店“そば処 神門”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20121129_01.html
- 569- 2012年12月07日【東海地方限定】ファミリーマート“州”の自信作
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20121207_02.html
- 570- 2012年12月10日【北陸地方限定】人気の敦賀屋台ラーメン“池田屋ごんちゃん”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20121210_02.html
- 571- 2012年12月10日【東海地方限定】静岡県掛川市「めんてい」監修
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20121210_05.html
- 572- 2012年12月10日【東海地方限定】飛騨牛を使用したおむすび
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20121210_06.html
- 573- 2012年12月14日【東北地方・新潟県限定】“美酒爛漫”のブランド
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20121214_02.html
- 574- 2012年12月18日【九州地方限定】熊本県のキャラクター“くまモン”が目印

http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20121218_01.html
575- 2012年12月20日【東海地方・北陸地方限定】海老タルタルのパリパリサラダ
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20121220_01.html
576- 2012年12月27日【関西地方限定】“ファミリーマート×河合塾”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2012/20121227_06.html
577- 2013年01月07日東京家政大学の女子大生と共同開発したデザート
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130107_01.html
578- 2013年01月07日静岡県立静岡商業高等学校と共同開発した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130107_02.html
579- 2013年01月09日【東海地方限定】名古屋市の「油そば専門店 歌志軒」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130109_02.html
580- 2013年01月10日【関東地方限定】斬新なMENUを提供している
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130110_01.html
581- 2013年01月18日「山口県包括協定記念フェア」実施
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130118_02.html
582- 2013年01月21日静岡県立袋井商業高等学校
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130121_03.html
583- 2013年01月22日「おあげんせ! 岩手フェア」実施
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130122_02.html
584- 2013年01月29日三重県立宇治山田商業高等学校
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130129_02.html
585- 2013年01月30日福岡市で人気の“中華そば 行徳家”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130130_01.html
586- 2013年01月31日「瀬戸内ブランドフェア」開催
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130131_01.html
587- 2013年01月31日【東北地方・新潟県限定】“新島八重”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130131_05.html
588- 2013年02月08日【東海地方限定】三重県の「ラーメン ぐんじ」監修
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130208_02.html
589- 2013年02月08日南京町の有名中華料理店3店とのコラボ商品
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130208_05.html
590- 2013年02月12日【東北地方・新潟県限定】～宮城県仙台二華中学校
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130212_01.html
591- 2013年02月13日【九州地方限定】ちゃんぽんの麺と具でつくる
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130213_01.html
592- 2013年02月14日【中国・四国地方限定】ファミリーマートと山口県
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130214_01.html
593- 2013年02月14日【関西地方限定】ファミリーマート×ABC
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130214_02.html
594- 2013年02月19日【東北地方・新潟県限定】秋田市が取り組む
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130219_01.html

- 595- 2013年02月25日大分県産食材を使用しただんご汁
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130225_01.html
- 596- 2013年02月26日【九州地方限定】銘柄鶏「華味鳥（はなみどり）」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130226_01.html
- 597- 2013年02月26日【東北地方・新潟県限定】～青森県立三沢商業高等学校
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130226_02.html
- 598- 2013年02月28日【四国地方限定】愛媛調理製菓専門学校
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130228_02.html
- 599- 2013年03月04日【中国・四国地方限定】出雲市多伎町産の“多伎いちじく”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130304_01.html
- 600- 2013年03月08日【関西限定】「らーめん 熊五郎」「らーめん あらうま堂」監修
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130308_02.html
- 601- 2013年03月18日【九州地方限定】上天草地区の漁師
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130318_03.html
- 602- 2013年03月19日【関西地方限定】ファミリーマート×ABC
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130319_01.html
- 603- 2013年03月19日【岡山県ファミマものづくりアカデミー】
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130319_02.html
- 604- 2013年03月25日【東北地方・新潟県限定】第7回B-1
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130325_02.html
- 605- 2013年03月29日【中国・四国地方限定】四国産ゆず皮を練り込んだ
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130329_02.html
- 606- 2013年04月04日【東海地方限定】日本有数のブランド牛“飛騨牛”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130404_01.html
- 607- 2013年04月04日【中国・四国限定】鳥取県産“大山どり”を使用したお結び
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130404_02.html
- 608- 2013年04月08日【東海・北陸地方限定】石川県能登島の紫芋を使用
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130408_01.html
- 609- 2013年04月10日【東北地方・新潟県限定】じっくり焼き上げた本格派スイーツ
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130410_02.html
- 610- 2013年04月17日【九州地方限定】「鹿児島黒牛」を使用したおむすび
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130417_01.html
- 611- 2013年04月17日【東北地方・新潟県限定】“美酒爛漫”のブランド
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130417_02.html
- 612- 2013年04月18日【関西地方限定】京都女子大学×ファミリーマート
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130418_02.html
- 613- 2013年04月23日【中国地方限定】広島県のつけ麺専門店
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130423_01.html
- 614- 2013年04月25日【東北地方・新潟県限定】“新島八重”の出身地会津若松
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130425_02.html
- 615- 2013年04月26日【東北地方・新潟県限定】宮城県石巻市から東北地方

