

見 学 調 査 報 告 書

テーマ : 株式会社ヤオコーの小売戦略を学ぶ
ゼミ名 : 李 旻泰 ゼミ
調査日 : 2023 年 11 月 29 日 (水)
調査先 : ヤオコー川越研修センター、同南古谷店
授業科目名 : 演習 I・II・III・IV
参加学生数 : 11 名 (3 年)、1 名 (4 年生)

調査の趣旨 (目的)

34 期連続増収増益 (単体) を達成している株式会社ヤオコー様を訪問・調査し、商品開発やストア・ブランドの管理を含む先進的なスーパーマーケット経営の成功例を調べ、学ぶこと。

調査結果

李ゼミは、井上真理ゼミと共同で、11 月 29 日 (水) の 14 時から 17 時にかけて「ヤオコー川越研修センター」および「南古谷店」に訪問し、見学調査を行った。

ヤオコー川越研修センターでは、人事総務部の石井様と小和田様、ならびに、ヤオコーの子会社・小川貿易の渋谷様から、ヤオコー・グループの概要と現状に関する概括的な紹介とともに、商品の調達と開発、店づくりと品揃えの差別化、組織管理、価格政策などについて具体的なお話を頂いた。特に、ライフスタイルアソートメント型店づくり、個店経営式の権限委譲、1,300 種類に及ぶプライベートブランド (PB) の開発、ドミナント戦略、旗艦店における実験的な試みなど、ヤオコーの成功を支える要素について学び、理解を深めることができた。ヤオコー様のご丁寧な対応もあり、小売マーケティングの成功事例として示唆に富んだ貴重な内容が学べた。Q&A とインタビューの時間も長めに設けられ、上述したヤオコーの方々と学生の間で活発な質疑応答が行われた。

続いて、同研修センター内で行われていた新人研修にも参加させて頂いた。クリスマスにおけるママ友同士のパーティーを想定したメニューの提案と販売計画に関するワークショップに、新入社員の方々と一緒に参加できる機会をいただいた。そして研修後には、実店舗 (南古谷店) へ移動し、売り場を見学しながら担当者から説明を受けた。

ヤオコー様の懇切丁寧なご協力のおかげで、商学を学ぶ学生には生きた学習の場となり、多くの気づきが得られた。顧客視点に立った製品・ブランド戦略を追究する本授業にとっても密接に関連する内容であり、実に価値のある見学調査であった。

