

## IT経営百選応募記入シート(1/2)

## . 会社概要

1. 会社の名称	有限会社スーパーまるまつ
2. 本社所在地	福岡県柳川市大字上宮永町394-5
3. 電話番号	0944-72-3654
4. URL	なし
5. 設立年月日	昭和51年9月
6. 資本金	2000万円
7. 上場の有無(店頭/2部)	なし
8. 業種・業態	スーパーマーケット
9. 代表者名(年齢)	松岡義一(72)
10. CSO(情報戦略責任者)・CIO名(年齢、役職)	松岡尚志(38) 専務取締役
11. 直近の売上高(億円、年)	16億2800万
その1年前の売上高(億円)	12億8000万
その2年前の売上高(億円)	13億4000万
12. 直近の経常利益額(百万円、年)	19,548千円
その1年前の経常利益額(百万円)	29,396千円
その2年前の経常利益額(百万円)	47,403千円
13. 現在の従業員数(うち社員数、年)	61名
その1年前の従業員数(うち社員数)	43名
その2年前の従業員数(うち社員数)	45名
14. IT部門の有無(名称)	なし
15. IT部門の責任者名(年齢、役職)	松岡尚志(38) 専務取締役
16. IT部門の人数(うち社員数)	2名
17. 直近のIT関連の年間費用(人件費も含む、百万円、年)	1950万円
その1年前のIT関連の年間費用(人件費含む、百万円)	2950万円
その2年前のIT関連の年間費用(人件費含む、百万円)	400万円

## IT経営百選応募記入シート(2/2)

18. 事業・商品・サービス内容	<p>雑貨4.1%、菓子8.9%、一般食品12.2%、日配13.5%、酒10.6%(加食計49.3%)</p> <p>青果15.2%、惣菜6.0%、水産16.8%、精肉12.7%(生鮮計50.3%)</p> <p>上記各商品群の販売。</p>
19. ビジネスの特徴	
強み	<p>生鮮、特に青果・水産は社長・専務による直接買い付けを毎日行い、鮮度と価格、品揃えについては、大手スーパーが真似のできない仕入れ形態である。また、毎日の仕入れには、前日・前週の販売データを基に単品管理を行い、見切り無し・品切れ無しを徹底している。加工食品は、仕入先に問屋別販売データを他の問屋にも情報公開し、問屋間で競争させている。売上げの90%がカード会員で、観劇旅行などの地域密着プレミアム販促を行い、創業以来、黒字経営を継続中。</p>
付加価値	<p>同規模の他社は、年間約1800万円ほどのチラシ代を使うが、一切折り込みチラシは出さず、インスタプロモーションで対応しているので、その経費を会員旅行などに有効に使い、地域の名物化となっている。カードの顧客情報も活用し、単に死に筋商品でも優良顧客の支持商品であれば、品揃え商品とするなどストアロイヤルティが高い。また、毎月のお買上げ額3万円以上のお客が約1000人おり、リピートオーダー率が高い。</p>
こだわり	<p>「新鮮良品」ということで、特に鮮度にこだわっている。毎日、直接、市場に買い付け、当日仕入れ・当日販売を実践している。また、店に入りやすいように、1台当たりの駐車場のスペースは地域一番広くしており、売場内も通路は、カートが3台はすれ違えるようなレイアウトにしている。子供連れのお客用に、子供が乗って楽しいカートも稼働率が高く、車いすもあり楽しく買い物しやすい店作りをしている。また、生鮮作業場は売場から見えるオープンキッチンとして、清潔さ・親しみやすさを強調している。</p>
独自性	<p>どこの系列にも属さず、仕入先からの制約も一切なく、完全に独立単独経営を行っている。他社に類がない事例として、問屋へのペナルティ制がある。単品で月間荒利益額300円以下の商品があれば、その差額が、また、2.5ヶ月以上の在庫の商品があれば500円が罰金となる。問屋も目標がたてやすく、問屋納得の仕組みである。さらに、問屋には、他社の納品先の納品販売データも公開し、問屋同士切磋琢磨して納品するという仕組みになっている。売場と販売情報は問屋全社・問屋同士の共有化と同時に情報活用で品揃えと販売促進に役立っている。</p>

