

人材派遣、レシートデータ 各種サービスの需要高まる



木名瀬 博 社長

Mitoriz

「人の流れが戻ったことで、あらゆる市場が回復し、新商品の発売も多く見られました。それが店頭での活性化につながったように感じます。昨年は様々なカテゴリで値上げが進み、消費者の生活防衛意識が高まりましたが、新商品による新たな価値の訴求で、その意識をうまく和らげたのではないのでしょうか」

「コロナの影響が落ち着いたなかで、定期的に安定していましたが、定期以外のスポット案件は少し伸び悩みました。特に値上げが見られていました」

「コロナが明け確かにラウンダー需要は回復傾向にあるものと思われまふ。今後の展望については、「ラウンダー事業は、更なる強化が必要です。特に、メーカー様に対しては、今までのラウンダーでは生き残れない、ということを強調してお伝えし、付加価値の提案をより進めようと考えています。本部商談で条件を提示し、棚割を確定してキャンペーンやチラシ展開を行う、というこれまでの一連の販売の流れから、アプリケーションなどウェブを使ったプロモーションへと更にシフトしていく予定です。店頭も、これまで以上に、アナログからデジタルを絡めた展開が求められます。売り場の情報をいかに客観的データとし

共創による価値創出へ

販促支援事業
トップインタビュー2024

「その他、好調だった事業は。人材紹介事業は伸びが目立ちました。人手不足を人紹介してほしい、という需要は目に見えて増えています。中でも、メーカー様からの営業職の依頼が増えました。今までほとんど多くはありませんでしたが、30代及び40代前半の人材がごも少なく、今後の主力となる手薄なこの層を、自前で採用せずにアウトソーシングする事例が見られていました」

小売業とメーカー目線のインフラ組み合わせ より鮮明な購買行動を分析、提供

「POBに代表されるレシートデータを活用した事業も拡大が見られます」

「データ事業はまだまだ伸ばせるはずで、一人の消費者の買回りの実態を把握し、その消費行動の代表性を裏付けるだけのレシート量確保するのは簡単なことではありません。それを実現しているのが当社のPOBです。提携先のレシートを含め月間枚数は1000万枚に及んでおり、今年に更に増える予定ですので、より信頼性の高いデータとしてお客様に提供することができまふ」

「昨年、データプラットフォーム事業を展開するマイクロアドとの連携を始めました。状況はいかがでしょうか」

「マイクロアド様が手掛ける新サービスや既存サービスの機能強化に弊社のデータを活用いただく機会も増え、安定的な利益を得られています。適切なターゲットに、適切なアプローチをどう打てばよいかといった部分にノウハウを持つ企業様なので、今後も当社のデータは有効活用されるはずで」

「メーカーから余剰在庫や消費期限の近づいた商品を買取り、会員に販売する「買」

「ロイヤリティマーケティングと連携し、現在の形にしてから1年が経過しましたが、売り上げは1億円、会員数も3万人を超えてきました。メーカー様だけでなく、卸売業様からも、つくりすぎた在庫、消費期限近の在庫などの扱いを相談されることが増えてきています。食品がメインですが、最近では日用品化粧品の割合も高まってきました。SDGsの観点から今後も引き合いは強まるものと思われています」

「昨年親会社から、ソフトブレンから、エイジスに異動しました」

「エイジス様は流通小売業、我々はメーカーと顧客が異なりますので、それぞれのニーズやインフラを組み合わせるサービスは、非常に大きな可能性を感じます。エイジス様は、小売業様の棚割や売り場レイアウトなどのデータ、それにひも付けられた販売データを所有しています。メーカー様がそれらを持ち合わせていることはあまりありません」

「エイジスと組み合わせることで、サービスとしてより広く細かいデータを提供できるようにするわけですね」

「どっぴった売相場」という商品が売

「ロイヤリティマーケティングと連携し、現在の形にしてから1年が経過しましたが、売り上げは1億円、会員数も3万人を超えてきました。メーカー様だけでなく、卸売業様からも、つくりすぎた在庫、消費期限近の在庫などの扱いを相談されることが増えてきています。食品がメインですが、最近では日用品化粧品の割合も高まってきました。SDGsの観点から今後も引き合いは強まるものと思われています」

