# CGCNE

4月1日(火)

2025年

第571号

発行 株式会社シジシージャパン

毎月1日発行 〒169-8531

東京都新宿区大久保2-1-14 電話03-3204-1043 [編集部直通] https://www.cgcjapan.co.jp

# 

4月9日欧10:00~17:00/10日休9:30~15:00 東京ビッグサイト南3・4ホール

南展示棟4階

西展示棟 (昨年までの会場)

4ホール)

シジシージャパンは4月9、10の2日間、東 京ビッグサイトで「2025CGC合同商談会」を 開催する。CGCグループ年間最大のイベント で、加盟企業のトップから現場のパートナーさ

会議棟

トップ会会場

(1階レセプションホール)

ん、お取組企業の方々に商品を中心としたCG Cの協業活動の理解を深めていただく。見どこ ろを紹介するほか、新会場の南3・4ホールへの

2025 CGC合同商额会

行き方を図解する。

Cグループ活動計画に沿 って様々な提案を行う。 ー」と「商品ゾーン」に会場は「 政策コート CGC合同商談会で 会場先頭の政策コーナ 2025年度のCG り組む諸施策を を笑顔に」を目指して取 げた「地域とお店の未来 インフラ 商品 システ 一挙に紹 の方向性を示すほか、 入品の強化といった開発 ついては、

海外調達・輸 一極化対応や

パネルによる説明だけ

中心となる商品活動に

ーでは、

スローガンに掲

安心・安全の取り組 ムを展示する。

GCフェアや環境フェア などお客様とつながる活 C 品、価格訴求商品、価格訴求商品 商品の括りで全30アイテ 商談会で提案する商品を 品の実物展示を行う。 各部門の

ごとに開発商品の具体的 策として簡易トイレや止 舗における水害・断水対 水板などを展示する。 商品ゾーンでは、 試食もる

でなく昨年好評だった商 一提案では、 店 セプションホールで4月

ただきたい。

ルである会議棟 ビッグサイトのシンボ

ドをスキャナーに となる。入口でQ

R I I

3

て入場いただくの

本部・支社まで。

ンを回る際の参考にして 例年の西展示棟が改修 事で使えないためだ。 サイト南3・4ホー (4階)での開催となる。 一回初めて東京ビッ

(場の際には、

会場が変わります

照)。
問の見どころは左表参

の前からゆっくり 度全国トップ会を

歩いて

分ほどと、

例年

動に時間が掛かる点をご 留意いただきたい 入場パスご持分

参を

刷した「入場パス」が必要・ 一での事前登録と自身で印 より移 加盟企業 (株)シジシージャパン テスト 太郎

印刷してお持ちください事前登録の上、入場パスを

(2、3面)

(4、5面)

(6-7面)

CGC

9) 佐藤、または各地区 合同商談会事務局(20 ずご持参いただきたい。 お問い合わせはCGC -3204-034

▶3月度全国トップ会 トップスピーチ キヌヤ/関西シジシー

▶CGC商品 (新規・リニューアル) ▶自動発注システム活用事例

> マルイ(岡山)、スーパーモリナガ、主婦の店尾鷲 ▶春期NB集中化商品販売事例/備災フェア (8面)

▶トップインタビュー おどや、信濃屋食品 ▶新規加盟企業紹介 宍倉/わが社のマンパワー(10面)



先頭の政策コーナーでは商品をはじめとする今年 度の諸施策を紹介 (制作中のボードイメージ)

### スーパーサテライトシステムで経営を改革 リオン・ドール 小池社長様を座長として2回開催。 東海シジシーはさらに独自で開催。 生産性向上が急務 処↓ 損益分岐点を下げて 企業・店舗を存続 コスト會 スーパーサテライトシステムとは 今後について これらの活用で 生産性を大幅向上 生鮮・惣菜PC CGCジャパン SBS 作業改善でなく経営改革の手法 導入にはトップの決断とコミットが必要 体系だった学びの機会、それと連動した 運用事例と成果の共有を推進

商品以外にも「地域とお店の未来を笑顔に」 するための各活動のポイントを解説

昨年は8千人超が来場。今年も多 くの来場登録をいただいている



政策コーナーの実物展示。好評だっ たことから今年も30品を展示する



連絡通路(動く歩道)約250m

CGCのスタッフが商品をご提 案。試食もふんだんに用意する

商品ゾーンの見どころ

東展示場

チーム名	名 見どころ 注目商品		チーム名	見どころ	注目商品
青果	消費者の価格志向に 対応したバナナ提案	SPバナナ(フィリピン産)	大販 食品	NB上期のトレンド提案「夏」 「野菜」「上質」	NB新商品、 NB×PBマヨドレ
食肉	利益確保ができる 精肉原料、加工肉提案	カナダ産アンガスビーフ、 冷凍簡単調理品	菓子	カカオ原料高騰が続くチョコ レートカテゴリー強化	SPまろやかチョコレート、 輸入品
水産	「自然のあしあと。」取り組み 強化、新規棚割提案	自然のあしあと。 釜揚げしらす	催事	加盟企業おすすめギフトの 紹介と売上拡大手段を提案	全国ご当地スーパー いち推しギフト
	生産性の追求、 米価高騰対策	米の使用量を削減した 商品化提案	酒販	本格スコッチウイスキーと 価格訴求品の強化	インペリアルガード
洋日配	海外原料を活用したPB、 輸入品の提案	SP果汁100%ジュース 200ml、輸入スイーツ	米穀· 鶏卵	国産・外国産米の中長期的な 調達強化	スマート米、外国産米
和日配	品位で差別化、価格で 競合対抗可能な商品を提案	インド産カニかま、 中国産梅干	雑貨		犬・猫ドライフード、 猫パウチ
冷食	新規産地の開拓、 価格対抗商品の強化	インド産ポテト、 SP大盛りスパゲッティ		コストダウン(消耗品、省エ ネ)提案、生産性向上の提案	
食品	原料不足、価格高騰を 乗り切るための提案	中国産海苔、SP炭酸水、 SPサラダ油	SBS	共同利用型システムで業務合 理化、キャッシュレス対応	コジカチャージ機抽選機能、 みんなのCGCシステム

きたい。

2月に開催したスーパ

加いただいた。これは福

# 大規模山林火災の



2月26日に岩手県大船渡市で発生した大規模山林火災を受け、シジシージャパンは10地区本部で計1500万円を大船渡市に寄付した。シジシージャパンの堀内淳弘グループ代表とマイヤの米各寿夫会長、東北シジシーの島村忍社長が3月6日、大船渡市沿所を訪問 が3月6日、大船渡市役所を訪問。 上清市長にお見舞金を手渡した。 長が3月6日、

### 全国 をお届けした。東北地方 今度は山火事で大変な目 約3・2万人まで減少し に遭っている。 甚大な被害を受けたが、 は東日本大震災の津波で 1500万円のお見舞金 ジャパンと地区本部から た。地形的な問題から消 人超だった人口が現在は 大船渡市はかつて5万

渡市を訪問し、シジシー に見舞われた岩手県大船 鎮火に向かっているよう 火活動に苦労されたが、

行っている。東北シジシ ことを願っている。 変なことになっている んが義援金の店頭募金を が、これ以上拡大しない 各地で山火事が起きて大 で本当によかった。日本 東北地区の加盟企業さ んが十数年前から取り組 んできた人口減少地域で 共通の問題で、皆さんが 組みで、同社の小池社長 も営業を成り立たせる仕 からもいろいろとお話を いただいた。 人口減少はいまや全国

**捗確認会の第2回目に多** くの加盟企業さんにご参 援を希望される方は専用 ので、ご縁があってご支 ーで寄付を取りまとめる ーサテライトシステム進 口座へお振り込みいただ

見てとれる。

この会議は各社の発表

加盟企業12社15人が出席

有望な商品を多数発掘 多いかが出席人数からも を感じている方がいかに オペレーションに危機感 だったので、現状の店舗 シジシージャパン 社長 松本 といく。

シジシージャパンも東北 どの支援をされており、 ヤさんは避難所に物資な で被害に遭われた方にお 見舞い申し上げる。マイ 考えさせられた。 を中心に考えていたが、 クアップさせていただい シジシーと連携してバッ 会には199人ものご参加を があったスーパーサテラ **八災への備えの必要性を** ん。<br />
これまで備災は地震 ートシステムの進捗確認 ただいた。昨年8月の 先ほど堀内代表から話 まずは大船渡の山火事 る取り組みだからだ。C して経営そのものを変え ペレーションの改善では 社のトップの方にご参加 だと感じている。 社長からも話があった 業活動にふさわしい活動 いる。お互いに情報を出 述べていただく会にして GCでも3月の組織変更 なく、社内で意思を統一 いただきたい。単なる才 が、この会にはまずは各 企業様に積極的に意見を と質疑を中心とし、加盟 し共有し合う、まさに協 リオン・ドールの小池 は5位だが、30年にはド ランキングで2023年 イツ、日本を抜いて3位 インドは国別のGDP

る。

の農産物も多数ある。1

できる見込みだ。

生産量で世界1、2位

位の品目は、バナナ、マ

でPCサテライト推進チ 発掘した商品を紹介 インドの展示会などで

の全農のような組織を通

ワイナリーやインド

駆けて先行者利益が得ら

にしていきたい

ビなど。検疫の問題で日 位は米、小麦、サトウキ ンゴー、グアバなど。2

本には輸入されていない

欧米には輸出されて

になりそうだ。

いるものが多数ある。

オレンジ果汁は、

是本

「今月のスペシャル」各グル 活〆ぶりは、A=マミ ローノ 界第2位だ。 活力があり、 の人口になり、将来的に 2023年に世界第1位 達の拠点になっている。 インドが重要な商品調

• 7%。

れた方々にお見舞いを述べ、シジシージャパンと10地区本部から計1500万円を大船渡市に寄付 IA人が出席した。 堀内淳弘グループ代表は挨拶の冒頭、岩手県大船渡市での山火事で被災・避難さ

