FoodNavigation
http://www.foodnavigation.com
2023年01月03日
NO.FNJ2023－【試読版】
Provided By Food Navigation Japan

新年特別号 第一弾

一般社団法人日本スーパーマーケット協会 川野幸夫会長インタビュー

㈱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.

新年を迎えるにあたり、一言ご挨拶を申し上げます。

はじめに、昨年 10 月 25 日、当協会名誉会長の清水信次氏が逝去されました。心から哀悼の意を表します。

■ 2022 年振り返り

2021 年から続く受注ひっ迫と 2022 年 2 月に発生したロシアのウクライナ侵攻により、世界的な原材料やエネルギーの高騰が続き、さらに円安も加わり、物価上昇と先行きの不透明感から、世界経済活動は当初の予想より大幅に鈍化しています。IMF が 10 月に発表した世界経済見通しでは、2020 年の経済成長率は 3.2％、2023 年は 2.7％に低下し、2001 年以降で最も弱い成長の推移となることが見込まれています。国内経済においても、円安が進み多くのものを輸入に頼る我が国の経済は多大な影響を受けています。また、GDP 成長率予測も低く、世界から劣後している状況といえます。物価上昇が家計購買力を下押ししている状況の中、今後の政府の物価高対策によりこの悪影響を緩和し、内需主導で進むことが期待されます。

一方、新型コロナウイルス感染症は 3 月に行動制限が解除され、3 年を経て徐々に感染防止対策も緩和されつつあり、国民生活はウィズコロナの中でニューノーマルの生活になっています。

このような中、食品スーパーマーケット（SM）はお客様の多様なニーズに合わせた、豊かな食生活を支えるという使命と、ライフラインとして食料品の安定供給という重要な役割を果たしてきました。現在も多くの食品の値上げや電気料金、物流費、店舗の建築コストの上昇、資材価格の高騰、物流の混乱からくる納期の遅延、人手不足、人件費高騰など、非常に多くの課題に直面しています。これらの価格上昇分すべてを商品価格に転嫁すると、お客様の食生活が大きく影響を受け、消費の悪化につながる懸念もあるため、食品 SM 全体としては非常に厳しい環境が続いているといえます。

■生産性の向上

業界としては、適切な価格転嫁を実施しながらも、生産性の向上を図っていかなければいけません。そのために協会では、標準化や共有化の推進を進めています。また、それぞれの企業においては、AI 等

一般社団法人
日本スーパーマーケット協会
会　長　川　野　幸　夫　氏

の IT の進展に伴う最新技術を活用したシステムや店舗業務の機械化・デジタル化を行うことにより、生産性の向上を図っています。

さらに、2024 年問題に象徴される物流危機が叫ばれる中、食品物流の維持・安定化など、製配販の情報連携によるサプライチェーン全体での効率化と生産性向上のための調査・研究に取り組んでいきたいと考えています。特に効率的な物流の在り方については、製配販でのレンジをより深めて、全体最適を追求する必要があると考えています。

それぞれの業界のそれぞれの企業は、努力をしながらお客様に買って頂きたい価格を出していると思います。我々小売業も、事情をよく理解し、製配販で情報共有をしながら、どのようにお互いが WinWin の関係を築いていくかを真剣に考える状況にあると考えています。

価格転嫁が進んだとしても、価格競争は緩まるわけではなく、これから益々厳しくなっていくでしょう。

そのような状況下､各企業が生き残っていくには、生産性を高めるために最大限の努力をしていくほかありません。

プラザ合意で急な円高となった時、日本の製造業はこれまで 200 円で売っていたものを 100 円で売らないと売れない厳しい時代もあり、それでも製造業は着実に発展してきました。

小売業は極端な変化が無いので、ある意味、・・・

※続きは正規版にお申し込みください。

㈱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

惣菜売場でのポイントは弁当。弁当類は平台で展開され、弁当の盛り付けに特に力を入れているという。百貨店の商品の盛り付けを目指し、ボリュームを出しつつ、豪華に見得るように、品目や色合いなども工夫されている。

"鮮度感"のある情報を・・・

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 99,990 円） ※こちらは小売業様価格となります。

■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 Windows8.1 以降、Web ブラウザーは Internet Explorer 11、Microsoft Edge（JavaScript 使用／ Cookie 使用）となっております。

※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：
	住所 部署 役職 氏名	〒		FAX：
			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：