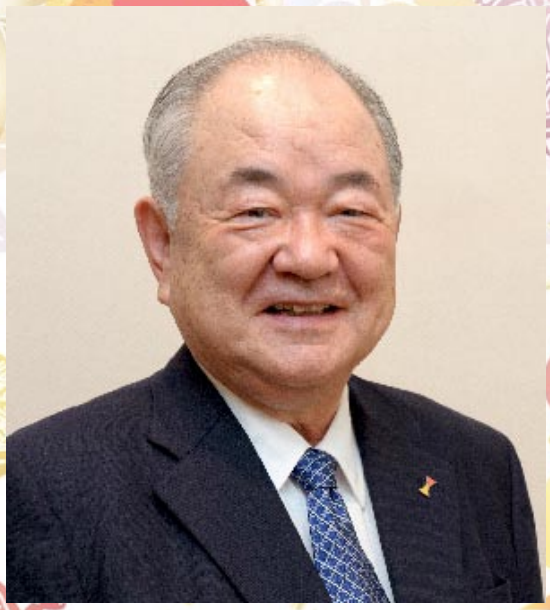
FoodNavigation
http://www.foodnavigation.com
2023年01月03日
NO.FNJ2023 ー【試読版】
Provided By Food Navigation Japan

新年特別号 第二弾

一般社団法人 全国スーパーマーケット協会 横山清 会長 新年挨拶

価値変容を捉え、住み続けられるまちづくりに貢献を



一般社団法人
全国スーパーマーケット協会
会 長 横　山　清 氏

新年明けましておめでとうございます。皆様には、日頃よりスーパーマーケット業界の発展と協会活動に特段のご協力を賜り、改めまして厚く御礼申し上げます。

■求められるパラダイム転換

振り返りますと２年前の2021年の新年のご挨拶において、「内食需要の高まりで売上は伸びているが、この特需に酔っているだけではあっという間に置いて行かれます。いつまでも続くはずはありません」と警鐘を鳴らしました。2022年は、まさしく当時の予想よりも遥かに厳しい経営環境となりました。「ある時期が来れば、元に戻る」と考えるべきではないでしょう。さらに追い込まれる状況も覚悟して対峙していくほかはありません。

新型コロナウィルス感染症の影響で、私たちの行動は大きく変容しました。オンラインの活用が進み、一方で自国を守る意識の高まりによって、グローバリズムも一体感が失われ、2022年は侵略戦争も発生してしまい、食料品やエネルギーなどの価格が急騰しています。

さまざまな問題が露見した今、我々スーパーマーケット業界も、お客様や社会の行動変容を着実に捉えたパラダイム転換､｢価値変容｣が求められます。

「いいものを安く売る」ことを目指し、チェーンの拡大を図ることや、スピードや利便性の提供を追求することも重要ではありますが、それに加えて、変容した生活様式に対応するサービス、価値提案が求められます。例えば、“素早く提供するよりも遅いほうが価値がある”といったシーンも増えてくるといえます。

物価が上昇していく中で、自ら食事を作ることの経済性も注目されます。料理をするために毎食のメニューを考え、食材を買いに行き、そこで従業員や他のお客様などとコミュニケーションをとる。こうした行為こそが人間的で豊かな暮らしと言えるのではないでしょうか。

■オンラインを活用しリアル店舗を磨く

行動変容がもたらしたオンライン活用の普及は、地方に拠点を置くことによる不利な面をカバーしてくれました。

当協会が主催する資格検定制度「Ｓ検」もオンラインでの実施に切り替え、全国どこからでも受験や学習が可能な環境を整えました。従業員のスキルアップへの活用をお勧めします。

SDGsが盛んに叫ばれ、環境面の対応が注目されがちですが、SDGsには「住み続けられるまちづくりを」というゴールがあるのです。地域に根差すスーパーマーケットは、地域のお客様が住み続けられるよう、エッセンシャルワーカーとして「食のライフライン」を維持し、気候変動や自然災害への備えを行うなどの貢献をしていく必要があるでしょう。

リアル店舗の存在は、だれも取り残さない、持続可能なまちづくりに必要不可欠なものです。店舗の持続発展にあたって様々な課題が山積みしていますが、１社でできないことは、手を携えて取り組むことも重要

契約企業以外の閲覧・利用、非契約者への譲渡を固く禁じております。
不正利用は利用規約違反であり、著作権法に抵触する恐れがあります。

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

「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

◀▲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：
				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：