http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130426_02.html
616- 2013年04月26日【中国・四国地方限定】“津山ホルモンうどん研究会” 協力
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130426_04.html
617- 2013年04月30日【関西地方限定】ABC×ファミリーマート
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130430_01.html
618- 2013年04月30日【九州地方限定】長崎県との地域活性化包括協定に基づく
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130430_03.html
619- 2013年05月09日【東北地方・新潟県限定】岩手県の銘柄鶏である“菜彩鶏”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130509_03.html
620- 2013年05月10日【東海・北陸限定】“伊勢赤どり”と“伊勢醤油”和風パスタ
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130510_01.html
621- 2013年05月10日【東北地方・新潟県限定】“フロム蔵王牛乳”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130510_03.html
622- 2013年05月14日熊本県立大学の学生と共同開発
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130514_01.html
623- 2013年05月17日【関西地方限定】昭和9年創業
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130517_01.html
624- 2013年05月21日“東北六魂祭2013 福島”の開催
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130521_01.html
625- 2013年05月22日【北陸地方限定】“地域活性化包括連携協定”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130522_01.html
626- 2013年05月27日【東北地方・新潟県限定】仙台発の5人組アイドルグループ
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130527_02.html
627- 2013年06月20日【山梨県・長野県限定】“すりだね”に徹底的にこだわった
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130620_01.html
628- 2013年06月25日鳥取県倉吉市にファミリーマート初出店
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130625_02.html
629- 2013年07月01日【東海・北陸地方限定】「富山県置県130年記念フェア」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130701_01.html
630- 2013年07月02日「福岡のうまかもんば 食べてみらんねフェア」実施
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130702_02.html
631- 2013年07月08日【中国・四国地方限定】“ひるぜん焼そば好いとん会” 監修
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130708_02.html
632- 2013年07月19日ファミリーマート×岐阜県「清流の国ぎふ」を盛り上げる応援
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130719_01.html
633- 2013年07月26日【九州地方限定】内川聖一選手サイン入りグッズなどが当た
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130726_02.html
634- 2013年07月30日愛媛県100店舗出店記念フェア実施
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130730_05.html
635- 2013年08月01日【中国・四国地方限定】60周年を迎える“よさこい祭り”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130801_02.html