## 自己評価表

会社名 (有)スーパーまるまつ

1 ビジネス戦略・経営改革の視点	評価を行なうに当たっての具体的事実
業績の好調さ(20点満点)	前年12億の売上が16億までになった。地場競合店の中には、上場会社も含めて7店あるが、食料品については、地域一番の売上となった。また、自店の売場面積よりも広い新規参入の競合店も今年2店ほどオープンしたが、客数を取り戻すことができた。創業以来、赤字の年度もなく、黒字経営を継続中。
ビジネスモデル(20点満点)	青果・水産は直接買い付けを行っている。加工食品類は、消化仕入れ制で目標未達成の場合、問屋納得のペナルティ制をとっている。単品管理を行い、過去2年間分析活用している。商品情報は、問屋に公開し、問屋同士の切磋琢磨ができるようにしている。
経営の自立化(20点満点)	月間3万円以上の購入顧客が約1000人いて、月間の来店客数が延べ75000人もあり、競合2社が新規参入してきても、客数ダウンしていないこと。また、どの問屋にも影響されず、自主独立の仕入れ体制をとっていること。生鮮は、直接市場から買い付けをしていること。
経営のオープン化(20点満点)	毎日、パートも日次決算ができ、販売・単品荒利益データはすべての問屋にもオープン化していること。仕入れは販売担当者が行き、仕入れ額と売上は、毎日把握できること。商品情報は、社内外に公開し、問屋は他の問屋の納品商品の販売情報も把握でき、切磋琢磨の仕組みとなっている。
満足度経営(20点満点)	毎年約140名を招待しているお客様招待旅行(今年で20回目開催)、従業員さん(パート社員を含む)には、毎日の発注数量の権限を与え自分の売り場という考えを持たせ満足させています。お取引先には、すべての商品データの情報を公開し満足させている。店舗の作りにもこだわりを持ち高齢者、非健常者に配慮した店舗設計(通路幅平均1800mm、バリアフリー、駐車スペース5m×2.75m)
小計(100点満点)	
2 IT高度活用の視点	
コミュニケーション(20点満点)	経営トップからパートまで、商品の売れ数や価格まで、具体的な「品名・数値」を公開し社内でも共有できる仕組みを採用している。特に、生鮮の仕入れ時には、昨日の仕入れと販売状況を把握しながら、経営トップと担当者でスピーディに即応できること。
営業・マーケティングの改革(20点満点)	POSでの単品管理でPI値・価格弾性値などの統計処理をしながら、毎日仕入れ販売のコントロールをしていること。ポイントカードでの顧客の情報管理の2つの情報を連動させての商品戦略をうちだしていること。
プロセスの高度化・連携(20点満点)	EOSで仕入先への発注。POSの商品データ活用でのマーチャダイジングの仕組みをつくり、顧客情報については、品揃えや販売促進に活用し、販売と仕入れのコントロールの仕組みを作った。
人材・ノウハウの高度活用・高度な経営管理への活用(20点満点)	現在、パートにも週1回、ナレッジマネジメント・データマイニングの実践について、実データで現場実務教育を行っている。加工食品の1アイテムごとに300円以上の粗利を稼げなければ差額をペナルティとしてメーカー・問屋から徴収し、また1ヶ月で売れた個数の2.5倍以上の在庫があった場合も同様にペナルティーを徴収する。
情報セキュリティ対策(20点満点)	ウイルス対策はもちろんのこと、バックアップ対策、階層別にパスワードでアクセス管理を行っている。顧客の個人情報については、個人情報保護基本取り扱い規定書(別紙同封)作成し実行している。
小計(100点満点)	
合計(200点満点)	

## 採点基準

20点～16点	世界・日本に誇れるレベルの成果
15点～11点	他社が参考とする成果が出ている
10点～6点	十分に実践しており、一息ついた
5点～1点	着手しているが、まだまだこれから
0点	全く実践していない