シジシージャパンは3月8日、3月度全国トップ会を東京・新宿のCGC会議室で開催し、

124 社

表」は関西シジシーが、「トップスピーチ」にはキヌヤの寺戸裕之社長が登壇した(3面に要旨) ショッパーズプライス果汁100%ジュース、③輸入家庭紙の集中化を提案した。「地区本部取組事例発 出張などについて報告。活動報告では、①6月発売のショッパーズプライスバナナ、②3月発売の )たことを報告した。 松本偉社長はスーパーサテライトシステム進捗確認会、 インド商品開発団の

年内に駐在事務所新設

シジシージャパン グループ代表

堀内

淳弘

島県のリオン・ドールさ

じめ

全国各地でこの仕

社長には心から感謝を申

になった。東海地区をは 自分事として捉えるよう

組みを導入・検討する動 きが広がっており、 違いないので、年内に駐 としても中国に次いで世 れている。若い人が多く ンドの時代が来るのは間 国民の平均年齢は28歳と 17億人まで増えると言わ 世界一の大国になりイ

在事務所を設けたいと考 のために貢献できるよう もしれないが、皆さんと 期せぬ出来事が起こるか だきたい。 良い成績が続いているの 一緒に力を合わせて地域 で、引き続きご健闘いた にがんばっていきたい。 今後も自然災害など予

は2800ドルで、まだ 2位になると推計されて 日本の10分の1程度だ いる。1人当たりGDP に、50年には中国に次ぐ

組みのサポートを強化し ル」に参加するためだ。 大の食品展示会「アー 目的にインドに出張させ ていただいた。インド最 間、商品の開発・発掘を 2月下旬から約1週 ムを新設し、この取り 率は人口14億人でも10% 年間10億トン。食糧自給 を超えている。広大な国 中国に次ぐ世界第2位の を見てみると、生産量は になるだけで大きな経済 が、これが3000ドル 力を発揮する。 インドの食糧生産状況

超える農業大国でもあ 業従事者が国民の50%を 土の約60%が農地で、農 国内のパッカーで商品化 じて原料を輸入し、 高まる1月と12月 げて営業している。 店舗がハニーの看板を掲 で15%を占める。 の販売構成比が年 組織で、福井県の7社37 ンタリーチェーンの協業 することで、ブラジル産 養殖ぶりは水産部門内 需要が 間平均 は20% 日本

共同組合ハニー

いる。11月頃から比較的 も直近は順調に推移して たので1日分を調整する と104・9%となり、3月 既存店売上高は前年比回 2月の加盟企業さんの 昨年が閏年だっ ル」活〆ぶり

-プ1位

り込んでいる。

ャル」の展開では前年比

を毎日継続した。

フライなど多様な品揃え

1月の「今月のスペシ

度が良く、年間通して売

る。そこで、ぶりの煮

魚、照り焼き、塩焼き、

成比で12%を占めてい

鎌谷 藍史氏 水産バイヤー 営業部

舗に届くので非常に鮮

ぶりは、水揚げ翌日には

の三重県産活き活き育ち も重要な商材だ。CGC

いことから惣菜の需要が 福井県は共働き世帯が多

高く、魚惣菜は水産内構

々減少傾向にある点から

北陸3県の漁獲高が年

を売り込んだ。

魚惣菜でも展開した。

合わせ、サラダ商品など

半額程度での販売が可能 な武器になる。ミックス 中では、冷凍野菜も強力 ベジタブルは競合PBの オレンジの3割安 生鮮品の相場高が続く お酒にも可能 今回、インド No. 1 の 性があ はボラ 駐在事務所も立ち上げて こそすべて」で、商品開 関しては、来年3月頃に も訪問してきた。インドシュをかける。 しゃぶ用やたっぷり盛り%と良い結果となった。 加盟企業のトップの皆様 極的に提案していく。 る。加盟企業の皆様に積 ットともに拡大してい 国内でも生産量・マーケ 級のウイスキーメーカー か、刺身商材ではしゃぶ 量パックを強化したほ の目安にしてもらった。 明確にし、各店の棚割り の4つに分け、それぞれ 目標販売金額と構成比を 応を可能としている。 強化していく。 競合に先 向けのツアーを企画し、 110%を目標に掲げた。 て、優れた商品が多数あ 信し、売場での迅速な対 と販促計画や売価、目標 会で加盟企業のバイヤー が各店の店長と水産担 値などを決め、<br />
その内 インドでの商品開発に 切身、刺身、冊、魚惣菜 進捗を本部から毎週発 |者に伝えられる。 週間 商品化では切り身やロ ハニー本部の水産委員 販売金額は2200万 間で、ぶりだけで82万6 は、1月9~11日の3日 発で競合に負けない組織 場いただきたい。 商談会を開催する。輸入 102%、数量PI値は同103 I値は93となった。水産 内構成比は15%、数量P 円。目標は未達だったが、 のPOPを取り付け、お 000円(前年比188%)を で、たくさんの方にご来 商品も展示・提案するの 品強化の一環でインドの れるようにスタートダッ の21%を占めるまでに伸 売り上げ、水産内構成比 ッグサイトでCGC合同 部門全体も売り上げが同 売上前年比は140%、水産 伝わる売場を作った。 客様に一目で売り込みが 長した。平台10尺に店舗 オリジナルやCGC提供 3月から新年度がスタ 4月9、10日に東京ビ トしているが、「商品 1月トータルのぶりの アレナ福大病院前店で 五方よ

売り手、買い手、世間、

っていると話す寺戸社長

の「五方よし」の考えに基づいて企業

社会

<3>

働き手、

などと地名入りのプライスカー ドを共通で付けている

ムを導入し、安心・安全を担保 開。青果物の生産履歴開示システ生産者持ち込みコーナーを全店展

B 商品には L O > E

浜田

私は1999年に新卒

に厳しい要件があって活 るな」とも言った。退任

用のハードルが高かった

運営している。

島市にスーパーマーケッ 山口県萩市にかけてと広

**ト24店舗と生鮮4工場を** 

に承継計画の提出が必

要)。従来の税制は非常

ものと思って一切連絡す

わせないように「死んだ

領家さんは皆に気を遺

ある (26年3月31日まで

限制度として特例措置がことを強く覚えている。

# 地域が笑顔であふれますように

に販路を持たないために

が進み、後継問題が顕在

込み生産者が集まる青果

年2回の総会と、

持ち

当時は生産者の高齢化

に商品がたくさんあるの

キヌヤ (嶋) 寺戸 裕之程

は88人、島根県西部から 地域社会に奉仕しよう」。 用品等の取り扱いを経て 田綿業として設立され 現在のキヌヤとなった。 年商は協億円、従業員 当社は1951年に益 社是は一商業を通じて 呉服を中心に取り扱 商号変更や食品・日 定の期間まで猶予または 免除するものだ。 たは相続税の一定額を一 より取得した場合、取得 から贈与または相続等に 上場株式等を先代経営者 は中小企業の後継者が非 した株式等に係る贈与ま を引き継いだ。この制度 27年12月31日までの時 さしい表情をされていた ます」と答えた時の領家 咤激励の機会が多かった 期社長を打診された。 値観経営』に基づいて に大手スーパーやドラッ さんは安堵し、とてもや が、 続けるために』」と、次 これまで社長室では叱 。キヌヤがキヌヤであり グストアが相次いで出店 「お引き受けいたし してきた。価格で対抗す 資本と戦うための柱に選 る体力がない当社が大手 んだのが地元の商品だ。

から決断されたようだ。 長室に呼ばれ、 り善悪を大切にする『価 悩まれていたが、この特 例措置を活用できること 損得よ している。

領家康元前社長から会社 部署を経験した後に、経 が決定し、同日付で就 理や財務を任された。そ かかわりはない。様々な 任。サラリーマンからオ 日の株主総会で社長昇格 して、2023年5月18 で入社した。創業家との 事業承継税制を使って アー社長になった。 がおらず、贈与税が気がりになっていると思う。 が、 かりで事業承継について 領家さんにはお子さん に営業していることが便 大幅に緩和された。 る。 当社では PB CG 後は連絡をとっていない C商品3%、NB5%、 LB20%の構成比を目指 が、キヌヤが地域で元気 であるLB活動を紹介す 今から15年前、 キヌヤの商品政策の柱 商圏内履歴を確認でき、安心と

地域を見渡すと、優れ 出せると考え、地元商品 社自身も地元商品に強い することを決めた。 =LBと位置付けて注力 をローカルブランド商品 小売業として個性を打ち の活性化に貢献でき、当 の橋渡し役になれば地域 った。当社が地域の方々 売り上げが伸び悩んでい る生産者や企業が多々あ 乗効果を生み出すことを 有および自分の得意分野 として「キヌヤローカル を回すプラットフォーム 地域で販売する「地産外 協力することで新たな相 と会員の得意分野を相互 化した時期でもあった。 ブランド協力会」を設立 店では、地元の商品を他 握した。 した。会員相互の情報共 10年7月、地域内経済 ち青果部会の個人会員が ・6億円(23年度) 時点)に増えた。そのう 10倍の92会員(今年2月 開催している。 部会を地区ごとに年2回 高まっている。 会員数は当初の92から

# 商品政策の柱LB活動

消」と位置付けて山陰コ

果物の生産履歴開示シス 録をお願いしている。農 ヌヤは介入しないが、青 が納品可能となる。ラベ 薬使用の適正判定を行 テム「ベジあん」への登 て生産者自身が行ってキ 頭に設置している。納 い、クリアしたものだけ 品、陳列、値付けまで全 で、全店の青果売場の先 すのが持込生産者売場 ルのQRコードから生産 LB協力会の根幹を成 務利用も増えている。 とで、地元の飲食店の業 物商品がいくつもある。 乳」(益田市のメイプル牧 り)や「メイプル牧場牛 所いわみ福祉会で手作 を使い浜田市の福祉事業 安全を担保している。 場の生乳を使用)など名 ブランド豚まる姫ポーク の餃子を復刻。江津市の (浜田市にあった専門店 地元食材を多く扱うこ 広島県に唯一ある高陽 加工品では「豚豚餃子」 え、 考える後継者の安心や意 になれば家業を継ごうと 欲にもつながるはずだ。 模が拡大していく。安定 を販売している。 ECサイトでもLB商品 ている。同じく "外貨獲 ことのように捉えて解決 した収入が見込めるよう 得。の手段として、自社 口の味を楽しんでもらっ 域内で循環するお金が増 ーナーを常設。島根、山 働き手、売り手、買い LBの活動によって地 地域完結型経済の規

