

19 株式会社 食彩館

カブシキガイシャ ショクサイカン



日々の暮らしを彩る食の専門店

何がほしくて、何で買うのか。目まぐるしく移り変わる消費者のニーズを察知し、売り場の品ぞろえに反映していく。それは日用品を取り扱うスーパーマーケットも例外ではない。大型商業施設やコンビニ、ドラッグストアなどライバルは多岐にわたり、その中で生き残るには独自のカラーが必要となる。地域密着型の小さなスーパーマーケットなら、なおのこと。その1つが10年前から取り組んでいる買い物弱者に向けた宅配業務。1日に100件ほどの注文があり、4台のバイクをフル稼働させて希望の商品を自宅まで届けている。買い物弱者は高齢者だけではない。妊娠中や子育て中などの理由から外出が難しいママにとってうれしいサービスだ。そして時代の流れにも敏感に。「おいしいものを少しだけ」というニーズに応え、鮮魚店や精肉店を営んでいたプロフェッショナルを各部門の主任に抜擢。知恵を絞り、工夫を凝らし。日々の食卓や地域の生活を彩る心強い味方でありたいと願う。



POS連動、統合システム導入による、 高効率経営戦略構築実践計画

｜ 補助事業のきっかけ ｜

かゆいところに手が届くような地域密着型スーパーを目指して

1992年に浜口フードセンター内で営業していた事業者が共同出資、食品総合スーパーマーケットとして開業。2008年に5km圏内に大型商業施設ができたことから売り上げが懸念されたが、徒歩圏内での近隣消費者に支えられ売り上げを維持している。地域密着型のスーパーとして、メインターゲットである高齢者に向けた売り場設計を行う必要性を感じていた。

｜ 補助事業の内容 ｜

購買行動をひも解くことで「ほしい」を生み出す店づくり

購買傾向を分析するためにはデータが必要不可欠。もともと金銭をやり取りした時点で販売情報を管理できるシステムを搭載したPOSレジを導入していたが、顧客管理や在庫管理との連携がうまく取れていなかった。そこでPOSと連動した販売、仕入れ、在庫、商品管理統合システムと購買履歴管理システム運用を新たに行うことでデータの収集、分析が可能に。

｜ 補助事業の成果 ｜

ニーズを刺激する売り場づくりでスタッフの目標意識も明確に

その結果、これまで1500万円分ほどあった在庫を1000万円分ほどまで削減することができたのは大きい。さらに上記システムとの連携による顧客数の見える化、その顧客に的を絞ったダイレクトな販売促進が可能となった。各部門ごとに売り上げ、現計、前年対比もできるようになったことからスタッフの意識も変化。利益や売り場に確実に反映されている。

Information

会社名

株式会社 食彩館

住所
連絡先

長崎市浜口町12-5
☎095-843-5905 FAX.095-848-8099
✉syokusaikan@tiara.ocn.ne.jp



□代表取締役 中村 守光

□設立 1993年7月29日

□資本金 1,000万円

□業種 各種商品小売業

□従業員 31名

