

ヨークベニマル「組織変更及び人事異動」 ～新社長に大高耕一路氏、4本部体制の確立～

ヨークベニマルは、2024年度の「組織変更及び人事異動」を以下の通り実施することを発表した。

1. 組織変更（実施日：2024年3月1日）

2024年度については、より機動的・機能的な組織運営を実現するため、本部の組織体制を大幅に見直すとともに、店舗組織については従来の体制を継続しながら、より効率の改善に努めていく。

◆4本部体制の確立

本部組織については、「営業本部」の他に「管理本部」・「財務本部」・「DX本部」を新設した上で社長直轄の4本部体制とする。管理本部は、人事室と教育推進室を統合した人事教育室と総務室で構成する。財務本部は財務室、DX本部はDX戦略室を格上げする。デリカ事業本部はデリカ事業部として営業本部配下とする。

◆経営企画室を設置

中長期的な視点で経営計画の策定を行うとともに、直近の経営課題に速やかに対応し解決を図るため、従来の企画室の名称を変更し社長直轄の部署とする。

◆営業企画室を新設

将来的な新しい店舗の在り方やサプライチェーン改革、サステナビリティの推進など、様々な経営課題に対して従来の縦割りではなくプロジェクト体制で解決するようリードしていく。

◆店舗運営室にラストワンマイル推進部を移管

「電話で宅配」「移動販売車」など、従来のサービスに加えてお客様の視点で新サービスの検討・導入を行い、さらなるお客様との接点の拡大や関係強化に取り組む。

2. 人事異動（実施日 役員クラス：2024年3月1日、部長クラス・店長：2024年2月19日）

<役員クラス>（実施日：2024年3月1日）

【代表者の異動】

氏名	新職	現職
大高 善興	取締役 名誉会長	代表取締役 会長
真船 幸夫	取締役 会長	代表取締役 社長
大高 耕一路	代表取締役 社長	取締役 専務執行役員 営業本部 副本部長

【取締役の異動】

氏名	新職	現職
松崎 久美	専務執行役員 デリカ事業部 管掌	専務執行役員 デリカ事業本部長
橋本 孝	専務執行役員 経営企画室長	専務執行役員 営業サポート部長

1 ※続きは正規版にお申し込み下さい。

Food Navigation 年間利用会員様 募集のご案内

惣菜



惣菜売場のポイントは弁当、弁当類は平心で展開され、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。

米飯



「赤魚の柏漬弁当」
「季節の彩りはつき弁当」
「季節の味覚御膳」

惣菜



「原切り鮭弁当」
「豚肉アスパラチーズ巻弁当」
「アジフライ」
「あゆの塩焼」

「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
東北エリアを見てみると、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、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
我々の販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。
東北エリアを見てみると、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、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 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:
	住所 部署 役職 氏名		情報配信先	FAX:
請求先	請求書送付先 担当者 部署・ 役職・氏名		連絡先	E-mail:
				TEL:
				FAX: