

卸売業新春トップインタビュー

伊藤忠食品

岡本均社長



〈2022年振り返り〉

昨年の食品業界は、行動制限の緩和により巣ごもり需要が減少した一方、人流が増加したことで、外食・業務用、コンビニの需要は回復した。

原材料や原油高騰による商品の価格改定が頻発し、光熱費の値上がりや実質賃金のマイナスも相まって、消費者の節約志向が高まった。

弊社は、コロナ前に現中期経営計画を策定したが、「消費者に新たな価値を提供する」という方針は現在の環境下でも正しかったと感じている。計画を進めていく中でその考え方が徐々に社内浸透してきた。最終

年度となる今期は残すところあと数カ月だが、それぞれの施策に一層磨きをかけ、次期中計へとつなげていきたい。

店頭サイネージの取り組みは、「リテールメディア」としての認知が広がるなか、消費者の献立づくりのサポート・購買意欲の喚起につながる取り組みとして注力し、設置店舗数・台数が増加した。消費

者の購買シーンの近くで情報発信できるメリットがあるため、商品の背景を伝えるような価値訴求型の提案も徐々に始めている。

冷凍食品のオリジナルブランド「凍眠市場」は、小売業の冷凍食品売場が刷新・拡大しているなか採用が増えつつある。希少性・意外性のある商品の開発を進め、付加価値を高めることで業界内の認知度が上がってきた。

〈卸売業の課題や役割、展望〉
卸売業の基本的な機能(物流・在庫管理)は、よりサステナブルな形となるよう、同業他社をはじめ、メーカー・小売業とも協業しながら進化させていかなければならない。

一方で、卸売業の機能を従来の役割に留めて考えると同質化してしまう。運ぶだけではなく、消費者に興味をもって喜んで食べてもらえるものを、ロスの無

い形で提供していくことが食品流通全体の価値向上につながるものと考えている。そのためには、プロダクトアウトからの発想の脱却、マーケットイン視点での消費者ニーズの分析、そしてデジタルのフル活用による新たな卸売業の姿を確立していく

ことが求められる。

〈2023年の対応策〉

日々の献立に変化をつけたい消費者のニーズを意識した場合、やはり生鮮3品を中心とした訴求が必要になってくる。当社は店頭サイネージを活用した販促提案により、旬の生鮮を美味しくロスなく食べきってもらえる売場づくりを行い、消費者に新たな価値を提供する。その際、加工食品や酒類も連動した提案をし、小売業・メーカーの

メリットも最大化していく。卸売業の強みは幅広いメーカー・商品との接点を持っていることであるため、様々な提案ができる。すぐに結果が出るわけではないが、辛抱強く取り組みことでレベルアップできると考えている。

店頭サイネージの効果・有用性は、引き続き効果検証を行い、コンテンツの見直しなども含めメディアとしての価値向上を目指す。

凍眠市場は、特徴や解凍方法などが分かりやすく伝わる手法を確立し消費者の認知度向上を目指す。また、フードロスの削減や生産者支援などに繋がるサステナブルなブランドであることもアピールしていきたい。

「外部環境の変化で重視していることと対策」
現中計期間は今期が最終年度だが、重点分野の取り組みがこれで終わるわけではない。いま



「今後、サイネージをどう活用していくべきなのか? どうあるべきなのか?」という疑問の解決に向けて、AIカメラ検証やPOS実績を元に分析した結果を展示するとともに、サイネージの視聴率をあげる方法やコンテンツの提案も行う。また、Z世代の社員だけで企画した、Z世代に支持される売場提案(※Z世代の価値観ゾーンSNSに発信したくなるようなインパクトのある売場やZ世代の価値観や行動様式を明らかにする)も紹介する。

なお、今回もリアル展示会と連動し、WEB展示会「FOOD WAVE オンライン2023春夏」を2月3日から3月9日まで開催する予定だ。

「FOOD WAVE 2023 NAGOYA」(東海営業本部総合食品展示会、2023年1月18日、ポートメッセなごや3号館)のアピールポイント

テーマは「魅せるチカラ」共に創り・共に喜ぶ。経済環境が厳しさを増し、個人消費の低迷が見込まれるなか、消費

「消費者起点の価値提供」社内浸透

者魅力的な売場・商品づくりが実現できるよう、「魅せるチカラ」のある提案を行う。
デジタルサイネージの取り組みでは、「今後、サイネージをどう活用していくべきなのか? どうあるべきなのか?」という疑問の解決に向けて、AIカメラ検証やPOS実績を元に分析した結果を展示するとともに、サイネージの視聴率をあげる方法やコンテンツの提案も行う。また、Z世代の社員だけで企画した、Z世代に支持される売場提案(※Z世代の価値観ゾーンSNSに発信したくなるようなインパクトのある売場やZ世代の価値観や行動様式を明らかにする)も紹介する。
なお、今回もリアル展示会と連動し、WEB展示会「FOOD WAVE オンライン2023春夏」を2月3日から3月9日まで開催する予定だ。
(松丸浩二)