



サミットは店頭の販促物などを順次見やすいものに交換(東京・杉並のサミットストア西永福店)

全国のスーパー各社が高齢者向けサービスを拡充する。埼玉県地盤のヤオコーやサミットは宅配サービスを順次展開。マルエツは棚札を見やすいように電子式から紙に戻すほか、年金支給日の前後に一定商品を割り引く。市場縮小が続く中、特に都市部のスーパーの固定客となっている高齢者のつなぎ留めを狙う。

## 全国のスーパー各社

# 高齢者つなぎ留め

スーパーの高齢者向けサービス・事業拡充の動き

### 〈サミット〉

販促チラシ、店頭販促物やポスターの字を見やすく。ネットで注文を受ける商品の宅配サービスの地域も拡充

### 〈いなげや〉

高齢者らが買い物の途中で休憩するスペースを25店に設置済み。新店や改装店には原則設置する方針

### 〈イトーヨーカ堂〉

介護用品を扱う高齢者向け専門店を開発、総合スーパーに導入開始。フィットネスジムや介護相談機能を併設

### 〈和歌山県地盤のオークワ〉

2005年に50店強で始めた宅配サービスを来年2月中旬までに全店の約7割に当たる95店に拡大へ

ヤオコー 宅配の地域を拡大

マルエツ 棚札、紙で見やすく

ヤオコーは店頭や電話で注文を受けて宅配するサービスを、まず所沢樺峰店(埼玉県所沢市)で始めた。通常は四百円の利用料を、六十五歳以上は半額にする。高齢者の需要が多い店舗を中心に広げていく。

サミットは高齢者の利用も多いネットスーパー(インターネットで注文を受けて宅配)の実施地域を、このほど東京都世田谷・杉並区の全域に拡

大した。従来は一部地域に限定していた。同時に販促チラシは、小さい文字がつぶれることなく見やすいユニバーサルデザインに字体を変更し、店頭販促物やポスターにも順次採用する。

マルエツは全二百三十八店中四十一店の陳列棚で採用している液晶ディスプレイの商品札を紙の表示に戻す。電子棚札は

素早く価格表示を変更できる利点がある反面、「価格が見えにくい」といった声が高齢の顧客から上がっていたため。

年金が支給される偶数月の十五日前後には、高齢者に人気の高い高級ハムや、マグロの盛り合わせ、和菓子などの商品を割り引く。まず四月は十四・十六日の三日間で実施し、今後も定期開催する。

マルエツによると、首都圏の六十五歳以上の人口は二〇一五年に〇五年の一・五倍に増えるという。都市部スーパーの固

定客の多くは徒歩や自転車でも来店できる周辺住民のため、「高齢者ニーズにどう対応できるかが収益を左右する」(大手スーパー)という。