出席(写真は24年下期総会)力会総会には毎回⑪人以上が年2回のローカルブランド協

ついてお話し

したい。

際の支えにしている。 は宝物で、判断や決断の 組織・活動の

最後に協業

ありがたさに

らいただいたメッセージ

た。勉強会で堀内代表か 業の方とご縁をいただい

ど長年にわたって密に情 スタさんとはセンター運 報交換をしてきた。 営を学ばせていただくな は18・7%、販売金額28 538人と半数超を占める。 LB商品の売上構成比 当社 まで

いただいた。新宮社長か 加盟までお手伝いさせて ち上げから33年のCGC 島にあるヤマダヤさんと き、PC商品を各店舗に に向けてご尽力いただ が抱える課題を、自社の は、縁あってSM事業立 供給いただいている。 島根県の離島・隠岐の 円を突破した。 地区本部取組事例発表

での生活は厳しい環境下 隔絶された離島、隠岐島 メッセージをいただいた は、CGCの協業活動に にあります中で私達島民 本土と 囲気で運営する。

手、世間、社

ので紹介する。

ら今日の発表に合わせて

会の「五方よ

基づいて、L

し」の考えに

近藤リー ダー

茂木社長 企業各社の意見を

でいきたい。 うに取り組ん

会ではたくさんの加盟

であふれるよ て地域が笑顔 B活動を通じ

謝の念に堪えません」。

CGCの経営幹部勉強

力を賜っており、日々感 計り知れないほどの御助

て完成したものだ

# 草生か

ミート様が新規加盟し、 装自由のカジュアルな雰 |5年間で規模が1100 均年齢が47歳と若く、服 億円拡大して4000億 マルアイ様、24年に高橋 年にコノミヤ様、23年に トップ会は出席者の平 関西地区では2020 一方通 企業ごとに評価し、年間 が参画した。 ている。目標達成条件は 欠席した場合は退会とし これらの条件を各 社、メーカーは大手16社 下の場合も退会となる。 で目標達成回数が8割以 ただいた企画案を毎月開 ップに承諾いただ 目標必達の2つ。 ①会議への100%参 月間集中販売して目標達 生かし、対象商品を1カ した。4千億円の規模を 開催する会議を4回以上 成率(売上金額前年比) トラガッツ」をスタート 集中販売企画「関西ウル に応じてメーカーからリ 、ートを獲得する 24年度は加盟 メーカーに提出 加盟企業の参画条件は

榎田取締役 決める。各企画の実施に 賛同が必要で、賛同した く決定会議で賛同可否を 企業のみで行う。 は参加企業の8割以上の

実績報告(10日・20日)を に貢献することを目的と 販売提案をしてもらう。 実施。問屋にも積極的に 条件や販促物の提供、② てもらい、売り上げ拡大 目標必達に向けて①販促 これらの仕組みは加盟 メーカーは加盟企業の

めている。 報交換しながら交流を深 る体制となっている。 懇親会も毎月開催し、情 心を一つに目標を達成す 行の会議とならな いよう 企業とメーカー、問屋が 今年1月までの8カ月

ウルトラガ NBの集中

昨年 6月に NB商品の 全社のト 年 12 回 加 ② った。今年6月には3メ どの声をいただいた。 秋には菓子部門でも同企 ットがまとまりやすくな 月例会への参加率が8% 見が聞ける貴重な機会 イヤーの交渉の仕方や意 最大のメリット。他のバ ーカーと交渉できるのが 地区全体の販売規模でメ り、規模を生かしたリベ 実施し、達成率は100%。 間で13メーカー16企画を 万円 (前年比22%) とな 納品金額は7億2700 にもつながっている」な カーが新たに加わり、 加盟企業からは「関西 副次効果として、食品 倍増し、PBの大口ロ ト戻しを獲得できた。 自身のスキルアップ 上げたい」との思いを受 との評価を得られた。 回答の全員の方から「商 部長からは「店舗の従業 までに3社で開催した。 品への理解が深まった 比を20%から25%に引き 長の「CGC商品の構成 する(11面に詳報)。 価いただいた。今年3月 が非常に深まった」と評 員が商品担当者と話す機 フェア大感謝祭」士気向 開催し、10月の「CGC 人が参加。アンケートに けて同年5月に開催し55 会はこれまでなかったの に2回目の展示会を開催 で、CGC商品への思い では22人が参加。山口本 長の提案で始まり、これ なかむら様では9月に マルアイ・山口学本部 昨年1月のマルアイ様 たかす様では鷹巣守社

企業 17 ミニ展示会開催 加盟企業本部で た。パートナーを含む65 人に参加いただいた。

とい

いた。

画をスタートする。

上につなげていただい

盟企業の社内コミュニケ 本部へ出向いてミニ展示 従業員さんに試食提供や している。バイヤー自ら GC商品への理解を深め のスタッフが加盟企業の 24年1月から当地区本部 わる新たな企画として、 商品説明を行うなど、加 会を開催している。 みんなの商談会」に代 店舗従業員の皆様にC 13年から実施していた ションの促進にもつな をご理解いただき、売り とご評価いただいた。 の協業活動に参画してい CGCの商品や協業活動 が明らかになった。自部 理解を深めてもらえた」 門以外の商品についても 較試食でCGC商品の味 をきちんと理解している るが、最近はCGC商品 従業員が減ってきた。比 や品質に対する高い評価 長年にわたってCGC 今後も加盟企業各社に 中村高章常務からは

ズ

ワイガニのような食感

和日配チームは4月1日、

とした食感を楽しめる。

旨辛ザーサイ

品化することでコストダウン

製造委託先の中国で最終商

本格珈

琲

の味わい

それぞれの特性を最大限に

引き出した。

を深煎りで焙煎することで

を実現。10g当たりのユニッ

ト単価は93・5円と、競合N

洋日配

Renew

(180 g/参考売価--本体19円/

AN=4901870737668)

パッケージも売場で目立つ

濃紺基調の明るいデザイン

基づいて65日延長の86日。

員味期限は科学的根拠に

CGC

珈

琲ゼリー

力

カオ豆の相場高に対応

オのコクや苦みが「チョ

コレート」規格の商品と

ターの比較検食ではカカ

遜色ないと評価された。

「SPピーナッツチョ

CGC

カニ風味を味わう

いカニかま

# New

商品

# CGC おいしいカニかま

3AN=4901870126226) (10 g ※50 g×2/参考売価≒本体19円/

用性が高く、手軽に良質 一かま」を新発売する。 カニかまは即食かつ汎 和日配チームは4月14 「CGC おいしいカ 品としてお客様から高い なたんぱく質を取れる商 では「ズワイガニ風味」な 毎年拡大している。最近 支持があり、 売り上げは 風味・食感が楽しめるお わせた商品を新たに開発 が人気だ。トレンドに合 いしさにこだわった商品 本物のカニのような

ドを使用。 プリっとジュ 客様のニーズに応える。 やかさが最上級のグレー ヨリの中でも弾力やしな 原料にはインド産イト おいしさを求めるお うなおいしさをそのまま もおすすめ。 サラダのトッピングなど 味わっていただきたい。 の小分けタイプにした。 まるでズワイガニのよ

で本物のカニのような旨 キスをブレンドすること  $\frac{0}{4}$ で。 配チーム (203-お問い合わせは、  $\frac{1}{0}61$  $\frac{1}{3}$ 

入り (5g) ×2パック が難しいことから、5本 GCが先行発売になる。 ・2人世帯では使い切り パック20g前後で、単身 マリン社。新ラインを導 のすり身最大手のガドレ みや風味を再現した。 人し、ツインパックはC フレーク」と同じインド 製造は「SPカニかま 般的なカニかまは1

引 辛さと旨みあ

旨辛ザ ーサイ

家飲み層をター

26196)

断然お得

を新発売した。 昨年10月に発

参考売価29円で35%以上の値

洋日配チームは4月

1直した。

、れが取れる。

国産野菜の高騰に伴い、

漬

をリニューアル発売した

割安いり円で、値入れは3

コーヒーフレッシュとの

参考売価は従来品より2

一CGC 珈琲ゼリー

Bの3分の1以下に抑えた。

の漬物で、NBにはない30g

辛子や豆板醤、<br />
ごま油などを レンドした調味液に漬け込 塩漬けにしたザーサイを唐

JAN=49018701

(320 g /参考売価=本体299円/

和日配 New 出した。片口イワシのエキス

> 定になっている。安定供給が 物は値上げが続き供給も不安

しさ」というコンセプト

珈琲好きも納得のお

できてコストパフォーマンス

そのままに、ユーザー層の 幅広い層でも食べ切りやす ェなど喫茶店の人気メニュ

は にして子どもから大人まで や生クリームを添えてパフ

割以上とれる。規格を10g 相性も良い。バニラアイス

ゲットとしたおつまみタイプ

み、ピリッとした辛さを引き

シリーズ品。 売した「同 極太メンマ」の

で旨みを加え、

320g

ひく味わ

や極太メンマとの混載が可

青果チームのたけのこ水煮

能。売場ではメンマとのシリ

とれたあと

バランスが

利益アップを図る。

い約2㎜

関連販売がおすすめ。

社よりも薄

ーズ展開のほか、

酒売場での

助身也少

カット幅

和日配チ

モカを中煎り、コクのあ チーム(203-3204

チオピア産のアラビカ種 にこだわり、香り高いエ

るベトナム産ロブスタ種

-1061) 毎熊まで。

、パリっ

ム・武田まで お問い合わせは、 辛さと旨みの

規投入することで売上拡大と の優れたおつまみタイプを新

売価と量目、

デザインを見

良く香り豊かで滑らかな コクと苦みのバランスがる。

常温販売できるので平台

口あたりのゼリーで、本 で大々的な展開が可能。

格的な珈琲の味わいを楽

「CGC コーヒーフレッ

しめるようにした。 原料 シュ」 や生クリームとの関

連販売がおすすめ。

お問い合わせは、洋日配

さらなる拡大を図るため

い量とした。

ーも手頃な価格で再現でき

ーナッツ り塩ピーナッツ」を新発売し ズ(5品)に人気の「のり 「ショッパーズプライス の 菓子チームは3月26日に CGCのピーナッツシリ

のり塩ピ (150 g / 参考売価=本体179円/ JAN=4901870302071) 塩」フレーバーを新たに

え、ピーナッツカテゴリー さらなる底上げを図る。

スに

菓子チームは4月16日

場高騰で大手NBの袋チ

特長でミルクのまろやか

更し、売価を抑えた。

き海苔の風味際

賞味期限は13カ月。

からのブランド変更。

コレート」は「ひらひ」

容量を10gから20gに変

ョコは度重なる値上げに

302095

《各10g/参考売価=本体各33円/JAN=まろやか:4901870

ピーナッツ:4901870302101)