- 636- 2013年08月02日【中国・四国地方限定】2013年“阿波踊り”の開催
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130802_03.html
- 637- 2013年08月05日出雲農林高等学校の生徒と共同開発した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130805_01.html
- 638- 2013年08月05日【東北地方及び新潟県限定】「石巻市包括協定締結記念フェア」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130805_02.html
- 639- 2013年08月05日【東海・北陸地方限定】「富山県置県130年記念フェア」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130805_03.html
- 640- 2013年08月08日【中国・四国地方限定】「おいしい!広島県」第3弾
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130808_01.html
- 641- 2013年08月09日【東北地方・新潟県限定】“たのはた牛乳”を使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130809_01.html
- 642- 2013年08月09日福島ユナイテッドFC×ファミリーマート共同開発商品
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130809_02.html
- 643- 2013年08月22日【四国地方限定】「とくしま野菜を使ったヘルシーレシピ」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130822_01.html
- 644- 2013年08月26日【関西地方限定】ABC「みしらん」×神戸屋
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130826_02.html
- 645- 2013年08月26日福島県産“桃”を使用したパンとデザート
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130826_05.html
- 646- 2013年08月28日滋賀県最大の野外フェス開催に先駆け
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130828_02.html
- 647- 2013年09月05日【九州地方限定】大分県「フンドーキン醤油株式会社」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130905_02.html
- 648- 2013年09月06日NBC長崎放送×ファミリーマート人気ラジオ番組
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130906_01.html
- 649- 2013年09月12日【中国・四国地方限定】山口県の銘柄鶏
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130912_02.html
- 650- 2013年09月18日【関西地方限定】兵庫県神戸市の中華街「南京町」の人気店
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130918_01.html
- 651- 2013年09月19日【中国・四国地方限定】秋の味覚、徳島県産“鳴門金時”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130919_01.html
- 652- 2013年09月19日静岡県内のファミリーマートで静岡エフエム
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130919_02.html
- 653- 2013年09月20日【東北地方・新潟県限定】ファミリーマートは、三陸鉄道
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130920_02.html
- 654- 2013年09月26日【関西地方・東海地方限定】20年に1度の伊勢神宮の式年
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130926_02.html
- 655- 2013年09月26日【東海・北陸地方】ファミリーマートは三重県と一体
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130926_04.html
- 656- 2013年09月27日【九州地方限定】九州地方に馴染み深い

http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130927_06.html
657- 2013年09月30日【東北地方及び新潟県限定】 秋田県の味を楽しもう

http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20130930_02.html
658- 2013年10月02日【東北地方・新潟県限定】ファミリーマートは、三陸鉄道

http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20131002_01.html
659- 2013年10月03日山形県100店舗ご愛顧感謝フェア実施

http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20131003_02.html
660- 2013年10月09日【中国・四国地方限定】10月19日「ひろしま食育の日」

http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20131009_01.html
661- 2013年10月09日【中国・四国地方限定】“備後府中焼きを広める会”監修

http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20131009_02.html
662- 2013年10月10日第38回全国高等学校総合文化祭

http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20131010_03.html
663- 2013年10月10日【中国・四国地方限定】“奥出雲舞茸”を使用した商品2種類

http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20131010_04.html
664- 2013年10月11日鳥取県立境港総合技術高等学校の生徒

http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20131011_01.html
665- 2013年10月15日【九州地方限定】大分県佐伯市の水産加工品メーカー

http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20131015_04.html
666- 2013年10月18日【中国・四国地方限定】広島県産“牡蠣”を使用した商品

http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20131018_02.html
667- 2013年10月24日【ファミマものづくりアカデミー】東京家政大学の女子大生

http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20131024_01.html
668- 2013年10月25日【東北地方・新潟県限定】ファミリーマートは、三陸鉄道

http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20131025_01.html
669- 2013年10月28日【東海・北陸地方】松阪牛を使用したパスタ

http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20131028_02.html
670- 2013年10月28日【関西・中国・四国地方限定】西川きよしの芸能生活

http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20131028_06.html
671- 2013年10月29日【関西地方限定】京都女子大学

http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20131029_03.html
672- 2013年10月31日【中国・四国・関西地方限定】“フルーツパフェの街おかやま”

http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20131031_01.html
673- 2013年11月01日岐阜県農林高等学校と共同開発 岐阜県産食材を使った

http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20131101_01.html
674- 2013年11月07日【ファミマものづくりアカデミー】長野県屋代南高等学校

http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20131107_04.html
675- 2013年11月07日宇都宮短期大学附属高校

http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20131107_05.html
676- 2013年11月11日【九州地方限定】生麺を使った本格派ラーメン

