



新年特別号 第四弾

マニーマートHD 岩崎社長インタビュー

マミーマートホールディングス代表取締役社長 岩崎裕文氏に、同社 2025 年度の振り返りや「お弁当・お惣菜大賞」の会社への影響、2026 年度の取り組みなどについて伺った。

■ 2025 年度業績

2025 年 9 月期決算での営業収益は 1,936 億 8900 万円（120.5%）となり、営業収益計画に対して約 100 億円の上振れ修正となった。

利益面に関しても営業利益 67 億 4,400 万円（104.8%）のほか、各項目をクリアし増収増益。ただし、新店出店や新規採用、初任給のアップなど、様々なコストアップがあるため、利益は出しづらくなっている。

■生産性を高め、利益体質の企業へ

採用は以前よりは取れるようになってきたが、残念ながら、業界全体としてまだ魅力を感じてもらいづらいので、もう少し生産性を上げていかないとけない。この部分は、業界にとっても当社にとっても課題といえる。ただし、小売業の数が多く、ここから本格的な競争の時代になりつつあり、体力勝負的な部分もあるので、しっかりと利益を出せる体制にしておかなければ生き残れない時代になる。そこが一番の課題といえる。

そのためには、これまで自分たちが考えていたスーパーマーケットとしてのあるべき姿も見直していかなければいけないと考えている。

■ 調達

日本のマーケット規模の中で、仕入を安くする仕組みはまだしっかりと確立されていないと考えている。日本では、商社や問屋機能等が上手く回っているので、それを活用していると便利ではあるが思うように安くはできない。もっと安く、利益を増やしていくには、その辺の構成を変えていかなければいけないとも考えている。

海外からのコンテナ仕入額実績は前期比 207%で、その多くはグロサリー商品となっており、今後も注力していく方針。畜肉類の調達も魅力的ではあるが、



株式会社マミーマートホールディングス
代表取締役社長 岩崎裕文氏

自社での調達に伴い、冷蔵・冷凍保管設備等の確保の問題もクリアしなければいけなくなる。また、量が増えれば現実味を帯びて来るが、今はまだ現実的ではない。グロサリーのほかには、果物の輸入などは少しずつ増やしている。

海外からの調達は、決して商社だけしかできないことではなく、経験値とボリュームがあればできないことではない。2,000 億円程度の規模ではまだまだ足りず、もっと売上を増やしていく必要がある。

NB 商品に関しては、日配メーカー等との直接取引はあるが、グロサリーは現状では慣習的に問屋を通しての仕入となる。小売大手企業も NB 商品の仕入に関しては、そこまで安くは仕入れられていないと伺っており、慣習的なものを変えていかないと難しいのではないだろうか。

■ 2025 年度新規出店 成功と課題

2025 年度は新店・業態転換・リニューアルなど約 16 店舗を実施し、概ね各店計画以上に推移している。特に「生鮮市場 TOP 羽村店」「生鮮市場 TOP アクロ

Food Navigation 年間利用会員様 募集のご案内

惣菜



惣菜売場でポイントが弁当。弁当額は平
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。

米飯



「赤魚の格闘弁当」
「季節の彩りはつき弁当」
「季節の味覚御膳」

アツフライ



「厚切り鰻弁当」
「豚肉アスパラチキチ弁当」
「おぼろの塩漬」

惣菜

「鮮度感」のある情報を...

ヨークベニマル矢野店オープン当日、開
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
ものを買お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、お客様を創出して

も高質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ま
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。そこにデリーや加工、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ま
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、一部コンビニや外食など、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、他では取れない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）

■ 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およびユーザー認証提供をしております。
- ※暗号化システムおよび認証システムの確認動作環境としては、OS は Windows10 以降、Web ブラウザーは Microsoft Edge（JavaScript 使用 / Cookie 使用）となっております。
- ※また、当サービスは契約法人内のみでの利用となっており、営業手段としての配布等の利用は固くお断りしております。

《 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。 ← 左空欄に必ずチェックを入れて下さい。

配信 先 情 報	企業名		TEL.	
	住所		FAX.	
	部署名		Email	
	役職			
	姓名		携帯	
請求 先 情 報	※上記と同じであれば 同上で結構です。			
	住所		TEL.	
	部署名		FAX.	
	役職		Email	
	姓名			