子

New

プライスショッパーズ

ピーナッ

ツチョコ

プライス

まろや

かチ

`∃ ⊐

リニューアル発売する。 ナッツチョコレート」を

」を新発売し、「同 ピー まろやかチョコレー 「ショッパーズプライ

円で約25%の値入れが取

ている。今回、参考売価239

仕上げた。ココアバター

い飽きのこない味わいに さと甘みのバランスが良

ョコレートはカロリー

災害時は甘いおや

より売価が30円台となっ

れる新商品を投入する。

用した「準チョコレート」 の代わりに植物油脂を使

社内のモニ

ら、備蓄需要が高まって スが緩和されることか つを食べることでストレ

菓子

New

売場ではローリン

なめらかなくちどけが

カカオ豆の記録的な相

いが、より風味の強い焼き海 のりが使われているものが多 をまぶした。他社商品では青 **莟を使用。口の中にのりの香** しく素揚げして焼き海苔と塩 ピーナッツをカリッと香ば

うにした。 と広がるよ りがふわっ 絶妙な塩加 味わいが特 減とお酒が すすむ濃い できる。 列、酒売場での関連販売でご シリーズや珍味との集合陳 合わせてCGCのピーナッツ

比較販売で価格差をアピ だ。このほか、NBとの グストック提案が効果的

ルしていただきたい。

RECENSESSES

お問い合わせは、菓子

チーム (203-320

 $\frac{1}{3}61$ 

)宮村まで、

拡販いただきたい。 ム・長谷川まで。 お問い合わせは、





の値入れが取れ、利益に貢献 い。参考売価IP円で34%以上 コストを削減。 い、コンテナ輸入することで -国で最終商品化まで行 ユニットプラ



# 価 格据え

殺菌処理することでロング

度だが、同商品はレトルト

CGC

スの削減にもつなげられ

の陳列頻度と値引・廃棄ロ ライフを実現した。店舗で

Renew

4年度納品金額ベース) をリニューアル発売する CGC 年間4・2億円(202 量して、価格を据え置い にある漁場から加工場が近 ームは5月1日 釜あげしらす をた。 誇る売れ筋商品だ。

8割近い導入率 を 35%以上とれる。 規格は8g増の24g×2

レット容積率を向上させ の高さやストックできる点 くしてスカスカを撲滅。パ 連。トレーの高さを2㎜低 メーンユーザーである子

日。科学的根拠に基づいて きたい。 解凍後の賞味期限は35 ースを広げてご拡販いただ 育て世帯に向けて、栄養価 を訴求し、思い切ってフェ

3001) 池本まで。 お問い合わせは、水産チ

# 現行品より5日延ばした。 般的な釜あげしらすは、

# 釜 あげしらす

抑え、品質を落とさずに増 朝日共販。愛媛県の佐田岬 容器を縮小してコストを 一貫製造している愛媛県の 製造委託先は水揚げから

競合売価別円で値入れを でしているので鮮度が抜 た食感が特長だ。 群。やわらかくふっくらし く、水揚げ後約30分で釜ゆ

凍後の消費期限が3日程 **一**ム(**省**03-3204-

### OC.



# Renew

価

格競争力を

層強

化

ームは4月2日に

栗吉かぼ

口サイズにカットしてスチ

気の

南蛮漬けに最適

に水揚げしたあじだけを使 用。新商品は「CGC あ

じフライ」の規格に満たな

最も脂のりが良い11~3月

女性や高齢者も食べやすい

# プ ラ イ ス イ ス 酎ハ **イ** (グレープフルーツ、ドライ、

パーズプライスにブラン より、 から価格訴求型のショッ (レモン、 フフルーツ) をCGC 、ドライ、 ハイ3SKU ムは4月下旬 グレ 製造委託先から使用する 上げする中、CGCでは の4月からNB各社が値 高アルコール酎ハイは特 原料まで全面的に見直し に価格志向性が強い。こ たえながら、クセのな ュな果実味と澄み切った すっきりとした味わい アルコール度数9 「レモン」はフレッシ ガツンとした飲み

長だ。「グレープフルー イ」は爽快なキレ味が特 クリアな後味。 ツ」は爽やかな香りと味 わいが楽しめる。 「ドラ が効果的。 リーズでのバンドル販売 4 チーム(203-お問い合わせは、 NBとの比較販売やシ  $\frac{1}{0}$   $\frac{1}{5}$   $\frac{1}{7}$ 後藤ま 320 酒販

" n 5 %			
商品名/JAN	規格	競合売価B	
レモン/4901870647448			
ドライ/4901870647523	350ml	本体	
グレープフルーツ/ 4901870647486	000111	各99円	
レモン/4901870647462			
ドライ/4901870647547	500ml	本体	
グレープフルーツ/ 4901870647509	0001111	各139円	

り市場が拡大しており、

中酒としての需要が高ま

売価でどちらも2割以上

で10円引き下げた。 競合

品から35㎡で2円、50㎡

RTDカテゴリーは食

発売する。

ド変更してリニューアル

を図り、納品価格を現行





CGC

# 手頃な飲み切りサ プライス

果汁⑩%ジュ 発売した。 開発の最大の目的はオ ンジ、 ア **、ップル、** 小容量のPBを品揃えし いるからだ。競合大手も レ 

本体89円 グレープ/4901870737774 以上の値入れがとれるア 価より35%以上安い競合 は、トップNBの実勢売 売で値入ミックスしてい にだきたい。 3品とも既存の「CG グレープとの併 同89円で3割 が味わえる。 芳醇な香りと濃厚なコク 汁をブレンド。 チリ、アルゼンチン産果 ズなどと混載できる。 製造委託先はふくれ お問い合わせは、 CGCの豆乳シリー ぶどうの

> 食品 New

規格

200ml

商品名/JAN

オレンジ/4901870737736

アップル/4901870737750

(1L) と同じ原料を使

 $\frac{0}{4}$ 

 $\frac{1}{0}61$ 

鈴木登

計入

(**5**03-32

果汁10%ジュース」

して仕入れコストを抑

安定供給を図ってい

を使い、りんご本来の甘 さと香りが楽しめる。 えるようにした。 酸味をバランスよく味わ を使い、甘さと爽やかな (ブラジル、イスラエ アップルは中国産果汁 グレープはスペイン、 オレンジは複数産地 スペイン他)の果汁

## ド比率変えて安く

ズス ョッパ-ラ イ サラダ油

3SKU (オレンジ、ア ス 果汁100%ジュース」 ク「ショッパーズプライ

騰で1Lの価格が値ごろ

た。

小容量が伸びて

SPオレンジジュース

競合売価B

本体99円

本体89円

グレープ)を新

洋日配チームは3月26

New

才

200 別のブリックパッ

レンジジュースの値上げ

ていることから、

への対応。原料価格の高

争力のある商品を開発し

価格競争が激化

競合P

あるなたね油の特長を生かし

クセがなくサラッとして

に順次展開していく。

定化を図る。

製造拠点をエリアごとに

ペットボトルの飲料

日常の飲用水として

トの削減と災害時のリスク 分散することで、配送コス

軽減につなげる。

(900 g / 競合売価B=本体239円/ =4901870177709) を混合したサラダ油は低単価 ラダ油」を新発売する。 Bに価格対抗できる商品を新 で人気だが、 売上構成比が高い主力カテゴ 0億円超と加工食品の中でも している。そのため、 ーだ。中でも複数の植物油 食用油の市場規模は180

たに投入して売り上げアップ てブレンド比率を定期的に見 と、なたね油(25%)をブレ **但すことで、** 新商品は大豆油 原料の相場変動に応じ 継続的に価格優 75 % おり、 価格訴求するほか、既存の 委託先はJオイルミルズ。 ゼロで体にもやさしい。製造 適している。 コレステロール 「CGC日清」食用油との比 売場ではエンドでの大陳で 揚げ物や炒め物などに

る大豆油 ていく。 位性を出し コクのあ あ 較販売、生鮮品や粉類との関 連販売がおすすめ。 お問い合わせは、 (**5**03-3204 食品チー

## 際立つ甘みホクホク感

冷食 New

## C G C 要吉かぼちゃ

(250 g / 参考売価=本体399円/

JAN=4901870280478)

特に生のかぼ

りの25g(8~10ブロック)。

惣菜デリカ

New

あじ龍

田揚げ

197円) 「197日) 「1

電子レンジで加熱するだけ

規格は2~3人前で使い切

栗吉かぼちゃ かぼちゃ」と原料を連動し、 な甘さと食感で定評のある青 かかるため、冷凍かぼちゃの ちゃは硬くてカットに手間が ーーズが高まっている。上質 簡便性の高い冷凍野菜全般 顧客層を取り込む。 いしい国産野菜が食べた 一昔の大地

の差別化を図った。

け

が販売好調なこと

か 中、消費者の購入頻度が高 漬け込んだ後、衣付けをし

いため、同チームはあじ 旨みを引き出し、食感をふ

いあじは価格上昇率が低 て急速冷凍。 塩麹であじの

加工品を強化している。

っくらさせた。

素材の味を引き立てた、

主力の「CGC あじフ

字で高級感を出し、

、既存品と

競合各社で「あじ南蛮

甘みとホクホク感が特長 でおいしく食べられ、際立つ

パッケージは縦書きの筆文

旬に新発売する。

商品を開発した。

様々な魚種が高騰する

塩麹と醤油ベースのたれに

フィーレ加工したあじを

あじ龍田揚げ」

を4月下 活用できる汎用性の高い新 入れを確保できる。

ら、南蛮漬けや弁当などに

参考売価で6割以上の値

惣菜デリカチームは

での展開のほか、青果売場の

売場では国産野菜シリーズ

水分値75%以下の糖度と粉質 北海道産の糖度12度以上、 感のバランスが 別化につなげら 指定。NBは加 良い栗系品種を が主流なため差 工業務用の品種 拡売いただきたい。 冷凍リーチインや平台でもご