http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20131111_03.html

- 677- 2013年11月11日【九州地方限定】リンガーハット×ファミリーマート
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20131111_05.html
- 678- 2013年11月12日京都府立京都すばる高等学校と共同開発した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20131112_01.html
- 679- 2013年11月13日富山県立新湊高等学校と共同開発
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20131113_01.html
- 680- 2013年11月15日群馬県立伊勢崎商業高等学校と共同開発した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20131115_02.html
- 681- 2013年11月21日【四国地方限定】愛媛県、愛媛調理製菓専門学校
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20131121_01.html
- 682- 2013年11月21日【東海・北陸・関西地方限定】カレーうどん専門店
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20131121_02.html
- 683- 2013年11月25日NBC長崎放送×ファミリーマート
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20131125_03.html
- 684- 2013年11月27日【中国・四国地方限定】鳥取県境港で水揚げされた
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20131127_02.html
- 685- 2013年11月29日【関西地方限定】今年創業50周年を迎えた
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20131129_02.html
- 686- 2013年11月29日【四国地方限定】“四国300店舗ご愛顧感謝フェア”実施
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20131129_04.html
- 687- 2013年12月02日【関西地方限定】関西大学の“学食”看板メニュー
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20131202_02.html
- 688- 2013年12月02日【北陸地方限定】エフエム石川のラジオ番組
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20131202_04.html
- 689- 2013年12月06日【中国・四国地方限定】地元有名店“春来軒”監修
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20131206_02.html
- 690- 2013年12月06日【東海地方・北陸地方限定】人気のつけめん・ラーメン店
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20131206_03.html
- 691- 2013年12月11日広島県のつけ麺専門店“広島つけ麺本舗”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20131211_06.html
- 692- 2013年12月11日仁愛女子短期大学と共同開発
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20131211_03.html
- 693- 2013年12月26日【関西地方限定】釜たけうどん監修メニュー
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2013/20131226_01.html
- 694- 2014年01月10日【関西地方限定】『第3回 淡路市 具-1 グランプリ』
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140110_02.html
- 695- 2014年01月10日【ファミマものづくりアカデミー】宇治山田商業高校と共同
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140110_03.html
- 696- 2014年01月10日【東北地方・新潟県限定】秋田市が取り組む
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140110_05.html
- 697- 2014年01月14日ファミリーマートは福島ユナイテッドFC

http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140114_01.html
698- 2014年01月15日【中国・四国限定】ファミリーマート×瀬戸内ブランド推進
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140115_07.html
699- 2014年01月15日【関西地方限定】大阪の人気洋菓子店
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140115_04.html
700- 2014年01月15日【九州地方限定】福岡市と中津市に縁がある
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140115_08.html
701- 2014年01月20日静岡県立駿河総合高等学校と共同開発
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140120_01.html
702- 2014年01月29日静岡県立沼津商業高等学校と共同開発
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140129_01.html
703- 2014年01月30日「奈良のうまいものフェア」実施
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140130_02.html
704- 2014年02月03日【中国・四国地方限定】大山乳業農業協同組合
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140203_04.html
705- 2014年02月04日山形県産ラ・フランスを使用したパン
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140204_01.html
706- 2014年02月05日老舗専門店「カクキュー」の八丁味噌を使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140205_01.html
707- 2014年02月10日宮城県石巻北高等学校と共同開発
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140210_01.html
708- 2014年02月13日【東北地方・新潟県限定】三陸鉄道×ファミリーマート
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140213_01.html
709- 2014年02月14日「福井県100店舗ご愛顧感謝フェア」を実施
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140214_01.html
710- 2014年02月17日「元気です！釜石市フェア」実施
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140217_02.html
711- 2014年02月17日岡山県ファミマものづくりアカデミー
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140217_04.html
712- 2014年02月21日石川県の味噌メーカー「まつや」×ファミリーマート
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140221_02.html
713- 2014年02月24日椙山女学園大学と共同開発「健康を意識した商品」をテーマ
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140224_02.html
714- 2014年02月24日【東海地方限定】「浜乙女」のふりかけを使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140224_03.html
715- 2014年02月25日香川県100店舗出店記念フェア実施
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140225_02.html
716- 2014年02月26日千葉県立佐倉東高等学校と共同開発したスイーツ
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140226_01.html
717- 2014年02月26日千葉県立八千代高等学校と共同開発した「幕の内弁当」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140226_02.html

