

おいしさで地域を豊かに。



Q 競合スーパーとどこで差別化していますか？

スーパーマーケットの競合は同業者だけでなく、コンビニやドラッグストアも含まれます。その中で差別化するために、新機軸店「グランデリーズ」をはじめ、食品スーパーとしての強みを打ち出しています。各売り場の専門店化、焼きたてパンや産直コ

トレンドを押さえたお総菜の数々



ナーの設置など、毎日通いたくなる魅力がふれる店舗を目指しています。

「健康とおいしさ」を理念として、地域のお客様の生活向上に貢献しています。新スタイル店「グランデリーズ」も加わり、より一層、食生活が楽しく豊かになるライフスタイルを提案していきます。

マルヨシセンター
太田店 副店長
黒川 雅人

Q どのような場所に
出店していきますか？

お総菜コーナーなどは、宇多津にある直営工場と連携して動いています。おいしいものを新鮮なうちに届けるため、工場から2時間以内に届けられる範囲を中心に出店しています。店舗として大切なのは、地元の方に必要とされ、愛されること。そのような場所への出店計画が、現在いくつかあります。

食材の使い方がよくわかるレシピ

Q お総菜の商品開発の
頻度はどのくらい
ですか？

1週間に20〜30の商品を考案しています。試作した総菜を経営幹部も試食して、そのうち1品が採用になれば上出来です。採用になった新商品は、実際に店で販売した反応を見ながら、さらに改良を加えています。商品開発では、女性の視点が役に立つ場合が多いですね。

売り場には
スタッフのアイデアが
凝縮しています

渡辺さん

Q 先輩社員に聞きました
クリームがくることは
ありますか？

お客様からはさまざまな声をいただきます。その中には「商品の並べ方が悪い」など、お叱りを受けることもあります。お叱りの声はマイナスに感じるかもしれませんが、すべて店への期待の現れです。「こんな店になってほしい」という理想を教えてもらっていると考えると、プラスに受け止めています。



REPORT

株式会社マルヨシセンター

香川県高松市南新町4-6
TEL: 087-831-9191
FAX: 087-863-4959
設立: 昭和36年3月
資本金: 10億7,799万円
売上高: 407億円 (2015年2月)
従業員数: 493名

<http://ww2.maruyoshi-center.co.jp>



お弁当や食材の製造工場から2時間以内に配送できる圏内だけに、店舗を展開する考え方に感じました。スタッフをキャストと呼び、お客様から総菜づくりが見えるようにするなど、テーマパークのようなスーパーマーケットだと思いました。

香川大学経済学部
1年 芳原くん