惣

ライ」を軽い食感にする あっさりとした味付けで南

ため油切れの良いパン粉 蛮漬けに最適。

丹の大地

北海道産

ム (石03-3204 栗吉かぼちゃコロッケ」に次 菜デリカチームの「昔の大地 84) 新田まで 同原料を使ったPBは、 お問い合わせは、

を投入するなどしてい

CGCのあじ加工品は 04-0432)前田まで。

リカチーム(203-32

お問い合わせは、惣菜デ

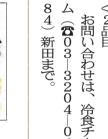
の「あじ梅しそフライ」

調するだけ。

へ改良したり、夏季限定

店舗では17度で3分間油







まず

西日本

-5地区から

「ショッパーズプライス

サ

品チームは4月2日

サラダ油の使いや すさをアピール

# New

(2L/競合売 プショッパ<sub>ー</sub>

天然水

売する。 国 海、北陸、関西、中国、 (2L)を4月23日に新 食品チャ ズプライス 天然水 からスタートし、 西日本5地区 ームは「ショッパ 災害時の備蓄需要により売 AN=4901870177662) 全国 先を増やすことで供給の安 (東 薄になっていた。そこで、 |価B=本体69円/ 発 夏場は供給が追い付かず品 四 新商品を開発し、製造委託 り上げが伸長。最需要期の

とによる消費量の増加さ 当本

Matural An	IND THE SALARIES
	2L
5	
1.2	La /
発売	販売
	西日:

発売	販売エリア		
4月23日	西日本 5 地区 (東海、北陸、関西、中国、四国)		
11月	東北・新潟		
11月	関東		
唇多まで。	は は と は と に で に で に で に に に に に に に に に に に に に	アンバスパン国	

## も2割以上の値入れが取れ 競合売価69円で販売して

と新潟・北関東は群馬県、 ら、今後展開する東北地区 西日本5地区は岐阜県か

関東は静岡県の工場から供

製造工場	工場所在地	-
ミツウロコ ビバレッジ	岐阜	1
ビクトリー	群馬	F
ミツウロコ ビバレッジ	静岡	ļ
い。かりを取りて口当	イ	国項の青田山 (二十)がイー

食 台 たて災P

運用負担 大

行事・販促データ

客数データ

気象データ

在庫率データ

棚割りデータ

需要予測型 発注方式

概要

商品毎の販売数から、必要量を求め発注する。

個々の適正在庫率を計算し必要量を発注する。

シンプルでかつ、多様化する商品サイクルにも

シンプルで導入しやすいが、多様に

商品需要予測を様々な情報より行い 必要在庫量を計算し発注量を決定する。

商品や、日配商品に向いている。

在庫率データ

棚割りデータ

POSデータ

在庫データ

在庫型

多くの情報が必要だが、サイクルの短い

需要予測型で

間

ガ

佐賀

sinops

自動発注

イナス在庫チェ

120 (分)

マルイ環境

基幹/POS システム

自動発注 システム

発注 業務

安全在庫チェック

·商品廃棄登録 ·店舗·部門商品 移動登録

■ 導入前の発注時間

■ 導入後の発注時間

し働き方改善

一岡

安藤部長

公とを分の調

販売 実績 販促 情報

IBM Cloud環境

**2** データ 取り 込み

**4** 結果 送信

AI需要予測発注システムの概要

Amazor Cloud

**①** データ 抽出

**⑤** 取り 込み

が向上したの言葉もあい」(安藤 はたつな

)検証会

AI需要予測(ADF)

**③** 予測

を作ってい く。店舗か らは自動発 たの導入に

カレンダー 情報 気象 情報

など

がかった『商品を売りが、かった『商品を売りが、業員には、本来注力しいない。 「現時点では、自動

た『商品を売り

など嗜好性が高く、単品な だけでなく売場全体の品な だけでなく売場全体の品と バランスが重視されるためこれまでの予測モデル とは違った指標も検討している。



ている。

・時間帯売上データ

・発注精度UPのための 指数調整

天候情報・ハレの日等

パン

雑貨

菓子

食品

和日配 洋日配

2 とに安全在庫を設定した。 とに安全在庫を設定した。 へ注が実現する。 発注を育る 積み重ねで精度の高い発 必要な作業がある。その必要な作業がある。その必要な作業がある。 リュームを 度が出なく をが出なく が出なく が出なく

パイロット店舗での導入前後の発注時間の比較 精肉加工品 理ソフトとの連携コスト割りが完全に一致してい の問題から、

こている」 (伊藤チーフ)。 を持ってもらうようにしてていくというイメージ

主で店舗の生産性

現在の課題は、実際の

状況をてい

別の追加も検討していく。 同れが発生している。コスト面で課題はあるが、将できるAI値引きや賞味できるAI値引きや賞味できるAI値引きや賞味があるが、将りますが、おいている。コストールが発生している。

山氏は事務をメーンにシューが減った」と話す。大り出が減った」と話す。大り担が減った」と話す。大り日が減った」と話す。大り日が減った」と話す。大り日が減った」と話す。大り日が減った人口ジェクトに携わった大口ジェクトに携わった大口ジェクトに携わった大口ジェクトに携わった大口ジェクトに携わった大口ジェクトに携わった大口ジェクトに携わった大口ジェクトに携わった大口ジェクトに携わった大口ジェクトに携わった大口がある。 元かれていた<br />
職種をフロこれまで食品と<br />
日配で

# 活用



店尾鷲

北裏社長

に減らし、トータルの人は正社員を5人から2人ト方式を開始。熊野店で とするスーパーサテライト 時を40%削減した。 LIFE HALL Aのよう 「本部で毎日必要な作業 ステムを兼務しており 、ーケットをマザ 月21日、パシフ タルの人 全店トップクラス。日配はグロサリーで約9割と同店の自動発注採用率 の補正を行える。 ト社員が全カテゴ

動発注は欠かせ り 「自動発注を稼働して ド 10年以上経ち、導入の経 ド 10年以上経ち、導入の経 で 員が増えてきた。システ く しないよう、SBSにお 願いして講習会を開い った。WEBでパートさん にも受講して理解を深め てもらった」(北裏社長)。

でいた。自動であるが質がある。 アイテのない。必要が ①理論在庫と販売実績から数日後の在庫量を予測 ②最小陳列数を割る直前のリードタイムで発注 理論在庫・・・みんシス内の在庫データ 最小陳列数・・・売り場に最低限必要な商品の数(事前設定) 廃棄(-)

みんシス自動発注の仕組み 4日目 5日目 発注日 納品日 2日目 3日目 発注日 1日目 発注日

■自動発注の3つの方式

販売型発注方式

Sell One Buy One

在庫型

発注方式

需要予測型

発注方式

運用負担 小

販売型発注方式

Sell One Buy One

■自動発注に必要なインプットデータ

がとても高い」と話す。 売できるので荒利貢献度

> ニュー提案や商品特長が 並べることを徹底し、

入ったオリジナルPOP

える。買上点数アップに お客様に手に取ってもら 藤美佳部門長は

節約志向の時代でも

グローサリー部門の佐

換をした。

各部門の担当バイヤ

つながり、適正売価で販

春期NB集中化商品の販売事例を紹 育別ND集中でに同品の駅が事がでれ 介する。加盟企業各社は「売場を活性 化し利益に貢献する商品」と捉えて売 り込みに力が入っている。発売日に合 わせた展開のほか、ボードやコトPO Pによる特長訴求やエンド・多力所展 開などで購買意欲を高めている

# 新商品とPBで利益稼ぐ ユニバース (青)

多カ所・単品大量で販売強化

<8>

品の販売を強化してい 同社は2024年秋期 三浦建彦社長 森県のユニバース 店のチーフや社員ら総勢 に新商品の展示会を開催 力してもらい、1月23日 集中化商品が決まる を取り付けて販売を強化 た。31社が出展し、 メーカーと問屋に協 するように指示した。 店統一のエンドだけでは 各店舗の特徴を活

納品金額コンクールでA NB集中化商品の全商品 プ1位を獲得し と商品の特長や効果的な 74人が参加した。 試食を しながらメーカー担当者 う。 発注にも生かしてもら スタッフに練ってもら 用した展開の構想を店舗 販売計画作りや初回

がある。

結果を出すと今

場面積830坪

いる。菓子の重点単品の

いるのは単品大量販売。

しお味」や「不二家

武田功店長が意識して

三幸製菓

揚せんえび

ン。発売と同時に売場に ンド・販促計画をプレゼ が新商品を中心としたエ 販売方法について意見交 を伸ばしている。 施して競い合い、 社内販売コンクールも実 てチラシにも掲載した。 商品」のタイトルをつけ 定期的に「おすすめ新 後の取引条件の獲得にも つながる。集中化商品の 取り組みはグローサリー

売して実績を上げる責任 定した商品はしっかり販 全国の加盟企業で選 2位の盛岡みたけ店 売コンクールAグルー 調なのが24年秋期重点販 ている」(佐藤部門長)。 全体の売り上げに貢献し 新商品の販売で特に好 ドを反映していて、CM も入るので、お客様の関 「新商品は時代のトレン

る」と話す。

立てさせるようにしてい 心を引きやすい。回遊率 が高い場所に大陳して目 店舗入口横の催事売場 て味やおすすめのポイン 度も試食し、味を確かめ トを伝えられるよう、何 お客様に自信を持っ

では重点単品の「カルピ ・も取り付けて目立た を大陳しビッグダミ 贅沢3種のいちご素 る 5 IJ 所を定期的に見直してい た。販売状況を見なが 売場づくりや陳列場 (上平宙・グローサ

