

お買い物と食卓をもっと楽しく

■ニューコンセプトⅡ+ ツープラス

原信とナルスでは、お客様の環境変化に合わせて2010年から「ニューコンセプトⅡ」として①新しい商品展開②あかぬけた売場③生産性の向上のテーマを設けたお店づくりを開始し、2015年からは更なる「豊かさ・楽しさ・便利さ」をご提供する「ニューコンセプトⅡ+」の展開を推進しています。

食生活の多様化に合わせたサラダ提案の充実や、健康ニーズに沿った魚惣菜の提案など、食卓をイメージしやすいように食シーンに合わせた商品づくりと売場づくりに取り組んでいます。



■セントラルマーケット

セントラルマーケットは広い売場面積と駐車場と深い商圏をもつことを条件に、①専門性②ライブ感③情報発信のコンセプトで幅広いお客様からご利用いただけるように商品と提案を磨きあげたお店です。現在、原信川崎店（長岡市）、原信河渡店（新潟市）、原信小出東店（魚沼市）の3店舗があります。



■エクスプレスマーケット

人口減少による高齢化や有職率の増加という環境変化にあわせ、即食・簡便ニーズに対応した商品を品揃えし、短時間でお買い物ができるお店です。現在、原信城岡店と原信旭岡店（いずれも長岡市）の2店舗があります。



■フレッセイMD※2.0

フレッセイでは、①美味しさ②健康生活③簡単・便利④ローカルのテーマを軸とした「フレッセイMD 2.0」の展開を進めています。その中で特に強化しているのが魚惣菜です。圧倒的な品揃え、素材のこだわりで差別化を図っています。また、群馬名物の『みそパン』や『焼きまんじゅう』は当社の名物商品になっています。



みそパン

焼きまんじゅう

※MD(マーチャндаイジング): お客様にご購入いただける商品の企画・開発や調達、商品構成の決定、販売方法などを戦略的に行うこと。

■エシカルMD~Hana-well~

原信とナルスでは「おいしいこと」を前提に、①環境②健康③地域④人⑤未来の5つの軸を中心とした商品を企画し販売します。Well-being (身体的、精神的、社会的幸福) な世の中になるように私たちも商品販売を通じて貢献していきたいと考えています。これらの商品群は「Hana-well」というブランドで2023年4月より一部店舗で販売を開始しました。

お客様から取り組みの意義や意味、ブランドコンセプトに共感していただき、日常生活に浸透していけるよう、取り組んでまいります。

おいしさと、やさしさを。



Hana-well

ロゴマークデザイン
アーティスト
CotoCoto
田中 翠恵

「おいしさ」に加え、体と心と地球に「やさしく」
おいしいから使い続けられるブランド
それが「Hana-well (ハナウエル)」です。

私たちは「おいしさ」を第一にとらえ、追求していくことで
それを作り上げる素材の良さや意義の大切さに気づきました。

世界が数多くの問題を抱えている今、
私たちが始めることで小さなことが大きな力になり、
今と未来を変えていく
私たちは、そう信じています。

まるで花が咲いたような笑顔を、そして幸せを
「今」と「未来」に花が咲くように
「幸せの花」を植えていきませんか。

「おいしさと、やさしさを。」

Hana-well



<https://www.harashinnarus.jp/hanawell>



Hana-well商品の売場(原信 紫竹山店)



開発した商品のパッケージデザインには「まちごと美術館 CotoCoto」様よりご協力をいただきました。障がいのあるアーティスト作家様の作品をデザインに採用しています。