FoodNavigation
http://www.foodnavigation.com
2021年01月05日
NO.FNJ2021 ー試読版
Provided By Food Navigation Japan

新年特別号 第四弾

ヤオコー 川野社長インタビュー

㈱フードナビゲーションジャパンの許可なく当該掲載記事及び写真等の複製・転載・変更・販売・出版・当媒体を利用しての営業活動等、著作権法および当利用規約に反する行為を禁ずる。
Copyright（C）2011 Food Navigation Japan Co., Ltd. All Rights Reserved.

ヤオコーの川野澄人代表取締役社長は、2020年の振り返りと2021年度の環境想定や見通しについて次のように説明した。

■ 2020年の反省

コロナ禍においては、コロナ対応を最優先したことで、当初の計画に対してはあまり進んでいない。上期は巣ごもり需要で大きく売り上げが伸長し、コロナ対応で手間を取られてしまった。特に、商品開発と旗艦店作りのための新規MD開発の深掘りは不十分であったといえる。一部、「カレーうどん」のような日配PB商品ではヒット商品も出たが全体的には大幅に遅れた。

また数年前より、ベーカリー部門の立て直しを図っているが、ピザ生地をデリカセンターで製造することで、品質の良い値頃のある商品の提供が実現でき、売上も作れた。

■個店経営

個店経営の方針として大きく分けると、旗艦店と旗艦店以外で店舗に合わせて対応していくという事になる。浦和パルコ店においては、大丸百貨店跡への居抜き出店であることもあり、客層の幅が広く、良いものに対するニーズが高い。つまり、ニーズに合わせて適切な対応をしていく必要があるということである。

群馬県と千葉県の店舗でもニーズが違うように、エリア別ニーズの違いもある。全店一律ではなく、商圏ニーズに合わせた対応が出来るかどうかが成功のカギといえる。

■価格対応

2020年は三密を避けるためにEDLPを強め、High&Lowの販促は控えてきた。そのようなことが奏功し、来店客数は平準化されている。

EDLPを変更すると、値上がりしたと認識されてしまうため、EDLPは継続していく方針である。

一方、2020年9月の後半から11月前半のコロナが落ち着いた段階において、チラシによる販促が強い店舗への買い回りが強く出ていたこともあり、9月の後半や10月において当社は、想定よりも苦戦したといえる。EDLPとHigh&Lowの組み合わせは伸長にやっていきたい。

株式会社ヤオコー
代表取締役社長 川野 澄人 氏

■旗艦店改装

2020年度は旗艦店の所沢北原店を大型改装しオープンした。1km商圏シェアをいかに高めるかが課題であり、シニア割合が高まる中において、個食対応や惣菜の充実を図ると共に、若い層を広域からいかに集めるかも課題といえる。若い層に対しては、価格対応はもちろん、安くて質の良いパスタやオリーブオイルなどのイタリア直輸入商品やミールキットなどを充実させた。また、それらを可能にするオペレーションコストの低減策として、久喜菖蒲店から導入している投げ込み什器等を導入している。またデリカでは、同一原料とローストビーフを使用した商品の提案なども実施した。

■成城店

都市型小型店として出店した成城店は、はじめは苦戦したが徐々に認知度が上がり、そのエリアに合わせた商売ができてきたこともあり今期は売上を大きく伸ばしている。

成城店商圏には手作り客が非常に多くおり、素材にこだわりがある方が多い。当社の肉や魚への支持が高く、1つの型が出来つつある。難しいのは惣菜のニーズが郊外とは異なる点である。成城店においては、我々が主力で売っている唐揚げや焼鳥への

・・・続きは正規版にお申込みください。

㈱フードナビゲーションジャパンの許可なく当該掲載記事及び写真等の複製・転載・変更・販売・出版・当媒体を利用しての営業活動等、著作権法および当利用規約に反する行為を禁ずる。
Copyright（C）2011 Food Navigation Japan Co., Ltd. All Rights Reserved.