和歌山県のサンキョー

提案の売場を作った。お ら備災フェアの案内があ

(販売促進部・高橋奈々

アをきっかけに実施店舗

(同25%)。「今回のフェ

水煮、エネルギーゼリー

(同23・9%)、ひGOさば

選定品を大陳。精肉売場 第2通路のエンドにも

商品を集合陳 せた。 列して目立た エンドで

第2通路のエンドではNB新商品と

3000本以上販売して 発売から約1カ月で



つように立体感を出して陳列した菓子の重点単品も随所で拡販。目立

店長、グローサリー担当の吉田琉星さん、ビッグダミーを取り付けて商品を訴求。ケ

ん、上平宙さん



ている。どち

々的に展開し

GC商品を大

は新商品とこ

を開催し、

お客様の災害への意識を高めた

配 生

サンキョーは地元消防局の協力でイベント

買上点数アップを図ったレジ横にも新商品を陳列

が入る」

CGCと自社の販促物でPR

(サンキョー

生活在庫を定番棚で展開

(遠鉄ストア)

生活在庫

ので販売に力

数も増やせる げて、買上点 らも利益を稼



オリジナル販促物を活用し

CGCの販促ボードを取り 付けて新商品を集合陳列

## 今期は年4回開催

生活在庫を提案

な商品を家庭やセンター るために、災害時に必要 頻発する自然災害に備え GC備災フェア」を企画 いる。今年は年4回 などで一定量を在庫する し店頭でお客様に生活在 | 生活在庫 | を提案して シジシージャパンでは С ちびっこ防火服を着て消 案を受けて、初めて備災 リー課課長は「CGCか を増やしていきたい」 の縁日も大好評だ 火体験をした。同時開催 発している。「CGCの提 が参加。間近で見る消防 ナーを展開し、備災を啓 から全店で生活在 車に子ども達は大喜び。 レーションは、3月上旬 京都府のコスモコーポ たった。 庫コー かと検討していた。 ストックを啓発できない 様に普段からローリング 山口晃司商品部グロサ

スの隣で大々的に展開

トクッキー」もカルピ





布(コスモコーポレーション) 活在庫チェックリストを売場で



ど33品を集合陳列(山形屋ストア)



開催。パックご飯やレト 牛雅之商品部部長)。 3月末まで備災フェアをを呼び掛けている」(有 感謝イベント「ポ **阪局の協力の元、** エンド展開した。 ルトカレー、 3月16日には、 全店で2月25 缶詰などを 日から も、ローリングストック フェアを行った。売場で はCGCの販促物を活用 催事売場やエンドで備災 店舗の規模に合わせて の常設を決断した」と話

が北島店にやっ 時からの2時間で46組10 人のお子様連れのお客様 3月中旬から大型店を中 災・防災意識を高め ・」を開催し、お客 めた。 10 様の備 てくる り切れたことから、お客 年8月に南海トラフ地震 臨時情報が発令された 提案売場を常設した。24 心に20店舗で生活在庫の 日にはチラシにも掲載し ストも配布した。3月11 際、売場から水などが売 て備災を呼び掛けた。 静岡県の遠鉄ストアは 生活在庫チェックリ ドラに陳列し、ローリン %に大きく伸長。特に伸 す。CGC備災フェア推 Pスパイスビーフカレー 長率が高かったのは、S 品の売り上げは前年比12 アを展開した。店内入口 促物を取り付けている。 グストックを提案する販 奨商品を中心に定番ゴン アでは、3月中旬からA 売場を目立たせた。 で食料品や雑貨を集合陳 MU WE店で備災フェ た販促物などを設置して 3月25日時点で対象23 鹿児島県の山形屋スト 売場担当者が制作し

第11回

ンタビュ

加盟企業

<9>

# 一産性と商品力に集中

# おどや(主義) 佐生 基語 社長

労働力の低下と購買力の 低下という2つの問題を 労働時間と利益を生み出 生産性を高めて新たな よってお客様に還元して 値向上と価格引き下げに

えども他の地方と同様に 葉県南部は、首都圏とい

抱えています

し、これを原資に商品価

を集中させています。

当社が店舗展開する干



長の時代に作った人事制

なく、

部下を育てられる

社員をより評価します。

ート社員も昇給制度が

が難しく十分に活用でき **皮がありましたが、運用** 

仁組みに数年かけて再構 で、誰もがわかりやすい ていませんでした。そこ

取得推奨や永年勤続表

あり技能試験を通れば時

えます。当社には先代社

評価尺度は技能だけでは 配布しました。正社員の 新たに作って全従業員に

を育てることにあると考

生産性向上の基本は人

いく――これに経営資源 築し、 制度マニュアルも 全従業員にパンフ あることも明記し

を出そうとする を図って利益を生 み出す「全体経営」 会社全体で最適化 だけで競争優位性 ています。 「個店経営」から、 これまでの自店 ア部門だけではなく生鮮 を推進しています。フロ 兼務できるように標準化 長やチーフが複数店舗を 考えています。一人の店 部門でも標準棚割を作成 として取り組むことだと

との差異を報告。店舗・ 部門ごとの人時売上高も 成し、毎月の会議で計画 のモデル人員計画表を作 へのシフトが必要です。 人事課が店ごとに年間 して運用し、パートさん

ります。労働時間管理は 共有しています。これが 採用などの判断材料にな 足の中で数年前から精肉 ていましたが軌道に乗ら で母子店方式を取り入れ トシステムです。人手不 るのがスーパーサテライ 的に向上させる鍵と捉え ず、昨年、リオン・ドー が整ってきました。 だけで売場を回せる体制 これから生産性を飛躍

なく、会社全体の仕組み 店長個人に頼ることでは

「海鮮丼」 坪縮小し加工場を も名物商品が生まれてい

改装して売場を100

商品力強化の象徴

拡大。母店の機能ます。中でも海鮮丼は単

改装し設備投資が 店に供給していま 3位で年間1億円も販売 を持たせて子店2 品売上で卵、牛乳に次ぐ 前期は2店舗を

騰で値上げせざるを得ま

成長する企業が目立ちま

求したビジネスモデルで

昨今は規模の経済を追

しています。原料価格高

んどん回転させて高鮮度 と用途を明確にして、ど

を保っています。

から丸、冊、刺身、寿司 のではなく、仕入れ段階

伸びる見込みです 人時生産性は大きく かさんだため増収 減益となります商品価値を高めました。 下げて原価上昇分以上に せんでしたが、値入れを

ついてしまったらスーパ

模の経済性だけで勝負が す。だからといって、規

ーマーケット業界は面白

げる効果が出ています。 大。人時売上高を押し上 きかったと思います。 大切さを学んだことが大 従業員と思いを共有する 手段と目的を明確にし、 ルさんを訪ねて仕切り直 し、10月には惣菜にも拡 しました。小池社長から リアでもスタートしまし 今年3月からは木更津エ く方針です。オリジナル 6月から精肉で開始 上げて満足度を高めてい 成して目的来店を増やし 日食べる商品のレベルを を上げるのではなく、毎 は、強い商品を開発・育 ていく狙いです。 商品力強化について 海鮮丼がこれだけ売れ

トでも、やり方次第で生

の中小スーパーマーケッ

き残れることを示したい

という思いがあります。

を 「おどから

らった商品で売価ラインこだわっています。 奇をて 的に投入し、店内加工に さがあると自負していま くありません。過疎地域 た労働時間を鮮魚に集中 る背景には鮮魚部門の強 地の利を生かして店舗 。生産性向上で生まれ

後すぐに魚が店頭に並び 店舗へ運ぶことで水揚げ 直接仕入れ、バイヤーが ます。徐々に売り減らす 最寄りの小規模漁港から 段と活発になったと感じ ます。知恵を出し合い、 コミュニケーションが一 てから、加盟企業同士の 千葉シジシーが誕生し

トやお酒の試飲会なども た。しかし、安心安全で 惣菜も売上構成比50% 当社には生産者から直接 共に成長していきます。

った商品や木桶醤油に代 表される伝統的な製法で いる良いものをもっと広 間では少数になってきて 3本セット(18万円)を販 生産者さんの想いの詰ま 作られる発酵食品など世 されています。ボルドー (30万円)やオーパスワン を超える日もあり、支持 1級シャトー3本セット 品を強化することで荒利 訴求を控え、特長的な商 数あります。NBの価格 インなどの独自商品が多 輸入するウイスキーやワ

や様々なコストカットで 売することもあります。 同店を出店した背景 、コロナ禍やウイスキ ノームによる利益拡大 世田谷区などの住宅街に 助かっています。当社は 商品のほか、共配活動も 益率を改善できました。 CGCの協業活動では

2倍の売場面積のお店に 挑戦することに社内から

懸念の声も上がりまし

きたい、またそれ 卓を彩る文化を広めてい

を求め

ているお客様も多

木への出店を決意

ルタントの解約や適切な

ことがなくなりました。

だろうと考え六本

からすると大きな賭けで は、弊社の売り上げ規模

めていきたい、またワイ

ンを中心として豊かな食 に

した。新商圏で既存店の

想いを伝えています。

六本木ヒルズへの出店

ーパーでも生産者さんの

年4回発行するフリーペ

実施して大変好評です。

や電気代削減に取り組ん もあります。家賃の交渉 財務状況が改善したこと たほか、各部門のコンサ 店舗があります。多数来 の皆様にご迷惑をかける ていた納品トラックを共 配便に集約でき、ご近所

上至上主義で、酒販店で 組んでいます。従来は売 向上を図りました。 | 員配置、人時生産性の 荒利益率向上にも取り 生活の提案に力を入れ、 豊かな食文化を未来に継 良質な食事と酒による食 承できるよう努力してま 周年を迎えます。今後も 当社は5年後に創業100

# 個店経営から全体経営へ

を入れています。信濃屋食品は、六本木ヒルズと虎ノ門ヒルズに 京)の長井正志社長(48歳)にご登場いただきます。おどやは人材 相次いで出店。新商圏で差別化商品の販売に挑戦しています 育成やスーパーサテライトシステムなどによる生産性向上に力 今回は、おどや(千葉)の佐生基社長(50歳)と信濃屋食品(東 いました。自分の大切な 品の裏面表示を確認して へを思い浮かべ、 安心し 艮質な食事と酒の提案で

会 社 設 立 1951年3月 金 2,000 万円 本 17店舗(SM 4店舗、酒販店12店舗、 数 コンセプトショップ 1 店舗) 正社員130人、パート・アルバイト 員 数 180人(頭数) 商 76億円(2024年5月期) 本部所在地 東京都世田谷区代田 1 販売に力を入れていま 物を加えていない商品の の、加工食品は極力添加 の薬を使わずに育てたも 品はできるだけ農薬など て食べられるよう、生鮮

