

価格「主婦目線で柔軟に」

営業収益7600億円と28期連続増収の成長を続けるバローホールディングス(HD)。地域経済がアフターコロナの回復基調にある中、デステイネーション・ストア(来店動機となる商品・カテゴリを持つ店)への転換を進め、新しい時代の店舗開発に挑戦している。生え抜きで初めてトップに就いた小池孝幸社長(50)に、上昇を続ける物価への対応や、関西エリアへの出店方針など聞いた。

(松浦健司)

「昨年8月から社長代行として経営のかじ取りをしてきた。見えてきた課題は。」

「社長代行を務めて意外に良かったことは、取引先や店舗とのコミュニケーションが図れ、課題を整理できたことだ。今後は、次の成長に向けてホールディングスは何をやるべきかを意識したい。これまで(傘下の)事業会社を支える側だったが、ホールディングスが表に出て初めて事業会社を強くできる部分がある。人事や財務投資などを整理し直す」

「最近の消費動向はどうか。」「値上げに対するお客さまの捉

バローHD 小池孝幸社長に聞く

え方が『仕方ない』から『困る』へと変わってきている。(原材料高などで)今後値上げはやむを得ないと考えるが、主婦目線で柔軟に対応していかなければいけない。お客さまは、お金を使わなければならない。旅行には行くが普段は肉食で節約するなど消費にめりはりをつけている。肉食はせいたくよりも生活防衛の

意味が必要があり、しっかり取り込んでいく」

「商品ラインアップはどう強化していくか。」

「値上げ基調にある中で、PB(プライベートブランド)商品をブラッシュアップしたい。一方、グループの食品スーパー、ドラッグストア、ホームセンターでNB(ナショナルブランド)商品を一



「ホールディングスが表に出て初めて事業会社を強くできる部分があると企業価値向上への意欲を語る小池孝幸社長。多治見市大針町バローホールディングス本部

こいけ・たかゆき 愛知県春日井市出身。名古屋大卒。1995年にバロー(現バローホールディングス)入社。物流部長などを経て2019年取締役、22年8月から社長代行を務め、23年6月から現職。バローホールディングス流通技術本部長と中部興産社長を兼務する。趣味はウォーキング。可児市在住。

PB商品に磨き／関西に物流センター検討

括で仕入れ、収益改善につなげたい。お客さまに商品を安く提供できるメリットもある」

「注力しているEC(電子商取引)の状況は。」

「昨夏、店舗で焼いたウナギを2時間で届けられるネットサービスをを行い、ECで焼きたての訴求を実現できた。これに限らず、もっと増やせる余地がある。スーパーでは実店舗とECの境はなくなっており、今後はECでも『作りたて』を増やせるかが価値を持つだろう。実店舗を持つことでECが強くなる。一方、実店舗では何を売るのが考え直すことが重要だ。今後、アイテム数は絞っていく。例えばホームセンターでは、多種多様の種類があるネジは、店舗よりも、検索の容易なネットの方が優位。すでにお客さまは買い物で実店舗とネットを使い分けている」

「関西エリアへ出店を進めているが。」

「拠点となる物流センターの建設を検討している。グループで強みを発揮できるよう、関西にいろいろな流通関連の仕組みを埋め込んでいく。ドミナント(地域集中出店)を想定しており、物件情報もたまってきた。当初は大型物件を模索したが、物件やM&A(企業の合併・買収)に合わせて、柔軟に対応できるようにする。小型店でも生鮮特化型にできるよう磨き込みをかける」