Food Navigation 年間利用会員様 募集のご案内

〝鮮度感〟のある情報を・・・

「ヤオコー川越的場店」オープン
ヤオコー進化を象徴 新フラッグシップ店

ヨークベニマル矢野目店オープン当日、㈱ヨークベニマルの大高善興社長（代表取締役社長 兼 COO、セブン＆アイ HLD. 取締役）は震災後1年の東北エリア、自社について次のようにコメントした。

■3.11以降の変化

東北エリアを見ていると、3.11大震災以降の購買行動が変わってきたように見える。一つは高齢化、年金、社会保障に関する不安から、1円でも安くという節約志向にある。もう一方では、同じ買い物をするのであれば、商品を吟味して安全・安心など、価値のあるものを買うというニーズが一段と高まっており、大きく二極化してきたといえる。どっちつかずの商品やサービスは消え行く傾向にあるようだ。自分達のターゲットとコンセプトを明確にし、お客様を創造していも好調なセブンイレブンのマネジメント力などをもっと学ぶべきであると思っている。

■セブンプレミアム商品について

セブンプレミアム商品の開発には、明確な目標や志、コンセプトが必要。これからはカテゴリー毎に"コア"商品を作らなくては生き残れない。セブンプレミアムシリーズに関してはリピーターが増えており、特にゴールドシリーズに関しては、月を追うごとに増えている。価格は安くはないが支持は高い。大事なのはベーシックな商品でリピーターをしっかり作っていくこと。珍しいものを作るより、基本の商品で多くの支持を集めていくことが大切。

■SMにとっての PB

我々の商売の最大のプライベートブランドは野菜であり、鮮魚であり、精肉であり、デリカテッセンである。そこにデイリーや加食、セブンプレミアムセブンプレミアム商品の開発には、明確な目標や志、コンセプトが必要。これからはカテゴリー毎に"コア"商品を作らなくては生き残れない。セブンプレミアムシリーズに関してはリピーターが増えており、特にゴールドシリーズに関しては、月を追うごとに増えている。価格は安くはないが支持は高い。大事なのはベーシックな商品でリピーターをしっかり作っていくこと。珍しいものを作るより、基本の商品で多くの支持を集めていくことが大切。

東北エリアを見ていると、3.11大震災以降の購買行動が変わってきたように見える。一つは高齢化、年金、社会保障に関する不安から、1円でも安くという節約志向にある。もう一方では、同じ買い物をするのであれば、商品を吟味して安全

◀▲上記記事は過去掲載記事例です。

■『Food Navigation』とは・・・

スーパーマーケットの新店をはじめ、コンビニや一部外食など、惣菜を中心に生鮮部門などもレポートする Web 閲覧媒体です。特に惣菜においては、各バイヤーのコメントなど鮮度感のある情報を提供しております。

■年間サービス利用料金

年間サービス利用料：**９０，９００円＋税**（税込 98,172 円）

■ご利用にあたって

※当サービス利用申込企業様は当サービス「利用規約」を承諾したものとします。

※当サービスでは、会員様が安全にご利用頂けるよう暗号化ファイル（FinalCode システム）での提供をしております。FinalCode の動作環境としては、OS は Windows7 以降、Web ブラウザーは Internet Explorer 10、11、 Microsoft Edge となっております。※ JavaScript 使用※ Cookie 使用。

※また、当サービスは契約企業内のみでの利用となっており、営業手段としての利用は禁止しております。

≪ 入 会 申 込 書 ≫

株式会社フードナビゲーションジャパン　　担当 ： 小池 宛

FAX. ０４８－４２４－５５４７

TEL. ０４８－４２４－５５４６
携帯：０９０－２５４５－４７２４
E-mail：info@foodnavigation.com

申込日：　　年　　月　　日（　　年　　月より利用開始）

☑『Food Navigation』利用規約を承諾し、年間利用に申し込みます。**※左空欄にチェックを入れて下さい。**

配信先担当者	企業名		連絡先	TEL：
				FAX：
	住所 部署 役職 氏名	〒	情報配信先	E-mail：
請求先	請求書送付先 担当者　部署・ 役職・氏名		連絡先	TEL：
				FAX：