ました。特に力を入れて べ続けることができ、環 後を継いで社長に就任し 私は2019年に父の いるのが、 でなく、毎日健康的に食 おいしいだけ 時に、多くのお客様が商 す。私が店長をしていた 境にも配慮した品揃えで

豊かな食文化広めた 資 る生産者の想いや商品が 持つストーリーをお客様 環境や伝統を守ってい <u>|</u>内



信濃屋食品(寒) 長井 正志 社長

に伝え、購入という形で えています。 ルズ(ステーションタワ で、日本の食文化を未来 応援していただくこと ルズ店、24年は虎ノ門ヒ につなげていきたいと考 2023年に六本木ヒ ました。新たな従業員も 目からなる行動指針をこだわり、極力添加物を 加わる中で、考え方を統 が得意とするお酒と、食 「クレド」にまとめまし 一するため、昨年、15項 六本木ヒルズ店は当社 使わないヘルシーさで人 品揃えは合計25008 で届けています。素材に ーツは代田食品館で製造 気です。 したものを1日3便体制 ワイン、ウイスキーの

を融合した店舗です。2 層で売場面積は 約30坪。1階は 手作りのデリカ メニューに合わせてお酒 ンを毎月購入されるお客 います。数十万円のワイ を提案させていただいて 様も多くいらっしゃいま 駐してお客様のお食事の KUあり、 ソムリエが常

んをお呼びしてのイベン 伝える企画にも力を入れ ています。毎月、生産者さ お客様に食の楽しさを

各部門の商品特長を温かみのあ

る手書きPOPで伝えている しました。

高まり、売り上げ 徐々に認知度が

ています。 もオープン は、毎月前年ベー

スで2ケタ伸長し だけでなく ノ半年で た。酒 墨龙 は地域一番価格を打ち出

5月に新ブランドでリニ アルする福王台店のイメ・

ア

ストで経営改革

す。こうした取り組みで

**従業員の意識も変わって** 

ストの会社に変えていま

ように変えたところ、

付け、

月間70万円

以上を

毎月盛り沢山の内容 会議での発表資料

分でPOP作成スマホを使い5

### 新規加盟 企業紹介

# **店舗ブランドも刷新**

# 伊東 建介

2月加盟

社長

見直されたそうですね

で強化されることは

番は惣菜です。

一顧客ターゲットを

「300年企業を目指し、将来に向け

(	て若年層を取り込んでいきたい」				
企業概要					
÷	社	: 彭	ž	立	1988年7月
į	本:		金	5,000万円	
i	舗		数	5店舗	
-	業	į	į	数	正社員50人、パート・アルバイト 200人(8時間換算)
				商	48億円(2024年2月期)
:	部	所:	在	地	千葉県夷隅郡大多喜町61-1

貴社の沿革からお の計5店舗を展開してい や大手スーパーの真似事 をやめて楽しいスーパー 会資店 従 年本

はお客様を見て仕事をし

ます。

店で一斉に販売し、

聞かせください

創業は1788年で、

伊東社長のご経歴

を作ろうと話しました。

した。

今年で創業28年目になる 造を手掛けていました。 やし食品スーパーを展開 望で食品の取り扱いを増 の重要文化財に登録され するようになりました。 ムセンターを始めて小売 もともと味噌や醤油の醸 ています。現会長がホー 本社の建物は国 お客様の要 2024年3月から社長 務を長く経験し、中小企 を引き受けています。 してほしい」と請われ、 会長に「300年続く会社に って当時の社長だった現 たこともあります。縁あ 業の再生や経営を手掛け 大手都市銀行で海外勤 だわり商品、安さ、鮮 度、 スーパーに楽しさを求め のですが、その翌日に た」と理解してくれまし る人はいないと言われた た。品揃えの豊富さ、こ て楽しかったと言われ すると、ある従業員から 家内からロピアに行っ 活気、接客、衛生

います。

た。このほかカスタマー

カーニバルで踊る人や働

-CGCに加盟を決

ハラスメントポリシーの

シジシー

の意識改革です。安売り まずは従業員の皆さん のです。 NPSスコアという顧

従業員ファー

ヶ浦)を買収し、現在は 十数年前に主婦の店(袖

オ2店、主婦の店3店

とに取り組まれましたか 就任後はどんなこ すべて楽しさにつながる 的、香りなど、これらは 定も作り、 災害時は従業員と家族の 策定、地震や台風などの 安全を最優先する社内規

に策定。幅広い人脈を生かしデザインは某コ会社のあるべき姿を示したミッションを新た チェーンと同じデザイナー

客満足度調査も導入しま 型の組織で、従業員はオ きます。これまでは文鎮 で業績の改善を図ってい り、これを継続すること していました。これから した。このスコアと業績 は高い相関関係があ ナーの顔色ばかり気に することができなくなり から次の世代を囲い込ん 細っていきます。これら でおかないと会社を存続 のお客様ももちろん大切 いるのでこれからは食が 層も同じぐらいになって 齢は2歳。お客様の年齢 にはしていきますが、今 当社の従業員の平均年

ど福利厚生も改善しまし 私の仕事は従業員満足度 満足度を上げることで、 したり、正月の休業やリ を上げることだと考えて らえるかを自ら考え行動 フレッシュ休暇の導入な してほしいとお願いしま て、どうすれば喜んでも 従業員の仕事はお客様 人事制度を見直 す。中性的で次世代に愛 ンドとして考えたのが ーフリーの時代に合わな 売りのメージが強く、 ような店にするためのリ 着を持ってもらえるブラ いのではと感じていま ブランドを進めていま す。従来の「レオ」は安 「主婦の店」はジェンダ 「カーニーズ」。リオの そこで若年層にも響く ミュニケーションをとっ なく、メリハリをつけて 合と差別化していきま 店にも広げていきます。 用してお客様と活発にコ やポイントセールも見直 ていきます。 いくのです。折込チラシ す。 LPの2つを軸にして競 今後はこだわりとED SNSを積極的に活 安さをなくす訳では

く人をさす言葉です。わ 針とも合致しました。 いわいガヤガヤと賑やか が当たる店にしていく方 人にスポットライト ることはできません。こ ルメリットを生かしたい めた理由は の部分はCGCのスケー ングパワーで価格を下げ 当社の規模ではバイイ

ホームページも新ブランドに 刷新し採用に注力 振り切った た。採用に をしまし 就業規則も 内容にし、 柔軟な働き 失敗を生かしながら既存 アルする福王台店を軌道 に乗せ、そこでの成功や 始まります。 店を1店舗ずつ新ブラン まずは5月にリニュー

力ができる

ドに変えていきます

### も整えています。カーニ ど開発しました。このメ ていただきすでに10日ほ 大手スーパー出身者も数 ニューを量産できる体制 ーズ1号店となる福王台 どで知られる料理研究家 の牛尾理恵さんに監修し Kの「きょうの料理」な 募数が3~4倍に増えて 多く入社してくれまし 新ブランドのお店 販促物

ジ部門パ

|年商10億8千万円。店内 くなる」。今年2月、グ 方を紹介した色とりどり 神奈川県の岸根店が絶賛 ごく上手で買い物が楽し スーパー」 った中で一番素晴らしい ーグルマップの口コミで の各所に商品特長や食べ 今までの人生で出会 「POPがす 伸ばしている。1月はこ けた商品は軒並み実績を けている」と話す。 明るくなったとお客様か 特長や洗い方のコツなど だわりのいちごに、味の 上げは3年連続で伸び続 ら大変好評。店舗の売り 石井さんの販促物を付

ランドでリ

シーの共配活動にも参加

ージも新ブ

と考えました。千葉シジ

ニューアル

Ų

4月から商品導入が

目指すのが「心を動かすPOP」 - ジに徹底してこだわる 色やメッセ

クター化。 背徳感おにぎ 人気 商品になった り」をキャラ

岸根店に絵が飾ら

がんばっていきたい

た。下のお子さん 根店で働き始め

る。「企業全体が良くな

に配信し、横展開してい

るよう、えん☆むすびや

お店の仲間とこれからも

が全国児童画コン

あず さ

ている。 り のPOPが取り付けられ

をまとめたボードを取り ち、小さな幸せを感じて を考え抜いた販促物がお いただきたい」 元気さや前向きな気持 事づくりや、 調になりがちな日々の食 客様の足を止める。 配色や、キャッチコピー 時もある買い物の中に、 を使って立体感を出した 物を作っている。 フェル だ。1日4時間、 トや粘土など様々な素材 という限られた勤務の中 が入社3年目でレジ部門 三上裕司店長は「店が それらを作っているの 商品イメージに合う 時間を捻出して販促 トの石井あずささん 負担と思う 週4日 配 単 る商品を決める。 さんは、一昨年の夏から まって異常値づくりなど たくない」ため、 を目的に、各店1~2人 徹底してこだわり 話し合いながら販促物の ースや訴求する切り口を 容は店長やチー えた試食会が行われる。 取り組み発表のほか、バ 出席している。 に取り組んでいる。 のパートさんが月1回集 び活動」。現場力アップ て活躍するきっかけとな っている。 た。毎月社内販売コンク ったのが、 ールの上位常連店舗とな 々、進捗を確認し イメージを固めて プレゼン、メーカーも交 イヤーによる売込商品の 販売して全店1位 が悪ければ担当部門のチ **石井さんはここで、** この会では店舗ごとの トを加えるなど 石井さんが部門 「工作ごっこと思われ 売込商品の展開スペ えん べく フと共 を超え だ輝い 会議内 ☆むす 石井

パ<sup>が</sup>ワ社

0

などから、特に力を入れ ランのように、お客様に ヤーの熱量や商品の魅力 目の前で調理するレスト ーフと相談して訴求ポイ 様に家具やインテリアを |売場を 提案する仕事をしてい る。日 5分程度で作ることがで 実績に りのPOPを1枚わずか 動ききるという。 バイマ時間に作業を進める。 てライブ感を出すこと も活用している。写真入 ることも狙いだ。スマホ 販促物を作る様子を見せ 込んで、客待ちなどスキ などの素材をレジに持ち アプリ「POPKIT」 で、関心を持ってもら 元々、大塚家具でお客 会話のきっかけにす

