

経営方針と対処すべき課題（有価証券報告書より）

① 目指す姿と数値目標

Purpose

世界の誰もが「豊かさ」を享受できる社会をつくる

生鮮四品売上
30.5%PB商品売上
18.4%惣菜売上構成比
6.3%会員数
1,217万人

② 中長期の経営戦略

1. 食を強化した生活必需品づくり

生鮮中心のワンストップショッピング提供。生姜醤油こだわりだし唐揚げが第16回からあげグランプリ西日本スーパー総菜部門金賞受賞。地方卸売市場開拓と生産者直接取引でネットワーク構築

3. 製造小売業への変革

プロセスセンター7ヶ所、セントラルキッチン6ヶ所を保有。PC・CKの拠点拡大でSPA化を推進。福岡県田川市にお茶工場、大分県由布市に水工場を有し競争力ある価格実現

2. マルチフォーマットのドミナント化

スーパーセンター中心に、smart・小型店・メガセンターが相互補完。スーパーセンター周辺にTRIAL GOなどの小型サテライト型店舗を展開し効率的配荷を実現

4. リテールAI事業の基盤拡充

IoTデバイス・データ分析プラットフォームをグループ内外に展開。国内外エンジニア組織化し、現場フィードバック反映で高速PDC Aサイクル実現。POSベンダー等とアライアンス

③ 対処すべき課題

① 供給チェーン最適化

- ・欠品・ロス、R&D、支店・商談、広告、リベートに係る総額約40兆円のムダ・ムラ・ムリ削減
- ・テクノロジー活用でお客様・サプライチェーン全体の課題と真のニーズ把握
- ・リアル店舗運営から得た知見をリテールAI事業開発に反映

② 人口減少への対応

- ・2055年国内人口は約1億人に減少、生産年齢人口比率50%に近づく予測対応
- ・食・日用生活消耗品の消費維持と顧客属性・地域別嗜好細分化への適応
- ・働き手確保と外食産業経験者採用による組織体制強化

③ デジタル変革と経営環境

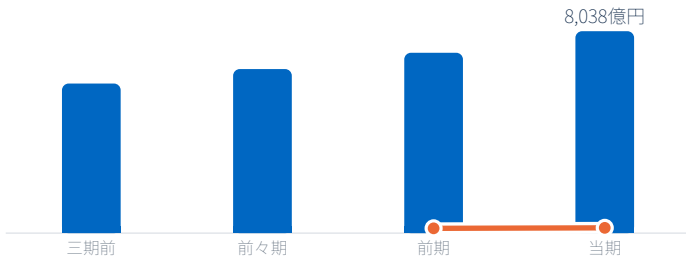
- ・オンラインとオフラインの融合がBOPIS等新買い物形で進展への対応
- ・円安・コスト上昇環境で収益確保できる企業選別進行への対応
- ・業界全体での情報・データ分断解決とサプライチェーン効率化推進

面接で使えるポイント

- ・ムダ・ムラ・ムリ約40兆円削減を目指し、テクノロジーとリアル店舗の融合で流通業界変革に挑戦
- ・生鮮四品売上構成比30.5%、PB商品18.4%へ拡大目指し、食を核とした生活必需品づくりに注力
- ・約1,217万人会員データ×ID-POS活用でワン・トゥ・ワンマーケティング実現、グループ外展開加速

証券コード 141A

業績の推移（売上＝棒 / 営業利益＝線）



※営業利益は直近2期のみ開示（有報の様式変更による）

暗記する数字3つ

連結売上高
8,038億円営業利益率
2.6%財務健康度
34点 / 100点

将来性 曇り / 就活偏差値 67.0（当サイト算出の参考指標）

平均年収
1,025万円

小売業内 5位/318社

平均年齢
39.5歳

小売業内 210位/318社

平均勤続
2.0年

小売業内 313位/318社

※平均年収は提出会社単体・有価証券報告書ベース。順位は同33業種内の掲載企業での比較。

ここから下は自分で書く（面接で話すこと）

志望動機の核

上の数字・事業と接続して書く

自分の経験との接点

逆質問メモ

※1つはデータ起点で（例：勤続年数が長い要因は…）

直近ニュース十一言

参考: トライアルと西友、経営統合から1周年～グループシナジー最大化

