

[機構について](#) > [情報提供活動](#) > [動画で見る企業事例「企業未来！チャレンジ21」](#) > [2004年放送分](#) > 6月5日放送分 情報化が未来をつくる!～小売店チェーンの挑戦～

## 6月5日放送分 情報化が未来をつくる!～小売店チェーンの挑戦～

5日(TX・TVO・TSC)

6日(TVA・TVH・OX・TVQ・RCC・TVQ・OTV)

7日(BSJ)

中小小売業者を加盟店とする全日食チェーン商業協同組合連合会(出資金2,270万円、加盟店数1,722店)は、日本最大のボランティアチェーン組織である。ITを駆使した情報ネットワークやストアコンセプトを明確にした新業態店の提案といったリテールサポートの充実により、強固なチェーン組織の構築を目指す同連合会の姿に、次代のボランティアチェーンのヒントを探す。

### 情報化が未来をつくる!

～小売店チェーンの挑戦～

[視聴覚教材No. TV16-10](#)

[動画配信中\(新規ウィンドウ\)](#)



今日、志垣さんが訪ねるのは、利益を確保するのが難しいといわれる小売業界で、頑張っている小売店チェーン。

こちらが、ボランティアチェーンを運営する全日食チェーン商業協同組合連合会の田中代表理事。





ボランティアチェーンを訳すと「任意の連鎖店」。小売店個々の独立性を保ったまま、チェーンを形成している組織だ。

全日食チェーンでは加盟している小売店の売上情報を、商品を供給する各メーカー側にも提供する。

POINT: 店頭の情報メーカーにつながることで競争力が生まれる



仕入れ部門。データに基づいて、各加盟店に置く商品の大部分を一括で仕入れている。

POINT: すべてはデータをもとに動く



ブランド化された商品がない分野を狙って独自製品を開発。通常よりも大きな粗利を確保できるため、店舗の利益に大きく貢献。

POINT: ブランド化されていない分野で商品開発



開発本部でチェーン加盟を統括している。加盟店の得意な商品分野は従来のまま



で、苦手な商品分野についてデータに基づいたチェーンシステムを導入するのが、全日食チェーンの方針。

POINT: 小さな店ほど情報の精度が必要



こちらがRS(リテールサポート)本部。POSを武器に、インターネットを利用してスーパーバイザーが各店舗に適した指導を行っている。



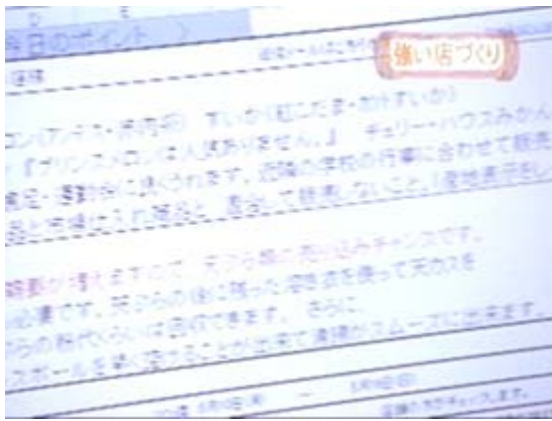
チェーン経営の専門誌を発行している三浦氏は、情報化により加盟店の販売方法をなるべく統一化してメーカーとの協力関係を築いたことが、全日食チェーンの強みと語る。

「Z-ONE やまだ」。少ない人数で効率よく運営するため、ストアコンセプトを明確にした店舗。



カメラを通して本部のRS本部が、店舗の様子をチェック。リアルタイムで、スーパー





バイザーが店舗の改善を指示している。

「常にチェックされているので手を抜くことができないことが、商売の役に立っている。」と、やまだ店長は語った



[ひとつ上の階層へ](#)

[利用規約](#) [法的事項](#) [プライバシーポリシー](#)

Copyright©2007 Organization for Small & Medium Enterprises and Regional Innovation, JAPAN