

消費者の意識は 生活防衛に働く

「ガソリン代と家庭の電気代が上がり、生活防衛に働いている」と消費者の意識をみるのは、バローホー



ルディングスの田代正美会長兼社長。食品価格も上昇

する中、値上げの影響について、「目先の問題では大きな影響はあるが、構造的に続くことはあまり考えていない」と語る。

出店戦略については、生鮮食品を扱う店舗が少ない都市部への人口流入を踏まえ、「これから都会では『生鮮難民』が出てくる」として、都市部では生鮮食品の専門店を強化する考えを示す。

郊外では、デステイネーション・ストア(来店動機となる商品・カテゴリーを持つ店)に磨きをかけることで「商圏エリアは2キロから5キロになる」と述べ、引き続き、既存店舗の改装を進める。