

「スーパーのあるべき姿追求」

バローの森克幸社長は岐阜新聞社の取材に応じ、生鮮強化の狙いについて「日本人の鮮度に対する潜在意識は必ずある。鮮度を前面に出していく」と語った。

「なぜ生鮮を強化するのか。」

「スーパーマーケットの本来あるべき姿を追求しているだけだ。店の中で、八百屋さん、魚屋さん、お肉屋さんをやるつもりでいる。以前はグロッサリー(一般食品)の大量販売や物流の改善などで成長したが、今は目的買いの店を目指している」

「生鮮強化に必要なことは。」

「商品を仕入れるバイヤーと、商品を売るチーフの

バロー森克幸社長に聞く



「鮮度を前面に出していく」と語る森克幸社長＝多治見市大針町、バロー本部

育成が必要だ。バイヤーは市場に足しげく通って相場観を読めるようにならないければいけない。チーフは売れ残った商品の値段を下げたり、売り方を変えたりと瞬時の判断が求められる。陳列の方法や袋の詰め方は教えられるが、商売は机で

教えるにくい。現場で商品を動かしてみても、失敗と成功を繰り返す経験が大切で、そういう経験をさせてやるのがわれわれの仕事だ」

「既存店の改装を進めている。」

「改装は周辺に競合店が

ないなど、売り上げが大きくなる伸びそうな店舗からやってきた。難易度が高くなっている。お客さんに来店してもらえよう、劇的に変わったところを見てもらわなければいけない。これからは腕の見せどころだ」

「魚は丸ごと一本を店頭

に並べている。」

「欲しい商品をかごに入れて会計するセルフ式のスーパーが増え過ぎて、今は小さな場所では魚だけ扱う店舗がはやってる。日本人の鮮度に対する潜在意識は必ずある。生鮮の鮮度や店内の活気、従業員のフレンドリーさを前面に出していく」

「今期は既存店の売上高が毎月、前年同月を上回っているが、要因は。」

「商品の値上げに伴う売上アップだ。(値上げの)3%分を差し引いてもそれ以上に伸びているが、手放しでは喜べない。来期は値上げが一周するので、白黒はつきりするんじゃないか。4月から真価が問われる」