「昨年親会社から、ソフトブレンから、エイジスに異動しました」

「エイジス様は流通小売業、我々はメーカーと顧客が異なりますので、それぞれのニーズやインフラを組み合わせるサービスは、非常に大きな可能性を感じます。エイジス様は、小売業様の棚割や売り場レイアウトなどのデータ、それにひも付けられた販売データを所有しています。メーカー様がそれらを持ち合わせていることはあまりありません」

「エイジスと組み合わせることで、サービスとしてより広く細かいデータを提供できるようにするわけですね」

「どっぴった売相場」という商品が売

「ロイヤリティマーケティングと連携し、現在の形にしてから1年が経過しましたが、売り上げは1億円、会員数も3万人を超えてきました。メーカー様だけでなく、卸売業様からも、つくりすぎた在庫、消費期限近の在庫などの扱いを相談されることが増えてきています。食品がメインですが、最近では日用品化粧品の割合も高まってきました。SDGsの観点から今後も引き合いは強まるものと思われています」

「昨年親会社から、ソフトブレンから、エイジスに異動しました」

「エイジス様は流通小売業、我々はメーカーと顧客が異なりますので、それぞれのニーズやインフラを組み合わせるサービスは、非常に大きな可能性を感じます。エイジス様は、小売業様の棚割や売り場レイアウトなどのデータ、それにひも付けられた販売データを所有しています。メーカー様がそれらを持ち合わせていることはあまりありません」

「エイジスと組み合わせることで、サービスとしてより広く細かいデータを提供できるようにするわけですね」

「どっぴった売相場」という商品が売

地域卸による唯一の全国ネットワークサービス

2024年 1月現在

株式会社 サプリコ
取締役会長執行役員 竹内 いさや
代表取締役社長執行役員 平井 誠一

- 旭川 旭川石川販売(株)
- 旭川 クロベ(株)
- 旭川 根久商店
- 旭川 小島川商店
- 旭川 丸幸(株)
- 旭川 辻屋(株)
- 旭川 仙山(株)
- 旭川 伊豆(株)
- 旭川 山形屋(株)
- 旭川 金澤(株)
- 旭川 サノヤ
- 旭川 マチダ
- 旭川 堀屋(株)
- 旭川 村伝(株)
- 旭川 時友商店(株)
- 旭川 秋葉商店(株)
- 旭川 川上商店(株)
- 旭川 富田商店(株)
- 旭川 中島平高店(株)
- 旭川 吉澤屋(株)
- 旭川 坂口屋(株)
- 旭川 松屋(株)
- 旭川 綿屋(株)
- 旭川 富田フイオン堂(株)

- 中央 靠友通商(株)
- 中央 中央物産(株)
- 中央 (株)カネカ
- 中央 吉本商事(株)
- 中央 相模スミック(株)
- 中央 (株)まいるフジワ
- 中央 (株)紫竹屋
- 中央 遠藤商店(株)
- 中央 米路商店(株)
- 中央 マルナカ通商(株)
- 中央 (株)今泉
- 中央 (株)タケウチ
- 中央 (株)藤枝
- 中央 キンモ(株)
- 中央 和又(株)
- 中央 山登(株)
- 中央 (株)豊栄
- 中央 (株)ヤマダヤ
- 中央 元三(株)
- 中央 角仙合同(株)
- 中央 (株)丸由商店
- 中央 (株)長井産業
- 中央 大協紙商事(株)
- 中央 (株)亀井商店

- 歌山 (有)藤村商店
- 京都 福大商事(株)
- 京都 日華商事(株)
- 京都 (株)藤原物産
- 京都 カドヤ産物(株)
- 京都 西本薬品(株)
- 京都 フクヤ(株)
- 京都 宇山商事(株)
- 京都 五百木屋(株)
- 京都 (有)東宝商事
- 京都 (株)まさ屋
- 福岡 武本ホームズ(株)
- 福岡 (株)ビーレイク
- 福岡 泉山商事(株)
- 福岡 (株)島崎商店
- 福岡 (株)清水水十部商店
- 福岡 (有)ワコー紙業
- 福岡 (株)柳元

