FoodNavigation
http://www.foodnavigation.com
2024年02月19日
NO.FNJ2024－試読版
Provided By Food Navigation Japan

カスミ「山本社長インタビュー」
～既存三業態再編集、専門性向上など～

株式会社カスミ
代表取締役社長
山　本　慎　一　郎 氏

【２０２３年度】

■３つの課題

2023年度は、2022年度からの継続課題もあるが、大きく３つの課題解決を図った。

一つ目として、コロナ禍で様々な施策を展開し、それらを刈り取る時期であると考えていた。

二つ目として、様々なコスト増への対応である。2022年度に様々なコストが上がったが、2023年度もまだ継続中である。また、物流2024年問題や人件費を含めたコスト増の影響は大きく、当社の減益の大きな要因にもなっている。

三つ目として、食品スーパーマーケット（SM）としての在り方やカスミとしての在り方である。コロナ禍を経て、お客様が食品を購入する場所や手段が飛躍的に拡大した。ドラッグやEC、外食、ウーバーイーツ等、喫食に対するサービスが食品小売業という枠から飛び出し、食品SMとしてこれからどうあるべきか、また、どう差別化していくべきかである。

■“お客様を知る”

これからは、これまでのように店頭に商品を並べるだけでは支持を得られない。“お客様を知る”ことを追求していかなければいけない。

当社は、残念ながらお客様データを保有していないチェーンストアであった。アフターコロナでは、木曜と日曜に紙の割引クーポンを発行するなどし、大きな集客手段となってきた。クーポンをお客様に提供し集客はできたが、「お客様がどのように買い物をしているのか？」「何を求めているのか？」ということに関しては見えてなく、このことを何とかしたいと考えていた。

※続きは正規版にお申し込みください。

■専門性

食に関しては、今や様々な場所でサービスを受けられるようになった。ドラッグストアではドラッグという専門性があり、その上で食品も提供している。つまり、我々は食の専門性という部分では、他の食品を取り扱う業態よりも高い専門性を持たなければ、差別化ができなくなっているということである。

※続きは正規版にお申し込みください。

【２０２４年度】

■課題

基本的には、2024年度も2023年度に引き続き、コストや調達への対応や専門性の向上に加え、業態の再編などに取り組んでいく。

一つ目は、変化する環境に合わせてお客様ニーズに合った商品やサービスを提供していくと共に、お客様の「食べたい」「欲しい」のニーズを先取りしたものの提供をしていく必要がある。

※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・譲渡・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・・・

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：
				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：