- 718- 2014年02月27日愛媛調理製菓専門学校と共同開発した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140227_02.html
- 719- 2014年02月27日【関西地方・東海地方限定】
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140227_03.html
- 720- 2014年03月03日【北陸地方限定】福井県若狭町で開催される「梅まつり」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140303_01.html
- 721- 2014年03月03日【関西地方限定】ABC×ファミリーマート
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140303_02.html
- 722- 2014年03月07日【北陸地方限定】「ツエーゲン金沢」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140307_01.html
- 723- 2014年04月05日「三陸鉄道全線開通記念商品」7種類を発売
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140405_01.html
- 724- 2014年04月09日神奈川県立商工高等学校と共同開発したおむすび
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140409_01.html
- 725- 2014年04月11日【東海地方限定】中国台湾料理専門店“味仙”監修
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140411_01.html
- 726- 2014年04月14日長崎県対馬市のご当地グルメ “
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140414_01.html
- 727- 2014年04月17日“新潟デスティネーションキャンペーン”の開催
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140417_01.html
- 728- 2014年04月18日【関西地方限定】大阪府1,000店達成記念商品
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140418_02.html
- 729- 2014年04月25日京都女子大学×ファミリーマート×大塚食品
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140425_01.html
- 730- 2014年04月28日【九州限定】「TRAINDOR」の石窯焼成パンを使用
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140428_02.html
- 731- 2014年05月12日“ふくしまプレスティネーションキャンペーン”の開催
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140512_01.html
- 732- 2014年05月12日広島の人気つけ麺店“広島つけ麺本舗 ばくだん屋”監修
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140512_05.html
- 733- 2014年05月26日【北陸地方限定】「ツエーゲン金沢」応援メニュー第2弾
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140526_02.html
- 735- 2014年06月19日島根県産苺のジャムを使用したデザート
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140619_02.html
- 736- 2014年06月30日徳島県の人気ラーメン店“中華そば 奥屋”監修
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140630_04.html
- 737- 2014年07月03日【東海地方限定】河川環境楽園夏フェス
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140703_02.html
- 738- 2014年07月11日【関西地方限定】大人気!「がんこ」との共同開発商品
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140711_03.html
- 739- 2014年07月23日第38回全国高等学校総合文化祭

http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140723_01.html
740- 2014年07月30日【中国・四国地方限定】“よさこい祭り”の開催に合わせ
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140730_01.html
741- 2014年08月05日【東海地方限定】人気ラーメン店“フジヤマ55”監修商品
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140805_01.html
742- 2014年08月06日【中国・四国地方限定】“阿波踊り”の開催に合わせ
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140806_03.html
743- 2014年08月18日【関東地方限定】創作うどん名店「あんぷく」監修
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140818_05.html
744- 2014年08月25日専門店の味をお近くのファミリーマートで
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140825_02.html
745- 2014年08月26日【四国地方限定】「平成25年とくしま野菜を使った
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140826_01.html
746- 2014年08月27日【中国・四国限定】“広島県産レモン果汁”を使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140827_01.html
747- 2014年08月28日【東海地方限定】名鉄創業120周年記念、オリジナル商品
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140828_02.html
748- 2014年09月11日福岡県産プレミアムいちじく「博多とよみつひめ」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140911_02.html
749- 2014年09月26日【瀬戸内ブランド認定商品】“瀬戸内産レモン果汁”を使用
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140926_04.html
750- 2014年09月29日【北陸地方限定】「ツエーゲン金沢」応援メニュー
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140929_01.html
751- 2014年09月29日東京都・八王子市のご当地グルメ「八王子ラーメン」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20140929_02.html
752- 2014年10月01日【東海地方・北陸地方限定】岐阜県高山市の伝統野菜を使用
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20141001_02.html
753- 2014年10月03日【九州地方限定】2015年オープン戦プレミアム観戦
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20141003_01.html
754- 2014年10月09日【長野県・山梨県限定】ファミリーマート専用の中食工場“
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20141009_02.html
755- 2014年10月21日【中国・四国地方限定】愛媛県、愛媛調理製菓専門学校と共同
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20141021_02.html
756- 2014年10月24日ファミめし女子部×東京家政大学
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20141024_03.html
757- 2014年10月24日京都女子大学×ファミリーマート×大塚食品
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20141024_04.html
758- 2014年10月28日和歌山大学教育学部附属小学校×ファミリーマート
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20141028_03.html
759- 2014年10月28日【中国・四国地方及び関西地方限定】
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20141028_05.html

- 760- 2014年10月30日【北陸・東海地方限定】“ツエーゲン金沢”応援メニュー
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20141030_01.html
- 761- 2014年10月31日秋田市が取り組む「17歳の6次産業化プロジェクト」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20141031_01.html
- 762- 2014年11月06日宇都宮短期大学附属高校と共同開発した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20141106_02.html
- 763- 2014年11月07日【北陸地方・東海地方限定】石川県の地産食材“能登紫芋”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20141107_01.html
- 764- 2014年11月18日神戸市産いちじくを使用した「いちじくレアチーズのケーキ」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20141118_01.html
- 765- 2014年11月21日千葉県立館山総合高等学校と共同開発した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20141121_02.html
- 766- 2014年11月27日石川県の地産食材“能登紫芋”を使用した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2014/20141127_01.html
- 767- 2015年01月07日神戸市立医療センター中央市民病院
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2015/20150107_01.html
- 768- 2015年01月08日【東海地方限定】ファミリーマート×東海テレビ
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2015/20150109_01.html
- 769- 2015年01月13日京都府立京都すばる高等学校と共同開発した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2015/20150113_03.html
- 770- 2015年01月16日【関西地方限定】大阪の人気カフェ
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2015/20150116_02.html
- 771- 2015年01月19日福島県立平商業高等学校
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2015/20150119_01.html
- 772- 2015年01月19日【関東地方限定】冬野菜のひとつ“紅芯大根”
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2015/20150119_03.html
- 773- 2015年01月22日【東海地方限定】中国台湾料理専門店“味仙”監修
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2015/20150122_03.html
- 774- 2015年02月06日千葉県立木更津東高等学校と共同開発した
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2015/20150206_01.html
- 775- 2015年02月12日【北陸地方・東海地方限定】石川県のご当地アイドル
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2015/20150212_02.html
- 776- 2015年02月17日富山県立新湊高等学校と共同開発
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2015/20150217_03.html
- 777- 2015年02月19日【関西・中国・四国地方限定】
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2015/20150219_01.html
- 778- 2015年02月20日【ファミマものづくりアカデミー】
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2015/20150220_01.html
- 779- 2015年02月26日愛媛県産食材を使用した“豚丼”2種類を発売
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2015/20150226_01.html
- 780- 2015年03月03日千葉県立千葉女子高等学校と共同開発した