る。ボードやペン、粘土 本当にうれしく、一体感 レジで行うようにしてい してチーフと喜べる時が を感じる。 販促物作りは、あえて るようになり、岸 手助けを受けられ ばに引っ越して、 た。子育てで退職 たが、実家のそ う植木明弘・商品部顧問 どれも素晴らしく、社内 説明してくれたり、チー ず、苦労することもあっ かけになった。 んの作った販促物を全店 要で、それを高めるのが チベーションがとても重 ットにとって、現場のモ 力に頼るスーパーマーケ は、「彼女の取組事例は 時もあるなど全面的にバ フとの間に入ってくれる 掛けで参加が決まった。 時、従業員が親切にして でも共有している。人の ックアップしてくれた。 ィングの中で取り組みを た。三上店長は、ミーテ 当初は、従業員の中でも くれたことも入社のきっ いただいたこと、その 上司の仕事」と話す。 や神奈川シジシーの会議 十分に認知されておら には、三上店長からの声 よく相談に乗ってもら 今年1月から、石井さ 「えん☆むすび活動」



佐々木美世取締役部長 月17日開催の取締役会で

也氏は相談役に就いた。

年間400トンのCO2 削減目指す

四国シジ

した。前社長の佐々木達 任を決定。同日付で就任 (42歳)の代表取締役就

長崎市 4店舗)

は 2

長崎県の東美(本部・

佐々木 美世 東美(長崎)

氏

新社

長

<11>

神奈川県のビック・ラ

番地1

**2**045-64 FAX0 8320

港北区北新横浜1丁目7

ビック・ライズ(神奈川)

0 5 9

神奈川県横浜市

本部

転

部事務所を左記に移転す

【新住所】 〒223

イズ

(中嶋雪絵社長 は4月7日付で本

34

2-8310

642

記者会見を開催

に高知市内のホテルで エコストア宣言」共

四国シジシーと加盟企

り組む。

エフピコは3月27日

# 物流効率化を業界全体の 果子物流改善委員会

## 社と菓子メーカー4社に がまた一歩進んだ。卸3 スカスカ撲滅運動」 カーや卸を対象に、活動 内容の説明会を3月5日 会」が、全国の菓子メー 催。菓子メーカー6社、卸 ルパレット会社や報道、 9社が参加した。 レンタ を図り、 物流を普及させて効率化

よる「菓子物流改善委員 に三菱食品会議室で開 オンラインも合わせたト タルの出席者数は20人

は 今回の説明会の目的 活動を共有した。 菓子業界でパレット 物流が他のカテゴリーよ っているため、パレット ・手降ろしが商習慣とな りも進んでいな

軽いものが多く、手積み

につなげることにある。

菓子は商品特性として

で90%だが、菓子 で み降ろしが主流 まる。バラでの積 は10~20%にとど 食品で67%、酒類 ーの作業環境が厳 ト化の比率は加工 ータでは、パレッ 配送ドライバ



の拡大を図った動を伝え取り組み 委員会の概要や活

しい状況だ。

法 など9項目からなる「標 サイズや仕様、 荷下ろしや付帯作業

て 定。 準化ガイドライン」を策 委員会メンバーでテ ガイドラインに沿っ に発足した。卸から三菱 会」は、2022年8月 「菓子物流改善委員

た。 効果や課題なども明確 メーカーから亀 ブルボン、カル 亀田製菓の呼び掛けで20 年12月に新潟の菓子メー

紹介した。今後も

実際に取り

組んだ 開とと

九州シジシーは3月26

旦

「九州シジシー商品

事例を積み重ね、

菓子業 | テルで開催し、加盟企業

杉村哲社長は「『商品 表した。九州シジシーの ープの商品活動計画を発 締役が今期のCGCグル

力』と『物流力』を高め

部総会」を福岡市内のホ

の幹部やバイヤーなど21

食品、コンフェックス、 流の普及を呼び掛けた。

の説明会を開催。 になってきた中で、 東子業 今回 る。同年11月には卸6社 明治が参加してい の取り組みを菓子業界全

することで、パレット物 界全体に取り組みを紹介

足した。 による「卸分科会」も発 体に波及させることが、 った。 同委員会発足の目的とな

ったのが「新潟菓子メー 力撲滅運動」に共感した シージャパンの「スカス カー物流研究会」 会設立のきっかけとな 」。シジ もに、 パレット物流の3事例も の概要や活動の説

説明会では、

、同委員会

今期の方針確認

九州シジシー

商品部総会に45

人

でに菓子業界全体の物量 会」では、2028年ま 菓子物流改善委員

の50%をパレット物流化 することを目指してい

スト運用を繰り返してき

初の説明会に69社

菓子業界の全体最適に

委員会で議論してきた。 向けて物流標準化項目を

23年11月には、パレット

社長

動をさらに進めることを

食を供した。マル

パアイの

26人など総勢44人が出席 社41人とお取組企業92社

動へ」を地区スローガン 全国ナンバーワン地区活

とする方針を解説した。

進していく。 界全体のパレット

。副店長、

バイヤーも関西シ

ジシー

会の冒頭、同社の久保

の商品担当者と一

田等会長(西鉄ストア社

年10月に九州・沖縄地区

加盟企業表彰では、昨

示商品の説明をし

長

が挨拶。続いてシジ

舗)と共働

マルアイ本社会議室で開催。CGC商品 説明を聞きながら試食して理解を深めた CGC商品を

アイ本社会

きて貴重な経験

になっ とがで 様々な た。 緒に展

商品を試食する

た。今後の販売に生かし

「説明を聞きなが

加盟企業表彰で表彰状を受

美・Sマート新大工店を を集め1位を獲得した東 Bで計9664枚の応募

け取る東美の佐々木社長

表彰。同店は売場写真コ

ンテストでも4部門で入 見した。 佐々木美世社長

目には本部スタッフや店 が来場した。 昨年の1回

長などが参加していた。

会」をマル

フも合わせると200人以上

日に第2回

ー長、青果チーフなど188 ジチーフ、副鮮魚センタ

、 月 18

ミニ展示

人が参加し、

本部スタッ

参加者からは

シージャパンの川上弘取

キャンペーン応募枚数コ

ンテスト」で店頭とWE

で開催した「お客様感謝

とマルア

展示会に188.

者向け 担当

年目を迎え

導入予定の商品を11部門

で各5~6品展示し、

※3面に関

|連記事

が取り組みを発表した。

盟して3

CGCI

各1時間の3部制と

ら試食することで理解が

深まった」などと好評だ

既に導入、もしくは

県のマルアイ(藤田佳男 関西シジシーは、兵庫 実感してもらい、 GC商品の良さを改めて 担当者にC 、協業活

ルなどを店頭回 レーやペットボト 使用済みの食品ト 132店舗が参加し、 同地区の加盟店 これらを原料 取り組んでいく。 出前授業なども積極的に 域の小学校で環境教育の などの環境イベントや地 す。 店内でリサイクル教室 のCO2削減を目指 た。 サイネージなどでのリサ 社長が登壇し、デジタル チェーン本部の乗名俊一 介として、サンシャイン イクル活動アピールやエ 加盟企業の取り組み紹

加盟企業10社132店舗が循

イクルに取り組む

のトップらが出席 業10社とエフピコ

年間40トン(23年度比14 ジシーの加盟企業全体で

イクルの流れやCO2削

静鉄ストア

静岡

作る製品よりもCO2 出量を抑えられ、 荷を低減できる 2025年度は四国シ 型リサイクルに取 場で使用する循環 とした再生品を売 原油から新たり 間一幸社長が協働宣言の シャインチェーン本部会 概要を、エフピコの佐藤 の川崎博道会長(サン 会見では、四国シジシ が主催企業を代表し 同社の平 ことを発表。 の見学ツアーを実施した 構築に寄与したい」と話 持続可能な循環型社会の めにも全社一丸となって かな自然や環境を守るた フピコのリサイクル工場 四国の豊

児 童 画ラッ ピングバス出発

減の仕組みなどを説明し (森下登志美社長 35店・静岡県の静鉄ストアー は3月16日に 第 43 回全国児童画コ 発式を田町店の駐 |軍場で||にラッピングし、1年間 ンクー





と家族を招待

取った。 れ、子ども達は少し緊張 した面持ちで賞状を受け

乗り込み、子ども達はバ 顔で写真を撮っていた。 スの制帽をかぶって、街 れた自分の絵を見て、笑 冢族でラッピングバスに 子ども達はバスに描か

ゆく人に元気よく手を振

万4252作品を集め、 開催した。同社は今回1 優秀賞と入選作品の中か 独自の審査基準で選 年で11回目。 静岡市内を走らせる。 出発式には、受賞者6 **今** 

ル」のラッピングバス出 てつジャストラインバス 選んでもらいプレゼント ストア賞」として、しず んだ6作品を「しずてつ した。 た。式の前には、受賞者 人とその家族を招待し に店内で好きなお菓子を その後、表彰式が行わ

インペリアル・ガード

スコットランドょり

直輸入

IMPERIAL GUARD

SILICITO
PRODUCT OF SCOTLAND
BLENDED SCOTCH
WHISKY

70c)
ASTRILLED MORES

40 %

スコッチウイ-

GUARD

期待を上回る美味しさり

年間100万本販売を達成しよう!



ハイボールにピ

タリー

マミーマート 執行役員 マミープラス事業部長 **斯波 雄也**氏

ハイボールの相性追求

日本人が好むハイボールに合うウイスキーを 突き詰めて開発しました。「お家で飲むならC GCのウイスキー」と 定着するまで皆で育て



リカーズ(フレスタ) 商品企画課長 加藤 晃寛氏

No.1ブランドに育てる

コスパ最強の輸入達 酒です。国産を含めた No.1ウイスキーブラント に育てていきます。まずは「人気の謎ウイス キー」と打ち出して興味を持ってもらいます。



ラルズ 商品統括部 第6商品部バイヤー 村田 潤治氏

ブランドスイッチ図る 買いやすい価格帯なのでトライアルでブランドスイッチを促し、ファン

を拡大していきます。 エンド展開を継続し、 チラシにも月1〜2回投 入する計画です。

