

決算語録

スーパー中心に
商品力を強化へ

「上期はスーパー、ホームセンターで防戦に回ってしまっ



いく」と語る
のはバローホ
ールディング
スの小池孝幸

社長代行。通期での増収増益を確保するため、主力のスーパーを中心に生産性や商品力を高める姿勢をみせる。

資源価格高騰などを背景にさまざまな商品が値上が

り、消費者の生活防衛意識が高まる中、「どの商品がどの値段で売れるのかを分析している。ホームセンターではコストが2倍になった商品もあり、代替商品へ

の切り替えも必要」と、仕入れと販売の両面で対策を進める。

競合店が県内で出店数を増やしていることを念頭に「安い、お買い得感があると思ってもらえるような売り場をつくっていく」と意気込む。