



**“豊かで楽しい食生活”を提案するグループとして、  
圧倒的なNo.1になるため、さらに強みを磨き続けます**

日頃はご愛顧いただきありがとうございます。

ヤオコーは経営理念のもと、「豊かで楽しい食生活提案型スーパーマーケット」づくりを進めています。それは、必需品の買い足しのための店ではなく、買い物に行くこと自体が楽しいという店づくりです。お客さまは、毎日の食材を求めて遠くまでお買い物に行きません。当社は狭い商圏のニーズにきめ細かく対応し、お店の側にお住まいのすべてのお客さまにご満足いただける商売を目指しております。

それを実現するために、当社は「チェーンとしての個店経営」「全員参加の商売」を組織運営のベースにおいています。つまり、一店舗一店舗、一人ひとりが地域のお客さまのニーズを考えながら、主体的に商売することです。お店で働くメンバーさんは、地域の生活者でもあります。その生活者の視点を売り場に活かしていくことが、きめ細かな品揃えやメニュー提案につながります。毎日、変化があって楽しい、自分のほしいものがある、という店づくりにつながっています。

当社の強みは、「商品力」と「提案力」です。名物商品の「おはぎ」をはじめ原料にこだわり、店内加工で美味しさを追求しています。バイヤーは日本全国、また世界にも足を伸ばし、現地で商品を確認した上で、高品質の商品を仕入れています。また、店舗においては、例えば、高齢者向けの少量パックや忙しいヤングファミリー向けの味付け商品の販売など、様々なニーズに対応して、品揃えを工夫しています。旬の素材を使ったメニューの提案など、発見があり、食卓が豊かになる売り場づくりを進めております。

そうした活動を通じて得られた素晴らしい生産者様、お取引先様とのネットワーク、そして成長を続ける中で出店にご協力いただいた地主様との良好な関係は、当社の貴重な財産です。多くの関係者の皆様に支えられながら、これまで着実に成長を続け、おかげさまで30期連続の増収増益を達成いたしました。

現在、スーパーマーケット業界を取り巻く社会環境は、過去経験がないスピードで大きく変化しております。少子高齢化、労働力不足、Eコマースの拡大やITの進化、都市部への人口集中、国内財政の悪化など、今後の企業運営に大きな影響を与える課題が山積しています。

その中にあっても、当社はプレることなく進んでいきたいと考えています。当社は、長期ビジョン「“豊かで楽しい食生活”を提案するグループとして、圧倒的なNo.1になること」の達成に向けて、3カ年の中期経営計画に基づき、「商品・販売戦略」「運営戦略」「育成戦略」「出店・成長戦略」の4つの領域において、強みを磨いています。第9次中期経営計画においては、「ヤオコーウェイの確立」をテーマに、新システムの導入や新たな作業オペレーションの確立を通じて、「チェーン」としての基盤をより強固なものにしていきます。

すべての関係者の皆様に、「ヤオコーがあつてよかつた」と言っていただけるよう、全員で努力していきます。

代表取締役社長

川野 澄人