http://www.family.co.jp/company/news_releases/2015/20150303_01.html
781- 2015年03月10日【北陸地方・東海地方限定】
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2015/20150310_02.html
782- 2015年03月12日【中国・四国、東海地方限定】
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2015/20150312_01.html
783- 2015年03月13日ファミリーマート×岡山県立倉敷鷺羽高校
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2015/20150313_01.html
784- 2015年03月25日神戸市立医療センター中央市民病院
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2015/20150325_01.html
785- 2015年03月26日【関西地方限定】30年以上のロングセラー
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2015/20150326_01.html
786- 2015年04月16日【ファミリーマート限定】
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2015/20150416_01.html
787- 2015年04月17日【東北地方・新潟県限定】
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2015/20150417_01.html
788- 2015年04月20日【東北地方・新潟県限定】
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2015/20150420_01.html
789- 2015年04月21日【東海・北陸地方でも発売】
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2015/20150421_01.html
790- 2015年05月15日神戸市立医療センター中央市民病院
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2015/20150515_03.html
791- 2015年06月18日神戸市立医療センター中央市民病院
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2015/20150618_01.html
792- 2015年06月25日淑徳大学看護栄養学部教授
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2015/20150625_01.html
793- 2015年07月17日神戸市立医療センター中央市民病院
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2015/20150717_01.html
794- 2015年07月30日淑徳大学看護栄養学部教授
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2015/20150730_01.html
795- 2015年08月17日神戸市立医療センター中央市民病院
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2015/20150817_03.html
796- 2015年09月03日淑徳大学看護栄養学部教授
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2015/20150903_01.html
797- 2015年09月25日福岡ソフトバンクホークス応援弁当
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2015/20150925_01.html
798- 2015年10月09日淑徳大学看護栄養学部教授（管理栄養士）
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2015/20151009_02.html
799- 2015年10月26日和歌山大学教育学部附属小学校
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2015/20151026_01.html
800- 2015年11月06日神戸市立医療センター中央市民病院
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2015/20151106_01.html

- 801- 2015年11月16日淑徳大学看護栄養学部教授
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2015/20151116_01.html
- 802- 2015年12月07日神戸市立医療センター中央市民病院
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2015/20151207_02.html
- 803- 2016年01月14日神戸市立医療センター中央市民病院
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2016/20160114_02.html
- 804- 2016年01月15日淑徳大学看護栄養学部教授(管理栄養士)
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2016/20160115_03.html
- 805- 2016年01月28日【関東地方限定】
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2016/20160128_01.html
- 806- 2016年02月12日甲府市上帯那町の休耕田を活用してお米を栽培
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2016/20160212_03.html
- 807- 2016年02月19日神戸市立医療センター中央市民病院
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2016/20160219_03.html
- 808- 2016年02月22日ファミリーマート×大分県
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2016/20160222_01.html
- 809- 2016年04月22日神戸市立医療センター中央市民病院
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2016/20160422_01.html
- 810- 2016年04月25日【北海道地方限定】ファミリーマート×光塩学園調理製菓専門
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2016/20160425_05.html
- 811- 2016年05月20日神戸市立医療センター中央市民病院
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2016/20160520_01.html
- 812- 2016年06月17日神戸市立医療センター中央市民病院
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2016/20160617_01.html
- 813- 2016年07月22日神戸市立医療センター中央市民病院
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2016/20160722_01.html
- 814- 2016年08月16日【北海道地方限定】ファミリーマート×北海道三笠高等学校
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2016/20160816_01.html
- 815- 2016年09月05日北海道三笠高等学校製菓部 共同開発スイーツ
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2016/20160905_01.html
- 816- 2016年09月16日北海道三笠高等学校製菓部共同開発
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2016/20160916_01.html
- 817- 2016年09月26日「湯涌ぼんぼり祭り」開催に合わせアニメ「花咲くいろは」
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2016/20160926_01.html
- 818- 2016年10月03日神戸市立医療センター中央市民病院
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2016/20161003_04.html
- 819- 2016年11月11日和歌山大学教育学部附属小学校×ファミリーマート
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2016/20161111_01.html
- 820- 2015年10月16日神戸市立医療センター中央市民病院
http://www.family.co.jp/company/news_releases/2015/20151016_02.html
- 821- 2015年01月13日ファミリーマート×米子高等学校

http://www.family.co.jp/company/news_releases/2015/20150113_01.html

822- 2015年04月23日神戸市立医療センター中央市民病院

http://www.family.co.jp/company/news_releases/2015/20150423_03.html

823- 2016年03月25日神戸市立医療センター中央市民病院

http://www.family.co.jp/company/news_releases/2016/20160325_01.html

824- 2016年08月30日神戸市立医療センター中央市民病院

http://www.family.co.jp/company/news_releases/2016/20160830_01.html