

ビジネスモデルを進化 新価値を創出



▲岡本 均社長

2020年に中期経営計画「Transform2022」を策定。既存事業の基盤強化と、リテールサポート機能の進化に取り組んでいる。岡本均社長は目指す姿として「売場づくりへの貢献度向上と新価値創出」「社会課題解決への取り組みによる持続的成長基盤構築」の2つを挙げる。

前者においてはデジタルサイネージ、惣菜、物流の3点を重点分野と位置付ける。デジタルサイネージはレシピ動画サービスの「DELISH KITCHEN」と連動し、消費者起点の売場を提案。小売業とメーカー双方のデジタル販促推進にもつながっている。惣菜は既存取引の強化と販路拡大に注力。株式会社テクニカンの液体急速凍結機「凍眠」の技術を生かした冷凍食品ブランド「凍眠」のラインアップ拡充と、ブランディング展開もその一環だ。物流では小売業とメーカーを含む三層

の連携による、車両の相互有効活用や入荷待機時間の削減などの課題解決に取り組む。

後者についてはCO2排出量や食品廃棄量の削減、働き方改革などの重要課題に対し、従業員一人ひとりが関わることでできる具体的な目標を設定。初年度は食品廃棄物の再生利用率の向上、ダイバーシティ推進室の設置などを進めた。食品廃棄物についてはロジスティクス本部が中心となり、現場担当者や協力会社とともに再生利用を促進。

ダイバーシティに関しては、女性がより活躍できる環境を整えるため、管理職の育成や今年3月に策定した育休復帰プログラムなどを推進。ガバナンス面でもさらなる充実と多様化を目指し、女性取締役を1名から2名へ増員した。また食のライフラインを担う責任を果たすべく「健康経営宣言」を策定し、具体的な取り組みをスタートしている。岡本社長は中計初年度を「ライフスタイルが大きく変化した中で、取引先との連携強化と従業員の奮闘により、着実に第一歩を踏み出すことができた」と振り返る。迎えた2年目は「最終年度へ向け、さらなる成長が目指せる強固な基盤づくりの年」と位置づける。「ウィズ/アフターコロナを見据え、卸売業も新しいライフスタイルを捉えた提案力がこれまで以上に求められる。今後はより消費者起点で複雑化したニーズをとらえることが、企業の成長につながる」。卸としてのビジネスモデルの進化、三層が連携した売場活性化に取り組み、新たな価値創出を図る。



▲「DELISH KITCHEN」・「凍眠市場ギフトカード」のラインアップ強化