

運営戦略



仕組みづくり
ムリ・ムダ・ムラを無くし、ヤオコーの強みに注力できる環境をつくる

ヤオコーグループが目指す姿

- 単純作業は「標準化」され、一部はITに置き換えつつ、「仕組化」が徹底されていること
- IT等を駆使し、すべてのお客さまの声を拾い上げること
- 作業から解放されることで、商品知識が豊富な店員がお客さまに対応すること

第9次中期経営計画 重点課題

方針

- カイゼンの定着・浸透・進化
- 新情報システムによる効果創出（業務の効率化・高度化）
- デリカ・生鮮センター、新物流センターの機能活用

目標

店舗作業 **15%** 削減、既存店MH売上高の向上

KPI 進捗状況

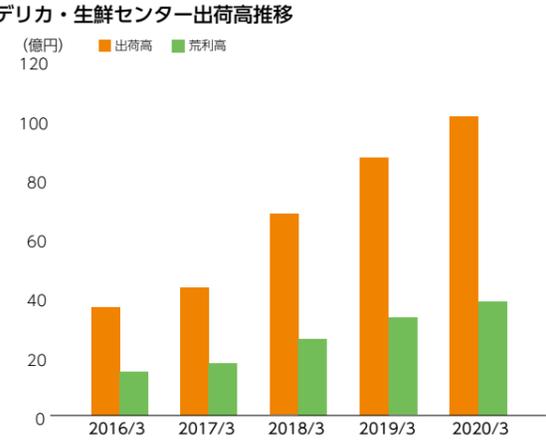
既存店 MH 売上高前期比

2018/3 >	100.4%
2019/3 >	102.7%
2020/3 >	104.7%

2019年度の取組みと次年度に向けて

店舗作業工程の見直しをベースとした生産性向上モデル(カイゼン)の深化と水平展開を継続するとともに、セルフ精算レジ導入店舗の拡大、新基幹システムの稼働などIT機器の活用による自動化など、業務効率化を推進いたしました。また、デリカ・生鮮センターの更なる活用をすすめて、店舗への供給シェアを拡大することにより、高い商品価値水準の確保と併せ、店舗の省力化・省人化につながる商品開発・導入を推進しました。

2020年度は、店舗においては、引き続きカイゼンの継続・進化で、「チェーン」を強化する一方、当社の強みである「個店」の充実、つまり売場の充実につなげてまいります。



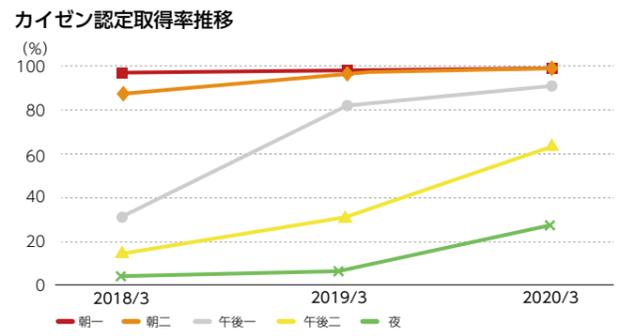
基盤力の向上 物流網の整備

長期ビジョンに掲げている「500店舗 売上高1兆円企業」に向けて、物流インフラの基盤の整備及び充実を図っています。現在、狭山、熊谷、千葉の3か所にドライ物流センター、狭山、熊谷、千葉、伊勢崎、横浜、松戸の6か所にチルド物流センターを配置しています。センターの稼働により、配送距離の短縮、物流コストや環境負荷の低減を実現しつつ、安全・確実な全店舗への配送が可能となっています。また、2017年度に稼働した熊谷物流センターは、生産性向上、独自商品の充実の取り組みとして、カテゴリー納品の細分化、直輸入ワインの貯蔵庫や青果加工場の設置などの機能を備えています。

TOPICS

カイゼンの成果 夕方以降の売場の充実

店舗作業の標準化によるカイゼンの取り組みは、2013年度にスタートした草加原町店のモデルを横展開し、各地区においてモデル店を中心にカイゼンの認定、定着をすすめています。1日を通した作業を「朝一」「朝二」「午後一」「午後二」「夜」と分けて取り組んでおり、「午後一」まではほぼ全店においてカイゼンの認定が完了されています。現在は、「午後二」及び「夜」を含め、一日を通してのカイゼンをすすめています。夕市の活性化など、夕方以降の売上高の増加に向けて取り組んでいます。



提案力強化・生産性向上 デリカ・生鮮センターの活用

東松山にあるデリカ・生鮮センターでは、2017年度に第2センターを稼働し、店舗をバックアップする仕組みをさらに充実させました。ヤオコーでしか買えない独自商品の開発に向けて、インスタの強みを強化し、商品の磨き込み・差別化をすすめています。また、デリカ・生鮮センターからの完成品やキット商品の供給拡大で、店舗作業の削減に繋がっています。デリカ部門へのデリカ・生鮮センター供給シェアは2020年3月期に29.0%に達しました。

さらに、食の「安全・安心」の確保に向けて、2014年に食品安全マネジメントシステム国際規格「ISO22000」の認証を取得しており、さらなる体制の強化、維持・向上を図っています。

